



OLIMPIADA DE ECONOMÍA 2023

Fase Local: NAVARRA

Normas de realización del examen:

1. Dispone de 1 horas y 30 minutos para la realización del examen.
2. No está permitida la utilización de ningún tipo de material de apoyo (ni libros, ni apuntes).
3. Está prohibida la utilización de teléfonos móviles u otros medios electrónicos como calculadora. Se permite la utilización de una calculadora convencional.
4. Queda terminantemente prohibido establecer cualquier tipo de comunicación entre estudiantes dentro del aula y con terceras personas fuera del aula durante la realización del examen (si se trata de una urgencia consulte a la persona al cargo de la prueba). Cualquier incumplimiento será sancionado con la retirada del examen y la expulsión de la prueba.
5. En la primera parte (test), piense cuidadosamente antes de responder y marque con claridad **una única** respuesta. Si hay más de una respuesta señalada de cualquier forma, se invalidará dicha pregunta.
6. Lea atentamente todas las preguntas al comienzo de la prueba. Si tiene alguna pregunta, sólo podrá hacerla durante los primeros 10 minutos desde el comienzo de la prueba; en tal caso, levante la mano y espere en silencio.

Pamplona, 29 de marzo de 2023, 18 horas, Aula 09, Universidad Pública de Navarra.

PRIMERA PARTE

Se presentan a continuación 16 cuestiones, cada una con 4 alternativas de respuesta. Hay una única respuesta correcta en cada caso. Cada pregunta respondida correctamente suma 0.25 puntos. Cada respuesta incorrecta resta 0.1 puntos.

1.- De acuerdo con el Plan General de Contabilidad, un activo es:

- a) Un bien o derecho propiedad de la empresa.
- b) Un bien o derecho consecuencia de un suceso presente.
- c) Un bien o derecho consecuencia de un suceso futuro.
- d) Ninguna de las anteriores es correcta.

2.- Una empresa evalúa un proyecto de inversión siendo su valor actual neto de 20.000 euros. Este resultado significa que, una vez han sido actualizados los flujos de caja esperados al momento actual:

- a) Estos son superiores al desembolso inicial
- b) La tasa interna de rendimiento (TIR) será inferior a 1, pero superior a cero
- c) La tasa interna de rendimiento (TIR) será positiva el primer año y negativa el resto de los períodos
- d) Este proyecto de inversión carece de tasa interna de rendimiento (TIR)

3.- Ingresos y gastos son a devengo como:

- a) Activo y pasivo es a balance
- b) Cobros y pagos son a caja
- c) Posesión es a propiedad
- d) Ninguna de las anteriores es correcta

4.- Si una función que relaciona cantidades y precios tiene una elasticidad de -0.66, podemos afirmar que

- a) Cumple la ley de demanda
- b) Al aumentar el precio aumenta la cantidad (ofertada o demandada)
- c) Es elástica
- d) Ninguna de las anteriores

5.- En la economía positiva

- a) Hay juicios de valor
- b) Se explica lo que debería ser
- c) Se describe la realidad tal y como se presenta
- d) Se hacen recomendaciones de política económica

6.- Si aumenta el precio de las motos y disminuyen los salarios de los mecánicos que fabrican los coches, que ocurrirá con el precio y cantidad de equilibrio de coches:

- a) No sabemos qué ocurrirá con precio ni cantidad.
- b) Disminuye el precio y aumenta la cantidad.
- c) Aumenta la cantidad, pero no sabemos qué pasará con el precio.
- d) Aumentan tanto el precio como la cantidad.

- 7.- Cuando un monopolio es más eficiente que si hubiera más empresas se llama:
- Monopolio por patente.
 - Monopolio por superioridad tecnológica.
 - Monopolio natural.
 - Monopolio legal.
- 8.- La demanda de dinero será mayor si:
- el tipo de interés es mayor
 - el tipo de interés es menor
 - la renta es menor
 - ninguna es correcta
- 9.- Si en un país está habiendo una gran expansión, lo normal es que:
- El desempleo y los precios suban
 - El desempleo suba y los precios bajen
 - El desempleo y los precios bajen
 - El desempleo baje y los precios suban
- 10.- ¿Qué afirmación define mejor el marketing actual?
- El marketing parte de la idea de que los clientes no comprarán suficientes productos de la empresa salvo que ésta emprenda esfuerzos de venta y promoción a gran escala.
 - La idea central del marketing es que los clientes preferirán productos disponibles y muy asequibles y que, por tanto, la organización debe basarse en mejorar la eficiencia de la producción y distribución.
 - La filosofía del marketing es que los clientes preferirán productos que ofrecen la máxima calidad, rendimiento y características y que, por tanto, la organización debe dedicar sus esfuerzos a lograr continuas mejoras del producto.
 - El marketing parte de la idea de conocer las necesidades del consumidor y trata de crear productos para satisfacerlas mejor que la competencia.
- 11.- La estrategia de segmentación en marketing consiste en:
- Dividir el mercado en grupos más pequeños de consumidores con similares necesidades para poder realizar sobre ellos una misma estrategia comercial.
 - Diferenciar la oferta de mercado sobre la competencia para crear un valor superior para el consumidor.
 - Crear una imagen y percepción única y clara en la mente de los consumidores.
 - Utilizar solo un intermediario dentro de una localidad o región. Normalmente, para productos muy exclusivos y de precio muy elevado.
- 12.- Respecto al canal de distribución:
- Es un canal corto cuando el fabricante vende directamente a los consumidores
 - Los proveedores suponen el primer nivel del canal de distribución
 - El canal largo tiene uno o varios mayoristas
 - Un canal de marketing directo solo tiene un intermediario

