

1. Defina el concepto de empresario innovador. (Junio 2003)
2. Dentro de las estrategias de diversificación se distingue entre diversificación horizontal y diversificación vertical. Indique las diferencias entre ambas estrategias. (Septiembre 2003)
3. Explique las diferencias entre las teorías empresario-riesgo y empresario-innovador (1 punto). ¿Cómo justifican ambas teorías el concepto de beneficio? (Junio 2004).
4. ¿Qué se entiende por entorno genérico y por entorno específico? (1 punto). Diga a cuál de los entornos pertenecen cada uno de los siguientes elementos: proveedores, tipos de interés, la competencia del sector, las relaciones con los sindicatos, la tasa de paro (Septiembre 2004).
5. Explique la relación de intercambio económico que se produce entre empresas y familias o economías domésticas (Junio 2005).
6. La empresa TEX se enfrenta a los siguientes desafíos: un fortalecimiento del euro, que encarece sus exportaciones a Estados Unidos y Latinoamérica; una mayor competencia en el mercado nacional por parte de otras cadenas de moda nacionales e internacionales; un aumento del precio del petróleo que repercute negativamente en sus costes; y la entrada en la Unión Europea de países de Europa Central y del Este, que abre la posibilidad de nuevos mercados. Indique qué desafíos corresponden a cambios en el entorno específico y cuáles corresponden a cambios en el entorno genérico o general. Justificar las respuestas (Septiembre 2005).
7. Clasifique los siguientes factores como pertenecientes al entorno genérico o al específico: el tipo de cambio, las relaciones con los sindicatos, el nivel cultural de la población, los clientes y las infraestructuras. (Junio 2006)
8. Indique cuáles de los siguientes cambios se refieren al entorno específico de la empresa Iberia:
  - a.- La entrada en el mercado español de compañías aéreas de bajo coste.
  - b.- El endurecimiento de las normas europeas de seguridad aérea.
  - 3.- Una huelga de controladores aéreos.
  - d.- Una reforma laboral que reduce el coste del despido.Justifica la respuesta en cada caso. (Septiembre 2006)
9. Defina la empresa como sistema, representándola gráficamente y explique tres de sus características. (Septiembre 2006)
10. Explique cuál es el objetivo de la cooperación empresarial y las diferentes formas de cooperación que se pueden llevar a cabo (Septiembre 2006)

11. Las empresas en su desarrollo pueden crecer por medio de la especialización o a través de la diversificación. Explique el significado del crecimiento por diversificación y los tipos de diversificación existentes. Ilustre las respuestas con un ejemplo (Modelo 2007).
12. Enumere y defina las áreas funcionales más características de la empresa (Junio 2007).
13. Defina los diferentes tipos de costes según su relación con la cantidad producida. Ponga un ejemplo de cada uno de ellos (Septiembre 2007).
14. Un empresario posee una empresa dedicada a la venta de productos ibéricos; dicha empresa se encuentra situada en un centro comercial en la zona norte de Madrid. Este empresario piensa ampliar su actividad comercial con la venta de productos típicos portugueses ¿podría ampliar exclusivamente la actual tienda o tendría que vender los nuevos productos en otro lugar? ¿qué criterios tendrá que utilizar para tomar la decisión? (Junio 2008). Podéis añadir conceptos del tema 6.
15. Considere los siguientes cambios en el entorno de un fabricante estadounidense de programas de ordenador (software). En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o específico, justificando su respuesta: (a) una reducción de los tipos de interés en Estados Unidos; (b) el lanzamiento de un nuevo sistema operativo que obliga a actualizar los otros programas de ordenador; (c) la aparición de nuevos fabricantes de software en la India; (d) una reducción de impuestos en Estados Unidos (Septiembre 2008).
16. La figura del empresario, como el cuarto factor de producción, ha sido muy detallada a lo largo de la historia. Mencione, al menos, dos autores que hayan hecho definiciones sobre alguna característica que define al verdadero empresario y resuma sus contribuciones (Modelo 2009).
17. Explique qué es una estrategia de diversificación (Septiembre 2009).
18. Defina la especialización y la diversificación y señale las principales diferencias entre ambas (Modelo 2010).
19. Identifique y explique dos aspectos negativos y dos aspectos positivos de la empresa multinacional (Modelo 2010).
20. Considere los siguientes cambios en el entorno de un fabricante español de mesas de aluminio. En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o específico, justificando su respuesta:
  - (a) Un aumento en el precio del aluminio que se utiliza para la producción de mesas.
  - (b) Un rebaja de la cuota empresarial de la Seguridad Social.
  - (c) Una reforma laboral que reduce el coste de los despidos.
  - (d) La aparición en el mercado de una maquinaria especializada en realizar perfiles de las planchas de aluminio de alta calidad (Modelo 2010).

21. Defina las formas de crecimiento por las que puede optar la empresa (Junio específica 2010)
22. Explique la estrategia de desarrollo de la empresa basada en la diversificación (Junio específica 2010).
23. Explique los diferentes tipos de entorno empresarial (1 punto) y justifique, razonadamente, qué cambio de los siguientes se refieren a un tipo o a otro:
  - a) Una nueva normativa de seguridad en las plantas nucleares.
  - b) El aumento en la natalidad de un país.
  - c) La puesta en marcha de líneas de alta velocidad.
  - d) La bajada de los tipos de interés (Junio específica 2010).
24. Defina qué se entiende por entorno genérico y entorno específico en una empresa (1 punto). Ponga dos ejemplos de cada uno de ellos y justifique su inclusión en dichos entornos (Junio general 2010).
25. Muestre las distintas opciones de crecimiento de una empresa, a través de la matriz mercado/producto (Junio general 2010).
26. Cite y describa dos criterios para clasificar a una empresa según su dimensión, que no sea el número de trabajadores de la misma (Septiembre específica 2010)
27. Considere los siguientes cambios en el entorno de un fabricante español de ropa deportiva. En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o en el entorno específico, justificando su respuesta: (a) una reducción de los tipos de interés en la "eurozona" (b) un aumento del precio de las materias primas textiles debido a una mayor demanda de los productores chinos; (c) una reforma de la legislación laboral en España, que introduce nuevos tipos de contratación; (d) un aumento de la práctica del baloncesto en España (Septiembre específica 2010).
28. Explique la estrategia de desarrollo de la empresa: a través del crecimiento interno (0,5 puntos) y del crecimiento externo (Septiembre general 2010).
29. Señale y explique, razonadamente, cuatro factores para medir la dimensión de la empresa (Septiembre general 2010).
30. Indique y explique cuatro de los principales criterios para medir la dimensión de la empresa (Modelo 2011)
31. Explique y defina el derecho preferente de suscripción (Modelo 2011).
32. Explique en qué consiste la estrategia de desarrollo de productos y ponga un ejemplo (Junio 2011).
33. Una estrategia de desarrollo de una empresa puede llevarse a cabo mediante el crecimiento externo. Explique en qué consiste, y a qué situación da lugar (Septiembre 2011).
34. Considere los siguientes cambios en el entorno de un productor español de aceite de oliva virgen. En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o en el entorno específico, justificando su respuesta: (a) la

