

**Instrucciones:**

1. ESCOJA DE ENTRE LAS PROPUESTAS SOLAMENTE 10 PREGUNTAS. ¡CUIDADO! SI RESPONDE MÁS DE 10 PREGUNTAS, se anularán las respuestas en exceso comenzando en orden inverso, es decir desde las últimas hacia las iniciales. Si considera que se ha equivocado en una pregunta y decide no contestar simplemente TÁCHELA para no dejar lugar a equívocos.
2. Las preguntas se contestan en la plantilla situada a continuación. Escriba LA LETRA de la respuesta que considera correcta en la casilla identificada con el número de la pregunta.
3. Solamente existe una respuesta válida en cada pregunta. Cuando considere que existen varias respuestas válidas, revíselas de nuevo detenidamente y elija la más apropiada.
4. Cada pregunta correctamente contestada contabiliza 0,4 puntos, las erróneamente contestadas restan 0,1 puntos. Las preguntas en blanco no suman ni restan puntos. (total del tipo test 4 puntos).
5. Cualquier respuesta cuya clave sea dudosa se considerará incorrecta

1	2	3	4	5	6	7	8

9	10	11	12	13	14	15	16

1. El punto muerto o umbral de rentabilidad de una empresa se sitúa en 60 unidades y el margen de beneficios por unidad es de 5€. Se desea conocer a cuánto ascienden los beneficios si la cifra de ventas fue de 90 unidades.
  - A. 100€
  - B. 150€
  - C. 200€
  - D. 450€
2. El matrimonio formado por Pedro y María quieren iniciar un negocio familiar en el ámbito rural. Solamente pueden aportar un máximo de 5.000€ de capital inicial para el negocio y no quieren responder de las posibles deudas que genere la empresa con el piso en el que viven. ¿Qué forma jurídica les recomendaría crear?
  - A. Una sociedad colectiva
  - B. Cada uno de ellos que se den de alta como autónomos por separado
  - C. Una sociedad limitada
  - D. Una sociedad anónima

3. Una empresa con unos costes fijos de 50.000€, su coste variable unitario es de 6€ y ha obtenido unos beneficios totales de 60.000€. La empresa ha vendido 10.000 unidades de su producto ¿Cuál ha sido el precio que le ha permitido obtener dichos beneficios?
  - A. 5 euros
  - B. 17 euros
  - C. 6 euros
  - D. 11 euros

4. El conjunto de relaciones personales y sociales que surgen de forma espontánea entre los individuos de una organización se denomina:
  - A. Organización formal
  - B. Organigrama
  - C. Profesiograma
  - D. Organización informal

5. Considere los siguientes cambios en el entorno de un lagar de sidra: 1) un aumento en el precio de la manzana de sidra; 2) Aumento del salario mínimo interprofesional de los trabajadores en España; 3) Un aumento del tipo de interés; 4) El lanzamiento al mercado de una máquina especializada en el triturado de la manzana. ¿Cuál o cuáles de los anteriores pertenecen al entorno genérico del lagar de sidra?
  - A. El 1 y el 2
  - B. El 1 y el 4
  - C. El 2 y el 3
  - D. El 2 y el 4

6. Una empresa constituida hace un año por un joven empresario que aportó 1,5 millones de euros como capital propio y se endeudó en 4,5 millones de euros para adquirir una MÁQUINA (es decir un ACTIVO) por un total de 6 millones de euros. Durante el primer año ha vendido 200.000 aparatos a 6 euros cada uno. Sus gastos totales (sin incluir los intereses) ascendieron a 600.000 euros. El tipo de interés de la deuda es del 12% anual. Se desea saber la rentabilidad financiera de esta empresa.
  - A. 0,04 (4%)
  - B. 0,1 (10%)
  - C. 0,06 (6%)
  - D. No es posible su cálculo

7. Telefónica es una empresa española que cotiza en bolsa. Para ello, su forma jurídica debe ser:
  - A. Sociedad limitada
  - B. Cooperativa
  - C. Sociedad anónima
  - D. Empresario individual

8. ¿Qué es la segmentación de mercados?
  - A. La división del entorno para su análisis en entorno genérico y entorno específico.
  - B. La división de los proveedores en grupos homogéneos de producción.
  - C. El análisis de las fases del ciclo de vida del producto
  - D. La división de los clientes en grupos de necesidades homogéneas.

