



PLICA

## OLIMPIADA DE ECONOMÍA 2025

### Fase Local: NAVARRA

#### Normas de realización del examen:

1. En la corrección de esta prueba se garantiza el anonimato del examinando. Debes pegar la etiqueta de la PLICA en el espacio correspondiente en esta hoja.
2. Dispone de 2 horas para la realización del examen.
3. No está permitida la utilización de ningún tipo de material de apoyo (ni libros, ni apuntes).
4. Está prohibida la utilización de teléfonos móviles u otros medios electrónicos como calculadora. Se permite la utilización de una calculadora convencional.
5. 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.
6. 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.
7. 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.

**La prueba tendrá lugar el miércoles 19 de marzo de 2025 a las 17 horas en el aula 215 del aulario de la Universidad Pública de Navarra.**

### PRIMERA PARTE (4 puntos)

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

1	¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a uno de los elementos del marketing mix?
a)	Posicionamiento
b)	Precio.
c)	Publicidad
d)	Percepción.
2	La empresa TechPhone S.A., líder en el sector de teléfonos móviles, ha notado que las ventas de su modelo X-Pro han comenzado a disminuir de manera constante, a pesar de haber sido un éxito en el pasado. Ante esta situación, han decidido reducir la inversión en publicidad y centrarse en la liquidación de inventario. ¿En qué etapa del ciclo de vida del producto se encuentra el modelo X-Pro?
a)	Introducción
b)	Crecimiento
c)	Madurez
d)	Declive
3	¿Qué concepto hace referencia a la imagen que tiene un producto o empresa en la mente del consumidor en relación con la competencia?
a)	Branding
b)	Posicionamiento
c)	Target
d)	Merchandising
4	Una empresa de automóviles de lujo, Velox Motors, ha identificado que su público objetivo está compuesto por empresarios y altos directivos con ingresos elevados, que valoran la exclusividad y la personalización en sus vehículos. Para dirigirse a este segmento, ha decidido lanzar una línea de autos con diseños únicos y tecnología de vanguardia. ¿Qué criterio principal de segmentación está utilizando Velox Motors?
a)	Geográfico
b)	Psicográfico
c)	Conductual
d)	Demográfico
5	Estás planeando montar un negocio junto con otros dos socios. Queréis minimizar la responsabilidad personal, pero al mismo tiempo necesitáis flexibilidad en la transmisión de la propiedad y la posibilidad de atraer inversión externa en el futuro. Además, esperáis obtener beneficios elevados en los primeros años y queréis optimizar la fiscalidad de la empresa. ¿Qué tipo de sociedad elegirías?
a)	Sociedad de Responsabilidad Limitada
b)	Sociedad Anónima

c)	Sociedad Cooperativa
d)	Sociedad Comanditaria por Acciones
<b>6</b>	<b>En una industria con alta intensidad competitiva y baja amenaza de productos sustitutivos, ¿cuál de las siguientes estrategias sería la menos efectiva para mejorar la rentabilidad de una empresa en ese sector?</b>
a)	Diferenciación del producto mediante innovación y desarrollo de marca para reducir la presión competitiva.
b)	Aprovechar economías de escala para reducir costes y mejorar el margen de beneficio.
c)	Incrementar los costes de cambio para los clientes, reduciendo su poder de negociación.
d)	Aumentar la dependencia de proveedores clave sin negociar condiciones más favorables.
<b>7</b>	<b>Una empresa líder en la industria farmacéutica desarrolla un medicamento innovador con una patente de 20 años. Sin embargo, un cambio en la regulación permite a los fabricantes de genéricos lanzar versiones similares antes del vencimiento de la patente. ¿Cuál sería el impacto estratégico más crítico para la empresa farmacéutica?</b>
a)	Se intensifica la rivalidad competitiva al aumentar la presión sobre la empresa para diferenciar su producto.
b)	Se fortalece el poder de negociación de los compradores al disponer de más alternativas a menor coste.
c)	Se incrementa la amenaza de nuevos entrantes al reducirse las barreras legales del sector.
d)	Se debilita el poder de los proveedores, ya que la empresa buscará reducir costos para mantener su competitividad.
<b>8</b>	<b>El resultado empresarial:</b>
a)	Es una magnitud cierta, objetiva, única y singular.
b)	Es una cifra obtenida a partir de la asunción de hipótesis con cierta dosis de incertidumbre.
c)	Se obtiene comparando magnitudes homogéneas.
d)	Es una magnitud libre de condicionantes, tanto desde el punto de vista legal como del fiscal.
<b>9</b>	<b>Si en una determinada empresa, el activo no es suficiente para hacer frente al pasivo exigible, ello denota:</b>
a)	Una situación patrimonial de quiebra.
b)	Una situación patrimonial de inestabilidad financiera.
c)	Una situación patrimonial estable.
d)	Una situación de máxima estabilidad.
<b>10</b>	<b>¿Cuál es la respuesta correcta a la siguiente afirmación? La estrategia óptima para las empresas es siempre evitar el endeudamiento</b>
a)	Sí, porque así se evita tener que pagar intereses de la deuda.
b)	Sí, porque así la empresa nunca será insolvente.

