



**EMPRESA Y GESTIÓN**  
**NIVEL MEDIO**  
**PRUEBA 1**

Martes 4 de mayo de 2010 (tarde)

1 hora 15 minutos

---

**INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS**

- No abra esta prueba hasta que se lo autoricen.
- Lea con atención el estudio de caso.
- Sección A: conteste dos preguntas.
- Sección B: conteste la pregunta obligatoria.

**SECCIÓN A**

Conteste **dos** preguntas de esta sección.

1. (a) Defina los siguientes términos:
- (i) *ciclo de vida del producto* (línea 40) [2 puntos]
  - (ii) *lealtad a una marca* (línea 63). [2 puntos]
- (b) Con referencia a *N-Pharma* y a su nuevo medicamento *Pharmatics*, distinga entre “promoción convencional” y promoción “no convencional” (líneas 56–57). [4 puntos]
- (c) Aplique la matriz de Boston Consulting Group (BCG) a la cartera de productos de *N-Pharma*. [7 puntos]
2. (a) “En 1980, *N-Pharma* pasó a ser una sociedad anónima; sus acciones cotizan desde entonces en la Bolsa de Tokio” (líneas 101–102). Resuma **dos** aspectos esenciales de esta forma de titularidad. [4 puntos]
- (b) Prepare un análisis FODA que muestre **sólo** las oportunidades y las amenazas que enfrenta *N-Pharma*. [4 puntos]
- (c) Utilizando la información del análisis FODA (información adicional, página 3) y su respuesta a la parte (b), analice la posición de *N-Pharma*. [7 puntos]
3. (a) Defina los siguientes términos:
- (i) *rentabilidad* (línea 78) [2 puntos]
  - (ii) *liquidez* (línea 132). [2 puntos]
- (b) Utilizando la información del Apéndice 2, calcule los índices de liquidez de la subsidiaria de *N-Pharma* en EE.UU. en los ejercicios de 2008 y 2009. [4 puntos]
- (c) Analice los índices de liquidez calculados en la parte (b) desde la perspectiva de **dos** grupos de interés de *N-Pharma*. [7 puntos]

**SECCIÓN B**

Conteste **la pregunta obligatoria** de esta sección.

4. (a) Defina los siguientes términos:
- (i) *delegación (línea 74)* [2 puntos]
  - (ii) *remuneración basada en el desempeño (línea 88).* [2 puntos]
- (b) *N-Pharma* está considerando varias opciones estratégicas para su futuro crecimiento entre ellas una adquisición (**Opción 1(b)**) y una fusión (**Opción 3**). Distinga entre una fusión y una adquisición. [4 puntos]
- (c) Laura Davies prevé “que los empleados australianos de *N-Pharma* responderán positivamente a los incentivos no económicos” (líneas 98–99). Explique de qué modo los incentivos no económicos podrían afectar la satisfacción en el puesto de trabajo y la productividad. [4 puntos]
- (d) ¿En qué medida mejoraría un cambio en el estilo de liderazgo de Susan James la productividad y la moral en la subsidiaria de *N-Pharma* en Canadá? [8 puntos]

**Información adicional**

<b>Fortalezas y debilidades de un análisis FODA de <i>N-Pharma</i></b>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>N-Pharma</i> es una empresa multinacional afianzada, con subsidiarias en diversos países de la costa del Pacífico.</li> <li>• <i>N-Pharma</i> es una marca muy conocida, que atrae la lealtad de los clientes.</li> <li>• <i>N-Pharma</i> tiene una cartera de medicamentos en distintas etapas del ciclo de vida de los productos (por ejemplo, Pharmax, Pharmaflo, Pharmaslim, Pharmatics).</li> <li>• <i>N-Pharma</i> tiene amplias reservas financieras, y los inversores consideran las acciones de la empresa una inversión segura y relativamente libre de riesgos.</li> </ul> <p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>N-Pharma</i> ha enfrentado problemas en algunas de sus subsidiarias (por ejemplo, problemas de recursos humanos en Canadá y Australia, o problemas de liquidez en EE.UU.).</li> <li>• <i>N-Pharma</i> ha tenido una imagen pública negativa debido a prácticas contrarias a la ética.</li> <li>• <i>N-Pharma</i> opera en un entorno empresarial muy competitivo (los medicamentos genéricos de los competidores se venden a un precio menor que los productos de marca de <i>N-Pharma</i>).</li> </ul>