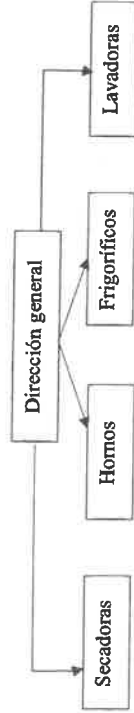
9. Los elementos patrimoniales de una empresa son los siguientes:

Mquinaria de la empresa: 400.000€
Préstamo a devolver en 3 años: 80.000€
Dinero en banco: 20.000€
Capital social: 350.000€
Deudas con entidades de crédito a corto plazo: 50.000€
Derechos de cobro sobre clientes 60.000€

Calcule el fondo de maniobra de la empresa

- Es positivo por un valor de 30.000€
- Es negativo por un valor de -30.000€.
- Es negativo por un valor de -90.000€
- Es igual al capital social: 350.000€

10. La empresa SIMESA de electrodomésticos sigue el siguiente criterio de departamentalización ¿Usted diría que es?



- Departamentalización por productos o servicios
- Departamentalización funcional
- Departamentalización por zona geográfica
- Departamentalización por clientes

11. Una compañía multinacional dedicada a la producción y comercialización de ropa, calzado y complementos está planteándose cerrar una de sus instalaciones en el centro de Europa y trasladar la planta al sudeste asiático ¿Qué nombre recibe esta decisión?

- Outsourcing
- Diversificación
- Joint-Venture
- Deslocalización

12. La empresa YOGURASTUR fabricante de yogures naturales y de diferentes sabores lanza para un mercado naciente formado por consumidores que no pueden tomar lactosa un nuevo producto:

- Penetración de mercado
- Diversificación horizontal
- Diversificación vertical
- Diversificación heterogénea

13. En Mercasturias se encuentra el gran Mercado de Frutas y Hortalizas del Principado de Asturias que vende a todas las fruterías de la región. El lunes, Mercasturias ha comprado a agricultores asturianos un lote de 2000 kg de manzana a un precio de 0,4€/kg. Posteriormente ha comprado una segunda partida de 3.000 kg. a un precio de 0,3€/kg. Durante la semana ha vendido un total de 4.000 kg de manzana a las fruterías a un precio de 0,5€/kg. Calcule el beneficio total que ha logrado Mercasturias esta semana si se utiliza de criterio de valoración de existencias el coste promedio ponderado.

- 600€
- 700€
- 640€
- 780€

14. Una empresa realiza una inversión con un desembolso inicial de 70.000 euros. El flujo de caja del primer año es de 60.000 euros y el segundo de 15.000. La tasa de descuento del 4%. Su VAN será

- 1.560
- 12.308
- 14.894
- 1.026

15. Clasifique la financiación con empréstitos u obligaciones según su procedencia, titularidad y plazo de devolución

- Interna, propia y a corto plazo.
- Externa, propia y a corto plazo.
- Interna, ajena y a largo plazo.
- Externa, ajena y a largo plazo.

16. Un joven empresario necesita comprar una máquina por un valor de 6.000 euros (su único activo). Si compra la máquina espera obtener un BAIT o EBITDA vendiendo productos por valor de 600 euros. Si el tipo de interés es del 8% ¿Cuánto dinero tendrá que pedir prestado el empresario para comprar la máquina y cuanto tendrá que poner de fondos propios si desea que la rentabilidad financiera sea del 12%?

