

**OLIMPIADA ECONOMIA 2018: FASE LOCAL****DURACIÓN DE LA PRUEBA: DOS HORAS****CADA PREGUNTA SE CONTESTARÁ EN UNA SOLA HOJA INDEPENDIENTE**

**PRIMERA PARTE:** Consta de tres preguntas a elegir entre el BLOQUE A o el BLOQUE B

**BLOQUE A****1A. (dos puntos)**

Objetivos, funciones e instrumentos de política monetaria del Banco Central Europeo.

**2A. (dos puntos)**

*Es probable que no se pueda permanecer impasible frente a Hello Kitty. El personaje es uno de los más reconocidos del mundo y uno que se ama o se odia. Quienes la odian, sienten bastante animadversión hacia ella. Quienes la aman, la aman con pasión entusiasta que se traduce en un boom consumista, que es lo que al final interesa a sus creadores. Hello Kitty, creación de una compañía japonesa es hoy una marca global con una valoración millonaria. En total, se estima que la marca vale unos 7.000 millones de dólares. Es reconocida de forma mundial y tiene una presencia abrumadora. Los productos ligados al personaje se venden en unos 130 países y rondan los 50.000 diferentes*

*Hello Kity nació en los años 70 dentro de una compañía ligada a las cosas 'cuquis', Sanrio. La filosofía de la compañía y de su creador era la de crear productos que popularizasen una cultura del regalo en un Japón que aún se estaba recuperando de la II Guerra Mundial. Los productos tenían que promover la amistad. Y su éxito actual también está marcado por el contexto actual o por la palabra mágica de los últimos tiempos: nostalgia. Hello Kitty sigue llegando a los más jóvenes como lo hacía en el pasado, pero ahora también se dirige a grupos de más edad. Entre sus seguidores están las personas de entre 30 y 40 años que consumieron sus productos cuando estaban creciendo y que los siguen haciendo empujados por la nostalgia.*

1. Explica el concepto y fases del ciclo de vida del producto apoyándote en el caso de Hello Kitty Acompaña la explicación con un gráfico
2. Analiza el concepto de segmentación de mercados llevada a cabo por Hello Kitty, haciendo alusión a las principales variables empleadas.

### **3A. (dos puntos)**

Señala las principales diferencias entre el empresario individual y la sociedad limitada unipersonal. Razona la respuesta

¿Qué derechos tiene el socio de la una sociedad anónima?.

## **BLOQUE B**

### **1B. (dos puntos)**

Analice los efectos que tiene la inmigración sobre la Frontera de Posibilidades de Producción de un país? Utilice como ejemplo la especialización de un país en la industria vs el sector servicios. Utilice, al menos, los siguientes conceptos en las explicaciones de las representaciones gráficas:

- Eficiencia frente a ineficiencia
- Alcanzable frente a inalcanzable
- Movimientos frente a desplazamientos

### **2B. (dos puntos)**

*La televisión ha sido la reina del mercado publicitario. Los grandes eventos televisivos acumulaban grandes cifras de audiencia. La tele era la gran reina del mercado, desbancando a otras herramientas de comunicación. Y, sin embargo, su suerte ha cambiado desde que internet ha aparecido y, sobre todo, desde que los hábitos de los consumidores han cambiado. En 2017, la inversión de los anunciantes en la tele cayó un 7,8%.*

1. ¿Define el concepto de publicidad y cita otras herramientas de comunicación a disposición de la empresa?
2. ¿Por qué crees que ha perdido importancia la publicidad tradicional?
3. ¿Qué otras herramientas han surgido y han quitado protagonismo a la publicidad?

### 3B. (dos puntos)

Definir la responsabilidad social corporativa. ¿Significa sólo cumplir con la legalidad vigente?.

Imagina que debes efectuar un diagnóstico sobre el cumplimiento de RSC en una PYME. Diseña tres indicadores de distinta dimensión para comprobar el grado de aplicación y seguimiento de la misma.

## **SEGUNDA PARTE: Consta de dos ejercicios, de los que ha de resolver sólo uno; y de un Comentario de Texto**

### 4.A (dos puntos)

Suponga que en el la zona de Pinares Llanos Centrales, las funciones de demanda y oferta de setas silvestres de los compradores y de los recolectores en una determinada semana son las siguientes:

$$Q_d = 15 + R/p$$

$$Q_o = 3p + 15$$

Siendo R la renta de los compradores de setas silvestres y p su precio semanal por kilogramo.