- aprobación oficial de una nueva denominación de origen de aceite de oliva español; (b) un aumento del desempleo, que lleva a los consumidores a reducir el consumo de aceite de oliva virgen y aumentar el consumo de aceite de girasol; (c) la aprobación de un régimen fiscal especial para las cooperativas agrícolas olivareras; (d) la fusión de las dos principales empresas españolas productoras de aceite de oliva (Modelo 2012).
35. ¿Qué agentes económicos existen, además de la empresa? (0,5 puntos). Explique su función (Junio 2012).
36. Una empresa que se dedica a la producción de calzado de lujo se plantea que los siguientes hechos, que se han producido a lo largo del ejercicio económico anterior, han incidido en la disminución de los beneficios de la empresa, al ser los hechos del entorno específico: a) el Banco Central Europeo ha incrementado los tipos de interés; b) se incrementa el precio de la gasolina; c) los salarios del sector zapatero se han incrementado en un 1%; d) el mercado de trabajo se ha reformado disminuyendo las gratificaciones por despido; e) los curtidores han realizado una huelga de 2 meses subiendo los proveedores las pieles un 7%; f) el alquiler de las naves ha disminuido en 500.000 euros anuales. Se pide:
- a) ¿Es correcta la interpretación de la empresa del entorno específico? ¿Por qué?
- b) ¿Cuál de los hechos anteriores, del entorno específico, si pueden incidir en la disminución de los beneficios y por qué? (Junio 2012).
37. Explique en qué consiste la estrategia de desarrollo de la empresa basada en el crecimiento interno. Ponga dos ejemplos de acciones realizadas en el seno de una empresa que estén encaminadas hacia dicha estrategia (Junio 2012).
38. Defina el concepto de entorno específico y el concepto de entorno general de la empresa (Septiembre 2012).
39. Una empresa productora de automóviles que se encuentra localizada en la Comunidad de Madrid, decide trasladar la fábrica a otro país en vías de desarrollo. Se pide: a) ¿qué fenómeno económico se está produciendo? (respuesta: la deslocalización); b) defina dicho fenómeno (0,5 puntos); c) ¿qué criterios habrá utilizado la empresa para buscar el nuevo país para la fabricación? (Septiembre 2012).
40. Explique los factores que pueden llevar a una empresa a adoptar una dimensión internacional (Septiembre 2012).
41. Defina el concepto de empresa y explique dos de las funciones que la empresa realiza (Modelo 2012).
42. Una empresa, en uno de sus informes anuales expone una serie de códigos y políticas de conducta como: la garantía de igualdad de trato y de oportunidades de los empleados, la seguridad e higiene en el trabajo, el compromiso ambiental o la conciliación de la vida personal y laboral. Denomine

y explique someramente el tipo de informe que contendrá esta información. Exponga algunas ventajas competitivas para la empresa derivadas de la elaboración y publicación de dichos códigos y políticas (Respuesta: RSC. Septiembre 2012).

43. Una empresa productora de artículos de oficina ha decidido subcontratar la gestión de su página web. Esta página web incluye información general de la empresa e información acerca de sus productos, y ofrece la posibilidad de realizar compras directamente a través de internet. Explique en qué consiste la subcontratación. Explique qué ventajas e inconvenientes puede tener la subcontratación para esta empresa. (Modelo 2013)

1. Indique las diferencias entre el IRPF i el Impuesto de Sociedades (Junio 2003)
2. Indique las ventajas e inconvenientes que tengan las pequeñas y medianas empresas frente a las grandes (Junio 2004)
3. Enumere tres formas en que se puede clasificar una empresa. Un grupo de abogados con poco capital inicial deciden montar un bufete, razone qué tipos de empresa le recomendaría utilizando el criterio jurídico (modelo 2005)
4. Una pareja de recién licenciados decide montar una consultoría y no saben si constituir una sociedad de responsabilidad limitada o trabajar como empresarios individuales. Enumere dos características de cada forma jurídica. (Septiembre 2005).
5. Señale tres diferencias entre acciones y obligaciones desde el punto de vista financiero (Modelo 2006)
6. El proceso de globalización que afecta actualmente a las empresas contribuye a su internacionalización.  
En este sentido se pide: (Junio 2006)
  - a) Explique qué es una empresa multinacional.
  - b) Indique tres alternativas que tiene una empresa multinacional para expandirse. Explique su respuesta con un ejemplo de cada caso.
7. Clasifique las empresas según su naturaleza económica (Modelo 2007)
8. Clasifique las siguientes empresas según su actividad (o sector al que pertenecen): una explotación ganadera, una empresa textil, un hotel, un hipermercado, una empresa constructora (Septiembre 2007).
9. Explique la clasificación de las empresas según la propiedad del capital (Septiembre 2007).
10. Defina el concepto de multinacional (modelo 2008).
11. Explicar el significado de valor efectivo (valor de mercado) de una acción y de valor nominal de una acción (Junio 2008).
12. Enumere y explique los sectores en que se divide la actividad económica. Ponga dos ejemplos de empresas pertenecientes a cada uno de ellos (Junio 2009).
13. ¿Qué es y para qué sirve la prima de emisión en una ampliación de capital? (Septiembre 2009).
14. Explique cómo afectan al poder de negociación de una empresa:
  - a) La fusión de algunos de sus principales proveedores.
  - b) La fusión de algunos de sus clientes más importantes (Septiembre 2009).
15. Señale y justifique si las siguientes características de las empresas pequeñas y medianas son ventajas o inconvenientes para su competitividad: cualificación y formación del personal, financiación, flexibilidad de la organización y proximidad al cliente (Modelo 2010).
16. La empresa NISER presenta un proyecto para instalarse en la Comunidad de Madrid. ¿Qué cuatro variables y criterios de localización más relevantes debería

tener en cuenta para tomar la decisión correcta? Justifique la respuesta y señale un ejemplo en cada caso (Modelo 2010).

