

X OLIMPIADA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA
FASE LOCAL DE LEÓN (25 DE ABRIL DE 2018)

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. Definid el concepto de producción en una empresa, así como sus tres factores básicos.
2. Objetivo de las Cuentas Anuales. Enumerad y comentad los tres documentos que integran las Cuentas Anuales y que deben elaborar las Pymes al final de cada ejercicio económico.
3. Ventajas del comercio electrónico frente a una distribución o comercio más convencional.
4. Definid brevemente el marketing mix y cada uno de los cuatro atributos que integran el mismo.

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

1.- Una empresa elabora un componente electrónico referenciado como “XYZ” en una planta industrial situada en Boecillo. Este año tiene previsto servir 25.000 piezas a su único cliente, teniendo en cuenta que su capacidad productiva le permite elaborar un máximo de 26.000 componentes al año. Los costes fijos a los que tiene que hacer frente son de 78.750 €/año. Además, la fabricación de cada unidad de componente supone unos costes de 0,5 € en concepto de materia prima y 1 € de mano de obra temporal. Actualmente, el precio de venta unitario es 3,5 veces superior que el coste variable unitario. A partir de estos datos:

- a) Determina el número de componentes “XYZ” que la empresa tiene que producir y vender este año para alcanzar el umbral de rentabilidad. Explica cuál es su significado y determina en qué momento se alcanzará (exprésalo en meses y determina el mes concreto del año).
- b) Para el próximo año 2019, su cliente le ha comunicado que tendrá problemas en la línea de producción y que sólo requerirá el 80% del pedido de este ejercicio. Si se espera que se mantengan los costes fijos, así como el precio de venta y el coste variable unitario, ¿cuál será el beneficio/pérdida generado? Justifica el resultado obtenido.
- c) Representa gráficamente los resultados obtenidos en los apartados previos.
- d) ¿Cuál será la variación porcentual experimentada por el coste unitario de producción entre los años 2018 y 2019?

2.- El Director General de una empresa ha propuesto dos proyectos de inversión alternativos de cara a los próximos tres años, de modo que su Director Financiero debe elegir el que será económicamente más interesante para la compañía. Mientras el primer proyecto consiste en adquirir un nuevo negocio por 120.000 €, del que espera obtener 50.000 € netos anuales durante los cuatro primeros años de actividad, el segundo implica la compra de una máquina innovadora por 100.000 €, que generará unos rendimientos netos de 30.000, 40.000 y 50.000 € netos respectivamente en cada uno de los tres años siguientes a la adquisición. A partir de esta información, considerando un horizonte temporal de tres años y unos valores residuales nulos:

- a) ¿Qué proyecto sería mejor para la empresa según el criterio del plazo de recuperación o pay back (expresa los resultados en años y meses)? ¿Por qué?
- b) ¿Y según el criterio del valor actual neto (VAN) si el tipo de interés es del 5%? ¿Por qué?

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

Babybel quiere conquistar a los adolescentes con este producto

El queso es una categoría con mucha penetración en niños pequeños pero muy poca en adolescentes, ya que no existe una oferta diferenciada para adolescentes, son todos o bien para niños pequeños, o bien para adultos. La marca Babybel, del grupo Bel, ha sabido ver este nicho y ha lanzado Babybel Enrollados, un 'snack' de queso con un divertido formato (enrollado).

Para dar a conocer esta novedad de producto, el anunciante ha estrenado una campaña de publicidad este mes de abril, obra por la agencia Young & Rubicam. Spark Foundry maneja los medios.



Bajo el concepto "Desenrollalo a tu rollo", el trabajo tiene presencia en televisión e internet través de diferentes piezas (spot 20", spot 10", 'bumper ads', materiales de redes sociales). Además, habrá una colaboración con varios 'youtubers', 'instagramers' y estrellas de Musical.ly, muy afines al target.

Fuente: <http://www.marketingnews.es/gran-consumo/noticia/1113733028005/babybel-quiere-conquistar-adolescentes-producto.1.html>, 06/04/2018

- 1.- Explica, en función del texto, si Babybel realiza algún tipo de segmentación del mercado para el caso de su "Babybel Enrollados". En caso positivo, identifica la estrategia de segmentación y las ventajas e inconvenientes de la misma.
- 2.- Comenta los aspectos más destacables, que se derivan de la lectura del texto, en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en la comercialización del nuevo "Babybel Enrollados"

FOLIO ADICIONAL

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