



APELLIDOS:.....NOMBRE:.....DNI:.....

CORREO ELECTRÓNICO:..... TELÉFONO MÓVIL:.....

Información:

a) Duración: 2 horas.

b) La prueba está dividida en tres bloques.

1. El primer bloque consiste en 5 preguntas de carácter teórico-práctico de las que hay que contestar únicamente 3 (dos de la parte de empresa y una de la de economía). La puntuación máxima de este bloque es de 4,5 puntos.
2. El segundo bloque consta de 2 ejercicios de los que hay que realizar 1. La puntuación máxima de este bloque es de 6 puntos.
3. El tercer bloque consiste en un comentario de texto que habrá que realizar a partir de las preguntas que se plantean. La puntuación máxima de este bloque es de 3 puntos. El comentario únicamente se corregirá a aquellos participantes que hayan obtenido un mínimo de 5 puntos entre las dos primeras pruebas.

c) La puntuación alcanzada por los participantes a los que se les haya corregido las tres pruebas se publicará en la página Web del Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla, en la que se hizo la inscripción.

PRIMER BLOQUE: ELEGIR 3 DE LAS 5 PREGUNTAS (CADA PREGUNTA PUNTURÁ UN MÁXIMO DE 1,5 PUNTOS)

A. ECONOMÍA EMPRESA.

PREGUNTA DE OBLIGADA RESPUESTA:

1. *Ebro Food* es una compañía de alimentación, con sede en España, que opera en los sectores de arroz, pasta y salsas. Tiene presencia comercial o industrial, a través de una extensa red de filiales y marcas, en más de 25 países de Europa, Norteamérica, Asia y África. Su marca de referencia inicial en España era arroz LA CIGALA (redondo). Posteriormente desarrollaron arroz BRILLANTE (arroz que no se pasa), asimismo dentro de la marca brillante han desarrollado los VASITOS BRILLANTE (listos para comer). Con posterioridad, la empresa *Ebro Food* ofreció también arroz SOS (redondo). Han comenzado a vender el arroz LA CIGALA - PORTUGAL. Posteriormente incorporaron otra línea de productos (VEGETALIA) dedicada a la alimentación fresca ecológica, bebidas ecológicas y alimentación dietética.

Con esta información, identifique las estrategias de crecimiento seguidas por *Ebro Food*, tomando como referencia el arroz LA CIGALA. Razone la respuesta.

(ELEGIR Y CONTESTAR A 1 DE LAS 2 SIGUIENTES CUESTIONES)

2. Identifique tres fuentes financieras ajenas a largo plazo y señale las principales diferencias entre ellas.
3. Identifique las estrategias competitivas, señale sus principales características y ponga un ejemplo de cada una de ellas.

B. ECONOMÍA (ELEGIR Y CONTESTAR A 1 DE LAS 2 SIGUIENTES CUESTIONES)

4. Si el PIB per cápita de un país es de 15.000 euros, responda de forma razonada a las siguientes cuestiones:

APELLIDOS:.....NOMBRE:.....DNI:.....

- a) ¿Significa que cada habitante produce por importe de esa cantidad?
 - b) ¿Significa que cada habitante puede gastar como máximo esa cantidad?
 - c) Ponga un ejemplo del número de habitantes que tendría que tener un país y del PIB del mismo, para que su PIB per cápita fuera el indicado en el enunciado
 - d) ¿Significa que dos países con dicho PIB per cápita son igual de ricos?
5. Señale el principal fallo mercado que se produce en cada una de las siguientes producciones y explique cómo se soluciona en cada caso, justificando las respuestas: a) Provisión de la defensa nacional; b) Suministro de agua y saneamiento; c) Producción de energía eléctrica mediante centrales térmicas (quemada de carbón, fueloil o gas)

SEGUNDO BLOQUE: ELEGIR Y RESOLVER 1 DE LOS DOS SIGUIENTES EJERCICIOS (EL EJERCICIO PUNTURÁ UN MÁXIMO DE 3 PUNTOS)