17. Señale y explique la clasificación de las empresas según la titularidad de su capital (Junio general 2010).
18. Defina las sociedades mercantiles (0,5 puntos) y exponga dos ejemplos de las mismas (Septiembre general 2010).
19. Señale y comente cuatro características del empresario individual (Modelo 2011).
20. Defina el concepto de empresa multinacional. Cite brevemente qué factores impulsan a una empresa a adoptar una dimensión multinacional (Junio 2011).
21. Según la forma jurídica de las empresas, defina qué es el empresario individual (Junio 2012).

1. Defina el concepto de organigrama y describa los distintos tipos de organigrama que conoce. (Junio 2003)
2. Cite tres incentivos que incidan en la motivación laboral (Junio 2004).
3. Explique cuál es la función del organigrama en una organización. (Septiembre 2004)
4. Jorge, Sonia y Carlos trabajan en la empresa TREK, S.A. Jorge es el director del departamento de producción, Sonia es la directora del departamento comercial y Carlos es un empleado de este último departamento. Explique los distintos tipos de comunicación interna que se pueden establecer entre estos tres trabajadores (Septiembre 2005).
5. Explique la escuela de la Organización Científica del Trabajo. (Junio 2006)
6. Explique los tipos de comunicación interna que puede existir en la empresa (Septiembre 2006)
7. Defina los conceptos de planificación y control, y explique cómo están relacionados (Septiembre 2006)
8. Explique por qué pueden surgir los conflictos dentro de un equipo de trabajo, y proponga dos iniciativas para superarlos y conseguir un mayor nivel de eficiencia en el desarrollo de los trabajos (Septiembre 2006)
9. La motivación constituye uno de los principales factores que inciden en la productividad. Explique cuáles son los criterios en que se basan los métodos de motivación de los trabajadores para conseguir incrementar su nivel de productividad e indique dos ejemplos (Modelo 2007)
10. Realice un esquema en el que se recojan los diferentes tipos de organigramas que pueden realizar en una empresa (Modelo 2007)
11. Defina qué es un plan estratégico (Modelo 2007)
12. Explique cuáles son los principios de la filosofía taylorista (Junio 2007)
13. Explique en qué consiste la función de organización (Modelo 2008)
14. Explique cuáles han sido las principales aportaciones de Frederick W. Taylor y Henry Fayol a la teoría de la organización. (Modelo 2008).
15. Defina en qué consiste la función de planificación en una empresa (Modelo 2008)
16. Una empresa grande va a abrir una nueva sucursal y necesita nuevo personal. Enumere los pasos que debe seguir el departamento de recursos humanos para realizar una correcta selección de personal (Modelo 2008).
17. J. P. es un estudiante recién licenciado que ha encontrado un empleo en una empresa situada en un parque empresarial. En su cometido tendrá que dirigir a un grupo de 20 trabajadores de muy diversa índole. ¿Qué se entiende por estilo de dirección? Ponga dos ejemplos de estilos de dirección. Enumere y explique la clasificación que realizó McGregor (Junio 2008).
18. Para una empresa, determine qué diferencia fundamental existe entre los siguientes conceptos:
  - a) Organigrama estructural y organigrama funcional.
  - b) Negociación colectiva y convenio colectivo.
  - c) Procedimientos y reglas.
  - d) Productividad y competitividad (Septiembre 2008).
19. Defina la función de planificación de la empresa (Modelo 2009)

20. Señale y defina los tipos de organigramas clasificándolos según su finalidad (Modelo 2009)
21. Defina el concepto de organigrama. Señale dos de las características que debe cumplir un organigrama (Septiembre 2009).
22. Defina la diferencia entre un organigrama estructural y uno funcional (Septiembre 2009)
23. Defina la diferencia entre un procedimiento y una regla (Septiembre 2009)
24. Una empresa quiere motivar a sus directivos, para lo cual, entre los diferentes sistemas existentes, va a implantar uno basado en la consecución de objetivos. ¿A qué sistema de dirección nos estamos refiriendo? ¿Qué modalidades de participación de los empleados puede haber en este tipo de sistema? (Septiembre 2008)
25. Defina la función de planificación en la empresa (Junio 2009).
26. Explique las siguientes características del experto en dirección de empresas: innovador, líder, estrategia y negociador (Septiembre 2009).
27. Explique qué es la organización formal y exponga dos diferencias con la organización informal. (modelo 2010)
28. Represente en forma de pirámide la jerarquía de las necesidades de Maslow (Junio 2010)
29. Explique brevemente qué problemas puede tener una empresa que carezca de una buena dirección de recursos humanos (Junio específica 2010).
30. Explique en qué consiste la tarea directiva (Junio general 2010).
31. Explique en qué consiste la organización de la empresa que presta servicios culturales y señale y comente dos principios organizativos de la misma Septiembre específica 2010)
32. Represente en forma de pirámide la jerarquía de las necesidades de Maslow (Septiembre general 2010).
33. ¿Qué se entiende por organización de una empresa? (Modelo 2011).
34. Explique los factores de motivación del trabajador en una empresa (Modelo 2011).
35. Determine la diferencia fundamental entre un plan estratégico y un plan táctico, así como entre los conceptos de políticas y procedimientos dentro de una empresa (Junio 2011).
36. Explique si es lo mismo un directivo que un líder en cuanto a las fuentes de poder de donde emana su autoridad. Razone qué estilo de liderazgo se ajusta más a los modelos participativos de toma de decisiones (Septiembre 2012).
37. Defina el concepto de Dirección Participativa por Objetivos y explique las distintas fases o etapas que llevaría a cabo para implantarlo en el departamento de ventas de una empresa (Modelo 2012).
38. Una empresa produce programas informáticos y su departamento de investigación y desarrollo se encarga de encontrar nuevas ideas y de aplicarlas a la creación de nuevos productos. Explique que estilo de liderazgo sería más adecuado para este departamento, detallando las ventajas que ofrecería (Junio 2011 materias coincidentes).
39. Explique qué efecto tiene la especialización de tareas sobre la motivación de los empleados (Junio 2011 materias simultáneas).
40. Qué supone para la motivación de los trabajadores la especialización. Con qué teorías están relacionados estos conceptos.
41. Funciones del departamento de Recursos Humanos.