- 4.500€ de fondos ajenos y 1.500€ de fondos propios
- 6.000€ de fondos ajenos y 0€ de fondos propios
- 0€ de fondos ajenos y 6.000€ de fondos propios
- 3.000€ de fondos ajenos y 3.000€ de fondos propios



### ANALICE EL PLAN DE NEGOCIO PARA MONTAR UNA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL – TOTAL 6 PUNTOS-

Este caso se ha preparado a partir del "Plan de Negocio para montar una agencia de marketing digital" publicado en la Revista Emprendedores <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a25934263/plan-de-negocio-crear-agencia-marketing-digital/>

El marketing digital está en auge y los medios digitales concentran los mayores crecimientos de la inversión publicitaria. Redes sociales, blogs, videos, audios, publicidad en Internet, estrategia mobile, etc. juegan hoy en día un papel clave para aprovechar las oportunidades que ofrece la presencia en Internet. Por otra parte existe una demanda real y un mercado amplio: pymes y multinacionales de los distintos sectores, comercios, organismos públicos, emprendedores, profesionales, etc. necesitan en mayor o menor medida los servicios de una agencia de marketing digital.

**CLAVES Y RETOS DE UNA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL:** Sin duda nos encontramos ante una actividad estimulante, creativa y variada. Aunque los comienzos nunca son fáciles, sobre todo si no se cuenta con una cartera inicial de clientes. Además, la competencia en este sector es muy fuerte y variada: agencias grandes y pequeñas, especializadas o de servicios plenos, personal interno de las propias empresas. Asimismo existen sustitutos a las empresas del sector debido al temido intrusismo que acecha peligrosamente. No existen barreras de entrada y son muchos –personas y empresas– los que creen que pueden prestar servicios de marketing digital sin tener la profesionalidad y formación suficientes. El resultado suele ser la prestación de servicios de mala calidad y a precios inferiores a la media, lo que repercute negativamente sobre la imagen y el prestigio del sector. El reto consiste en cautivar a un público más formado, más exigente y más saturado de información que nunca. Para ser competitivos en este entorno también es necesario formarse y actualizarse de forma constante y estar al día de las tendencias, novedades y funcionalidades que van surgiendo diferenciándose así de los competidores.

**SERVICIOS MÁS DEMANDADOS:** El marketing digital abarca una amplia gama de servicios y áreas de especialización cada vez más conocidos y aceptados por los clientes en el mercado y con potencial de crecimiento. Se resumen a continuación:

Diseño, desarrollo y gestión digital. SEO (Search Engine Optimization): optimización web y posicionamiento en buscadores. SEM (Search Engine Marketing): diseño y gestión de campañas de anuncios y enlaces patrocinados en los motores de búsqueda ("marketing de buscadores"). Social Media y Community Management (estrategia, contenidos, gestión, mantenimiento y medición de la comunidad en las principales redes sociales). Analítica digital, E-mail marketing, Mobile marketing y Planes y campañas de afiliados

**LA CONTRATACIÓN DEL EQUIPO:** Una agencia de marketing digital debe contar con distintos profesionales que abarquen todas las especialidades. El reto es rodearse de un equipo de confianza, generoso en la transmisión de sus conocimientos, flexible y dispuesto a seguir aprendiendo. Utilizar y gestionar correctamente herramientas de trabajo colaborativo resulta imprescindible.

En función de los recursos y del tipo de actividad y clientela prevista, se puede optar por una plantilla propia de trabajadores o por apoyarse en proveedores de servicios mediante una red de freelance (autónomos que trabajan por libre).

El rango salarial del sector se sitúa entre 18.000 y 35.000 euros. En cuanto al trabajo freelance es posible encontrar profesionales de todo tipo. Los honorarios se sitúan en su mayoría entre 15 y 25 €/hora, aunque como siempre, dependen del grado de experiencia y de la valía profesional.

