**PREGUNTAS DE REPASO EXAMEN TEMAS 4 Y 5**

**TEMA 4**

1. ¿Qué tipo de mercado son los restaurantes de comida rápida como Mc Donald, KFC, búrguer King? ¿en qué se caracteriza?

Son un mercado de competencia monopolística, ya que hay muchos vendedores que ofrecen productos similares pero diferenciados (por calidad, sabor, etc.), lo que les permite influir parcialmente en los precios​.

1. ¿Qué diferencia existe entre un mercado de competencia perfecta y un mercado de competencia monopolística?

Competencia perfecta: Muchos vendedores y compradores, productos homogéneos, empresas sin control sobre los precios, y libre entrada y salida.

Competencia monopolística: Productos similares pero diferenciados, empresas con cierto poder sobre los precios

1. ¿Qué diferencia existe entre un oligopolio y monopolio?

Oligopolio: Pocos vendedores dominan el mercado y sus decisiones afectan a los demás.

Monopolio: Solo un vendedor, sin competencia, y con gran control sobre los precios​.

1. ¿Qué diferencia existe entre la estrategia del océano rojo y océano azul?

Océano rojo: Alta competencia, competir en precios o calidad.

Océano azul: Crear nuevos mercados sin competencia, innovar y captar nueva demanda​.

1. ¿Cuáles son las fases del método Lean Startup?

Identificar hipótesis.

Crear el Producto Mínimo Viable (PMV).

Medir resultados.

Aprender y decidir: pivotar o perseverar​.

1. Define Producto Mínimo Viable (PMV)

Es una versión básica del producto que permite probar la viabilidad del modelo de negocio con mínimo costo, tiempo y esfuerzo​.

1. Resume los objetivos del Producto Mínimo Viable.

Validar hipótesis.

Aprender del feedback de clientes.

Reducir riesgos y costos​.

1. ¿Cuáles son las herramientas para poder diseñar el Producto Mínimo Viable? Indica cuáles son y defínelas brevemente.

Pruebas A/B: Comparar versiones para ver cuál es más efectiva.

Entrevistas a clientes: Feedback cualitativo.

Técnica conserje: Proveer el servicio manualmente al inicio.

Técnica mago de Oz: Simular el funcionamiento real.

Crowdfunding test: Financiación colectiva para validar ideas​.

1. Define:

Marketing: Estrategia para satisfacer necesidades de clientes y generar beneficios.

Marketing mix: Variables de marketing (producto, precio, promoción, distribución).

Marketing social: Uso del marketing para fomentar cambios positivos en la sociedad.

1. Cumplimenta la siguiente tabla sobre las fases del ciclo de vida del producto

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Demanda (vetas e ingresos) | Estrategias (actuación) |
| Fase de introducción | Ventas bajas; consumidores desconocen el producto. | Promoción intensa para darlo a conocer. |
| Fase de crecimiento | Ventas y beneficios en aumento. | Consolidar mercado y aumentar publicidad. |
| Fase de madurez | Ventas estabilizadas, competencia alta. | Diferenciación y retención de clientes. |
| Fase de declive | Ventas en descenso. | Sustituir el producto o retirarlo del mercado. |

1. ¿Qué variable del marketing mix tiene la mayor influencia en las ventas?

El precio, ya que afecta directamente la percepción del consumidor y la demanda​.

1. En la siguiente tabla, recoge cómo se comporta el precio en función de la fase del ciclo de vida del producto (diapositiva 46).

|  |  |
| --- | --- |
|  | Precio |
| Fase de introducción | Alto (por innovación). |
| Fase de crecimiento | Reducción para ganar cuota de mercado. |
| Fase de madurez | Estable (medio). |
| Fase de declive | Bajos para liquidar stock. |

1. ¿Qué diferencia existe entre la estrategia de penetración y descremación de precios?

Penetración: Precios bajos al inicio para captar cuota de mercado, subiendo después.

Descremación: Precios altos al inicio para posicionar el producto como exclusivo, bajando más tarde​.

1. ¿En qué consiste la estrategia de precios cautivos? Indica un ejemplo de ella.

Es fijar un precio bajo para un producto principal y compensar con un precio alto para el producto complementario.

Ejemplo: impresoras baratas, pero con tintas costosas​.

1. ¿Qué tipos de estrategias de distribución existen? diferencias entre ellas.

Exclusiva: Un solo intermediario por área.

Selectiva: Número limitado de intermediarios.

Intensiva: Usar el mayor número de puntos de venta​.

1. Si una empresa quisiera obtener una cifra de ventas elevadas, ¿cuál sería la estrategia de distribución más adecuada?

La estrategia intensiva, al maximizar puntos de venta​.

1. Define franquicia.

Sistema donde el franquiciador cede al franquiciado el uso de su modelo de negocio, marca y know-how bajo ciertas condiciones

1. ¿Qué aporta el franquiciador?

Marca e imagen.

Formación y asesoramiento.

Publicidad​.

1. ¿En qué consisten los royalties?

