

PREGUNTAS TIPOS DE PAU

- 1) ¿En qué consiste la responsabilidad social de la empresa?
- 2) Decir en qué consiste la descentralización de la autoridad y su efecto en la estructura organizativa de la empresa.
- 3) ¿Qué es el marketing-mix?. Identificar y comentar brevemente los elementos que lo componen.
- 4) La Zona Especial Canaria: concepto y ventajas para las empresas que se instalen en ella.
- 5) Definir el concepto de “inversión” y señalar los diferentes tipos que se pueden identificar.
- 6) Definir brevemente las funciones de la empresa en la economía de mercado.
- 7) Decir en qué consiste la función directiva de planificación.
- 8) Concepto de financiación y su clasificación según su propiedad.
- 9) ¿Qué criterios se utilizan para medir la dimensión o tamaño de las empresas?. ¿Qué condiciones debe cumplir una empresa para ser clasificada como PYME?
- 10) ¿En qué consiste la segmentación de mercados y qué objetivos se persiguen con la misma?
- 11) Define el concepto de selección del persona. Define e indica las distintas fases de la selección.
- 12) Defina el concepto de flujo neto de caja en un período de tiempo.
- 13) Defina el concepto de organigrama y describa los distintos tipos de organigrama que conozca.
- 14) Realiza un esquema en el que se recoja los distintos tipos de financiación que pueden utilizar una empresa.
- 15) Defina el concepto de empresario innovador.
- 16) La promoción de ventas es la parte fundamental de marketing. Define cuáles son sus elementos fundamentales.
- 17) Dentro de las estrategias de diversificación se distingue entre diversificación horizontal y diversificación vertical. Indique las diferencias entre ambas estrategias.
- 18) ¿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.
- 19) ¿En qué consiste la responsabilidad social de la empresa?
- 20) ¿En qué consiste la departamentalización en la empresa?. Identificar los criterios más utilizados para llevarla a cabo.
- 21) Concepto de autofinanciación y tipos
- 22) La Zona Especial Canaria: concepto y ventajas para las empresas que se instalen en ella
Concepto y clases de inversiones.
- 23) Clasificar las empresas según su forma jurídica.
- 24) ¿Qué diferencias existen entre “crecer diversificándose y crecer especializándose”?
- 25) Concepto de canal de distribución y su clasificación según el nº de intermediarios.

- 26) La Zona Especial Canaria: concepto y requisitos exigidos a las empresas que se instalen en ella para poder disfrutar de sus ventajas.
- 27) Concepto de financiación y clasificación de las fuentes de financiación empresarial según su origen y procedencia.
- 28) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 29) ¿Qué indica una rentabilidad económica superior al interés de las deudas o coste del capital ajeno?
- 30) En una fábrica manufacturera: ¿qué se entiende por existencias?. ¿Qué tipos conoce?
- 31) 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.
- 32) Defina cuáles son los componentes del coste del producto y defina el tipo de coste que representan atendiendo a su naturaleza.
- 33) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 34) Explique las diferencias entre productividad de un factor y productividad global de la empresa.
- 35) Defina la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y describa su estructura explicando los distintos niveles de resultados.
- 36) Concepto y clases de inversiones.
- 37) El control en la empresa: concepto y tipos de control.
- 38) Concepto de coste de producción y diferencia entre costes fijos y variables.
- 39) ¿Qué es la ZEC? y ventajas para las empresas que se instalan en la misma.
- 40) Tipos de sociedades mercantiles según la responsabilidad de sus propietarios.
- 41) Concepto de Periodo Medio de Maduración económico y financiero de una empresa industrial.
- 42) La departamentalización de una empresa. Tipos de departamento y el organigrama empresarial.
- 43) Concepto de canal de distribución y tipos de canales que puedan distinguirse.
- 44) Concepto de punto muerto de una empresa: fórmula y gráfico explicativo.
- 45) La autofinanciación de la empresa: concepto y tipos.
- 46) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 47) Funciones de la empresa en la economía de mercado.
- 48) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 49) La financiación empresarial: concepto y clasificación.
- 50) Período Medio de Maduración Económico y Período Medio de Maduración Financiero: significado y componentes.

- 51) Integración empresarial: concepto y clases.
- 52) ¿Qué significado tiene la departamentalización en una empresa?. Tipos de departamentalización.
- 53) El entorno empresarial: General y específico.
- 54) ¿Qué es la Zona Especial Canaria? ¿qué requisitos son necesarios para ser una entidad ZEC? y ¿qué ventajas fiscales tienen esas empresas.
- 55) Concepto y tipos de autofinanciación.
- 56) La función directiva de control: concepto y tipos.
- 57) Concepto de productividad y su aplicación a los factores humanos y técnicos de la empresa.
- 58) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 59) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 60) ¿Qué entendemos por Período Medio de Maduración y qué subperíodos pueden identificarse en una empresa industrial? ¿y en una empresa comercial?
- 61) La responsabilidad patrimonial de los propietarios o titulares de una empresa. Tipos de sociedades según la responsabilidad patrimonial.
- 62) La fuente de financiación propia en la empresa.
- 63) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 64) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 65) ¿Qué es una zona económica especial y qué requisitos debe cumplir una empresa para poder instalarse y operar en la ZEC?
- 66) Concepto de productividad y aplicación del mismo a los factores físicos y humanos de la empresa.
- 67) ¿Qué es la departamentalización de la empresa? Tipos de departamentalización.
- 68) Concepto de inversión empresarial y tipos de inversión que pueden identificarse.
- 69) Tipos de empresas según los diferentes criterios de clasificación.
- 70) La función directiva de control: concepto y tipos de control.
- 71) Concepto de coste de producción y diferencia entre costes fijos y variables.
- 72) ¿Qué es la departamentalización y cuales son los principales tipos?
- 73) Explique el concepto de “productividad” y aplíquelo a la productividad del factor trabajo.
- 74) Cite los criterios más comunes utilizados para la clasificación de las empresas.
- 75) ¿Qué factores favorecen la elección de una determinada forma jurídica al crear una empresa?
- 76) ¿En qué consiste la estrategia competitiva de una empresa y cómo se consigue?
- 77) ¿Qué tipos de sociedad podría constituirse si se quiere limitar la responsabilidad patrimonial?

- 78) ¿Qué objetivos de tipo social ha de tener la empresa?
- 79) ¿Cuáles son las funciones de la empresa en una economía de mercado?
- 80) ¿En qué consiste la responsabilidad social de la empresa?
- 81) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 82) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 83) Explique las diferencias entre las teorías empresario-riesgo y empresario-innovador. ¿Cómo justifican ambas teorías el concepto de beneficio?
- 84) Explique el concepto de investigación y desarrollo (I+D) e indique las diferentes categorías en que se clasifica.
- 85) ¿Qué se entiende por entorno genérico y por entorno específico?. 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.
- 86) Explique cuál es la función del organigrama en una organización.
- 87) Defina el concepto de Contrato de trabajo, e indica sus elementos esenciales.
- 88) Explique la relación de intercambio económico que se produce entre empresas y familias o economías domésticas.
- 89) Señale si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas, justificando la respuesta:
- a) La cuenta de maquinaria es del activo corriente.
 - b) La cuenta de proveedores es del pasivo corriente.
 - c) La cuenta de clientes es del activo no corriente.
 - d) La cuenta de reservas es de los fondos propios.
- 90) ¿Qué se entiende por investigación de mercados? Enumere las fases que se siguen en la investigación de mercados para lanzar un nuevo producto.
- 91) ¿En qué consiste la organización por medio de departamentos?. Identifica y comenta los principales tipos de departamentación.
- 92) ¿Qué factores de localización considerarías para instalar una tienda cuyo objeto de negocio es de carácter comercial al por menor?
- 93) ¿Qué se entiende por período medio de maduración económico de una empresa manufacturera y qué subperíodos comprende?
- 94) Explicar las variables que integran el concepto de Marketing-mix.
- 95) Clasificar las formas jurídicas de las organizaciones empresariales atendiendo a la titularidad o propiedad del capital social.
- 96) Correcto significado e interpretación del organigrama de una empresa. Objetivos y funciones.
- 97) Correcta identificación del concepto de autofinanciación y tipos o clases.
- 98) Identificar claramente la función y características del empresario.
- 99) Concepto de Marketing-mix y variables que la integran.

- 100)** Según la titularidad, tipos de formas jurídicas.
- 101)** Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 102)** Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 103)** El mobiliario de oficinas ¿debe incluirse siempre en el activo no corriente? Explique la respuesta aplicándola a las siguientes empresas:
- a) Una firma dedicada a la fabricación de muebles para oficinas.
 - b) Un negocio dedicado a la comercialización de vehículos.
- 104)** Explique las diferencias entre productividad y eficiencia productiva.
- 105)** Explique cuatro criterios que se pueden aplicar para llevar a cabo una división del trabajo o división en departamentos de una empresa. Ponga un ejemplo de cada caso.
- 106)** Señale las características del fondo de maniobra o capital circulante como indicador financiero. Si una empresa presenta un fondo de maniobra de 200 €, ¿qué significado financiero le otorgaría?
- 107)** Una pareja recién graduada en la licenciatura de administración y dirección de empresas decide montar un despacho de consultoría, para lo cual se plantea la forma jurídica de constituir su negocio, bien en forma de sociedad de responsabilidad limitada o bien como empresarios individuales. Enumere dos características de una y otra forma jurídica.
- 108)** Explique qué diferencia hay entre una estrategia competitiva de diferenciación de producto y una estrategia de liderazgo en costes.
- 109)** 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.
- 110)** Defina los ratios de endeudamiento total y endeudamiento a largo plazo.
- 111)** Defina el periodo medio de maduración de una empresa.
- 112)** 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.
- 113)** Enumere los subperiodos que integran el periodo medio de maduración y defina dos de ellos.
- 114)** Explique el concepto de autofinanciación y describa los tipos de autofinanciación poniendo un ejemplo.
- 115)** El proceso de globalización que afecta actualmente a las empresas contribuye a su internacionalización. En este sentido se pide:
- 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.
- 116)** Explique qué relación debe haber entre la segmentación de mercado y el diseño del producto.
- 117)** Defina las cuatro variables principales del marketing mix.
- 118)** Explique los tipos de comunicación interna que puede existir en la empresa.

