

© International Baccalaureate Organization 2023

All rights reserved. No part of this product may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without the prior written permission from the IB. Additionally, the license tied with this product prohibits use of any selected files or extracts from this product. Use by third parties, including but not limited to publishers, private teachers, tutoring or study services, preparatory schools, vendors operating curriculum mapping services or teacher resource digital platforms and app developers, whether fee-covered or not, is prohibited and is a criminal offense.

More information on how to request written permission in the form of a license can be obtained from <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organisation du Baccalauréat International 2023

Tous droits réservés. Aucune partie de ce produit ne peut être reproduite sous quelque forme ni par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris des systèmes de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation écrite préalable de l'IB. De plus, la licence associée à ce produit interdit toute utilisation de tout fichier ou extrait sélectionné dans ce produit. L'utilisation par des tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éditeurs, des professeurs particuliers, des services de tutorat ou d'aide aux études, des établissements de préparation à l'enseignement supérieur, des fournisseurs de services de planification des programmes d'études, des gestionnaires de plateformes pédagogiques en ligne, et des développeurs d'applications, moyennant paiement ou non, est interdite et constitue une infraction pénale.

Pour plus d'informations sur la procédure à suivre pour obtenir une autorisation écrite sous la forme d'une licence, rendez-vous à l'adresse <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organización del Bachillerato Internacional, 2023

Todos los derechos reservados. No se podrá reproducir ninguna parte de este producto de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin la previa autorización por escrito del IB. Además, la licencia vinculada a este producto prohíbe el uso de todo archivo o fragmento seleccionado de este producto. El uso por parte de terceros —lo que incluye, a título enunciativo, editoriales, profesores particulares, servicios de apoyo académico o ayuda para el estudio, colegios preparatorios, desarrolladores de aplicaciones y entidades que presten servicios de planificación curricular u ofrezcan recursos para docentes mediante plataformas digitales—, ya sea incluido en tasas o no, está prohibido y constituye un delito.

En este enlace encontrará más información sobre cómo solicitar una autorización por escrito en forma de licencia: <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

Gestión Empresarial

Nivel Medio

Prueba 1

23 de octubre de 2023

Zona A tarde | Zona B tarde | Zona C tarde

1 hora 15 minutos

Instrucciones para los alumnos

- No abra esta prueba de examen hasta que se lo autoricen.
- Es necesaria una copia sin anotaciones del **estudio de caso de Gestión Empresarial** para esta prueba.
- Lea detenidamente el estudio de caso.
- Es necesaria una copia sin anotaciones de la **hoja de fórmulas de Gestión Empresarial** para esta prueba.
- Sección A: conteste dos preguntas.
- Sección B: conteste la pregunta 4.
- En esta prueba es necesario usar una calculadora.
- La puntuación máxima para esta prueba de examen es **[40 puntos]**.

Sección A

Conteste **dos** preguntas de esta sección.

1. (a) Resuma **dos** motivos por los que *BRD* puede haber elegido el crecimiento externo en lugar del crecimiento interno para su expansión (líneas 32–34). [4]
- (b) Explique cómo puede haber afectado la productividad en *BRD* la relación de Arnold con los empleados y empleadas de la empresa (líneas 66–84). [6]
2. (a) Resuma **dos** formas en las que *BRD* podría modificar su mezcla de marketing en 2024, al pasar a fabricar sus trenes de juguete de plástico en lugar de metal (líneas 126–128). [4]
- (b) Explique el probable impacto en *BRD* del cambio de la producción por lotes a las células de fabricación (líneas 46–64). [6]
3. (a) Resuma **dos** tipos de investigación de mercado secundaria que *BRD* podría haber usado para identificar los motivos de la declinación de las ventas de sus trenes de juguete y sus vehículos de juguete de plástico (líneas 132–134). [4]
- (b) Explique el probable impacto en *BRD* de la venta de capital accionario adicional para resolver su problema de liquidez (líneas 146–166). [6]

Sección B

Conteste la siguiente pregunta.

4. *BRD* fabrica los vehículos de juguete de plástico *Matchfix* en su fábrica de Liverpool. La gama de productos *Matchfix* fue rentable hasta 2020. El mercado es competitivo, y los precios son cada vez más importantes para la clientela. *BRD* utiliza una estrategia de determinación de precios de costo más margen (margen de beneficio), y revisa regularmente los precios de sus juguetes. En 2021, el costo del plástico aumentó en un 20 %, y volvió a aumentar en 2022, en un 25 %. Las ventas de los vehículos de juguete de plástico *Matchfix* cayeron en 2021 y otra vez en 2022.

Para 2022, el 50 % del espacio de la fábrica de Liverpool estaba sin utilizar. El director de marketing, Simpson Smith, quiere atraer a un nuevo segmento de mercado. Sugirió dos opciones para este espacio no utilizado: un centro de ciencias e imaginación, y un museo del ferrocarril.

- **Opción 1: Un centro de ciencias e imaginación.** Incluiría exposiciones interactivas, donde se permitiría a las familias experimentar con vientos, imanes, electricidad y luces. Se necesitaría la presencia de empleados/as con gran capacitación para ayudar con los experimentos.
- **Opción 2: Un museo del ferrocarril.** Incluiría locomotoras y vagones tamaño natural del siglo XX. Se necesitaría un pequeño número de empleados/as que actuaran como guías.

En ambas opciones, la entrada costaría £15 por persona adulta; los niños/as con compañía adulta entrarían gratis. *BRD* también construirá un café. Se pronostican costos fijos para el café de £25 000 al año, y costos variables de £10 por cliente. Simpson predijo que el 80 % de quienes visitaran usarían el café, y que gastarían en promedio £15 por persona adulta. En la **Tabla 1** y la **Tabla 2** se presenta el pronóstico de costos y cifras de visitantes para ambas opciones.

Tabla 1: Pronóstico de costos para la Opción 1 y la Opción 2

	Costos iniciales	Total de costos variables anuales	Total de costos fijos anuales
Opción 1: Centro de ciencias e imaginación	£500 000	£90 000	£360 000
Opción 2: Museo del ferrocarril	£800 000	£30 000	£50 000

Tabla 2: Pronóstico de cifras de visitantes de pago para la Opción 1 y la Opción 2

	Opción 1: Centro de ciencias e imaginación	Opción 2: Museo del ferrocarril
	Cifras de visitantes de pago	
Año 1	30 000	50 000
Año 2	45 000	52 000
Año 3	55 000	55 000
Año 4	63 000	55 000
Año 5	70 000	55 000

(Esta pregunta continúa en la página siguiente)

Véase al dorso

(Pregunta 4: continuación)

- (a) Defina el término *segmento de mercado*. [2]
- (b) Explique **una** ventaja **y una** desventaja para *BRD* de usar una estrategia de determinación de precios de costo más margen (margen de beneficio) para sus vehículos de juguete de plástico *Matchfix*. [4]
- (c) Calcule:
- (i) la cifra de visitantes de pago del café necesaria para que el café obtenga ganancias por £200 000 (*muestre la totalidad del mecanismo*); [2]
- (ii) las ganancias que *BRD* obtendría en el año 3 gracias a la operación del café (*muestre la totalidad del mecanismo*). [2]
- (d) Recomiende si *BRD* debería elegir la **Opción 1** (el centro de ciencias e imaginación) o la **Opción 2** (el museo del ferrocarril). [10]
-