



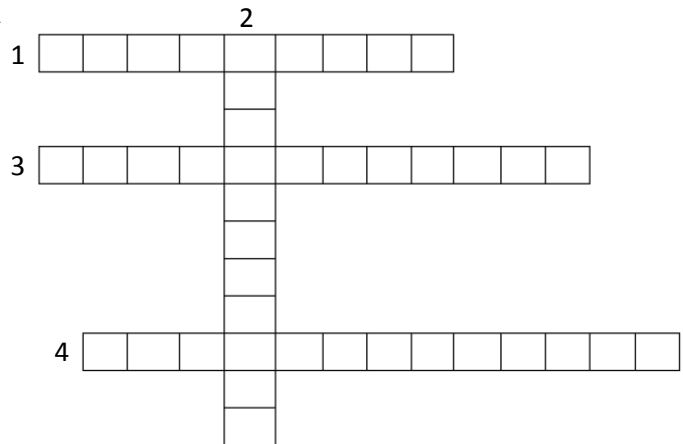
TEMA 1 (15 PUNTOS)

DETERMINE SI LAS SIGUIENTES EXPRESIONES SON VERDADERAS (V) O FALSAS (F)

La Contabilidad es la fuerza de una empresa, la cual permite mantener en el medio.	
La memoria financiera es un documento que informa a su público objetivo los resultados económicos obtenidos.	
El Estado de Pérdidas y Ganancias refleja las entradas y salidas de capital durante un periodo determinado (anual).	
El informe financiero evalúa en qué medida una compañía asume la responsabilidad de sus acciones y a menudo incluye cambios estratégicos y operativos en los que la sostenibilidad es un motor del rendimiento.	
Los fondos necesarios para gestionar una empresa pueden obtenerse de realizar un préstamo.	
El objetivo del Presupuesto de explotación es obtener beneficios para favorecer el crecimiento de la empresa.	
En el umbral de rentabilidad, el coste total es equivalente a los gastos realizados, lo que genera un beneficio.	
El método de medición de rendimiento Análisis Comparativo define los valores y criterios para medir y alcanzar un equilibrio entre la sostenibilidad económica y sostenibilidad social y medioambiental.	
El Retorno de la Inversión permite identificar los beneficios y el ahorro de costes obtenidos con un proyecto.	
Un factor externo que rige la elección de consumir es el precio.	

TEMA 2 (8 PUNTOS): COMPLETE EL CRUCIGRAMA

1. Capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.
2. Radica fundamentalmente en la estructura de Capital.
3. Es el retorno que los accionistas perciben a cambio de la inversión, riesgo y esfuerzo que desarrollan.
4. Es hacer más productos con los mismos insumos materiales y financieros.



TEMA 3 (6 PUNTOS): DETERMINE EL LITERAL QUE CORRESPONDE A CADA ENUNCIADO

Literal	Descripción
	Planificar estratégicamente maneras alternativas de desarrollar un negocio.
	Es un grupo de variables específicas que se ofrecen al mercado en un momento determinado.
	Es un proceso que considera y gestiona el modo en que las empresas crean valor para los consumidores.
	Proporciona a los usuarios la claridad necesaria para diferenciar a una compañía, un producto o un servicio de la competencia.
	Analiza los productos y servicios de una empresa.
	Manifiesta de forma tangible e intangible a través de productos, servicios y experiencias.

Literal	Término
A	Matriz BCG
B	Marketing Mix
C	Matriz de Ansoff
D	Marca
E	Branding
F	Marketing



TEMA 4 (6 PUNTOS): DETERMINE EL TIPO DE INNOVACIÓN APLICADA

Según el tipo particular de cabello, preferencias de estilo y forma de vida las personas eligen su plancha para el cabello pueden ser planchas planas de cerámica o aquellas que traen incorporado un cepillo. **TIPO DE INNOVACIÓN ES** _____

El DVD emplea mecánica láser para leer medios de almacenamiento que tienen mejor calidad de imagen, soporta gran variedad de formatos de video, calidad de sonido, su ligero peso, ocupa poco espacio y consume poca electricidad. **TIPO DE INNOVACIÓN ES** _____

TEMA 5 (5 PUNTOS): DETERMINE EL TIPO DE ESTRATEGIA APLICADA

CASO 1: La empresa 3M(Minnesota Mining and Manufacturing Company) sus inicios fueron como una pequeña compañía minera, pero al poco éxito alcanzado derivaron a abrasivos para la industria, pasó al negocio de las lijas, luego en 1930 crea la cinta adhesiva scotch® que permitía pegar en forma simple y rápida, producto que se siguió desarrollando y encontró múltiples aplicaciones en el campo quirúrgico, farmacéutico, e incluso el aeronáutico. Actualmente el post-it, fibras y de ahí ha desarrollado toda una gama de productos, en la actualidad tiene más de 55.000 productos. **TIPO DE ESTRATEGIA** _____

CASO 2: Italcementi, es hoy en día el mayor productor de cemento en Europa, y uno de los líderes a nivel mundial. Está establecido en Europa, en América del Norte y Asia, tiene más de 50 plantas, 150 canteras y 500 centrales de hormigón. La optimización en plan de producción y de distribución constituye un elemento en juego económico importante en el campo de cemento donde los costes variables de producción y los costes de logística interna representan hasta un 40% del precio de venta, para ello tienen un software que proporciona el plan de producción y de distribución pero también el valor de la función económica, los costes medios y marginales para cada entidad y en cada fase del proceso, los costes de los productos a la salida de las fábricas, etc. **TIPO DE ESTRATEGIA** _____