c)	No, hay que tener en cuenta los efectos positivos del endeudamiento sobre el valor de la empresa.
d)	No, siempre es preferible tener lo máximo de deuda.
<b>11</b>	<b>¿Cuál de las siguientes afirmaciones no es un inconveniente del payback descontado?</b>
a)	No considera los flujos netos de caja obtenidos después del plazo de recuperación.
b)	No tiene en cuenta la diferencia en los vencimientos de los flujos netos de caja obtenidos antes del plazo de recuperación.
c)	Más que un criterio de rentabilidad es un criterio de liquidez.
d)	Es criterio de rentabilidad y de liquidez.
<b>12</b>	<b>Cuando el precio de mercado es menor que el precio de equilibrio:</b>
a)	Estamos en una situación de exceso de oferta.
b)	Estamos en una situación de escasez de demanda.
c)	Estamos en una situación de equilibrio competitivo.
d)	Todas las respuestas anteriores son incorrectas.
<b>13</b>	<b>¿Cuál de las siguientes definiciones describe mejor el concepto de “economía de escala”?</b>
a)	La reducción del precio de un producto debido a la competencia.
b)	El aumento de los costes unitarios al incrementar la producción.
c)	La reducción de los costes unitarios al aumentar el volumen de producción.
d)	El incremento de la producción sin variar los factores productivos.
<b>14</b>	<b>¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta sobre los costes fijos en el corto plazo?</b>
a)	Disminuyen a medida que aumenta la producción.
b)	No dependen del nivel de producción.
c)	Son siempre mayores que los costes variables.
d)	Son iguales al coste medio total.
<b>15</b>	<b>Si una fábrica de productos químicos contamina un río y afecta a la pesca local, estamos ante:</b>
a)	Una externalidad positiva de producción.
b)	Una externalidad negativa de producción.
c)	Una externalidad positiva de consumo.
d)	Un fallo en la política fiscal.
<b>16</b>	<b>Si un país tiene un elevado déficit público, esto significa que:</b>
a)	Sus importaciones superan a sus exportaciones.
b)	El gasto público supera a los ingresos públicos.
c)	Su moneda se devalúa respecto a otras divisas.
d)	El nivel de precios está cayendo.

## SEGUNDA PARTE (4 puntos)

Se presentan a continuación 2 ejercicios prácticos, cada uno de ellos tiene un valor de 2 puntos.  
Responda en el espacio habilitado al efecto. No se pueden entregar hojas adicionales.

### EJERCICIO PRÁCTICO Nº1 (2 puntos)

Supongamos que el mercado de acero global está representado por las siguientes funciones:

Demanda:  $Q^d = 122.000 - 100P$ , donde  $Q^d$  es la cantidad demandada de acero medida en toneladas y  $P$  es el precio del acero por tonelada en dólares.

Oferta:  $Q^s = 80P - 2.200$ , donde  $Q^s$  es la cantidad ofertada de acero medida en toneladas y  $P$  es el precio del acero por tonelada en dólares.

**Dada esta información conteste a las siguientes preguntas:**

a) Calcule el precio y la cantidad de equilibrio en el mercado de acero global. Represente gráficamente dicho equilibrio.