13.- El subsistema por el que circulan los flujos de información para el proceso de toma de decisiones se denomina:

- a) Subsistema financiero
- b) Subsistema físico
- c) Subsistema directivo
- d) Subsistema productivo

14.- La definición de empresario como principal protagonista del desarrollo económico capitalista y cuya principal función es la innovación corresponde a:

- a) La teoría de Schumpeter
- b) La teoría de Knight
- c) La teoría de Galbraith
- d) La teoría de Adam Smith

15.- Una empresa que trata de crecer incrementando las ventas entre sus clientes habituales o buscando nuevos clientes para sus productos tradicionales, está desarrollando un crecimiento denominado:

- a) Penetración de mercados
- b) Desarrollo de mercados
- c) Desarrollo de productos
- d) Diversificación

16.- Según el criterio de valoración de existencias PMP (Precio Medio Ponderado), el valor de salida de las existencias del almacén:

- a) Es el precio de las primeras unidades físicas que entraron.
- b) Es el precio de las últimas unidades físicas que entraron.
- c) Es el precio medio de las primeras unidades que entraron y las últimas que salieron.
- d) Ninguna respuesta es correcta.

SEGUNDA PARTE (4 puntos)

Se presentan a continuación 2 ejercicios prácticos, cada uno de ellos tiene un valor de 2 puntos. Escriba su respuesta en las hojas proporcionadas al efecto. Recuerde que debe escribir el número que se le ha asignado en cada una de las hojas que entregue como respuesta, **NO DEBE ESCRIBIR SU NOMBRE EN NINGÚN CASO.**

EJERCICIO PRÁCTICO N°1 (2 puntos)

La empresa Ponga música S.L. presenta la siguiente cuenta de resultados:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2022		31/12/2022 (euros)
	A) OPERACIONES CONTINUADAS	
700	1. Importe neto de la cifra de negocios.	20.000
730	3. Trabajos realizados por la empresa para su activo.	2.000
600	4. Aprovisionamientos.	6.500
	5. Otros ingresos de explotación.	1.000
740	b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	1.000
	6. Gastos de personal.	5.000
640	a) Sueldos, salarios y asimilados.	4.000
642	b) Cargas sociales.	1.000
68	8. Amortización del inmovilizado.	2.000
	11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	1.000
691	a) Deterioro y pérdidas	1.000
	A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	
760	14. Ingresos financieros.	2.000
661	15. Gastos financieros.	5.000
	A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	
	A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	
630	20. Impuestos sobre beneficios.	2.400
	A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+20)	

Según consta en el balance de situación las existencias iniciales y finales son cero. Sabiendo que la empresa comercializó durante 2022 un único producto cuyo precio de venta era 2 euros/uds, se pide:

- Considerando únicamente los ingresos y gastos de explotación relacionados con la actividad ordinaria de la empresa, determine los costes fijos y los costes variables de la empresa. Justifique su respuesta.
- Considerando únicamente los ingresos y gastos de explotación relacionados con la actividad ordinaria de la empresa, estime su umbral de rentabilidad o punto muerto. ¿Se sitúa la empresa por encima o por debajo del mismo?
- Estimar el resultado del ejercicio y comentar la estructura de la cuenta de resultados. ¿Cómo calificaría la situación de la empresa?

EJERCICIO PRÁCTICO Nº2 (2 puntos)

La economía de un país contiene 2000 billetes de 5 euros. Razone cada una de las respuestas.

- a. Si las personas guardan todo el dinero como efectivo, ¿cuál es la cantidad de dinero?
- b. Si las personas mantienen todo el dinero como depósitos a la vista y el banco mantiene 100% de reservas, ¿cuál es la cantidad de dinero?
- c. Si las personas guardan cantidades iguales de efectivo y de depósitos a la vista y los bancos mantienen 100% de reservas, ¿cuál es la cantidad de dinero?
- d. Si las personas mantienen todo el dinero como depósitos a la vista y los bancos mantienen reservas de 10%, ¿cuál es la cantidad de dinero?
- e. Si las personas mantienen cantidades iguales de efectivo y de depósitos a la vista y los bancos mantienen una razón de reservas de 10%, ¿cuál es la cantidad de dinero?

EL MILAGRO DE SANTA TERESA: La pastelería de Ávila que saltó la muralla y vende hasta en Japón. (Fuente: [eEconomista.es](https://www.economista.es). Javier Romera 7/02/2023)

Una pastelería familiar nacida en Ávila en 1860 que pasa de estar en la quiebra a convertirse en un referente de los platos preparados, que vende en más de 20 países, es proveedora de Costco en Japón y crece ahora en Internet. Podría parecer un milagro, pero es lo que ha pasado con Santa Teresa.

