

VII OLIMPIADA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA
FASE LOCAL DE LEÓN (28 DE ABRIL DE 2016)

Instrucciones: La prueba tiene 3 partes:

- La Primera Parte consta de cuatro preguntas, de las que el alumno contestará tres. Cada pregunta se valorará con 1,5 puntos.
- La Segunda Parte consta de dos problemas numéricos, de los que el alumno contestará uno, con un valor máximo de 3 puntos.
- La Tercera Parte consta de un comentario de actualidad económico-empresarial, siguiendo el guión de las preguntas que se plantean sobre la noticia, que se valorará sobre 2,5.

Duración: **2 horas**

En la corrección se valorará la claridad en la **expresión**, la correcta **interpretación** de los textos, el **razonamiento** en las respuestas; por supuesto, sin faltas de ortografía y puntuación.

Los exámenes serán corregidos de forma anónima y la calificación máxima que se puede obtener es de 10 puntos.

PRIMERA PARTE: Consta de 4 preguntas a contestar un máximo de 3.

1. Definir cada uno de los tres niveles directivos existentes en una gran empresa.
2. Defina y diferencie los siguientes conceptos: eficiencia, eficacia y productividad. Definir eficiencia técnica y eficiencia económica.
3. Diferencias entre el valor nominal, valor teórico y valor de cotización de una acción.
4. Ventajas del comercio electrónico frente a una distribución o comercio más convencional.

SEGUNDA PARTE: Resuelva **uno** de los dos problemas propuestos siguientes.

1. Una empresa leonesa produce un vino tinto de alta calidad de uva prieto picudo, elaborado y embotellado en sus propias instalaciones. Su capacidad productiva le permite fabricar como máximo 925 botellas al año. Los costes fijos a los que tiene que hacer frente la empresa son de 24.000 euros/año. Los costes variables que asumiría por una producción de 800 botellas de vino serían de 16.000 euros. Actualmente, el precio al que está vendiendo cada botella es 2,5 veces superior al coste variable unitario. A partir de estos datos, se pide:
 - Determinar el número de botellas de vino a producir este año por la empresa para alcanzar el punto muerto e indicar cuál es su significado. Representar gráficamente el resultado obtenido.
 - Si, por problemas en el abastecimiento de uva por parte de sus proveedores, la empresa se ve obligada a producir este año únicamente el 60% de su capacidad máxima, ¿cuál será su beneficio/pérdida? ¿Qué explica ese resultado?
 - ¿Cuál sería el punto muerto en el caso de que los costes variables unitarios incrementaran en 10 euros y los costes fijos se mantuviesen constantes? ¿Qué supondría esta situación para la empresa?

2. Una cadena de restaurantes especializada en comida tradicional tiene la posibilidad de realizar una nueva inversión para introducirse en el sector de la comida rápida, con las siguientes características:
 - Duración del proyecto: 4 años.
 - Desembolso inicial: 1.250 millones de euros.
 - Flujos de caja esperados: -50 millones de euros el primer año, 500 millones de euros el segundo año, 800 millones de euros el tercer año y 1.200 millones de euros el cuarto año.
 - Coste de capital: 2% anual.

A partir de estos datos, se pide:

- Calcular el plazo de recuperación (en años) y el VAN de esta inversión e interpretar los resultados obtenidos, determinando si la inversión se debería llevar a cabo teniendo en cuenta cada criterio de valoración.
- Si la empresa contemplase otra alternativa de inversión consistente en la ampliación de su oferta a la comida vegetariana -con una duración de 4 años, un período de recuperación de 1,5 años y un VAN igual a 25 millones de euros, ¿cuál sería el orden de preferencia entre las dos alternativas de inversión según cada criterio? ¿en cuál de los dos proyectos debería invertir la empresa? ¿por qué?

TERCERA PARTE: Comentario, lea detenidamente la siguiente noticia y responda a las preguntas que sobre la misma se realizan.

McDonald's estrena promoción vinculada a su patrocinio de la Eurocopa

Un total de 11 niños y niñas, de la mano de McDonald's, serán los afortunados que saltarán al campo junto a uno de los jugadores de la selección española, instantes antes del comienzo del partido contra la República Checa el 13 de junio y que abre la participación de España en la UEFA Euro 2016.

La compañía de restauración, patrocinadora oficial del evento deportivo, y el futbolista Fernando Torres elegirán a los ganadores a través del programa Player Escort de McDonald's.

Para participar, los niños y niñas entre 6 y 10 años deben demostrar, junto a sus padres, que viven con entusiasmo la pasión por el fútbol. En el perfil de Facebook de McDonald's España se ha habilitado una pestaña especial para el programa Player Escort, donde todos aquellos que quieran optar por el premio pueden subir un vídeo o foto demostrando su pasión futbolera de la forma más creativa posible. El concurso estará abierto hasta el 15 de abril y ya lleva más de 200 participantes de toda España en solo una semana.

El premio, consiste en un viaje a Toulouse, ciudad donde se celebrará el partido, donde podrán disfrutar junto a su acompañante, de varias actividades deportivas y de ocio en la ciudad francesa en una estancia de tres días con todos los gastos pagados.

Para la selección de los ganadores, McDonald's contará con un jurado presidido por un embajador de excepción: el futbolista de la actual Selección campeona y jugador del Atlético de Madrid Fernando Torres.

El futbolista internacional, además, será el encargado de despedir a los niños y niñas ganadores en un evento a finales del mes de mayo. Los afortunados podrán fotografiarse con su ídolo e ir preparándose así para su gran momento, que tendrá lugar el 13 de junio cuando acompañen a las estrellas a saltar al campo de juego en Toulouse.

McDonald's y el deporte

McDonald's comenzó a desarrollar este programa hace más de diez años en la Copa Mundial de la FIFA de Corea y Japón 2002. Desde entonces se ha celebrado también en la Eurocopa de Portugal 2004, la Copa Confederaciones de Alemania en 2005, en el Mundial de Alemania 2006, en la Eurocopa de Austria y Suiza 2008, en la Copa Mundial de la FIFA de Sudáfrica 2010, en la Eurocopa de Polonia 2012 y en la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014. Durante todo este tiempo ha permitido que más de 10.000 niños de todo el mundo hayan compartido con sus ídolos uno de los momentos más emocionantes antes de cada partido. Fuente: <http://www.marketingnews.es>, 11/04/2016

1.- Analiza qué factores del entorno general y específico juegan a favor y en contra de la actividad de "McDonald's" en el mercado. Razona las respuestas.

2.- Comenta los aspectos más destacables de la política de marketing-mix de la comunicación que se derivan de la lectura del texto para el caso de la Eurocopa y McDonald's.



FOLIO ADICIONAL

Puede utilizar este folio para hacer anotaciones (lo puede soltar; no es necesario entregarlo)