- 119) 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.
- 120) Explique quienes 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.
- 121) Defina la rentabilidad económica y rentabilidad financiera e indique las diferencias existentes entre ambas.
- 122) Indique cuáles de los siguientes cambios se refieren al entorno específico de la empresa Iberia: la entrada en el mercado español de compañías aéreas de bajo coste, el endurecimiento de las normas europeas de seguridad aérea, una huelga de controladores aéreos, y una reforma laboral que reduce el coste del despido. En cada caso, justifique su respuesta.
- 123) 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 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.
- Explique el significado de dichos datos.
- 124) Defina el concepto de planificación y control, y explique cómo están relacionados.
- 125) Explique el concepto de riqueza o patrimonio y describa su clasificación en tres grandes masas patrimoniales.
- 126) Defina la empresa como sistema, represéntela gráficamente y explique tres de sus características.
- 127) Enumere y defina las áreas funcionales más características de la empresa.
- 128) Explique los conceptos de segmentación de mercado y diferenciación de producto.
- 129) ¿Qué tipos de estrategias de marketing se podrían aplicar ante un mercado que se puede segmentar?
- 130) Defina qué es la productividad y la rentabilidad empresarial y explique las principales diferencias entre una y otra .
- 131) Es habitual en grandes superficies encontrar ofertas del tipo 3x2. ¿Qué instrumento de marketing se está empleando? Razone la respuesta.
- 132) Con respecto al concepto de eficiencia:
- a) Explique la diferencia entre un proceso productivo técnicamente eficiente y un proceso productivo económicamente eficiente (1 punto).
 - 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.

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

- 133) Define el concepto de selección del persona. Define e indica las distintas fases de la selección.

- 134) Defina los diferentes tipos de costes según su relación con la cantidad producida. Ponga un ejemplo de cada uno de ellos.
- 135) 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.
- 136) Explique qué es la segmentación del mercado e indique tres criterios de segmentación del mercado que utilicen los fabricantes de perfumes.
- 137) Defina el concepto de fondo de maniobra o capital circulante y cómo se calcula.
- 138) Explique la clasificación de las empresas según la propiedad del capital.
- 139) ¿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 vídeo juegos, diskettes de 5 ¼ .
- 140) ¿Qué es una PYME? ¿Qué criterios conoce para catalogar una empresa como PYME?
- 141) Una peña de amigos ha sido agraciada con la bono loto. Para rentabilizar el dinero obtenido, han decidido montar un negocio de venta de juguetes. Se les plantea la duda sobre el tipo de sociedad que han de constituir a fin de preservar (proteger o salvaguardar) su patrimonio personal: sociedad anónima o sociedad colectiva. Razone la respuesta.
- En el momento de la constitución, el Notario les aconseja que constituyan una sociedad de responsabilidad limitada. Explique las diferencias que existen entre una sociedad de responsabilidad limitada y una sociedad anónima.
- 142) Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Patrimonio de una empresa
 - b) Cuota de mercado
 - c) Línea de crédito
 - d) FIFO
- 143) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 144) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 145) Señale, al menos, tres aspectos positivos y tres negativos de las PYME.
- 146) Establezca con la máxima precisión cuál es la diferencia entre responsabilidad limitada y responsabilidad ilimitada. Utilice un ejemplo ilustrativo en cada caso.
- 147) Señale qué son los costes de inventario. Señale, al menos, tres de ellos.
- 148) Un distribuidor internacional de equipamiento deportivo está valorando la posibilidad de abrir una cadena de tiendas en España. Su decisión final dependerá del número de prendas que sea capaz de vender en nuestro país. Con el fin de recabar información al respecto, encarga la realización de una investigación de mercados a una empresa especializada.
- a) Describa brevemente qué información cree que espera obtener la empresa de la mencionada investigación de mercados.
 - b) Describa qué es un canal de distribución y señale, al menos, tres de sus funciones.
 - c) Señale dos tipos de distribuidor que conozca, indicando la función de cada uno.
- 149) Defina productividad y ponga un ejemplo ilustrativo y práctico.

- 150)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Sociedad anónima laboral
 - b) Capacidad de una empresa
 - c) Entorno específico
 - d) Mercado actual.
- 151)** Establezca con la máxima precisión cuál es la diferencia entre los siguientes conceptos. Utilice un ejemplo ilustrativo en cada caso.
- a) Monopolio y oligopolio.
 - b) Crecimiento externo y crecimiento interno.
- 152)** ¿Qué es la productividad? Señale algún indicador que permita medirla e interprételo.
- 153)** Explique el concepto de rentabilidad y sus clases.
- 154)** ¿Qué diferencias existen entre la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera? Explíquelo conceptualmente.
- 155)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) a) Segmentación de mercados (indicar dos ejemplos de variables o criterios de segmentación)
 - b) b) Empresa cooperativa
 - c) c) Prima de riesgo
- 156)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Calidad
 - b) Prima de riesgo
 - c) Neto patrimonial de una empresa
 - d) Eficiencia técnica y eficiencia económica de un proceso productivo.
- 157)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Distribución
 - b) Organigrama
 - c) Factores productivos
- 158)** Defina qué es el plazo de recuperación. Señale, al menos, dos de sus inconvenientes.
- 159)** Defina el concepto de resultado del ejercicio e indique cómo se calcula.
- 160)** Indique qué se entiende por bien económico y señale al menos tres ejemplos.
- 161)** Señale detalladamente los pasos a seguir en el diseño de una investigación de mercados.
- 162)** Describa cómo realizaría una investigación de mercados para un producto (o una empresa) que conozca.
- 163)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Balance de situación de una empresa
 - b) Liquidez de la empresa
 - c) Coste fijo
 - d) Productividad del trabajo.
- 164)** ¿Qué son los inventarios y qué clases de inventarios existen?
- 165)** Define el concepto de selección del persona. Define e indica las distintas fases de la selección.

- 166)** Indique justificadamente cuáles de los siguientes elementos forman parte del activo del balance de una empresa fabricante de tornillos y cuáles forman parte del pasivo: un almacén propiedad de la empresa; un ordenador portátil; una patente desarrollada por la empresa; un préstamo concedido por el banco; los contenedores de tornillos que se guardan en el almacén.
- 167)** Señale cuáles de los costes siguientes de una empresa de fabricación de llantas de automóvil para vehículos deportivos son costes directos y cuales son costes indirectos respecto al producto que se está fabricando, justificando su respuesta: el alquiler de las oficinas de la empresa; el sueldo del director; las comisiones pagadas a los vendedores; la subcontratación de las actividades de fabricación; el consumo de materias primas.
- 168)** Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 169)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Reservas de una empresa
 - b) Segmentación de mercados
 - c) Eficiencia económica de un proceso de producción
 - d) Periodo de recuperación de un proyecto de inversión
- 170)** Un empresa internacional de prendas de vestir está valorando la posibilidad de instalar un gran centro de distribución en la plataforma logística de Las Palmas de Gran Canaria (PLAZA). Su decisión final dependerá del número de prendas que sea capaz de vender en España. Con el fin de recabar información al respecto, encarga la realización de una investigación de mercados a una empresa especializada.
- a) Describa brevemente qué información cree que espera obtener la empresa de la mencionada investigación de mercados.
 - b) Describa qué es un canal de distribución y señale, al menos, tres de sus funciones.
 - c) Señale dos tipos de distribuidor que conozca, indicando la función de cada uno.
- 171)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Punto muerto o umbral de rentabilidad
 - b) Servicio de factoring
 - c) Inmovilizado material
 - d) Leasing
- 172)** Establezca con la máxima precisión cuál es la diferencia entre los siguientes conceptos. Utilice un ejemplo ilustrativo en cada caso:
- a) Estrategia de liderazgo en costes y estrategia de diferenciación
 - b) Entorno general y entorno específico de una empresa.
- 173)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Proyecto de inversión
 - b) Franquicia
- 174)** Responda con brevedad y precisión a las siguientes preguntas:
- a) ¿Qué es la Departamentación? Enumere los tipos que existen poniendo un ejemplo de cada.
 - b) Qué son las estrategias de la empresa y enumere las clases que existen poniendo un ejemplo de cada una.
- 175)** Métodos de fijación de precios: Coméntelos brevemente.

- 176)** Una empresa fabricante de aparatos de vídeo tiene un capital social de 16 millones de euros. El valor de su activo asciende, igualmente, a 16 millones y ha obtenido un beneficio neto (después de impuestos) anual de 3 millones. Otra empresa fabricante de reproductores de DVD tiene una rentabilidad económica del 15 por ciento, activos por valor de 12 millones de euros, un préstamo bancario de 4 millones por el que paga un interés del 6 por ciento anual y unos fondos propios de 8 millones. Suponga, además, que no existen impuestos.
- a) Explique el concepto de rentabilidad y sus clases.
 - b) ¿Qué diferencias existen entre la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera? Explíquelo conceptualmente y aplicado a las empresas del ejercicio.
 - c) ¿Qué empresa obtiene mayores beneficios? ¿Puede afirmarse que, en consecuencia, esta empresa está mejor gestionada? ¿Por qué?
- 177)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Feed-back
 - b) Balance
 - c) Financiación externa e interna
 - d) Mercado Potencial, Tendencial y Actual.
- 178)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Proceso productivo y Factores productivos.
 - b) Segunda Marca y Marca Blanca. Ponga un ejemplo de cada.
- 179)** Señale cuáles de los siguientes costes del departamento de transportes de una empresa son costes directos, cuáles son indirectos y cuáles son costes variables, justificando la respuesta:
- Seguro del vehículo
 - Energía consumida
 - Neumáticos
 - Masa salarial de conductores
 - Carburante
- 180)** Concepto y Elementos de la calidad total.
- 181)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos.
- a) Junta general de accionistas
 - b) Empresa cooperativa
 - c) Memoria de una empresa.
- 182)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos: Holding, trust, y cartel. Ponga un ejemplo de cada.
- 183)** Señale cuatro oportunidades que pueda haber en el mercado que la PYME aprovecha y la gran empresa no explota.
- 184)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Ética empresarial
 - b) Factoring
 - c) Leasing
- 185)** Defina la calidad y enumere las dimensiones de la calidad de un producto, comentando tres de ellas y poniendo un ejemplo de cada una de estas tres.
- 186)** Fases de una investigación Comercial: Enumérelas y ponga un ejemplo de cada fase.

- 187)** Diferencie con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos y ponga un ejemplo de cada:
- a) Promoción de ventas y Publicidad
 - b) Préstamo y Crédito bancario
 - c) Estética e Imagen de un producto
- 188)** Describa cuatro factores para la elección de un canal de distribución y comértelos brevemente.
- 189)** Diferencie con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Normalización y Certificación
 - b) Eficacia y Eficiencia
 - c) Patrimonio e Inventario
- 190)** Defina con la máxima brevedad y precisión los siguientes conceptos.
- a) Segmento de mercado
 - b) Proceso productivo
 - c) Inversión
 - d) Cuota de mercado
- 191)** Realice un esquema que refleje el desarrollo de estrategias del marketing-mix, teniendo en cuenta que: El marketing-mix desarrolla las estrategias en relación a cuatro factores: Cuales son y cada factor como las desarrolla. Realice el esquema.
- 192)** ¿Qué es el umbral de rentabilidad de una empresa?
- 193)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Diversificación vertical
 - b) Organigrama empresarial
 - c) Empresa privada
- 194)** Defina rentabilidad empresarial y explique lo que miden sus dos tipos.
- 195)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Estrategia de diferenciación
 - b) Diversificación horizontal
 - c) Departamentación
- 196)** Explique lo que significa el Periodo Medio de Maduración para una empresa. Identifique sus partes componentes y explique la diferencia entre Periodo Medio de Maduración Económico y Periodo Medio de Maduración Financiero.
- 197)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Entorno general
 - b) Distribución, variable de marketing
 - c) Sociedad Laboral
- 198)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Producción por pedido
 - b) Libro diario
 - c) Liderazgo en costes
- 199)** Indique cuáles son los elementos patrimoniales de una empresa y exprese la fórmula de obtención del patrimonio neto.