1. Las empresas toman decisiones sobre su política de aprovisionamiento atendiendo a la importancia relativa de los costes que los inventarios pueden generar. Explique cuáles son estos costes y cómo se comportan en relación al volumen de existencias que se soliciten a los proveedores en cada pedido. (Junio 2003)

2. En una fábrica manufacturera: ¿qué se entiende por existencias? ¿Qué tipos conoce? (septiembre 2003)

3. Explique brevemente los siguientes criterios de valoración de existencias: precio medio ponderado

(PMP); primera entrada o first input - primera salida o first output (FIFO) y última entrada o last input -

Primera salida o first output (LIFO) (1 punto). En una economía con inflación, ¿qué criterio de valoración de los tres anteriores representa un mayor valor de las existencias finales? Razone la respuesta (junio 2004)

4. FUTURU, S.L., es una empresa de distribución de material informático. Entre otros productos, vende de forma regular ordenadores, hasta un total de 300 al cabo del año. Ella, a su vez, los compra a un fabricante de Singapur que le hace una serie de envíos a lo largo del año. A FUTURU le cuesta 30.000

u.m. tramitar cada pedido y 20.000 u.m. mantener un ordenador almacenado un año.

¿Cuántas unidades debería adquirir en cada período?

Calcule los costes anuales originados por los stocks (septiembre 2004). Hecho en clase.

5. La empresa conservera Mar del Norte, S.A., utiliza anualmente 200.000 envases metálicos, de determinado tipo, para sus productos. Cada envase le cuesta 20 u.m., siendo su coste anual de mantenimiento 3 u.m. El coste de cursar cada uno de los pedidos es de 3.000 u.m. El stock de seguridad que mantiene la empresa es de 2.000 envases. Se desea conocer:

a) El tamaño de pedido.

b) El coste anual total del inventario (septiembre 2004).

6. La empresa SEGER, S.A., que realiza una actividad de carpintería, durante el último trimestre del año ha realizado las siguientes operaciones:

- Ha adquirido y consumido 120 metros cúbicos de madera a 116 u.m. el metro cúbico (IVA incluido).

- Ha empleado 600 horas-hombre de mano de obra directa a 500 unidades monetarias la h/h.

- Ha consumido 2.000 Kw de energía eléctrica a 10 unidades monetarias el Kw.

- Los costes de amortización de las instalaciones se han calculado en 66.000 unidades monetarias.

- Se han producido y vendido 1.000 mesas. El precio de venta unitario ha sido de 600 unidades monetarias.

Con los datos anteriores, se pide:

a) Calcule el coste de fabricación unitario de las mesas (junio 2006).

7. Explique brevemente los siguientes criterios de valoración de existencias: Precio Medio Ponderado (PMP); Primera entrada o first input Primera salida o first output (FIFO) y Última entrada o last input Primera salida o first output (LIFO).

En una economía con inflación, ¿Qué criterio de valoración de los tres anteriores dará lugar a un mayor valor de las existencias finales? Razone la respuesta (Junio 2007).

1. Defina cuáles son los componentes del coste del producto y defina el tipo de coste que representan atendiendo a su naturaleza (Junio 2004).
2. Explique las diferencias entre productividad de un factor y productividad global de la empresa (Junio 2004).
3. Explique el concepto de investigación y desarrollo (I+D) e identifique las diferentes categorías en que se clasifica (Septiembre 2004).
4. Explique la relación de intercambio económico que se produce entre empresas y familias o economías domésticas (Junio 2005).
5. Explique las diferencias entre productividad y eficiencia productiva (Junio 2005)  
 La productividad mide la capacidad de uno o varios factores productivos en la producción de uno o varios productos. En el caso, de la productividad individual de un factor respecto a un producto indica el número de unidades de producto que se obtienen por unidad empleada del factor productivo. La eficiencia productiva intenta determinar la combinación de factores productivos que permite obtener la máxima producción con el mínimo uso de los mismos. Se puede medir mediante la eficiencia técnica o económica.
6. Defina qué es la productividad y la rentabilidad empresarial y explique las principales diferencias entre una y otra (Junio 2007).
7. Con respecto al concepto de eficiencia:
  - a) Explique la diferencia entre un proceso productivo técnicamente eficiente y un proceso productivo económicamente eficiente
  - b) Entre las diferentes combinaciones (procesos productivos) de factores de producción  $V_1$  y  $V_2$  que permitirían obtener una misma cantidad de producto X, que se exponen a continuación, determine la pareja o parejas de valores que, sin ninguna duda, se pueden considerar procesos ineficientes (Junio 2007).

$V_1$	5	7	9	17	10	12
$V_2$	16	10	6	4	32	6

8. Defina los diferentes tipos de costes según su relación con la cantidad producida. Ponga un ejemplo de cada uno de ellos (Septiembre 2007).
9. Clasifique las siguientes empresas según su actividad (o sector al que pertenecen): una explotación ganadera, una empresa textil, un hotel, un hipermercado, una empresa constructora (Septiembre 2007).
10. Defina qué es el umbral de rentabilidad o punto muerto (0,5 puntos) y comente su significado (Junio 2008)
11. Defina el concepto de productividad del factor trabajo en una empresa y explique de qué factores depende la productividad (Septiembre 2008).
12. Señale y defina los diversos tipos de factores de producción (Septiembre 2008).
13. Con respecto a una empresa y para un determinado ejercicio económico (año contable), determine los datos de los que debería disponer para poder determinar:
  - a) El coste total unitario.
  - b) El coste fijo medio.