Esta empresa centenaria, que decidió un día saltar la muralla y crecer extramuros, tiene su origen en La Flor de Castilla, un pequeño negocio familiar creado por Isabel Álvarez, que se hizo conocido muy pronto en la ciudad por las famosas yemas abulenses. La receta de este dulce local se fue transmitiendo durante décadas de padres a hijos, pero llegó un momento en el que su situación financiera se deterioró.

"Fue a finales de los años ochenta del siglo pasado cuando los herederos del fundador se pusieron en contacto con un viejo amigo de la familia, Julián Gil Navarro, para pedirle ayuda. Era abogado especializado en Derecho Mercantil, pero decidió implicarse personalmente en la gestión de la compañía, que a partir de entonces tomó un nuevo rumbo, ampliando por ejemplo la gama de productos con la incorporación del membrillo de alta calidad, uno de los pilares ahora de nuestra oferta", cuenta Isabel López, actual consejera delegada de la firma. El objetivo era poder dar el salto al sector del gran consumo para sanear las cuentas, algo que logró con la entrada en El Corte Inglés, entre otras grandes distribuidoras.

Pero fue mucho más que el membrillo. Santa Teresa, según cuenta su máxima ejecutiva, "amplió su portfolio con la creación de una amplia variedad de productos 100% naturales, convirtiéndonos en una empresa innovadora que preserva la calidad y la tradición con productos que pudieran tener una vida útil larga para salir de Ávila, pero sin tener ningún aditivo, envasando al vacío".

Pero Gil Navarro tenía muy claro que, si quería crecer y competir cara a cara con los grandes de la alimentación Santa Teresa no podía quedarse solo en el membrillo o las yemas, sino que tenía que ir mucho más allá. La consejera delegada recuerda así que el gran hito se produjo en el año 2000 cuando se inició la venta de platos preparados.

"Julián sabía que el crecimiento solo con las yemas y los membrillos tenía un recorrido corto y fue entonces cuando haciendo un master en el IESE conoció a unos empresarios que estaban envasando aceite en brik, los fundadores de Arteoliva. Le propusieron hacer lo mismo con la mayonesa y es lo que hicimos de la mano de Martín Berasategui, fue nuestro primer plato preparado", recuerda la CEO de la empresa.

Isabel López tiene claro que, si aquello no hubiera sucedido, Santa Teresa sería hoy una pequeña empresa, con 10 o 15 trabajadores, pero su historia cambió y el crecimiento se aceleró, llegando así actualmente a 115, con profesionales además cada vez con una mayor formación.

En 2012 inició además su andadura en el mercado internacional, llegando actualmente a más de veinte países con Alemania, Reino Unido, Francia, Bélgica, Australia, Estados Unidos y Japón, como principales destinos. Solo tres años después, en 2015, se puso en marcha la red de tiendas propias, con seis establecimientos en la actualidad entre Ávila y Madrid y en 2018 se instalaron las nuevas instalaciones en la ciudad castellana, "con las últimas tecnologías de fabricación para optimizar procesos, lo que nos permite seguir elaborando productos tradicionales de la mejor calidad".

Con la gestión ya totalmente profesionalizada, Julián Gil siguió al frente de la compañía hasta su fallecimiento en 2021. La primera ejecutiva de la firma explica que "él decidió que yo mismo como consejera delegada y el director financiero, David Martínez, tuviéramos una participación en el capital. Ahora entre los dos sumamos el 30% mientras que el resto está en manos de sus hijas".

Santa Teresa alcanzó una facturación en el último ejercicio de 13,6 millones y tiene como objetivo, tal y como se estableció en el plan estratégico lanzado en 2020, cuando sus ventas se elevaron a 10 millones, alcanzar una cifra de ingresos este año de 15 millones de euros. Eso supondría un crecimiento en este periodo, entre 2020 y 2023, del 50%, algo que cada vez está más cerca de conseguir. Todo ello impulsado también por el fuerte crecimiento de las ventas a través del comercio electrónico, que permitió duplicar el año pasado las ventas online, y de la exportación, con más de un millón facturado ya fuera de España.

La consejera delegada de Santa Teresa pone especial énfasis no obstante en la importancia del equipo humano, más allá de las cifras, y en el hecho de que sean felices con su trabajo. "Tenemos una plantilla muy joven, con una media de edad de 39 años, y el 60% además son mujeres. Son personas además formadas, el 30% de hecho tiene estudios superiores. Creo que proyectos como este son muy importantes para dinamizar la España vaciada y evitar la despoblación", concluye.

Preguntas:

- 1- Identifique y explique dos estrategias de crecimiento (según la matriz de Ansoff) que ha seguido la empresa en los últimos años en base a la información proporcionada por el artículo. (1.5 puntos)
- 2- ¿Qué ventajas ha proporcionado a la empresa la venta on line? (0.5 puntos)