Pagos periódicos que el franquiciado realiza al franquiciador por el uso de la marca y modelo de negocio​.

1. Ventajas de vender a través de internet.

Reducción de costes al eliminar intermediarios.

Acceso a nuevos mercados, incluso geográficamente distantes​.

1. Enumera y define las actividades de promoción existentes, indicando ejemplos.

Publicidad: Anuncios en medios masivos (ej., spots en TV).

Relaciones públicas: Mejorar la imagen pública de la empresa (ej., patrocinios).

Promoción de ventas: Incentivos de corto plazo (ej., muestras gratuitas).

Fidelización: Retener clientes (ej., programas de puntos)​.

1. Carrefour permite acumular cheques descuentos para futuras compras, es un ejemplo de promoción…

Fidelización

1. Enumera las distintas acciones de marketing a través de internet.

Páginas web.

Perfiles en redes sociales.

Vídeos publicitarios.

Blogs.

Banners.

E-mailings​.

1. ¿Qué son los banners?

Piezas publicitarias dentro de páginas web que redirigen a la página del anunciante​.

**TEMA 5**

1. Si quisieras trabajar por cuenta propia, ¿cómo podrías hacerlo?

Puedes trabajar por cuenta propia como:

Autónomo: Ejerciendo una actividad económica directamente, con responsabilidad ilimitada.

TRADE: Trabajador Autónomo Económicamente Dependiente, cuyos ingresos dependen al menos en un 75% de un solo cliente​.

1. Diferencia entre responsabilidad limitada e ilimitada.

Responsabilidad limitada: Los socios solo responden por el capital que aportaron.

Responsabilidad ilimitada: Los socios responden con todo su patrimonio personal por las deudas​.

1. Diferencia entre responsabilidad solidaria y subsidiaria.

Solidaria: El acreedor puede exigir toda la deuda a un socio, quien luego reclamará a los demás.

Subsidiaria: Primero se exige a la empresa y solo si esta no puede pagar, se exige a los socios​.

1. ¿Qué aspectos debes tener en cuenta a la hora de escoger la personalidad jurídica de tu empresa?

Grado de responsabilidad de los socios.

Número de socios necesarios.

Capital mínimo exigido.

Régimen fiscal e impuestos aplicables​.

1. ¿Qué diferencia existe entre autónomos y sociedades en cuanto al pago de impuestos?

Autónomos: Pagan IRPF según sus ingresos.

Sociedades: Pagan el impuesto sobre sociedades (generalmente un 25%, aunque las nuevas empresas tienen incentivos)​.

1. ¿Qué es un TRADE?

Un Trabajador Autónomo Económicamente Dependiente, que percibe al menos el 75% de sus ingresos de un cliente principal. No puede subcontratar ni tener empleados a su cargo​.

1. ¿A qué se limita la responsabilidad del emprendedor de responsabilidad limitada?

A su vivienda habitual, siempre que no supere los 300.000 euros y esté inscrita en el Registro Mercantil y de la Propiedad. No incluye deudas de derecho público como con la Seguridad Social​.

1. ¿Qué es una acción/participación?, ¿cómo se denomina su valor?, ¿cómo se divide el CS en sociedades de responsabilidad limitada? ¿cómo se divide el CS en sociedades anónimas?

Acción/participación: Parte proporcional del capital social (CS) de la empresa.

Valor nominal: Parte del CS que representa cada acción o participación.

División del CS: En sociedades limitadas: Participaciones.

En sociedades anónimas: Acciones​.

1. En la actualidad, se admite constituir una sociedad limitada con un CS mínimo de 1 euro, pero tiene una limitación ¿cuál es?

Debe destinar el 20% de los beneficios a la Reserva Legal hasta alcanzar un mínimo de 3.000 euros​.

1. ¿De qué se encarga la junta general y el órgano de administración en las sociedades de capital?

Junta general: Toma decisiones estratégicas y de gran relevancia, como distribución de beneficios o ampliación de capital.

Órgano de administración: Gestiona y representa la sociedad​.

1. ¿Qué diferencia existe entre las cooperativas de primer y segundo grado con respecto al número de socios?

Primer grado: Formadas por personas físicas, mínimo 3 socios.

Segundo grado: Formadas por personas jurídicas, mínimo 2 socios​.

1. ¿Quiénes son los órganos de gobierno de una cooperativa? ¿de qué se encargan?

Asamblea general: Órgano supremo, toma decisiones estratégicas.

Consejo rector: Gobierna y representa la cooperativa.

Interventor: Fiscaliza las cuentas y la gestión​.

1. ¿Cómo se solicita el registro de una marca? ¿por cuánto tiempo se otorga?

Se presenta la solicitud en el órgano competente de la comunidad autónoma del solicitante. Se otorga por 10 años, renovables por períodos de igual duración​.

1. ¿Qué derecho otorga la patente?

El derecho exclusivo a explotar un invento con aplicación industrial. Tiene una duración de 20 años improrrogables​.