A. ECONOMÍA EMPRESA

1.- "Bicis 2.0" es una empresa que se dedica a la fabricación de componentes para bicicletas y ciclomotores. Realiza su actividad en un local que no es de su propiedad, sino que lo tiene alquilado sin opción de compra a un tercero y cuenta con un mobiliario y maquinaria valorados contablemente en 20.000 euros. Además, tiene repuestos en el local por valor de 2.000 euros, y todavía no ha cobrado 1.000 euros de las ventas realizadas durante el año 2016. Por otro lado, tiene una tesorería de 1.500 euros. Durante el ejercicio 2016, ha generado unos ingresos de 15.450 euros y unos gastos de 9.300 euros.

Considerando que el importe del impuesto de sociedades asciende a 1.845 euros, determine:

- a) La rentabilidad económica de la empresa.
- b) La rentabilidad financiera, en el caso de que se financie sólo con fondos propios.
- c) La rentabilidad financiera, suponiendo que se financia con un 60% de fondos propio y un 40% con recursos ajenos, compuestos por un préstamo bancario obtenido en 2015 y que devolverá en una única cuota en 2018, cuyos gastos financieros anuales ascienden a 1.372 euros.
- d) Por último, confeccione el Balance de la empresa a 31/12/2016 correspondiente a este último apartado (c).

B. ECONOMIA

2.- Si la función de demanda de un mercado viene dada por la expresión $Q = 150 - 2P$ y la de oferta por $P=Q$

- a) Calcule y represente gráficamente el precio y cantidad de equilibrio
- b) ¿Es la demanda elástica o inelástica, en el punto de equilibrio?
- c) Si el mercado está en equilibrio, ¿Aumentan los vendedores sus ingresos al subir los precios? Razone su respuesta
- d) ¿Qué ocurriría en el mercado si el precio fuera igual a 60 unidades monetarias?



APELLIDOS:.....NOMBRE:.....DNI:.....

TERCER BLOQUE (EL COMENTARIO PUNTURÁ UN MÁXIMO DE 2,5)

Realice un comentario crítico de la noticia, respondiendo a las siguientes cuestiones:

- Identifique factores del entorno de la empresa DÍA. Razone la respuesta.
- Según la noticia, ¿qué método de fijación de precios utiliza el sector del aceite? Razone la respuesta.
- Identifique elementos que intervienen en el canal de distribución del aceite. ¿Cuál es la función que realizan los distintos elementos del canal? ¿Qué tipo de canal cree que tiene el sector del aceite en España?

¿Quién especula con el aceite de oliva? Roza ya los 6 euros en el súper

Fuente: Javier Romera-el Economista.es-28/02/2017

"Pronto vamos a ver el aceite a más de 5 euros por litro". La advertencia la hizo la semana pasada el consejero delegado de Día, Ricardo Currás, para defender las agresivas ofertas que la cadena de supermercados ha hecho en los últimos meses y que han provocado un fuerte malestar en la industria. Y dicho y hecho. Si el aceite de oliva está a punto de superar ya esa barrera psicológica en las tiendas, el virgen extra está a tan sólo un paso de situarse por encima de los 6 euros.

Basta con acercarse a un supermercado. Aunque los precios son lógicamente distintos de una tienda a otra, el litro de virgen extra de Hojiblanca o La Española se encuentra ya en muchos establecimientos a 5,99 euros; el de Coosur o Carbonell, a 5,98 euros; y Señorío de Segura y Borges, a 5,1 euros. Algo más barato está, sin embargo, el aceite suave de 0,4 grados. Así, se puede encontrar La Española a 4,44 euros por litro; La Masía, a 4,41 euros o Ybarra, a 4,19 euros. En apenas cuatro años, desde principios de 2013, y aunque ha habido fuertes oscilaciones, el precio de aceite se ha encarecido más de un 50%.

Las razones

Pero, ¿a qué obedecen estos incrementos? El sector aceitero apunta como causa fundamental a las malas condiciones meteorológicas, asegurando que las lluvias se retrasaron el pasado otoño, lo que ha provocado que la producción sea más corta de lo esperado en un principio.