- Calcule el precio y la cantidad de equilibrio para una renta semanal de 300 euros. Represente gráficamente esta situación. (0,5 puntos)
- Si se establece un precio mínimo igual a 12 euros por kilogramo, argumente gráfica y analíticamente el efecto de dicho precio en el mercado. (0,5 puntos)
- Si la renta semanal de los compradores aumenta hasta 432 euros, calcule el efecto de dicho cambio en el precio y la cantidad de equilibrio. Represente gráficamente esa situación en el mismo gráfico del apartado a) (0,5 puntos)
- A la vista de los resultados obtenidos, en esta zona ¿las setas silvestres se considerarían un bien inferior, de lujo o de primera necesidad? (0,5 puntos)

### 4.B (dos puntos)

Suponga que la economía de un país viene descrita por las siguientes funciones de demanda agregada y oferta agregada:

$$DA: Q = 5000 + M + G - 2P$$

$$OA: Q = 50 P$$

Siendo Q la producción total de la economía (PIB), P el nivel de precios (índice de precios), M la oferta monetaria y G el gasto público.

- a) Calcule la producción total y el nivel de precios de equilibrio sabiendo que  $M=G=100$  u.m. Represente gráficamente dicha situación. (0.5 puntos)
- b) Con el objetivo de estimular la economía, el gobierno se plantea aumentar el gasto público en 78 u.m. Calcule el efecto de dicha política fiscal sobre el PIB de la economía. Represente esta situación en el mismo gráfico anterior. Interprete el resultado. (0.5 puntos)
- c) Suponiendo que el gobierno recauda por impuestos el 2,5% del PIB, ¿qué habrá pasado con el saldo presupuestario del gobierno tras este aumento del gasto público? Realice los cálculos necesarios para justificar su respuesta. (0.5 puntos)
- d) A partir del nivel de precios inicial y del gasto público del apartado b), si el objetivo de inflación es el 2%, calcule cuál tendría que ser la oferta monetaria de la economía para conseguir dicho objetivo. ¿Es ésta una política monetaria expansiva o contractiva? Razone su respuesta (0.5 puntos)

**COMENTARIO DE TEXTO (dos puntos): Lea detenidamente el texto y responda a las CUATRO preguntas que sobre el mismo se plantean a continuación.**

### **IKEA, EL GIGANTE SUECO DE LOS MUEBLES Y LA DECORACIÓN GANA TERRENO**

(Información extraída de la página web y notas de prensa del grupo [www.ikea.es](http://www.ikea.es) )

IKEA<sup>1</sup> es una **empresa multinacional** de origen sueco dedicada principalmente a la **distribución minorista** de mobiliario (para dormitorio, salón, cocina, baño, terraza...) y objetos de decoración (textiles, menaje, ropa de cama, vajillas.....) todo ello a bajo precio y con diseño contemporáneo. Además en sus tiendas también se ofrece un espacio dedicado a la venta de productos alimenticios de origen escandinavo y servicio de restauración con variedad de platos suecos, especialidades locales (según el mercado en el que se encuentra la tienda), comida orgánica y vegetariana.

La empresa nació en 1943 de la mano de Ingvar Kamprad en Smaland (Suecia). Ayudado por familiares y amigos empieza a comercializar por correo toda una variedad de pequeños productos (monederos, bolígrafos, lápices, cerillas, relojes, archivadores, medias de nylon.....) que logra adquirir a bajo precio. En 1948 abandona la comercialización de todos estos productos y se introduce en exclusiva en el sector de la decoración vendiendo muebles. Diez años más tarde en 1958 abre la primera tienda

---

<sup>1</sup> *IKEA son las siglas de las iniciales de su fundador Ingvar Kamprad, más las primeras letras de la granja y la aldea donde creció, respectivamente.*

IKEA en Almhult (Suecia) que tiene una enorme acogida. A esta tienda le seguirán después otras muchas en distintos puntos del país.

En 1963 comienza la expansión de IKEA hacia los países vecinos siendo Noruega el primero. Le sigue en 1969 Dinamarca. La cercanía de ambos países le permite a la compañía aprovechar **economías de escala** y seguir manteniendo unos precios bajos.