- c) El Ingreso unitario.
- d) El Beneficio unitario (Septiembre 2008).
14. Explique qué se entiende por proceso de producción y señale dos sistemas de producción (Modelo 2009).
  15. La empresa CU se dedica a la fabricación de mesas, siendo su principal factor productivo la madera. El 2 de abril adquiere madera por un importe de 3.000 euros, que almacena. El 5 de abril, el consumo de madera se eleva a 2.500 euros y, finalmente, el 5 de mayo se paga la compra.  
Señale, de forma razonada, la incidencia en los costes de producción de la empresa de: la compra, el consumo y el pago del factor productivo madera.
  16. Clasifique y defina cuatro costes de la empresa en función de su incidencia en la producción (Septiembre 2009).
  17. En los últimos años, la producción “justo a tiempo” se ha convertido en el sistema de producción dominante en la industria del automóvil. Explique brevemente dos de las ventajas que los fabricantes de automóviles obtienen por el hecho de utilizar este sistema de producción (Junio específica 2010).
  18. Explique y señale la importancia de la inversión en innovación tecnológica en un marco de competencia global (Modelo 2012).
  19. Explique en qué consiste el proceso productivo, cuáles son sus entradas o inputs y cuáles son sus productos u outputs. Indique los objetivos que debe perseguir el director de producción de una empresa (Junio 2012).
  20. Defina la productividad como indicador de la medida de la eficiencia de una empresa. Señale dos situaciones que supongan un incremento de la productividad (Modelo 2012).
  21. Explique en qué consiste la responsabilidad medioambiental de la empresa ¿Cuál es la incidencia esperada de esta responsabilidad sobre los resultados de la empresa? ¿Existe alguna relación entre ella y el posicionamiento de los productos comercializados por la empresa? Justifique sus respuestas. (Modelo 2012)
  22. Explique el papel de la tecnología en un proceso de producción. Explique el efecto de un cambio tecnológico sobre la función de producción (Septiembre 2012).

1. Las personas de la tercera edad forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas. Indique cómo sería el marketing-mix que recomendaría a una agencia de viajes de su localidad interesada en este segmento. (Junio 2003)
2. La promoción de ventas es la parte fundamental del marketing. Defina cuáles son sus elementos fundamentales. (Junio 2003)
3. ¿Qué es el ciclo de vida del producto? ¿Cuáles son sus fases? Indique en qué fase se encuentran los siguientes productos: líneas ADSL, teléfono móvil, horno microondas, televisión de alta definición, horno de gas. (Septiembre 2003)
4. Una empresa dedicada a la fabricación de teléfonos móviles, quiere ofertar dos productos diferentes. Con la información anterior se pide:
  - Determine los segmentos de mercado (socioeconómico) a los que irán dirigidos estos productos.
  - Determine las decisiones de marketing mix que debe tomar esta empresa (Septiembre 2003).
5. En una empresa de fabricación de electrodomésticos se está planteando la externalización de la distribución y venta de sus productos, que hasta ahora se realizaba a través de una red de tiendas propias establecidas en todo el territorio nacional. ¿Qué ventajas e inconvenientes puede plantear esta decisión de externalización de los canales de distribución? Proponga dos alternativas que sirvan para llevarla a cabo (Junio 2004).
6. ¿Qué se entiende por investigación de mercados? Enumere las fases que se siguen en la investigación de mercados para lanzar un nuevo producto (Junio 2005).
7. La promoción de ventas es la parte fundamental del marketing. Defina cuáles son sus elementos fundamentales (Septiembre 2005).
8. Explique cuáles pueden ser los motivos que impulsen a una empresa a realizar una investigación de mercados y qué fases debe cumplir toda investigación de mercados (Septiembre 2005).
9. Explique qué relación debe haber entre la segmentación de mercado y el diseño del producto. (Junio 2006)
10. Defina las cuatro variables principales del Marketing-Mix. (Junio 2006)
11. Explique quiénes configuran un canal de distribución. Identifique cuál es el canal de distribución más usual empleado en la distribución de productos agrícolas y en la distribución de los servicios bancarios, justificando la respuesta. (Junio 2006)
12. Los matrimonios jubilados forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas de ocio. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes de su localidad interesada en este segmento (modelo 2007).
13. Las empresas de telefonía móvil lanzan tarifas de uso diferente para distintos tipos de clientes. Explique los conceptos de diferenciación de producto y de segmentación de mercado, y aplíquelos a este caso (Modelo 2007).
14. Explique los conceptos de segmentación de mercado y diferenciación de producto. ¿Qué tipos de estrategias de marketing se podrían aplicar ante un mercado que se puede segmentar? (Junio 2007).
15. Determine la veracidad o falsedad de cada una de las siguientes afirmaciones, justificando la respuesta:

- a) En un mercado en competencia perfecta la política comercial de las empresas estaría orientada a la diferenciación del producto con respecto a la de sus competidores.
- b) Un mercado en competencia monopolística se caracteriza por la existencia de un solo vendedor y muchos compradores
- c) En un oligopolio la política comercial adoptada por una empresa influye en la del resto de las empresas participantes en el mercado
- d) En el monopolio el precio se establece por el juego de la oferta y la demanda (Junio 2007).
16. Es habitual en grandes superficies encontrar ofertas del tipo 3x2. ¿Qué instrumento de marketing se está empleando? Razone la respuesta (Junio 2007).
17. Explique qué es la segmentación del mercado e indique tres criterios de segmentación del mercado que utilicen los fabricantes de perfumes (Septiembre 2007).
18. ¿Qué es el ciclo de vida del producto? ¿Cuáles son sus fases? ¿En qué fase la competencia es más fuerte? Indique en qué fase se encuentran los siguientes productos: libro electrónico, líneas ADSL, teléfono móvil, consolas para video juegos, diskettes de 5 ¼ (Septiembre 2007).
19. Los dinkis (parejas sin hijos y que trabajan los dos) forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes interesada en este segmento (Modelo 2008).
20. Señale cuatro fases de un estudio de mercado (Junio 2008).
21. La cadena de supermercados AAA vende latas de atún en aceite de la marca "STAR" (con gran imagen de marca) y latas similares con su marca blanca. Explique las diferentes políticas de marketing seguidas y los diferentes segmentos a los que dirige sus productos (Septiembre 2008)
18. Explique en qué consisten el descuento comercial y el factoring. ¿Qué diferencias existen entre ambas formas de financiación? ¿En qué tipo de financiación encuadraría cada uno de estos recursos? (Modelo 2009).
19. Señale y explique, razonadamente, las diferentes clasificaciones de tipos de mercados (Modelo 2009).
20. Señale las diferencias entre el monopolio y el oligopolio (Junio 2009).
20. En el ciclo de vida de un producto, distinga la etapa de crecimiento o desarrollo y la etapa de madurez (Junio 2009).
21. ¿Qué es un canal de distribución? (0,5 puntos). ¿Cuántos tipos de canales hay en función del número de intermediarios y cuáles son? Identifique los canales habituales en los que se distribuyen los siguientes productos o servicios: una manzana, un automóvil y un corte de pelo (Junio 2009). ¿Qué es el ciclo de vida del producto? ¿Cuáles son sus fases? ¿En qué fases del ciclo de vida del producto se encuentran los siguientes productos: periódico, MP4, cinta de música, libro electrónico? (Septiembre 2009).
22. Defina qué entiende por mercado y enumere las distintas clases de mercados que existan (Modelo 2010)
23. Describa dos canales de distribución utilizados normalmente por las compañías aéreas y exponga brevemente sus ventajas e inconvenientes (Junio específica 2010).
- 24 Defina el concepto de cuota de mercado (Junio específica 2010).

25. Defina la segmentación de mercados y explique para qué se segmenta un mercado. Indique si el mercado inmobiliario está segmentado. En caso afirmativo, indique algunas variables por las que está segmentado y ponga algunos ejemplos que justifiquen su opinión (Junio general 2010).
26. Explique cuál es la función que desempeñan las marcas en el marketing de las empresas (Septiembre específica 2010).
27. Defina el concepto de mercado objetivo (0,5 puntos) y exponga un ejemplo (Septiembre específica 2010)
28. Explique el concepto de estrategia de liderazgo en costes y proporcione un ejemplo (Septiembre específica 2010).
29. Explique cuáles son los principales criterios de segmentación de mercado que utilizan normalmente las empresas fabricantes de juguetes (Septiembre general 2010).
- 30 Explique la diferencia entre competencia perfecta y competencia imperfecta. Identifique a qué tipo de mercado se refiere cada una de las características siguientes:
- Homogeneidad del producto y sin límite de empresas.
  - La empresa decide el precio y la cantidad del producto a producir.
  - Un gran número de oferentes y demandantes particulares de un producto que no es homogéneo.
  - Existe un gran número de compradores y pocos vendedores del producto. (Septiembre general 2010)
31. Defina el concepto de canal de distribución y ponga dos ejemplos (Modelo 2011).
32. Explique las características principales del marketing operativo (Modelo 2011).
33. En un canal de distribución corto, defina la función del minorista y en un canal de distribución largo, defina la del mayorista (Junio 2011).
34. Proporcione dos ejemplos de técnicas de investigación de mercados, una cuantitativa y otra cualitativa. Defina cada una de las técnicas e ilustre con un ejemplo cada técnica (Junio 2011).
35. Una empresa ha experimentado un descenso en las ventas de uno de sus principales productos. Según un directivo de esta empresa, el descenso se debe a un mal posicionamiento del producto. Por el contrario, otro directivo opina que el problema es la saturación del mercado. (a) Explique los conceptos de posicionamiento y saturación del mercado. (b) Explique qué información debemos conseguir para saber cuál de los dos directivos tiene razón (Junio 2011).
36. ¿Qué se entiende por estudios de mercado? (Septiembre 2011)
37. ¿Qué es el mercado? Señale dos ejemplos de clases de mercados (Modelo 2012).
38. Explique en qué consiste la responsabilidad medioambiental de la empresa (1 punto) ¿Cuál es la incidencia esperada de esta responsabilidad sobre los resultados de la empresa? ¿Existe alguna relación entre ella y el posicionamiento de los productos comercializados por la empresa? Justifique sus respuestas. (Modelo 2012).
39. Diferencie el marketing estratégico del marketing operativo (Septiembre 2012).
40. Represente gráficamente el ciclo de vida de un producto (0, 5 puntos) y ponga un ejemplo de un producto que se encuentre en fase de introducción (0,5 puntos), de otro que se encuentre en fase de madurez y de otro que se encuentre en declive. Razone los ejemplos (Septiembre 2012).
41. Explique cuatro fases o etapas de una investigación de mercados (2011 o 2012).
42. ¿Qué se entiende por merchandising (comercialización)? Poner un ejemplo de cómo se aplicaría el merchandising (comercialización) en una gran superficie con un producto de alimentación (Junio 2011 materias simultáneas).



## TEORÍA

## UNIDAD TIC

1. ¿Qué se entiende por comercio electrónico?. Señale dos ventajas del mismo. Tipos de comercio electrónico (Modelo 2013).