**NUESTRO SUPUESTO: INVERSIÓN, FINANCIACIÓN Y BALANCE INICIAL:** En nuestro supuesto ponemos en marcha una agencia que abarca la totalidad de los servicios de marketing digital. Sus promotores son dos



profesionales del sector, especialistas en estrategia digital y desarrollo informático que han decidido crear una S.L para montar su propio negocio. La experiencia previa adquirida como asalariados les ha permitido adquirir conocimientos del negocio y contar con una cartera inicial de clientes. Ofrecen experiencia, seriedad, garantía de calidad y realización del proceso completo a medida. Su público objetivo son las pequeñas y medianas empresas, profesionales independientes y nuevos empresarios de Bilbao y alrededores.

Los socios alquilan una oficina de 50m<sup>2</sup> en el centro de la ciudad, que apenas necesita reforma. Han aportado una cantidad de 25.000€ de fondos propios para la empresa con la que han equipado de ordenadores, impresoras de última generación y la más moderna tecnología por un valor de 8.000€. Se adquieren licencias software y suscripciones a distintas herramientas por valor de 7.000€. La tesorería inicial se establece en 15.000 € que irán destinados en su mayor parte a sufragar los gastos de inicio de la actividad. Para ello, complementando la aportación inicial, se ha pedido y concedido un préstamo que vence a 3 años por un valor de 5.000€.

**PREVISIONES DE VENTAS Y GASTOS Y CUENTA DE RESULTADOS:** Los principales gastos en los que incurre una agencia de marketing digital son los siguientes: Gastos salariales de los socios que trabajan como empleados incluidas seguridad social y servicios pagados a colaboradores freelance, todos ellos estimados en una cantidad de 48.000€ anuales. Alquiler del local por un valor de 12.000€ anuales. Suministros: agua, luz, gas, teléfono, conexión a Internet, combustible por un valor de 3.600€ anuales. Intereses del préstamo a corto plazo por un importe de 600€ anuales. Amortización del inmovilizado material con una tasa del 10% anual.

La experiencia, la creatividad, la eventual especialización o diferenciación de la agencia resultan determinantes, así como su posicionamiento, las características de la clientela y del servicio solicitado, la situación local de la oferta y de la demanda y eventuales costes asociados. En nuestro caso, la nueva agencia cuenta ya con algunos clientes que le garantizan ingresos mensuales recurrentes de 6.000€ durante los primeros seis meses (enero-junio) que esperan incrementar hasta los 9.000€ los siguientes 6 meses. El impuesto de sociedades que pagan es del 25% del resultado neto antes de impuestos

### PREGUNTAS

- 1. PREGUNTA OBLIGATORIA** ¿Qué tipo de empresa crean los socios según su forma jurídica? ¿Qué requisitos según la lectura cumplen de esta forma jurídica? Exponga dos ventajas y dos inconvenientes de ella. **1,5 puntos (0,5 puntos por las dos primeras preguntas y 0,25 por cada ventaja y cada inconveniente)**
- 2. PREGUNTA OBLIGATORIA** Identifique las fuerzas competitivas del modelo de Porter que se explican en el texto **(1 punto)**. ¿Cuál es la estrategia competitiva adecuada en este sector, EXPLIQUE EN QUÉ CONSISTE? **1 punto (0,5 por identificarla y 0,5 por explicarla)**
- DE LAS PREGUNTAS 3 Y 4 ESCOJA SOLO UNA Y RESPONDA A SUS DIFERENTES EPÍGRAFES**
- 3.** ¿En qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra los servicios de marketing digital? ¿Qué se recomienda en esta fase para las empresas? **1,25 puntos (0,5 por identificar la fase del ciclo de vida y 0,75 por explicar las recomendaciones)**. Elabore el balance inicial **(1,25 puntos por el balance bien elaborado)**
- 4.** Si la empresa, en lugar de contratar a sus propios trabajadores acude a freelance ¿Cómo se denomina esta práctica y exponga una ventaja y un inconveniente? **1,25 puntos (0,75 por saber cómo se llama la práctica y 0,25 por ventaja e inconveniente)**. Elabore la cuenta de resultados de la empresa al final del ejercicio con todos los tipos de resultados **(1,25 puntos)**.