- 200)** Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 201)** Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 202)** Identifique cada uno de los siguientes conceptos con un elemento patrimonial de la empresa, incluyendo el neto: Dinero en efectivo, Deudores, Efectos comerciales a pagar, Reserva legal, Efectos comerciales a cobrar, Materias primas, Fincas rústicas, Capital social, Acreedores, Créditos concedidos, Equipos de oficina.
- 203)** Explique lo que representan las cuentas siguientes: Efectos comerciales a pagar, deudores, Materias primas y Capital social.
- 204)** ¿Qué son los inventarios y qué clases de inventarios existen?
- 205)** ¿Cómo se calcula el Capital Circulante (o Fondo de Maniobra)?, y ¿qué información ofrece?
- 206)** Defina cómo se calcula y lo que significa el Capital Circulante (o Fondo de Maniobra) de la empresa.
- 207)** Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Eficacia
 - b) Costes variables
 - c) Marca
- 208)** 204) Defina con brevedad y precisión los siguientes conceptos:
- a) Organigrama.
 - b) Cuentas anuales.
 - c) Producción en serie.
- 209)** Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 210)** Tras haber finalizado su período de formación, unos amigos y Ud. mismo han decidido explotar sus conocimientos y habilidades encaminando su futuro por el mundo de la empresa. Sin embargo, antes de nada, se plantean la forma jurídica que adoptarán. Todos ustedes suman 5 personas, y tienen muy asumido que serán a la vez propietarios y también trabajadores. Seleccione y comente 2 formas jurídicas que pudieran adoptar, comentando las razones de su decisión.
- 211)** Explique y represente gráficamente las magnitudes que intervienen en el cálculo del umbral de rentabilidad.
- 212)** ¿Qué es el umbral de rentabilidad de una empresa?
- 213)** Explique y represente gráficamente las magnitudes que intervienen en el cálculo del umbral de rentabilidad.
- 214)** ¿Qué son los inventarios? ¿Qué clases de inventarios existen?
- 215)** Exponga la teoría sobre necesidades de Maslow.
- 216)** Cuáles son los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 217)** ¿Qué son los inventarios? ¿Qué clases de inventarios existen?

- 218) ¿Qué es la dirección por objetivos? ¿Cuáles son sus principales fases?
- 219) Escoja 4 fuentes de financiación ajenas y explíquelas.
- 220) Comente las fases del ciclo de vida del producto.
- 221) Principales características de la Sociedad Cooperativa.
- 222) Concepto de amortización. Comente las causas más comunes de su existencia.
- 223) Elementos básicos que constituyen la empresa.
- 224) Tipos de procesos productivos.
- 225) Principales derechos de los socios en las sociedades anónimas.
- 226) Las cuentas anuales. Comente las principales características de cada uno de sus documentos.
- 227) Elementos que intervienen en la comunicación.
- 228) Defina que es un organigrama y comente dos tipos de organigramas que conozca.
- 229) El Marketing-mix.
- 230) Clasificación de las empresas según su actividad económica y su ámbito geográfico.
- 231) Concepto de Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- 232) Concepto de organigrama y clasificación.
- 233) Exponga la teoría sobre necesidades de Maslow.
- 234) Las cuentas anuales. Comente las características de cada uno de sus documentos.
- 235) La responsabilidad social y el comportamiento ético del empresario.
- 236) La inversión: concepto y clases.
- 237) Concepto y etapas del proceso de Planificación.
- 238) Clasificación de las empresas según su actividad económica.
- 239) Exponga y comente las clases de integración de empresas.
- 240) El ciclo de vida del producto.
- 241) ¿Qué es el Activo de una empresa? Distinga entre Activo fijo y Activo circulante y ponga dos ejemplos de elementos patrimoniales pertenecientes a cada uno de ellos.
- 242) Concepto y etapas del proceso de Planificación.
- 243) Enumere y comente al menos dos características específicas para cada una de las siguientes sociedades: Sociedad Colectiva, Sociedad de Responsabilidad limitada y Sociedad Cooperativa.
- 244) Fuentes de financiación a corto plazo de la empresa.
- 245) Explique la teoría de las necesidades de Maslow.
- 246) El Marketing-mix.
- 247) Características principales de la Sociedad Limitada.

- 248) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 249) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 250) Defina el concepto de Punto Muerto. ¿Qué unidades suelen emplearse para expresarlo?
- 251) Los órganos sociales en las Sociedades Anónimas.
- 252) ¿Qué es la autofinanciación? Tipos y ventajas de la autofinanciación.
- 253) El reclutamiento del personal.
- 254) Concepto de función comercial y variables comerciales más importantes.
- 255) Las cuentas anuales de las empresas. Explique brevemente los documentos que la integran.
- 256) La distribución comercial. Concepto y clases de canales de distribución.
- 257) Enumere y clasifique las fuentes de financiación de la empresa.
- 258) La mezcla del mercado o marketing mix.
- 259) Características principales de las sociedades de responsabilidad limitada.
- 260) Departamentación o agrupaciones departamentales.
- 261) El empresario individual desde el punto de vista de la legislación mercantil española.
- 262) ¿Qué son los planes estratégicos?. Características distintivas.
- 263) Organización informal o grupos informales.
- 264) Exponga y comente las clases de integración de empresas.
- 265) Tipos de mercado según el número de oferentes y demandantes.
- 266) La estructura organizativa: Agrupación basada en funciones.
- 267) La financiación interna o autofinanciación.
- 268) Características de las sociedades de responsabilidad limitada.
- 269) Comente las fases del ciclo de vida del producto.
- 270) Principales características de la Sociedad Cooperativa.
- 271) Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.
- 272) Defina el concepto de selección del persona. Defina e indica las distintas fases de la selección.
- 273) Las fuentes de financiación en la empresa según su procedencia. Tipos de autofinanciación.
- 274) ¿Qué es una zona económica especial y qué requisitos debe cumplir una empresa para poder instalarse y operar en la ZEC?
- 275) Concepto de canal de distribución. Tipos de canales que pueden distinguirse.
- 276) Concepto de punto muerto de una empresa. Fórmula y gráfico explicativo.
- 277) La autofinanciación de la empresa: concepto y tipos.

- 278) Funciones de la empresa en una economía de mercado.
- 279) Decir brevemente en qué consiste la responsabilidad social de la empresa.
- 280) Segmentación del mercado: objetivos y criterios de segmentación.
- 281) La inversión en la empresa: concepto y clases.
- 282) Clasificar las empresas:
- a) según el sector donde desarrollan su actividad, describiendo las actividades principales que comprenden cada uno de estos sectores.
 - b) según el ámbito geográfico de su actividad .
- 283) Definir la función directiva de control.
- 284) Entorno específico de la empresa: concepto y fuerzas relevantes.
- 285) Clasificar las fuentes de financiación de la empresa según su propiedad, poniendo al menos dos ejemplos para cada una de ellas.
- 286) Canal de distribución: concepto y clasificación según el número de intermediarios.
- 287) El proceso de creación de valor en la empresa: explicarlo brevemente y poner un ejemplo.
- 288) Criterios utilizados para medir el tamaño o dimensión de las empresas. ¿Qué características debe tener una empresa para ser clasificada como PYME?
- 289) Explicar en qué consiste la función directiva de planificación.
- 290) La Zona Especial Canaria: concepto y requisitos exigidos a las empresas que se instalen en ella.
- 291) ¿En qué consiste la centralización y la descentralización de la autoridad?
- 292) Segmentación de mercados: concepto y criterios de segmentación.
- 293) A.- **Defina las submasas patrimoniales** “Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar” y “Pasivo corriente”,
B.- **Clasifique correctamente** sólo para las masas patrimoniales “Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar” y “Pasivo corriente”, las siguientes cuentas contables, anotándolas para ello en la columna correspondiente de la tabla

Deudores comerciales v otras cuentas a cobrar	Pasivo corriente

- 294) Ponga un ejemplo explicativo de actuación empresarial para cada una de las siguientes estrategias de crecimiento empresarial: a) cooperación comercial; b) desarrollo de productos; c) diversificación heterogénea (o no relacionada); d) fusión .
- 295) Canal de distribución: concepto y clasificación según el número de intermediarios.
- 296) Enumerar y explicar los distintos objetivos que puede perseguir una empresa.
- 297) (Responde sólo a dos de las siguientes cuestiones)
- a) Clasificar los canales de distribución de una empresa según el número de intermediarios que los integran.
 - b) Enumerar y explicar brevemente las variables de marketing mix.
 - c) Enumerar y explicar brevemente las fuentes de financiación en la empresa según su procedencia.

- 298)** Definir el concepto de entorno específico de la empresa y explicar brevemente las fuerzas que integran este entorno.
- 299) PREGUNTA A ELEGIR:** (Responde sólo a tres de las siguientes cuestiones)
- a) Enumerar y explicar brevemente las fases que integran el ciclo de vida del producto.
 - b) Enumerar las distintas formas jurídicas que puede adoptar una empresa y señalar aquellas que limitan la responsabilidad de los socios al capital aportado.
 - c) ¿En qué se diferencian las estrategias de crecimiento por diversificación y por especialización?
 - d) Citar al menos dos criterios que permiten definir el tamaño de una empresa y clasificarla según estos criterios.
- 300)** Clasificar la empresa según la naturaleza de la actividad económica que desarrolla y poner un ejemplo para cada una de ellas.
- 301) PREGUNTA A ELEGIR:** (Responde sólo a dos de las siguientes cuestiones)
- a) Explicar la diferencia que existe entre un canal de distribución corto y un canal de distribución directo. Pon un ejemplo de cada tipo.
 - b) Explicar qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones.
 - c) Enumerar los requisitos exigidos a una empresa para localizarse en la Zona Especial Canaria. Citar al menos tres requisitos.
- 302)** Enumera y explica brevemente las distintas funciones directivas.
- 303)** Responde a las siguientes cuestiones:
- a) Explicar en qué consiste la responsabilidad social de la empresa.
 - b) ¿Qué criterios se suelen seguir para clasificar el pasivo de una empresa?
 - c) Definir y explicar brevemente cómo se calcula el umbral de rentabilidad de una empresa.
- 304)** Define de forma clara y concisa los siguientes conceptos:
- a) Eficiencia.
 - b) Organigrama empresarial.
 - c) Canal de distribución.
- 305)** Los fabricantes de perfumes suelen utilizar la segmentación de mercados.
- a) Explica la finalidad de esa segmentación.
 - b) Indica tres criterios de segmentación que podrían utilizar.
- 306)** Señala un ejemplo de actividad de promoción y otro de publicidad que podría llevar a cabo un supermercado. ¿En qué se diferencian básicamente estas dos variables del marketing mix?