## TEORÍA

## UNIDAD 3

1. Dentro de las estrategias de diversificación se distingue entre diversificación horizontal y diversificación vertical. Indique las diferencias entre ambas estrategias. (Ya lo hemos hecho).
2. Como es conocido, la lucha competitiva entre las empresas por aumentar su cuota de mercado es un fenómeno característico de la economía capitalista. Explique cuáles son las grandes líneas estratégicas que se recomienda adoptar a las empresas que quieren tener éxito en la lucha competitiva. (Septiembre 2003)
3. En una empresa de fabricación de electrodomésticos se está planteando la externalización de la distribución y venta de sus productos, que hasta ahora se realizaba a través de una red de tiendas propias establecidas en todo el territorio nacional. ¿Qué ventajas e inconvenientes puede plantear esta decisión de externalización de los canales de distribución? Proponga dos alternativas que sirvan para llevarla a cabo. (Ya lo hemos hecho).
4. Explique qué diferencia hay entre una estrategia competitiva de diferenciación de producto y una estrategia de liderazgo en costes (Septiembre 2005).
5. Explique el concepto de estrategia de liderazgo en costes y proporcione un ejemplo (Septiembre específica 2010).
6. Describa las fuerzas competitivas, según el modelo de Porter, y explique razonadamente cómo afecta a cada una de ellas que la entrada en un sector resulte más atractiva para una empresa (Junio 2011).
7. ¿Cómo puede la empresa posicionarse en un mercado, una vez que ha decidido los segmentos a los que quiere atender? (Junio 2012).
8. Defina el concepto de estrategia competitiva y el concepto de ventaja competitiva (Modelo 2012).
9. ¿Cuáles son las características propias del oligopolio como estructura de mercado? (0,5 puntos). Cite un ejemplo y justifique por qué se trata de un oligopolio (0,5 puntos). Si una de las empresas de su ejemplo quisiera ganar cuota de mercado a costa de sus competidoras, ¿qué podría hacer? ¿Cómo es probable que reaccionasen las demás empresas? (0,5 puntos). Cite una estructura de mercado que sea más favorable para el bienestar de los consumidores que el oligopolio y otra que lo sea para los productores (Junio 2011 materias simultáneas).

**PREGUNTAS TEÓRICAS DE FINANCIACIÓN**

1. Defina el concepto de flujo neto de caja de una inversión en un periodo de tiempo.
2. Realice un esquema en el que se recojan los distintos tipos de financiación que puede utilizar una empresa.
3. Explique en qué consiste el criterio del plazo de recuperación o payback y cite dos de sus principales inconvenientes.
4. ¿Qué indica una rentabilidad económica superior al interés de las deudas o coste del capital ajeno?
5. Explique el concepto de autofinanciación y describa los tipos de autofinanciación poniendo un ejemplo.
6. Las empresas para poder llevar a cabo la selección de las inversiones, emplean fundamentalmente los siguientes criterios: Criterios dinámicos (Valor Actual Neto, Tasa Interna de Rentabilidad) y criterios estáticos (Plazo de Recuperación o Pay Back). Explique las diferencias entre los criterios de selección de inversiones mencionados (Junio 2008).
7. Enumere y defina las distintas fuentes de financiación de la empresa (Septiembre 2008).
8. Explique el concepto de fuentes de financiación de las empresas y enumere tres criterios de clasificación de las fuentes de financiación (Modelo 2009).
9. ¿Qué es un empréstito? Señale una diferencia y una semejanza del empréstito con el préstamo (Junio 2009).
10. Enumere cuatro diferencias entre acciones y obligaciones (Junio 2009).
11. La empresa FUN presenta una importante falta de liquidez, por lo que se plantea acudir a financiación externa a corto plazo. Señale las ventajas y los inconvenientes, de un préstamo, una cuenta o línea de crédito y un crédito de proveedores o comercial (Junio 2009).
12. Explique cuál es el coste de la financiación para la empresa que obtiene fondos líquidos de:
  - a) Los socios propietarios de la empresa o accionistas.
  - b) Los obligacionistas o compradores de obligaciones de la empresa.
  - c) Los prestamistas o entidades financieras que conceden préstamos a la empresa.
  - d) Las entidades financieras en las cuales se descuentan letras de cambio de la empresa. (Septiembre 2009).
13. Clasifique y explique los recursos financieros de la empresa, tanto a largo plazo como a corto plazo (Junio general 2010).
14. Defina el concepto de autofinanciación o financiación interna y señale los tipos de la misma (Septiembre específica 2010).
15. La empresa necesita financiación para ser aplicada a sus inversiones. Describa brevemente los criterios de clasificación de las distintas fuentes de financiación que utilizan las empresas (Septiembre general 2010).
16. Explique y defina el concepto de obligación y señale dos diferencias respecto a

- la acción (Modelo 2011).
17. Señale y explique las principales diferencias entre la financiación ajena y la autofinanciación de una empresa, ponga dos ejemplos de cada una de ellas (Junio 2011).
  18. La financiación de la empresa consiste en la obtención de los recursos necesarios para poder llevar a cabo las inversiones utilizadas en el proceso productivo. Las diferentes opciones de captación de estos recursos se denominan fuentes de financiación. Clasifique estas fuentes según los criterios: a) titularidad o propiedad; b) duración o tiempo de permanencia; c) procedencia. Ponga un ejemplo de fuente de financiación en cada uno de estos criterios. (Septiembre 2011)
  19. ¿Qué es una inversión? (0,5 puntos). Exponga dos ejemplos de inversión (Modelo 2012).
  20. Un grupo de empresas, ante las nuevas perspectivas que se abren en los mercados emergentes, se plantea aumentar su capacidad productiva duplicando sus actuales instalaciones. Para financiar su ampliación están planteándose conocer las distintas fuentes de recursos financieros. Para ello solicitan la siguiente información:
    - a) Tipos de financiación propia y función que cumplen: descríbalos brevemente
    - b) Tipos de financiación ajena y función que cumplen: descríbalos brevemente(Modelo 2012).

