

© International Baccalaureate Organization 2021

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 2021

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, 2021

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 Superior

### Prueba 1

Viernes 30 de abril de 2021 (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 del **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]**.

Página en blanco

## Sección A

Conteste **dos** preguntas de esta sección.

1. (a) Resuma **dos** beneficios para *MM* de la contratación de servicios externos (*outsourcing*) para la gestión de recursos humanos (líneas 59–62). [4]
- (b) Explique cómo se ha diferenciado *MM*. [6]
2. (a) Con referencia a *MM*, resuma **dos** fuentes de financiamiento apropiadas para la toma de control del estudio cinematográfico de la India (líneas 165–169). [4]
- (b) Explique cómo podrían haberse evitado los problemas ocasionados por Clare (líneas 98–114) mediante un sistema de evaluación formal. [6]
3. (a) Resuma **dos** motivos por los que *MM* podría trasladar todas sus operaciones a Bengaluru (líneas 141–163). [4]
- (b) Explique en qué sentido el contrato que se propone con el País X puede entrar en conflicto con los objetivos éticos de *MM* (líneas 130–140). [6]

## Sección B

Conteste la siguiente pregunta.

4. El crecimiento de *MM* se ha visto impulsado por el punto de venta único/la proposición única de venta de la empresa, que consiste en la rápida respuesta a las necesidades de los clientes, y por la gran calidad de su servicio al cliente. Los empleados nuevos realizan una capacitación minuciosa que los prepara para:
- Descubrir cuáles son los objetivos del cliente
  - Ayudar al cliente a elaborar un plan de marketing
  - Trabajar en estrecha colaboración con el cliente a medida que *MM* desarrolla la estrategia de marketing
  - Mantener vínculos con el cliente para prestar un servicio posventa eficaz

La empresa adopta un enfoque multicultural con respecto a los clientes, empleados y otros grupos de interés. El enfoque de *MM* con relación a la diversidad es una de las características de la empresa que los grupos de interés dicen apreciar. La empresa también se asegura de dar cabida a muchas diferencias culturales.

Según un servicio empresarial que provee mediciones del comportamiento social en cada país, en las empresas británicas:

- Los empleados están acostumbrados a trabajar en una sociedad competitiva e individualista.
- Los empleados suelen tomar responsabilidad individual por sus propias acciones y decisiones.
- La competencia es elevada tanto entre los empleados como entre los clientes.
- Los clientes están acostumbrados a cambiar de proveedor cuando el servicio es malo o los competidores ofrecen un mejor trato.

En comparación, las empresas indias:

- Se basan en estructuras de poder más enfocadas en el trabajo de equipo que en la individualidad.
- Tienden más a organizarse por jerarquías.
- Gozan de una mayor lealtad de sus clientes.
- Son más formales con sus clientes.
- Consideran importante forjar relaciones comerciales.
- Están sujetas a más variación cultural de una empresa o región a otra.

Mantener altos niveles de servicio al cliente es costoso. Los costos de *MM* están en aumento (línea 122). A Rachel le preocupan las finanzas de *MM*, y está examinando las cuentas más recientes de la empresa, de 2019 y 2020 (**Tabla 1**), para detectar problemas.

**Tabla 1: Selección de datos financieros de *MM* para 2019 y 2020**

	2019	2020
Ingresos por ventas (millones de \$)	175	146
Caja (millones de \$)	20	10
Deudores (millones de \$)	18	16
Existencias (millones de \$)	2	4
Sobregiros (millones de \$)	0	5
Otros acreedores (millones de \$)	30	20

**(Esta pregunta continúa en la página siguiente)**

**(Pregunta 4: continuación)**

- (a) Defina el término *punto de venta único/proposición única de venta*. [2]
  - (b) (i) Calcule el período/plazo de cobro de *MM* al cierre de 2020 (*muestre la totalidad del mecanismo*). [2]  
(ii) Explique **un** método que *MM* podría utilizar para mejorar su liquidez. [2]
  - (c) Explique cómo el elemento “personas” de la mezcla ampliada de marketing ha influido en la estrategia de marketing de *MM*. [4]
  - (d) Discuta cómo las diferencias culturales dentro de *MM* pueden influir en las relaciones entre empleadores y empleados. [10]
- 

**Fuentes:**