307) Lee el siguiente texto y contesta a las preguntas que se plantean.

Orden en casa del “osito”

Tous profesionaliza la empresa y limita los productos para pilotar su crecimiento

“O poníamos orden o no nos aclarábamos”, explica Rosa Tous, directora de relaciones institucionales de Tous. A eso responde la nueva etapa que la empresa familiar catalana ha iniciado este año, el nombramiento como presidenta de Alba Tous, y la incorporación en el consejo de administración de José M^a Castellano, antiguo vicepresidente y consejero delegado de Inditex.

El ambicioso plan de Tous, que hoy emplea a 1.850 personas, es el triplicar su volumen de ventas en 2012, hasta 1.000 millones de euros, y alcanzar las 800 tiendas (500 más que hoy). A partir de ahora se centrará mucho más en la joyería, sin olvidar bolsos, relojes y su línea de perfumes, moda y maquillaje (no más tazas, muebles o esquís). Los dos mercados prioritarios son Estados Unidos, donde quiere abrir 40 tiendas, y Japón, en este país Tous gestiona sus tienda a través de una *joint-venture* con un socio local. El mismo modelo que en Francia y Portugal. En el resto del mundo las tiendas están franquiciadas y en algunas participa como socio. Sólo el 25% de los puntos de venta son propios. Tous piensa tirar de recursos propios para acometer la expansión, apenas están endeudados, según fuentes de la empresa se han repartido pocos dividendos e invertido mucho.

Fuente: Adaptado de artículo de El País Negocios, 1 de junio de 2008

Contesta a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué modalidades de cooperación empresarial se citan en el texto? Descríbelas.
- ¿Qué función de la dirección se cita en el texto? Explícala brevemente.
- ¿Cómo definirías la financiación de Tous?
- Clasificar la empresa según sector de actividad y tamaño razonando la respuesta.
- Cómo definirías su estrategia: ¿de especialización o de diversificación?. Razona la respuesta.

308) Describe las funciones de una empresa en una economía de mercado.

309) La ZEC: concepto y requisitos que han de cumplir las empresas.

310) Dos jóvenes licenciadas en Odontología deciden montar su propia consulta. Han calculado una inversión de 120.000 €, la mayor parte de ella destinada a inmovilizado material. Disponen de 70.000 € propios, por lo que necesitarían otros 50.000 €. Señala y explica brevemente al menos **dos posibles modalidades de financiación ajena** a la que podrían recurrir.

311) Explica de forma clara y precisa los siguientes conceptos:

- Umbral de rentabilidad.
- Segmentación del mercado.

312) En la creación de una nueva empresa por dos socios que desean limitar su responsabilidad al capital aportado, cita y explica las características de las formas jurídicas a las que podrían acogerse.

313) Señala y explica brevemente al menos dos factores de localización industrial que podrían condicionar el establecimiento de una empresa embotelladora y distribuidora de agua natural para el consumo de la población.

314) La estrategia de liderazgo en costes se ha popularizado en el sector del transporte aéreo de pasajeros. Explica de qué consiste esta estrategia y señala al menos un ejemplo de empresa que siga la citada estrategia empresarial.

315) Lee el texto adjunto y contesta las preguntas que se plantean a continuación.

Aunque para muchos de nosotros Establecimientos Industriales Archipiélago (EIASA) sea una desconocida, lo cierto es que esta empresa es líder indiscutible en el mercado de zumos de las Islas Canarias gracias a la omnipresencia de su marca Libby's, que genera un 27% del total de las ventas del archipiélago [...]. Además, posee una porción próxima al 23% de la facturación total del mercado de salsas de la comunidad. Como indica Arturo Escuder, director general de EIASA, un ejemplo de este dominio se refleja en el caso del Ketchup Libby's, que “representa el 61% de las ventas en volumen en el canal de la alimentación en Tenerife”. Éstas son las claves de su liderazgo.

El director general destaca el esfuerzo en “innovación tecnológica, el desarrollo de nuevos productos y la diversificación de la actividad empresarial”. Así, la compañía cuenta con “60 códigos diferentes de producto, en ocho formatos”, entre los que se encuentran referencias tradicionales –néctar de melocotón o de pera y piña– y otras nuevas, como “zumos con leche y bebidas refrescantes”.

En los últimos tres años, EIASA ha crecido un promedio del 4,5% anual. Si tenemos en cuenta que se trata de un mercado maduro y en el que, además, cada vez va cobrando mayor importancia la marca de distribuidor, estas cifras tienen un valor aún mayor.

Fuente: David Ramos, Emprendedores, septiembre 2009

Contesta a las siguientes cuestiones:

- a) Bajo tu punto de vista, y a la luz del texto anterior, ¿en qué estrategias basa EIASA su desarrollo?
- b) ¿Cuál es la cuota de mercado de la empresa? ¿Cómo se calcula?
- c) Dadas las características del mercado citadas en el texto, describe la fase del ciclo de vida del producto de esta empresa.

316) Las empresas canarias suelen caracterizarse por su pequeño tamaño y su limitada expansión internacional. Explica al menos dos factores del entorno regional que justifican estas características.

317) Explica de forma clara y precisa los siguientes conceptos:

- a) ¿Qué es la Zona ZEC.
- b) Clasificación de las empresas según el sector de actividad.

318) Dos personas quieren constituir una sociedad y limitar su responsabilidad al capital aportado, cita y explica las características de las formas jurídicas a las que podrían acogerse.

319) ¿De qué tamaño es una empresa que tiene 40 trabajadores, volumen de facturación de 9 millones de euros y activo de 5 millones de euros? ¿Qué condiciones debe cumplir una empresa para ser PYME?

320) Periodo Medio de Maduración o Ciclo de Explotación de una empresa. Explicar su significado a través de un ejemplo que conozcas de una empresa industrial.

321) ¿Qué representa el siguiente dibujo? Comentar brevemente los diferentes criterios utilizados en la departamentalización.

322) Descentralización de la organización empresarial: concepto, ventajas e inconvenientes.

- 323) Explica de forma clara y precisa los siguientes conceptos:
- La planificación en la función directiva
 - La inversión económica en la empresa
 - La concentración empresarial
- 324) Nombre actuaciones de responsabilidad social de empresas concretas que conozca, procurando poner ejemplos variados que ilustren tres ámbitos de responsabilidad social existentes.
- 325) Lee el texto ajunto y contesta las preguntas que se plantean a continuación.

SOS se atrinchera en su 'oligopolio'

El grupo trata de impulsar sus marcas italianas para remontar las cuentas

En el grupo SOS no hay espacio para el aburrimiento. Líderes en los mercados del arroz y el aceite de oliva, el grupo llevaba años creciendo a base de compras. Pero la calma se convirtió en tormenta y hoy en día se encuentran en números rojos, debiendo cerca de 600 millones de euros. Su acción ha pasado de valer 12 euros en noviembre del año pasado a los 3,60 euros de ahora. En medio de todo esto, el grupo quiere correr un tupido velo e intentar remontar sus actividades. Las marcas italianas, que completan su particular oligopolio mundial, son ahora su esperanza.

Bajo el manto de SOS se comercializan principalmente cinco marcas: Carbonell y Koipe en España, y Bertolli, Carapelli y Sasso en Italia, desde donde además se exporta a medio mundo. “El grupo SOS compró Bertolli a Unilever precisamente porque tiene mucho potencial en EEUU, el mercado más importante del mundo en este momento por su potencial”, resumió hace unos días Fabio Maccari, responsable de la corporación en Italia. Los estadounidenses quieren aceite de oliva con etiqueta italiana, así que SOS compró marcas italianas.

Fuente: Adaptado de artículo de El País Negocios, 20 de septiembre de 2009

Contesta a las siguientes cuestiones:

- ¿En qué estrategia ha basado SOS su crecimiento estos últimos años?
 - ¿Qué es la marca? y ¿Qué estrategia de marca aplica SOS?
 - ¿En qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra el aceite de oliva en el mercado de EEUU? y ¿cuáles son las características de esta fase?
 - ¿Qué se entiende por estrategia de especialización? ¿En qué variante de especialización pretende apoyarse SOS?
- 326) **PAU– Junio 2008:** El proceso de creación de valor en la empresa: explicarlo brevemente y poner un ejemplo.
- 327) **PAU– Junio 2008:** Entorno específico de la empresa: concepto y fuerzas relevantes.
- 328) **PAU– Junio 2008:** Criterios utilizados para medir el tamaño o dimensión de las empresas. ¿Qué características debe tener una empresa para ser clasificada como PYME?
- 329) **PAU– Junio 2008:** Clasificar las fuentes de financiación de la empresa según su propiedad, poniendo al menos dos ejemplos para cada una de ellas.

330) Lee el siguiente texto y contesta a las preguntas que se plantean.

TETRA PAK RETA AL VIDRIO.

El grupo apuesta por un envase barato que conserve las cualidades del aceite de oliva

La comercialización del aceite de oliva se realiza en la actualidad utilizando el plástico, que supone un 95% del total del mercado (...). El vidrio, por su elevado coste, es un envase reservado especialmente para los aceites de gamas altas o ecológicas, pero apenas si supone el 1%. Una tercera vía de comercialización es el envase de metal recubierto en su interior con un barniz a base de resinas alimentarias, que desde una perspectiva de proteger el contenido se trata de una opción positiva, pero también de alto coste.

En medio de los debates sobre las mejores soluciones para la comercialización del aceite de oliva, el grupo Tetra Pak lanza su apuesta por el cartón o brik. Se trata de un envase de cartón de múltiples capas compuestas en un 75% por papel, un 20% de polietileno y un 5% de hoja de aluminio, lo que protege su contenido frente a la luz y el aire, manteniendo intactas sus cualidades organolépticas. En los últimos años se apuntaron a esta alternativa marcas como Arteoliva o Ybarra y en la actualidad también el grupo SOS-Carbonell, con las aceitunas y el aceite de oliva. (...).

Industriales y olivaderos están de acuerdo en las bondades del envase de cartón opaco y las ventajas de reducir costes –en relación a otros envases-. Sin embargo, todos coinciden que no es un problema de tecnología, sino de convencer al consumidor de que el envase de cartón se trata de un envase adecuado, ya que en muchos casos se asocia con la venta de un producto barato, recordatorio de los tiempos en que se utilizaba masivamente para envasar el vino de la calidad más baja.

Adaptado de artículo de El País Negocios, 19 de agosto de 2007

Contesta a las siguientes cuestiones:

- Tetra Pak ha invertido en I+D+i para desarrollar un nuevo producto, ¿qué ventajas competitivas podría obtener Tetra Pak al invertir en innovación?
- ¿Qué es el posicionamiento de un producto en el mercado? ¿Cómo describirías el posicionamiento del envase de cartón en el mercado del aceite de oliva frente a los otros envases?
- ¿Qué variables del marketing-mix podrían emplearse para lograr la aceptación del envase de cartón por parte del consumidor de aceite de oliva? Justifica tu respuesta.