De hecho, según el índice Poolred, el Sistema de Información de Precios en Origen de aceite de oliva de la Fundación del Olivar, desde los mínimos del año pasado el precio en el campo del aceite de oliva virgen extra ha batido récord de la última década y tras subir un 37% se eleva ya a 3,84 euros por litro en la última semana, respecto a los 2,8 euros que marcaba entonces.

El virgen ha subido, en la misma línea, un 38%, hasta 3,75 euros; y el lampante, que necesita ser refinado para su consumo, un 41,5%, desde 2,6 euros hasta 3,68 euros. "La subida es consecuencia de la poca disponibilidad de producto a nivel mundial", explican en el sindicato agrario Asaja, recordando que está pasando algo similar en otros países productores, como Italia, Grecia, Portugal o Túnez.

Intermediarios

Frente a las razones climatológicas, organizaciones de consumidores como la OCU han mantenido siempre que "estas subidas se explican más por la especulación que por una escasez de aceituna". Según esta asociación, los especuladores, pequeños brókeres o intermediarios que se dedican a comprar y vender aceite según vaya el mercado, suelen hacer previsiones de producción a la baja justo antes del inicio de la campaña.

Falsas previsiones

Como explican en la OCU, operan "en base a una supuesta sequía que no se sabe aún si se va a producir". Según la organización de consumidores, "para que a algunos pocos les salgan las cuentas, el consumidor debe pagar más por un producto esencial en su dieta".

En la industria el problema es de sobra conocido y hay empresas en las que se apunta que hasta el 50% de la compra de aceite en España se hace ya a través de especuladores. "Compran el producto y lo retienen en base a sus necesidades para poder especular", asegura una compañía del sector, que prefiere mantener el anonimato.

APELLIDOS:.....NOMBRE:.....DNI:.....

Aunque para España se trata de una cuestión fundamental, teniendo en cuenta que se trata del mayor productor del mundo, en el Gobierno intentan, sin embargo, restar importancia al problema de la especulación y mantienen que "ni mucho menos llega a acaparar la mitad del mercado", tal y como se ha llegado a decir.

El consumo se resiente

Sea cuál sea el origen del problema, el hecho es que el consumo se está empezando a resentir. En una circular remitida al sector, la patronal Anierac admite que "la suma de las ventas acumuladas en esta campaña 2016/2017 ascienden a 106,9 millones de litros, que son 10,7 millones menos de los que se vendieron en la anterior". De acuerdo con los datos de esta organización, "el descenso se debe sobre todo a la disminución de las ventas de las categorías suave e intenso, mientras que las ventas de virgen y virgen extra, aunque también algo más bajas, son muy similares".

Y mientras, en plena escalada de los precios y descenso paulatino del consumo, la industria aceitera española y la distribución están enzarzadas en una disputa que va a más cada día que pasa. Desde el sector se ha acusado en los últimos meses a compañías como Día o Alcampo de vender aceite con pérdidas y usarlo como reclamo para los clientes en sus tiendas. Desde el comercio hay quien apunta ahora de forma anónima, por el momento, que uno de los problemas que se esconde tras la escalada de los precios es un posible pacto entre los fabricantes, que, según dicen, debería ser investigado por la Comisión Nacional de la Competencia.

La última batalla se ha abierto con el aceite de oliva batiendo récord de precios de la última década por una agresiva oferta de Día con el de girasol. La cadena que dirige Ricardo Currás ha estado vendiéndolo en los últimos días a 0,68 euros por litro, cuando según el sector es imposible hacerlo por debajo de 0,8 euros.

"Están aprovechando la escalada del olivo para hacer negocio a costa de banalizar y desprestigiar el producto", aseguran en la industria. "A nosotros únicamente nos preocupa el consumidor y trabajamos por ofrecer el mejor precio posible. El problema no son nuestras ofertas, sino la subida del aceite de oliva", respondía la semana pasada el consejero delegado de Día durante la presentación de sus resultados. Las espadas siguen así en alto y el consumidor continúa pagando la subida.