El gobierno de EE. UU. impone una limitación en la cantidad de acero que puede ser exportado. Bajo estas nuevas restricciones, la oferta de acero en el mercado global se ve restringida a una cantidad máxima de 40.000 toneladas, independientemente del precio.

b) Determine el nuevo precio y la nueva cantidad de equilibrio bajo las restricciones. Represente gráficamente dicha restricción. Explique cómo esta medida afecta tanto a los consumidores como a los productores de acero en el mercado global.

c) Partiendo del equilibrio original del apartado (a), explique el efecto que tendría un aumento en la demanda internacional de acero por parte de los países en vías de desarrollo debido a un aumento en la construcción de infraestructuras. Analice cómo cambiaría la demanda y el precio del acero en este caso.

## EJERCICIO PRÁCTICO Nº2 (2 puntos)

La empresa A S.A. se dedica a la elaboración y confección de ropa y calzado. A 31 de Diciembre de 2024, se dispone de la siguiente información:

Cuenta	Denominación	Saldo
100	Capital social	600.000,00 €
110	Prima de emisión o asunción	20.000,00 €
112	Reserva legal	50.000,00 €
1141	Reservas estatutarias	60.000,00 €
120	Remanente	15.000,00 €
131	Donaciones y legados de capital	15.000,00 €
1371	Ingresos fiscales por deducciones y bonificaciones a distribuir en varios ejercicios	10.000,00 €
145	Provisión para actuaciones medioambientales	3.000,00 €
170	Deudas a largo plazo con entidades de crédito	200.000,00 €
177	Obligaciones y bonos	30.000,00 €
200	Investigación	10.000,00 €
201	Desarrollo	50.000,00 €
206	Aplicaciones informáticas	23.000,00 €
210	Terrenos y bienes naturales	150.000,00 €
211	Construcciones	500.000,00 €
214	Uillaje	15.000,00 €
216	Mobiliario	5.000,00 €
217	Equipos para procesos de información	25.000,00 €
218	Elementos de transporte	9.000,00 €
220	Inversiones en terrenos y bienes naturales	50.000,00 €
232	Instalaciones técnicas en montaje	1.500,00 €
250	Inversiones financieras a largo plazo en instrumentos de patrimonio	5.000,00 €
(280)	Amortización acumulada del inmovilizado intangible	5.000,00 €
(281)	Amortización acumulada del inmovilizado material	30.000,00 €
(291)	Deterioro de valor del inmovilizado material	5.000,00 €
310	Materias primas A	10.000,00 €
327	Envases	5.000,00 €
330	Productos en curso A	6.000,00 €
350	Productos terminados A	30.000,00 €
400	Proveedores	30.000,00 €
410	Acreedores por prestaciones de servicios	2.000,00 €
4300	Clientes (euros)	3.000,00 €
440	Deudores	7.000,00 €
4750	Hacienda Pública, acreedora por IVA	60.000,00 €
485	Ingresos anticipados	5.000,00 €
510	Deudas a corto plazo con entidades de crédito vinculadas	20.000,00 €
540	Inversiones financieras a corto plazo en instrumentos de patrimonio	6.000,00 €
545	Dividendo a cobrar	9.000,00 €
551	Cuenta corriente con socios y administradores	8.000,00 €
570	Caja, euros	1.000,00 €
573	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, moneda extranjera	7.000,00 €

Con base en esta información, la empresa le ha encargado un estudio detallado sobre los siguientes aspectos relacionados con su situación patrimonial:

- Determinar el saldo correspondiente a la cuenta 129 (Resultado del Ejercicio). ¿Qué puede concluir acerca de los beneficios de esta empresa?
- Elaboración del balance de situación de acuerdo con el modelo normal del Plan General de Contabilidad para el ejercicio 2024.
- Determinación y comentario de la composición y grado de depreciación del inmovilizado gestionado por la empresa.

## COMENTARIO DE TEXTO (2 puntos)

### Caso de Empresa: El Renacer de Maderas de Navarra S.A.

#### Introducción

Maderas de Navarra S.A. fue durante décadas una de las principales empresas del sector de transformación de madera en la Comunidad Foral de Navarra. Fundada en 1985 por una familia de empresarios locales, la compañía se especializó en la producción de muebles y estructuras de madera de alta calidad, abasteciendo tanto al mercado nacional como a algunos clientes internacionales.

Gracias a su enfoque en la calidad y el diseño, Maderas de Navarra prosperó durante los años 90 y 2000, alcanzando una facturación de 12 millones de euros en su mejor momento. La empresa contaba con 85 empleados en su planta de producción ubicada en las afueras de Pamplona y poseía una red de distribución consolidada en el norte de España.