331) I Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2008: ¿Qué es el marketing-mix? Enumere y comente brevemente los elementos que lo componen.

332) I Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2008: ¿Qué es la autofinanciación de la empresa? Enumere y explique brevemente los tipos de autofinanciación.

333) I Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2008: Enumere y explique los subperíodos que componen el período medio de maduración económico en una empresa industrial.

334) PAU– Junio 2008: Explicar en qué consiste la función directiva de planificación.

335) PAU– Septiembre 2008: Clasificar las fuentes de financiación de la empresa según su origen o procedencia y poner, al menos, dos ejemplos para cada una de ellas.

336) PAU– Septiembre 2008: Clasificar las empresas según el sector económico al que pertenecen.

337) PAU– Septiembre 2008: Integración vertical en la empresa: concepto y ejemplo.

- 338) PAU– Septiembre 2008:** ¿En qué consiste la centralización y la descentralización de la autoridad?
- 339) PAU– Septiembre 2008:** La Zona Especial Canaria: concepto y requisitos exigidos a las empresas que se instalen en ella.
- 340) PAU– Septiembre 2008:** Segmentación de mercados: concepto y criterios de segmentación.
- 341) II Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2009:** Enumere las diferentes modalidades de concentración empresarial que se pueden dar y explíquelas brevemente.
- 342) II Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2009:** Tipos y criterios utilizados para medir el tamaño o dimensión de las empresas.
- 343) II Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2009:** ¿Qué características debe tener una empresa para ser clasificada como PYME?
- 344) II Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2009:** ¿Qué es el punto muerto o umbral de rentabilidad de una empresa?
- 345) II Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2009:** Comentar el efecto que produciría una disminución de los costes fijos de estructura (manteniendo constantes el resto de factores) sobre el umbral de rentabilidad.
- 346) PAU– Septiembre 2009:** Clasificar la empresa según la naturaleza de la actividad económica que desarrolla y poner un ejemplo para cada una de ellas.
- 347) PAU– Septiembre 2009:** Explicar la diferencia que existe entre un canal de distribución corto y un canal de distribución directo.
- 348) PAU– Septiembre 2009:** Explicar qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones.
- 349) PAU– Septiembre 2009:** Enumerar los requisitos exigidos a una empresa para localizarse en la Zona Especial Canaria.
- 350) PAU– Septiembre 2009:** Enumera y explica brevemente las distintas funciones directivas.
- 351) PAU– Septiembre 2009:** Explicar en qué consiste la responsabilidad social de la empresa.
- 352) PAU– Septiembre 2009:** ¿Qué criterios se suelen seguir para clasificar el pasivo de una empresa?
- 353) PAU– Septiembre 2009:** Definir y explicar brevemente cómo se calcula el umbral de rentabilidad de una empresa.
- 354) PAU– Junio 2009:** Enumerar y explicar los distintos objetivos que puede perseguir una empresa.
- 355) PAU– Junio 2009:** Clasificar los canales de distribución de una empresa según el número de intermediarios que los integran.
- 356) PAU– Junio 2009:** Enumerar y explicar brevemente las variables de marketing mix.
- 357) PAU– Junio 2009:** Enumerar y explicar brevemente las fuentes de financiación en la empresa según su procedencia.
- 358) PAU– Junio 2009:** Definir el concepto de entorno específico de la empresa y explicar brevemente las fuerzas que integran este entorno.

- 359) PAU– Junio 2009:** Enumerar y explicar brevemente las fases que integran el ciclo de vida del producto.
- 360) PAU– Junio 2009:** Enumerar las distintas formas jurídicas que puede adoptar una empresa y señalar aquellas que limitan la responsabilidad de los socios al capital aportado.
- 361) PAU– Junio 2009:** ¿En qué se diferencian las estrategias de crecimiento por diversificación y por especialización?
- 362) PAU– Junio 2009:** Enumerar los criterios que permiten definir el tamaño de una empresa y clasificarla según estos criterios.
- 363) III Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2010:**

Neck & Neck: Romper las costuras

En Neck & Neck nunca han ocultado que su proyecto es ser algo así como el Zara de los Niños. “Cuando empezamos y nos preguntaban cuál era nuestro proyecto, contestábamos que ser el líder mundial en ropa infantil”, justifica Eduardo Zamácola, su consejero delegado. [...] Pero la rapidez con la que la empresa, que lleva apenas 10 años dirigida por el propio Zamácola, ha crecido parece demostrar que las ambiciones de Neck & Neck son más bien serias. [...] adquirida por la familia Zamácola en 1998, cuando apenas tenía poco más de 20 tiendas, Neck & Neck –centrada ahora en el segmento medio alto del mercado- cerró en 2007 con 215 puntos de venta (115 propios) [...]. Y 53 en el extranjero. Es posible que nada de esto hubiera sucedido de no ser por el joven Eduardo Zamácola y sus tres hermanos, que le acompañan en las tareas directivas, y que fueron decisivos en la transformación de una empresa normal y corriente en una pequeña multinacional, ya presente en diez países.

Fuente: Emprendedores no138 (marzo de 2009:26-29)

Responda a las siguientes cuestiones:

- 1) Bajo tu punto de vista, y a la luz del texto anterior, ¿en qué estrategia basa Neck & Neck su desarrollo? Explica en qué consiste dicha estrategia empresarial.
 - 2) Señala las tareas o funciones directivas necesarias para dirigir una empresa, como por ejemplo la del caso que se plantea con Neck & Neck.
- 364) III Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2010:** La estrategia de liderazgo en costes se ha popularizado en el sector del transporte aéreo de pasajeros. Explica en qué consiste esta estrategia y señala al menos un ejemplo de empresa que siga la citada estrategia empresarial.
- 365) III Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2010:** Clasificar el pasivo de la empresa según el plazo de las obligaciones que ha adquirido la empresa con terceros.
- 366) PAU– Junio 2010– Fase General:** Definir y distinguir los conceptos de centralización y descentralización de la autoridad.
- 367) PAU– Junio 2010– Fase General:** Identificar las ventajas e inconvenientes de la autofinanciación frente a la financiación ajena.
- 368) PAU– Junio 2010– Fase General:** Identificar los hechos impositivos de los siguientes impuestos: Impuesto de Sociedades (IS), Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), e Impuesto General Indirecto Canario (IGIC).

- 369) PAU– Junio 2010– Fase General:** Responder la siguiente pregunta: Definir la ZEC y las principales ventajas que ofrece a las empresas que se instalen en ella.
- 370) PAU– Junio 2010– Fase General:** Tres compañeros quieren montar una empresa de diseño gráfico, limitando su responsabilidad patrimonial al capital aportado, que asciende a un total de 45.000 euros (15.000 € cada uno). Citar dos formas jurídicas que podrían adoptar, justificando que cumplen los requisitos exigidos por cada una de ellas.
- 371) PAU– Junio 2010– Fase General:** Decir las diferencias entre publicidad y promoción poniendo un ejemplo que conozca de cada una de ellas.
- 372) PAU– Junio 2010– Fase General:** Definir brevemente la función directiva de control.
- 373) PAU– Junio 2010– Fase General:** Definir el Periodo Medio de Maduración de una empresa comercial.
- 374) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir organigrama y poner un ejemplo.
- 375) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Describir brevemente el ciclo de vida de un producto identificando dos características de cada una de sus fases.
- 376) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Explicar brevemente qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones en la empresa.
- 377) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir entorno específico de la empresa y proponer al menos dos ejemplos de factores de dicho entorno que podrían afectar a una pequeña industria dedicada a la fabricación de calzado.
- 378) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Una empresa catalana productora de aceites desea instalar una planta de producción en la Zona Especial Canaria. Indicar las condiciones que debe cumplir para poder instalarse en la citada Zona.
- 379) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que “el 52,7% de las empresas no emplea a ningún asalariado”. Indicar cómo se clasifican las empresas siguiendo los criterios para definir el tamaño empresarial y señale en qué grupo se integran las empresas anteriores.
- 380) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** ¿Qué diferencias existes entre el Período Medio de Maduración Económico y el Financiero?
- 381) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Explicar el proceso de creación de valor en la empresa.
- 382) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Definir la departamentalización de la empresa y aportar tres criterios utilizados para llevarla a cabo.
- 383) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Definir la autofinanciación de la empresa y sus tipos.
- 384) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Describir las funciones de la empresa en la economía de mercado.
- 385) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Explicar en qué consiste la subcontratación empresarial y su efecto en la cadena de valor de la empresa.

- 386) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** El propietario de una empresa ha decidido adquirir una furgoneta más para su empresa cuyo precio es 15.000 euros. Se plantea dos alternativas, hacer una aportación particular de capital propio por el importe total, o pedir un préstamo bancario de 15.000 €. Identificar las dos fuentes financieras y compararlas. Señalar una ventaja y un inconveniente de cada una de ellas.
- 387) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Definir canal de distribución y ponga tres ejemplos de empresas concretas que conozca, en las que se opte por tres tipos diferentes de canal.
- 388) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Definir con precisión la función directiva de planificación.
- 389) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Definir el concepto de segmentación de mercados y explicar su utilidad para la empresa.
- 390) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** ¿Qué ventajas ofrece a la empresa la autofinanciación respecto a la financiación ajena? Cite dos ventajas.
- 391) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Explicar qué es la subcontratación empresarial y señalar una ventaja y un inconveniente para la empresa que opta por esta estrategia.
- 392) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que más del 95% de las empresas en España son pequeñas y medianas (PYMES). Explicar al menos dos ventajas y dos inconvenientes de este tipo de empresas.
- 393) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Dos titulados universitarios han decidido montar un despacho profesional y no tienen claro qué forma jurídica adoptar. Citar al menos dos formas jurídicas que puedan ser aplicables a su caso indicando los principales requisitos que deben cumplir.
- 394) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Citar al menos tres medidas de responsabilidad social en diferentes ámbitos que las empresas pueden adoptar.
- 395) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir brevemente la función directiva de planificación.
- 396) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Describir el ciclo de vida del producto a través de sus etapas.
- 397) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir el Periodo Medio de Maduración de una empresa industrial.
- 398) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y poner al menos dos ejemplos de medidas referidas a ámbitos diferentes de la RSE y que han sido adoptadas por empresas que conozca.
- 399) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Definir la Zona Especial Canaria y explicar su finalidad.
- 400) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Identificar el tipo de fiscalidad a que corresponden el Impuesto de Sociedades (I.S.) y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F.). Poner un ejemplo de impuesto de otro tipo de fiscalidad, comentando sus diferencias.
- 401) PAU– Junio 2010– Fase Específica:** Los fabricantes de perfumes suelen utilizar la segmentación de mercados, explicar la finalidad de esta segmentación e indicar tres criterios de segmentación que podrían utilizar.