## **PREGUNTAS TEÓRICAS DE PERIODO MEDIO DE MADURACIÓN**

1. Imagine una panadería y una fábrica de ordenadores ¿cuál tendrá, normalmente, un periodo medio de maduración más largo? Razone su respuesta.
2. Enumere los subperíodos que integran el período medio de maduración y defina dos de ellos.
3. En una empresa de fabricación de electrodomésticos se manejan para la planificación del próximo ejercicio económico los siguientes datos:
  - a) El período medio de cobro en el ejercicio anterior es de 40,8 días
  - b) El período medio de fabricación en el ejercicio anterior es de 45 días
  - c) El período medio de maduración ha sido de 215 días
4. Explique el significado de dichos datos. (septiembre 2006)
5. Explique cómo afectarán al periodo medio de maduración de un fabricante de automóviles los siguientes cambios: (a) Una reducción en el número de averías experimentadas por los robots utilizados en la fábrica (0,5 puntos); (b) una reducción de la demanda de automóviles debida a la recesión económica (0,5 puntos); (c) un aumento en el porcentaje de clientes que compran los automóviles a plazos (0,5 puntos); (d) una mejora de la cualificación de los empleados, que tiene como resultado una mayor rapidez en la toma de decisiones (Junio general 2010).
6. Explique cómo afectarán al periodo medio de maduración de una empresa los siguientes cambios: la compra de una máquina que permite producir con mayor rapidez; las dificultades financieras de varios clientes importantes; una mayor agilidad de los proveedores a la hora de atender los pedidos de la empresa; una mejora en la distribución de los productos (Septiembre específica 2010).

7. De una determinada empresa se conocen los siguientes datos:

Periodo medio de aprovisionamiento: 20 días.

Periodo medio de fabricación: 30 días.

Número de veces que se renueva al año el almacén de productos terminados: 10 veces.

Periodo medio de cobro: 25 días.

Año comercial: 360 días.

Calcule:

a) Número de días que la empresa tarda por término medio en realizar su ciclo de explotación.

b) Número de veces que se renueva al año el almacén de productos en curso de fabricación (Septiembre de 2011).

8. A partir de los siguientes datos de la empresa OMRI, SA, calcule su período medio de maduración e indique su significado económico:

Período medio de aprovisionamiento: 12 días.

Período medio de fabricación: 32 días.

Número de veces que, en el año, se renovaron las existencias de productos terminados: 20 veces.

Período medio de cobro: 45 días.

Año: 360 días.

(Modelo 2012)

## **PREGUNTAS TEÓRICAS SOBRE AMORTIZACIONES**

1. Ponga un único ejemplo en el cual pueda explicar los siguientes conceptos: depreciación, cuota de amortización, amortización y amortización acumulada.
2. Defina y explique el significado económico de la depreciación (Junio 2008).

1. Defina y exponga brevemente el contenido de las Cuentas Anuales (modelo 2008).
2. Las cuentas anuales forman una unidad y su elaboración debe tener como objetivo fundamental ofrecer la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera y de los resultados. Explique brevemente a que cuentas anuales nos estamos refiriendo (Junio 2004).
3. Defina la cuenta de pérdidas y ganancias y describa su estructura explicando los distintos niveles de resultados (Junio 2004).
4. Explique el concepto de riqueza o patrimonio y describa su clasificación en tres grandes masas patrimoniales (septiembre 2006)
5. Enumere y explique las obligaciones contables de la empresa (Modelo 2010). Señale brevemente el contenido de los siguientes elementos patrimoniales, indicando a qué masas patrimoniales pertenecen: a) capital social, b) existencias comerciales, c) amortización acumulada del inmovilizado material, d) proveedores, efectos comerciales a pagar (Junio específica 2010).
6. Según mandato de la normativa contable, las cuentas anuales se elaborarán, generalmente, con una periodicidad de 12 meses. Enumere brevemente los documentos que integran las citadas cuentas anuales (Junio general 2010).
7. Enumere y clasifique, según su plazo de realización, los activos que puede comprar y/o poseer una empresa. Explique cuatro diferencias entre las inversiones a largo plazo y a corto plazo de la empresa (Septiembre general 2010).
8. Defina el concepto de inversión desde el punto de vista de la empresa. En el balance de situación de la empresa, ¿en qué partida se ven reflejadas las inversiones? (Septiembre 2011).
9. Concepto de Neto Patrimonial: describa al menos dos partidas incluidas habitualmente en el neto patrimonial (Modelo 2012).
10. ¿Qué es una inversión? (0,5 puntos). Exponga dos ejemplos de inversión (Modelo 2012).
11. El balance de situación es un estado contable que refleja la riqueza o patrimonio de la empresa, debidamente valorado, a una fecha determinada. Una parte de sus inversiones se recogen en la partida "activo corriente". Defina la partida del activo corriente e indique y describa brevemente los principales elementos que la componen presentándolos de menor a mayor disponibilidad (Septiembre 2012).
12. Concepto de Neto Patrimonial/Patrimonio Neto: describa al menos dos partidas incluidas habitualmente en el neto patrimonial (Modelo 2012).
13. Defina y describa brevemente las inversiones económicas (productivas) y las financieras (Junio 2012).
14. ¿Qué es una inversión? (0,5 puntos). Exponga dos ejemplos de inversión (Modelo 2012).
15. Defina el concepto de fondo de maniobra e interprete el equilibrio financiero de una empresa que presenta un fondo de maniobra negativo (Junio 2012).
16. ¿Cuáles son los criterios que se pueden aplicar para la clasificación de inversiones de las empresas? ¿Cuáles son las clases de inversiones según dichos criterios? Enumere las partidas del activo del balance de situación de forma ordenada (Junio 2011 materias simultáneas).

1. Defina rentabilidad económica y rentabilidad financiera e indique las diferencias existentes entre ambas (Septiembre 2006)
2. Defina qué es la productividad y la rentabilidad empresarial y explique las principales diferencias entre una y otra (Junio 2007).
3. Defina el concepto de fondo de maniobra o capital circulante y cómo se calcula (Septiembre 2007).
4. Explique qué es el fondo de maniobra o capital circulante y plantee las dos expresiones analíticas que se pueden utilizar para su cálculo. ¿Cuál es su significado si es positivo? ¿Y si es negativo? (Junio 2008).
5. El equilibrio patrimonial viene determinado por la estructura que presentan los distintos elementos patrimoniales en un determinado momento. Defina el concepto de situación de suspensión de pagos (concurso de acreedores). ¿Cómo se desarrolla el concurso de acreedores? (Septiembre 2011).
6. Desde el punto de vista de la empresa explique el concepto de rentabilidad económica (Modelo 2013).