Sin embargo, a partir de 2015, comenzaron a surgir problemas financieros que fueron agravándose con el tiempo, lo que llevó finalmente a la empresa al borde de la quiebra en 2023. Ante la inminente desaparición de la compañía, un grupo de trabajadores decidió tomar las riendas del negocio y plantearse la posibilidad de comprar la empresa y reorganizarla bajo una nueva forma jurídica.

#### El fracaso de Maderas de Navarra S.A.

Durante muchos años, Maderas de Navarra S.A. había sido un referente en el sector de la madera en Navarra, pero su éxito comenzó a desmoronarse debido a una serie de decisiones estratégicas erróneas y cambios en el mercado que no supieron gestionar a tiempo.

Uno de los primeros problemas que comenzaron a afectar a la empresa fue la creciente competencia de fabricantes asiáticos y grandes compañías que habían automatizado gran parte del proceso productivo. Mientras que Maderas de Navarra mantenía un enfoque artesanal en muchos de sus productos, sus competidores eran capaces de producir a menor coste y con tiempos de entrega más reducidos. A pesar de que algunos directivos propusieron modernizar la línea de producción, la empresa no realizó las inversiones necesarias en tecnología, lo que la llevó a perder competitividad progresivamente.

En 2018, buscando nuevas oportunidades de crecimiento, la empresa decidió expandirse al mercado francés sin llevar a cabo un estudio de viabilidad adecuado. Se realizaron importantes inversiones en transporte, distribución y adaptación del producto a las normativas francesas, pero los resultados fueron desastrosos. Los clientes franceses no mostraron el interés esperado y, además, los problemas logísticos encarecieron aún más la operativa de la empresa. Como consecuencia, Maderas de Navarra acumuló deudas sin haber generado ingresos suficientes para compensarlas.

A esto se sumaron problemas relacionados con el flujo de caja. La empresa comenzó a depender cada vez más de financiación externa para poder operar y, al no generar beneficios suficientes, su nivel de endeudamiento creció rápidamente. En un intento de aliviar la situación, se optó por reducir costes, lo que incluyó una disminución del número de empleados y la renegociación de contratos con proveedores. Sin embargo, estas medidas no lograron mejorar la situación, y en algunos casos, incluso empeoraron las condiciones operativas de la empresa.

En paralelo, Maderas de Navarra perdió algunos de sus clientes más importantes debido a la caída de la demanda en ciertos sectores clave. Durante años, había vendido una parte importante de su producción a empresas de construcción, pero con la crisis del sector inmobiliario en 2021, la demanda de estructuras de madera para construcción se desplomó. La empresa no supo diversificar su clientela ni adaptarse a la nueva situación del mercado.

Mientras tanto, dentro de la empresa, surgieron conflictos en la dirección. La familia fundadora, que aún controlaba la gestión, tenía puntos de vista enfrentados sobre el rumbo que debía tomar la compañía. Mientras que algunos miembros defendían la necesidad de buscar socios inversores y renovar el modelo de negocio, otros preferían mantener el control familiar sin realizar cambios profundos. Esta falta de

consenso generó indecisión en la toma de decisiones, lo que afectó el funcionamiento general de la empresa y la moral de los trabajadores.

En 2023, la situación era insostenible. La empresa no podía hacer frente a sus obligaciones financieras y finalmente solicitó el concurso de acreedores. La amenaza de cierre era inminente y los 85 trabajadores temían por su futuro. Fue en este contexto de crisis cuando un grupo de empleados decidió explorar la posibilidad de comprar la empresa y reorganizarla bajo un nuevo modelo de gestión.

**Preguntas.**

1. ¿Cuáles fueron los principales problemas que llevaron a la quiebra de Maderas de Navarra S.A.? Identifica al menos tres problemas y señala a qué área funcional de la empresa pertenecen.
2. ¿Qué tipo de empresa (forma jurídica) debería adoptar el grupo de trabajadores para continuar con el negocio? Explica las ventajas e inconvenientes de la opción elegida

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Ekonomia eta Enpresa Zientzien Fakultatea

Edificio de Los Madroños / Gurbitzak eraikina  
Campus de Arrosadia / Arrosadiko Campusa  
31006 - Pamplona-Iruñea  
Tel. (+34) 948 16 62 05  
fcee@unavarra.es

upna

Universidad Pública de Navarra  
Nafarroako Unibertsitate Publikoa