- 402) PAU– Junio 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Tres compañeros quieren montar una empresa de diseño gráfico, limitando su responsabilidad patrimonial al capital aportado, que asciende a un total de 45.000 euros (15.000 € cada uno). Citar dos formas jurídicas que podrían adoptar, justificando que cumplen los requisitos exigidos por cada una de ellas.
- 403) PAU– Junio 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que “el 52,7% de las empresas no emplea a ningún asalariado”. Indicar cómo se clasifican las empresas siguiendo los criterios para definir el tamaño empresarial y señale en qué grupo se integran las empresas anteriores.
- 404) PAU– Junio 2010– Fase Específica-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que más del 95% de las empresas en España son pequeñas y medianas (PYMES). Explicar al menos dos ventajas y dos inconvenientes de este tipo de empresas.
- 405) PAU– Junio 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Una empresa catalana productora de aceites desea instalar una planta de producción en la Zona Especial Canaria. Indicar las condiciones que debe cumplir para poder instalarse en la citada Zona.
- 406) PAU– Septiembre 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** El propietario de una empresa ha decidido adquirir una furgoneta más para su empresa cuyo precio es 15.000 euros. Se plantea dos alternativas, hacer una aportación particular de capital propio por el importe total, o pedir un préstamo bancario de 15.000 €. Identificar las dos fuentes financieras y compararlas. Señalar una ventaja y un inconveniente de cada una de ellas.
- 407) PAU– Septiembre 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Definir canal de distribución y ponga tres ejemplos de empresas concretas que conozca, en las que se opte por tres tipos diferentes de canal.
- 408) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Explicar qué es la subcontratación empresarial y señalar una ventaja y un inconveniente para la empresa que opta por esta estrategia.
- 409) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que más del 95% de las empresas en España son pequeñas y medianas (PYMES). Explicar al menos dos ventajas y dos inconvenientes de este tipo de empresas.
- 410) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Dos titulados universitarios han decidido montar un despacho profesional y no tienen claro qué forma jurídica adoptar. Citar al menos dos formas jurídicas que puedan ser aplicables a su caso indicando los principales requisitos que deben cumplir.
- 411) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica:** Citar al menos tres medidas de responsabilidad social en diferentes ámbitos que las empresas pueden adoptar.
- 412) PAU– Septiembre 2010– Fase General:** Describir las funciones de la empresa en la economía de mercado.
- 413) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:** Dos titulados universitarios han decidido montar un despacho profesional y no tienen claro qué forma jurídica adoptar. Citar al menos dos formas jurídicas que puedan ser aplicables a su caso indicando los principales requisitos que deben cumplir.

- 414) PAU– Septiembre 2010– Fase General: Explicar en qué consiste la subcontratación empresarial y su efecto en la cadena de valor de la empresa.
- 415) PAU– Septiembre 2010– Fase General: El propietario de una empresa ha decidido adquirir una furgoneta más para su empresa cuyo precio es 15.000 euros. Se plantea dos alternativas, hacer una aportación particular de capital propio por el importe total, o pedir un préstamo bancario de 15.000 €. Identificar las dos fuentes financieras y compararlas. Señalar una ventaja y un inconveniente de cada una de ellas.
- 416) PAU– Septiembre 2010– Fase General: Definir canal de distribución y ponga tres ejemplos de empresas concretas que conozca, en las que se opte por tres tipos diferentes de canal.
- 417) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Una empresa catalana productora de aceites desea instalar una planta de producción en la Zona Especial Canaria. Indicar las condiciones que debe cumplir para poder instalarse en la citada Zona.
- 418) PAU– Septiembre 2010– Fase Específica-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

Chupa Chups cumple 40 años

Desde que a Enric Bernat se le ocurrió unir un tenedor al caramelo con el que hasta entonces se pringaba las manos la infancia española, la empresa no ha dejado de crecer a un ritmo descomunal, convirtiéndose -junto con el Talgo o la fregona- en uno de los escasos referentes que posee la inventiva industrial de este país. [...] En 1964, Granja Asturiana, S.L. pasó a convertirse en Chupa Chups, en 1967 se creó la fábrica de San Esteve (Barcelona) y dos años más tarde Chupa Chups dio un paso gigantesco para su definitiva implantación en el mercado, así como en la definición de su imagen de marca. Una imagen -la de la famosa margarita-, que apenas ha cambiado desde entonces, quizás porque su autor fue Salvador Dalí, quien en una visita que le hizo a Enric Bernat se puso manos a la obra y en apenas una hora tenía hecho el diseño.

Fuente: La Revista del Mundo. nº 162 (Adaptación)

Responda a las siguientes preguntas:

- a) Explicar el tipo de crecimiento al que puede estar refiriéndose el artículo anterior: crecimiento interno o externo.
- b) Definir marca y explicar la importancia que puede tener para una empresa como Chupa Chups.
- 419) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Un dato reciente del Instituto Nacional de Estadística muestra que “el 52,7% de las empresas no emplea a ningún asalariado”. Indicar cómo se clasifican las empresas siguiendo los criterios para definir el tamaño empresarial y señale en qué grupo se integran las empresas anteriores.
- 420) PAU– Junio 2010– Fase Específica: ¿Qué diferencias existes entre el Período Medio de Maduración Económico y el Financiero?
- 421) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Definir organigrama y poner un ejemplo.
- 422) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Describir brevemente el ciclo de vida de un producto identificando dos características de cada una de sus fases.
- 423) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Explicar brevemente qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones en la empresa.

- 424) PAU– Junio 2010– Fase Específica: Definir entorno específico de la empresa y proponer al menos dos ejemplos de factores de dicho entorno que podrían afectar a una pequeña industria dedicada a la fabricación de calzado.
- 425) PAU– Junio 2010– Fase General: Definir y distinguir los conceptos de centralización y descentralización de la autoridad.
- 426) PAU– Junio 2010– Fase General: Identificar las ventajas e inconvenientes de la autofinanciación frente a la financiación ajena.
- 427) PAU– Junio 2010– Fase General: Identificar los hechos imponibles de los siguientes impuestos: Impuesto de Sociedades (IS), Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), e Impuesto General Indirecto Canario (IGIC).
- 428) PAU– Junio 2010– Fase Específica-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

Bimbo, sin corteza

A mediados de los años sesenta, Bimbo fue la primera empresa en introducir la fabricación de pan de molde en España y en ostentar el liderazgo en ese mercado de panadería, compaginando el mismo con la bollería y la pastelería industrial. Casi 40 años más tarde, el grupo mantiene su liderazgo indiscutible en ese mercado con una cuota en euros del 38% y algo más reducida en volumen ante el auge en los últimos tiempos de las marcas baratas de la gran distribución.

[...] Con la competitividad de sus productos como uno de los principales objetivos, el grupo Bimbo, [...] contempla en su estrategia la externalización de una parte de su producción (de galletas y bollería) en fábricas de otras empresas que tengan unos costes más ajustados. En esa línea se enmarca la venta de cuatro plantas (de producción) al grupo Siro, empresa especializada en la producción de galletas, bollería y pastelería industrial. En la operación de venta figura el acuerdo para que Siro elabore para Bimbo la producción necesaria en ese segmento de la oferta. Para Bimbo esta política supone una reducción de costes en esos productos.

Fuente: Adaptado de Vidal Maté. El País, domingo 31 de enero de 2010

Responda a las siguientes preguntas:

- a) Definir cuota y liderazgo en el mercado y señalar su utilidad. Explicar estos conceptos en referencia al caso de Bimbo.
- b) Explicar en qué consiste la subcontratación. Este concepto se refleja en este artículo en la estrategia de externalización de Bimbo. Señalar al menos dos ventajas y dos inconvenientes que esta estrategia podría proporcionar a esta empresa en el sector de galletas y bollería.

429) PAU– Junio 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

Inditex templa y sigue

La firma que creció al amparo de Zara ha cruzado el segundo año de crisis mundial apoyado en su diversidad geográfica (con presencia en 73 países, además de España) y su modelo de multiformato (Zara, Pull and Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe). En el año 2009, Inditex abrió 343 tiendas; de ellas, el 98% en los mercados exteriores. "Los 4.607 establecimientos a cierre del pasado ejercicio suponen una tupida red mundial de puntos de venta que nos permiten copar los mercados más interesantes del mundo", ha señalado Pablo Isla, vicepresidente de la empresa.

En el mes de junio se presenta el proyecto de venta online y a partir de otoño se venderán artículos de Zara en la Red. En una primera etapa se limitará a los principales seis mercados europeos: España, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y Portugal. En unos meses se dará el salto a otros países. "Tenemos muchas esperanzas en este proyecto porque hemos detectado una gran expectación comercial sobre él", remachó Isla.

Fuente: Adaptado de Santiago Hernández 21/03/2010 EL Pais.com Negocios

Responder a las siguientes preguntas:

- a) Identificar y definir la estrategia de crecimiento del Grupo Inditex.
- b) Definir canal de distribución y describir la/s ventaja/s de la venta online en general y para Inditex en particular.

430) PAU– Septiembre 2010– Fase General-Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

El Corte Inglés se pone el chándal

Dentro de unas semanas se cumplirá un año desde que El Corte Inglés pusiera en marcha su última iniciativa: Sportown, una cadena dedicada a la ropa y los accesorios de moda de inspiración deportiva. ¿Una más? No. Al contrario de la mayoría de las cadenas de ropa y equipos deportivos existentes, que comercializan ropa de competición y para uso de calle, El Corte Inglés se ha centrado con su nueva enseña en un público básicamente consumidor de moda deportiva, no tanto para la práctica de deportes (que también) sino para su vida normal.

Una estrategia que confirma la propia empresa al subrayar que en Sportown "nos dirigimos a un público urbano que sigue las tendencias de moda y al que le gusta sentirse cómodo". Uno de los pocos segmentos en el que, además, el consumo sigue creciendo a buen ritmo, pese a la crisis.

Lo que define a las Sportown, frente a otros conceptos, según explican fuentes de la empresa, "es que son tiendas con una superficie media de 350 metros cuadrados (si bien algunas llegan a los 900), muy centradas en el calzado, del que se ofrecen unas 20 marcas y más de 350 referencias".

Esto, además de sudaderas, prendas de baño o complementos como gorras, mochilas o relojes, todo de marcas como Adidas, Nike, Le Coq Sportif, Munich, Fred Perry o New Balance.

Fuente: Adaptado de Fernando Barciela 11/04/2010 EL Pais.com Negocios

Responder a las siguientes preguntas:

- a) Identificar y definir la estrategia competitiva de El Corte Inglés, en la que se centra este artículo, indicando las ventajas de la misma. Compararla con la de otras cadenas de ropa y equipos deportivos.
- b) Definir “marca” y explicar su importancia para la empresa, identificar la estrategia de marca El Corte Inglés pretende llevar a cabo en Sportown.