Fuera de Escandinavia se inaugura la primera tienda IKEA en Suiza en 1973. El éxito en este país hace que se anime a su expansión por Alemania y Holanda. Los mercados europeos no suponen grandes problemas para la compañía (proximidad geográfica y cultural) por lo que durante la década de los ochenta seguirán añadiéndose otros países del norte de Europa. En los noventa la expansión se produce por el sur y en concreto en 1996 en España e Italia.

Fuera del continente europeo en 1974 siguió Japón, 1975 Australia y Hong Kong, 1976 Canadá, 1978 Singapur, 1985 EEUU, 1988 China, 1999 en Israel, 2000 en Rusia..... En la actualidad, el grupo cuenta con 383 tiendas en 48 países.

En la mayoría de países las tiendas IKEA se sitúan en las afueras de las grandes ciudades y con un formato de 25.000 metros cuadrados por término medio<sup>2</sup>. No obstante, en su afán por satisfacer continuamente las necesidades de sus clientes IKEA ha decidido experimentar en España otros formatos de tienda y así encontrar nuevas fórmulas de relación con sus clientes. Con este fin abrirá el próximo 25 de mayo su primera tienda urbana en Madrid de 900 metros cuadrados. La compañía tiene pensado extender este nuevo formato a más ciudades tanto en España como en el resto del mundo. La nueva tienda contará además con servicios nuevos entre los que se incluyen servicio gratuito de bordado de sábanas en el momento, lacado de muebles o la personalización del cabecero de la cama con textiles. También un servicio personalizado con interioristas que, previa petición de hora, asesorarán a los clientes en la tienda o en su casa.

En otro orden de cosas, en 1996 IKEA entra en el negocio de construcción de casas prefabricadas<sup>3</sup> de madera en Suecia, gracias a un acuerdo entre el grupo y una empresa constructora sueca Skanska. Con los años este negocio se expande a otros países como Alemania, Noruega, Dinamarca, Reino Unido.

---

<sup>2</sup> Hay excepciones como por ejemplo en China donde las tiendas se sitúan en el centro de las ciudades y son de formato más pequeño. Esto es debido a que los chinos utilizan frecuentemente el transporte público para moverse por la ciudad por lo que no resulta conveniente atraerlos hasta las grandes superficies con parking como en el resto de Europa.

<sup>3</sup> Boklok: son las casas prefabricadas de IKEA. Se transportan al lugar donde se desean instalar desmontadas en tres partes, que se ensamblan entre sí y se montan in situ, con la ayuda de una grúa. Una vez puesto el tejado y el revestimiento, se añaden el acabado exterior de las paredes, la instalación eléctrica y fontanería.

A finales de 2016 IKEA introduce la venta online en España primero con una prueba piloto en sus tiendas de Valencia y Barakaldo (Vizcaya) y después con una implantación generalizada por toda España a excepción de Ceuta, Melilla y los archipiélagos.

Recientemente (5 de marzo de 2018), IKEA Ibérica en su afán por ser una **empresa socialmente responsable** viene de suscribir un acuerdo con vibbo<sup>4</sup> por el que impulsarán de manera conjunta la venta de muebles y decoración de segunda mano. Gracias a este acuerdo, vibbo ha creado dentro de la categoría hogar, una nueva opción de búsqueda específica de IKEA que permitirá a los usuarios filtrar por objetos y productos de segunda mano de la marca sueca. Esta opción ya está disponible y por el momento facilita la reutilización a través de su venta de más de 6000 muebles y objetos de decoración usados consiguiéndose un ahorro potencial anual de cerca de 72000 toneladas de CO<sub>2</sub>. Así lo establece el estudio Second Hand Effect, elaborado por vibbo en colaboración con el Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia (IVL)

### **CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS**

- 1.- Defina los siguientes conceptos que aparecen en el texto: multinacional, distribución minorista, economía de escala, empresa socialmente responsable.
- 2.- Explica un factor político, socio-cultural, económico y tecnológico que influye en la actividad del Grupo IKEA en España de manera positiva (oportunidad) y de manera negativa (amenaza)
- 3.- Identifique en el texto las distintas opciones de crecimiento que esta empresa ha seguido a lo largo de sus 75 años de vida.
- 4.- Explica alguna de las dificultades que puede encontrar el Grupo IKEA en su expansión internacional por diferentes países.

---

<sup>4</sup> Vivvo: plataforma de anuncios clasificados para la compra, venta y alquiler de artículos de segunda mano (coches, pisos, móvil.....).. Nace en 2015 sustituyendo a segundamano.es