- 431) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Explicar en qué consiste la autofinanciación y describir dos ventajas de la misma frente a la financiación ajena.
- 432) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Explicar brevemente en qué consisten las funciones directivas de planificación y control.
- 433) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Diferenciar entre fiscalidad directa e indirecta; poner un ejemplo de impuesto de cada tipo, describiéndolo brevemente.
- 434) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Definir Responsabilidad Social Empresarial y poner dos ejemplos de medidas adoptadas por una empresa socialmente responsable.
- 435) IV Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2011:

Cervecera de Canarias refuerza su compromiso con las Islas

El consejero delegado de la Compañía Cervecera de Canarias, SA (CCC), Mark Tindall, subrayó ayer el compromiso de su entidad por el Archipiélago y dio a conocer los datos más relevantes recogidos en el último informe de Desarrollo Sostenible de la firma.

Tindall, que hizo especial hincapié en que "a pesar de las circunstancias actuales..., seguimos apostando claramente por el desarrollo sostenible", una cuestión en la que, según destacó, "comenzamos a actuar formalmente hace ocho años y ahora se ha convertido en una filosofía de trabajo". [...]

Por otro lado, Tindall recalcó que "hoy en día existen muchas personas en el Archipiélago que necesitan ayuda", por lo cual señaló que Cervecera de Canarias "ha hecho un esfuerzo adicional incrementando su apoyo a las organizaciones no gubernamentales, con 35 de las cuales colabora ya, bien donando algunos de nuestros productos o aportando alguna partida económica". Al respecto, avanzó que se está ultimando una novedosa iniciativa consistente en que algunos de los trabajadores de la plantilla destinen una parte de su jornada laboral a participar en determinadas acciones sociales. [...]

En el ámbito medioambiental aludió al descenso del 8% en el consumo de agua y el 5,5% de fuel en el transcurso del ejercicio pasado, así como que el índice de reutilización y de reciclaje de los residuos producidos alcanza el 96%. El consejero delegado de la Cervecera incidió en el fomento del uso de los formatos reutilizables, sobre lo que apostilló que "nuestro volumen de envases retornables es del 61%, sobre todo de botellas y barril, mientras que la media del sector en España es del 50%". [...]

Artículo publicado en prensa el 28 de enero de 2011

Responder a las siguientes cuestiones:

- Define el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y sus ámbitos de actuación.
- Identifica en el artículo las acciones que está llevando a cabo la Compañía Cervecera de Canarias relacionadas con la RSE.
- Atendiendo a la forma jurídica de la Compañía Cervecera de Canarias, señala las características más importantes de los aspectos relacionados con: a) Capital social (definición, importe mínimo exigido, responsabilidad y número mínimo de socios); b) Órganos de gobierno.
- Enumera los diferentes factores que determinan la localización de una empresa industrial como la Compañía Cervecera de Canarias.

- 436) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Explicar qué es innovar en la empresa y poner dos ejemplos que conozca de innovación en productos.
- 437) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Cuatro amigos quieren montar una tasca, limitando su responsabilidad patrimonial al capital aportado, que asciende a un total de 40.000 euros (10.000 € cada uno). Citar dos formas jurídicas que podrían adoptar, justificando que cumplen los requisitos exigidos por cada una de ellas.
- 438) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica -Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

Telefónica pierde clientes de Internet por primera vez en su historia

El mapa de acceso a Internet está cambiando aceleradamente por la crisis. Telefónica, el líder absoluto del mercado español de banda ancha desde sus inicios, perdió clientes de ADSL en cifras absolutas (altas menos bajas) por primera vez en su historia durante el pasado mes de febrero, según el informe de la Comisión del Mercado de las telecomunicaciones (CMT). La cuota de mercado de Telefónica en banda ancha cayó hasta el 52%; los operadores alternativos (que acceden a través de la red de Telefónica, como Jazztel, Vodafone, Orange y otros) aumentaron su cuota hasta el 28% y los operadores de cable se mantuvieron casi en el 20%.

En febrero, el número de líneas de banda ancha en el mercado español aumentó en 50.318 conexiones, una cifra discreta frente a las 82.556 altas del mes de febrero del año pasado. Actualmente hay 10,73 millones de líneas en España, un 7,8% más que en febrero del año pasado, con una penetración de 22,8 líneas por cada 100 habitantes.

Fuente: Adaptado de Ramón Muñoz EL Pais.com Negocios 04/04/2011

Responder a las siguientes preguntas:

- a) Definir cuota de mercado y empresa líder, aplicando estos conceptos a la situación de Telefónica que describe el artículo.
- b) Indicar en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra la línea de banda ancha en el mercado español, sobre la base a lo descrito en el segundo párrafo del artículo, y explique las características propias de esta fase.
- 439) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Canal de distribución, definirlo y poner un ejemplo de canal directo.
- 440) PAU– Junio 2011– Fase General y Fase Específica: Definir subcontratación y explicar su efecto en la cadena de valor de la empresa.
- 441) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: Explique en qué consiste la subcontratación empresarial y distinga este concepto del de integración vertical. Explique con un ejemplo real las ventajas que la subcontratación aporta a las empresas que utilizan este tipo de cooperación.
- 442) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: Explique cuatro factores del entorno general canario indicando el efecto que dichos factores tienen sobre las empresas isleñas.
- 443) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: Recientemente se podía leer en un artículo de prensa: “En las oficinas de Google hay zonas de descanso y recreo. Los empleados no tienen un horario fijo, sino objetivos asignados”. ¿A qué factores de motivación alude? Explíquelos indicando dos ejemplos más de este tipo de factores de motivación.

- 444) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: Defina la función directiva de control.
- 445) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: ¿Qué ventajas procura a la empresa invertir en I+D? Explíquelas brevemente.
- 446) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: “Con el 5,4% del mercado, Yahoo es el segundo buscador del mundo, tras Google”. ¿A qué concepto de los estudiados en la función comercial alude la anterior afirmación? Explicar brevemente, e indicar su utilidad para el mercado de los buscadores de internet.
- 447) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica: Defina cuota de mercado e indique cómo se calcula .
- 448) PAU– Septiembre 2011– Fase General y Fase Específica -Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:



El modelo internacional de Inditex

A estas alturas habrá leído ya mil y un repastos a la carrera de Amancio Ortega, el empresario que levantó su imperio desde abajo, comenzando como mozo de una mercería de la Coruña, pero poco se ha escrito sobre el modelo de internacionalización en Zara. [...] el grupo “hasta ahora lo ha hecho bien en Europa, pues es un modelo de negocio basado en la proximidad, ya que para surtir a las tiendas en dos semanas necesita tener cerca a quienes realizan la confección y a los proveedores. Además, en nuestro continente hay mayor homogeneidad de gustos y las tendencias son más fáciles de seguir.

Hay más dudas respecto a la expansión en Asia, pero los números la respaldan. Allí están contribuyendo factores como la renta y el crecimiento de una clase media que mira mucho a lo que se hace en Europa y a la que le gusta mucho la moda”.

Fuente: Adaptado de Fernando Barciela 16/08/2010 Emprendedores

Responda a las siguientes preguntas:

- Escoja dos de las teorías que ha estudiado sobre el empresario y explíquelas aplicándolas al caso de Amancio Ortega, fundador de Zara.
- Cite un factor de localización industrial y uno de localización comercial que podría aplicar al caso de Zara sobre la base del artículo.
- Identifique a qué factores del entorno empresarial de Zara en Asia se alude en el artículo, indicando si se refieren al entorno general o específico de la empresa. Determine el tipo de factores a los que se refiere y cite al menos dos posibles factores más en este tipo de entorno.

449) V Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2012:

Carrefour, S.A. Sufre una “ligera erosión” de su negocio en España

Carrefour tuvo un beneficio de 371 millones de euros en 2011, una caída del 14,3% respecto a 2010 y por debajo de las ganancias que ha registrado la española Mercadona en el mismo periodo. La multinacional francesa de la distribución atribuyó esencialmente al impacto de la crisis en Europa y al deterioro de sus posiciones comerciales en algunos de sus principales mercados europeos, sobre todo en Grecia e Italia, precisó la empresa en un comunicado. En España, por su parte, registró “una ligera erosión”, aunque Carrefour defiende que se resistió “bien”.

[...] En los países del sur de Europa intentará mejorar su competitividad con menos promociones pero más selectivas, continuando con los ahorros de costos y ampliando la oferta de productos de marca propia.

Las inversiones, que serán en 2012 de entre 1.600 y 1.700 millones de euros (ascendiendo a 2.300 millones en 2011), se centrarán en los mercados emergentes, y en particular en China, Brasil e Indonesia, al tiempo que se reducirán en Europa.

Fuente: El País.com (8/3/2012)

Responda a las siguientes preguntas:

- a) Clasifique convenientemente a la empresa Carrefour en función de los diferentes aspectos o criterios que conozca.
 - b) Defina “empresa multinacional” utilizando el caso que se ilustra en el artículo y señale las características principales que distinguen a este tipo de empresas.
 - c) Defina los conceptos de cuota de mercado y líder de mercado. Ponga dos ejemplos de empresas líderes de mercado.
 - d) ¿Qué son las inversiones permanentes en la empresa? Ponga un ejemplo.
- 450) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** Explique en qué consiste y el objetivo que persigue el Régimen Económico y Fiscal de Canarias (REF). Escoja dos de sus instrumentos y explique sus características más importantes.
- 451) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** Explique qué es la inversión permanente en la empresa y ponga un ejemplo.
- 452) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** Muchos supermercados e hipermercados envían a casa sus ofertas semanales o mensuales en vistosos catálogos. ¿A qué variable de marketing mix responde esta actividad comercial de la empresa? Explique su función.
- 453) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** Cuando una empresa anuncia en el paquete de uno de sus productos, por ejemplo, que “un 1% de lo que usted pague se destinará a una Fundación de Ayuda a la Infancia en África”, ¿qué tipo de medida está aplicando esta organización? Ponga otro ejemplo real de este tipo de medidas.
- 454) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** Explique los tipos de inversión en la empresa y ponga dos ejemplos de cada tipo.
- 455) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:** ¿En qué consiste la segmentación de mercados? Explique el concepto con un ejemplo.

456) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica: ¿Qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones en la empresa?

457) PAU– Junio 2012 – Fase General y Fase Específica:

Así llevó Steve Jobs a Apple a cuadruplicar el volumen de negocio de la compañía

¿Qué tenía Steve Jobs que lo hacía único entre los ejecutivos del planeta? [...] Aclamado y seguido como si de una estrella del pop se tratara, Steve Jobs quedará como el hombre que ha acercado la movilidad total al común de los mortales, todo un hito que lo sitúa al nivel de los más grandes de la Historia. [...] Los productos Apple eran mucho más que meros objetos de consumo. Son productos convertidos en iconos que forman parte de un universo de experiencias en torno a una marca de culto. Jobs fue capaz de idear unos productos “imposibles” (según sus ingenieros), que alteraron el modo de utilizar Internet a través del móvil. Unos productos que, en sus líneas básicas, ya existían pero que él rediseñó y vendió con una habilidad inigualable. Y que convirtió en auténticas obras fashion, que había que tener si no querías estar out. Sus insuficiencias tecnológicas tampoco fueron óbice para que hiciera sus propios desarrollos y aparezca como dueño de más de 300 registros en la Oficina de Patentes de su país.

Fuente: Revista Emprendedores 20/10/2011

Responda a las siguientes preguntas:

- a) Identificar tres características del empresario actual tomando como referente la figura de Steve Jobs, fundador de Apple.
 - b) Definir marca y explicar la importancia de la misma para las empresas del sector al que se refiere el artículo anterior.
- 458) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** Explique los tipos de inversión en la empresa y ponga dos ejemplos de cada tipo.
- 459) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** ¿En qué consiste la segmentación de mercados? Explique el concepto con un ejemplo.
- 460) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** ¿Qué es y para qué sirve la amortización de las inversiones en la empresa?
- 461) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** Explique en qué consiste y el objetivo que persigue el Régimen Económico y Fiscal de Canarias (REF). Escoja dos de sus instrumentos y explique sus características más importantes.
- 462) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** Explique qué es la inversión permanente en la empresa y ponga un ejemplo.
- 463) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** Muchos supermercados e hipermercados envían a casa sus ofertas semanales o mensuales en vistosos catálogos. ¿A qué variable de marketing mix responde esta actividad comercial de la empresa? Explique su función.
- 464) PAU– Junio 2012– Fase General y Fase Específica:** Cuando una empresa anuncia en el paquete de uno de sus productos, por ejemplo, que “un 1% de lo que usted pague se destinará a una Fundación de Ayuda a la Infancia en África”, ¿qué tipo de medida está aplicando esta organización? Ponga otro ejemplo real de este tipo de medidas.

465) PAU– Septiembre 2012– Fase General y Fase Específica -Preguntas Teóricas Tipo “Caso Práctico”:

McDonald's gana el 5% más en el primer trimestre

McDonald's, la mayor cadena de restaurantes de comida rápida del mundo, ha informado [...] en un comunicado que ha aumentado sus ventas en todas las regiones del mundo donde está presente. Su consejero delegado, Jim Skinner, indicó que "la fortaleza de los resultados, en medio de turbulencias económicas persistentes, es una prueba de los planes centrados en los consumidores y en un modelo de negocio probado". Skinner, que subrayó que la firma ha hecho evolucionar su menú, lo ha modernizado y ha ampliado el acceso a la marca, pronosticó que el crecimiento global en ventas para este abril "estará en torno al 4%". Por regiones, la firma indicó que en Europa las ventas crecieron el 5%, en especial por los incrementos registrados en el Reino Unido, Rusia, Francia y Alemania, al tiempo que señalaron que las malas condiciones climatológicas de febrero afectaron las ventas europeas. En Asia-Pacífico, Oriente Medio y África, ese aumento fue del 5,5%, con mayores alzas en los mercados de China, Australia y Japón, y en Estados Unidos, las ventas progresaron el 9%.

Fuente: EFE, Cincodias.com (20/04/2012)

Responda a las siguientes preguntas:

- 1) Definir empresa multinacional y explicar sus características a través de la empresa que se expone en el artículo.
- 2) Identifique los factores del entorno que se señalan en el artículo e indique si se refieren al entorno general o específico de la empresa.

466) PAU– Septiembre 2012 – Fase General y Fase Específica: Explique dos diferencias entre la Sociedad Limitada y la Sociedad Anónima.

467) PAU– Septiembre 2012– Fase General y Fase Específica: ¿Qué es la financiación ajena en la empresa? Ponga dos ejemplos de este tipo de financiación.

468) PAU– Septiembre 2012– Fase General y Fase Específica: Explique qué es una PYME y señale una ventaja y un inconveniente de este tipo de empresas.

469) VI Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2013:

El bodeguero inventor

Samaniego es un pequeño pueblo al pie de la Sierra Cantabria. En este coqueto enclave de la Rioja Alavesa fundó Fernando Ramírez de Ganuza su bodega en 1989, con casi 80 hectáreas de viñedos, con cepas que tienen una edad media de 50 años [...]. En 2012 la facturación se situó en torno a los tres millones de euros, un 14,5% por encima del año anterior. El éxito de la bodega se basa en tres pilares: la búsqueda de la calidad, la internacionalización y la innovación. Sobre este último capítulo Ramírez de Ganuza es todo un experto, una especie de bodeguero inventor, ya que ha diseñado o ideado diferentes artilugios como un sistema de refrigeración para que la uva que llega del campo no se caliente, una cinta de selección de los racimos inteligente o sistema de prensado a través de un globo de plástico que se llena de agua. Ramírez de Ganuza elabora vinos de gama media-alta que van desde los 20 euros a los 200 euros. “Sabemos que hoy un público que quiere y puede pagar esos precios. Solo tenemos que encontrarlo”, asegura su fundador. La bodega elabora actualmente ocho vinos y una premisa fundamental es respetar los tiempos de maduración de los caldos para garantizar su calidad. [...]

La crisis en España ha provocado que muchas bodegas miren al exterior para sobrevivir. También es el caso de Ramírez de Ganuza que en el último ejercicio realizó el 50% de sus ventas fuera, [...] “Nuestro mercado no es Asia, es el mundo entero. Los clientes potenciales de nuestro vino se encuentran sobre todo en Europa, EE.UU y Latinoamérica”.

Fuente: El País.com (01/04/2013)

Responda a las siguientes preguntas:

- 1) Tras la lectura del texto anterior, comentar y explica brevemente las principales características del tipo de estrategias que sigue Fernando Ramírez de Ganuza en su bodega..
- 2) Señala los factores del entorno general y específico que pueden afectar a la empresa en su desarrollo de su actividad.
- 3) Comenta que factores del entorno general han podido influir en los resultados obtenidos por la bodega a la que hace referencia el artículo.

470) VI Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2013: Define los conceptos de amortización y valor residual.

471) VI Olimpiadas Provinciales de Economía y Empresa 2013: Explica los métodos de amortización más utilizados por las empresas y pon un ejemplo en cada caso.

472) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica:

Competencia aprueba la creación de un embotellador único español de Coca-Cola

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha aprobado el proceso de integración de las siete embotelladoras españolas de Coca-Cola en España a través de una única sociedad que comenzará a desarrollar sus planes de negocio de manera conjunta. "La nueva sociedad, que tendrá su sede en Madrid y surge de la integración de siete empresas españolas —Casbega, Colebega, Cobega, Rendelsur, Begano, Norbega y Asturbega—, desarrollará también el negocio de fabricación y embotellado de productos de la multinacional The Coca-Cola Company en Portugal (Embotelladora Refrige)", ha explicado Coca-cola Iberia en una nota de prensa.

La fusión ha sido un largo proceso de más de dos años para aunar los intereses de siete empresas con fuerte tradición familiar e intereses cruzados.

Y antes de llegar a siete empresas, cada una ya había sufrido su propia reorganización societaria, ya que inicialmente llegaron a ser unas 40 las embotelladoras del producto. La compañía cree que con el plan ganan eficiencia. Uno de los objetivos de esta unión es el de ganar fuerza para competir en mercados extranjeros, por ejemplo, en Alemania, uno de los polos más interesantes en el sector del embotellado.

Fuente: Economía El País 17-2-2013

Responda a las siguientes preguntas:

- 1) Identifique la estrategia de crecimiento llevada a cabo por las embotelladoras de Coca-Cola y razónela en base al texto del artículo.
- 2) Valore el objetivo de esta unión empresarial descrito en el último párrafo, e identifique la estrategia de crecimiento que pretende esta empresa para el futuro. Razone la respuesta.

473) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Defina la Zona Especial Canaria (ZEC) y señale su objetivo. Diga la principal ventaja para las empresas que se instalen en ella.

474) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Defina entorno específico de la empresa y describa al menos tres factores que lo integran.

475) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Explicar el proceso de creación de valor en la empresa.

- 476) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Identificar y describir al menos tres características del empresario en la actualidad.
- 477) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Defina innovación y ponga un ejemplo de innovación en productos que conozca.
- 478) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Ryanair, aerolínea de bajo coste que lleva operando en los aeropuertos canarios varios años, vende la mayor parte de sus billetes de avión a través de internet. Explique qué es el canal de distribución e identifique el canal que utiliza esta aerolínea.
- 479) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Si el Periodo Medio de Maduración Económico (PMME) de una empresa es de 60 días y el Periodo Medio de Maduración Financiero (PMMF) es de 40 días, explique a qué se corresponde la diferencia entre ambos.
- 480) PAU– Junio 2013– Fase General y Fase Específica: Ponga dos ejemplos de formas jurídicas de empresas con responsabilidad patrimonial diferente y explique brevemente su significado.
- 481) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:

Ford España recibe el premio CERMI de Responsabilidad Social Corporativa

Ford España ha sido galardonada con el premio CERMI 2012 en la categoría de Responsabilidad Social Empresarial/Discapacidad por "el carácter ejemplar del modelo de responsabilidad social corporativa de la compañía", dirigido a promover la inclusión social de las personas con discapacidad y aumentar la visibilidad de este grupo social en toda la cadena de valor de la empresa.

"Este premio nos llena de orgullo y supone para nosotros no sólo un reconocimiento a nuestra labor en materia de Responsabilidad Social, sino también un nuevo impulso para seguir trabajando en esta línea" ha declarado Machado, presidente de Ford España.

"La Responsabilidad Social Corporativa no es una moda. En el caso de Ford, forma parte de nuestra filosofía empresarial desde los inicios de la compañía, hace ahora más de cien años. En España, llevamos más de una década trabajando en la promoción y activación del empleo a personas con discapacidad", ha añadido.

Fuente: Eleconomista.es 14/03/2013

Responda a las siguientes preguntas:

- 1) Defina Responsabilidad Social Empresarial indique al menos tres ámbitos diferentes de actuación, resaltando en que ha destacado Ford España, en base al texto del artículo.
 - 2) Explique a qué se refiere la frase "toda la cadena de valor de la empresa", aplicándola a Ford España.
- 482) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica: Describa brevemente las funciones directivas de planificación y control.
- 483) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica: ¿Qué caracteriza a una PYME frente a una gran empresa? Utilice al menos dos criterios para diferenciar ambas.

- 484) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:** Describa la diferencia entre fiscalidad directa e indirecta. Ponga un ejemplo de cada tipo.
- 485) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:** Describa entorno genérico de la empresa y los factores que lo integran, haciendo especial referencia a Canarias.
- 486) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:** Cinco ingenieros informáticos deciden montar una empresa para asesorar a otras empresas sobre las redes sociales, aportando cada uno un capital de 6.000 euros. Decir tres formas jurídicas que pueden adoptar, justificando cada una de ellas, si quieren que su responsabilidad patrimonial se limite al capital aportado.
- 487) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:** Poner dos ejemplos de productos que se encuentren en fases diferentes del ciclo de vida, señalando las características de cada una de esas fases.
- 488) PAU– Julio 2013– Fase General y Fase Específica:** Definir autofinanciación y explicar cada uno de sus tipos.
- 489) PAU– Junio 2014– Fase General y Fase Específica:**

----- 00000 -----