

EXAME II Olimpíadas Galegas de Economía

Número de control

25 de Xuño de 2010. INFORMACIÓN SOBRE O EXAME

- O exame consta de 6 preguntas das materias de “Economía da Empresa” de segundo de bacharelato e de “Economía” de primeiro de bacharelato. Atoparás dúas preguntas curtas, dous exercicios prácticos e dous comentarios de texto. As preguntas están repartidas entre as dúas materias.
- Valorarase especialmente a capacidade de comprensión das cuestións e o razoamento nas respostas. Tendo sempre presente que, a excepción dos comentarios de texto, as respostas deben ser concisas e claras.
- As respostas, por suposto, non deben ter faltas de ortografía e puntuación.
- A duración do exame é de 2 horas e media.

PREGUNTA CURTA DE ECONOMÍA

1. ¿Que é o chamado “Índice de Desenvolvemento Humano”? ¿Qué organismo o elabora? ¿Qué parámetros o compoñen?

PREGUNTA CURTA DE ECONOMÍA DA EMPRESA

2. Indica se son certas ou non as seguintes afirmacións, explicando por qué:

- a) O factoring ten a posibilidade de aumentar o período medio de maduración da empresa.
- b) O leasing é unha fórmula de financiamento de elementos do activo non corrente.
- c) As operacións de leasing diminúen a capacidade financeira das empresas que o utilizan.

PREGUNTA PRÁCTICA DE ECONOMÍA

3. O café e o té son bens substitutivos ¿Qué cabe esperar que se produza nos mercados destes dous bens, cando o descenso das temperaturas en Colombia estrague gran parte da produción mundial de café? Contesta se son verdadeiras ou falsas as seguintes afirmacións, razoando a túa resposta:

- a) Aumenta a demanda mundial de té.
- b) Aumentan os prezos tanto do café como do té.

- c) Aumenta a oferta do té.
- d) Cambia a demanda do café.

PREGUNTA PRÁCTICA DE ECONOMÍA DA EMPRESA

4. A sociedade GASEO S.A. presenta os seguintes datos no balance al final do exercicio 2009:

- a) O mobiliario da empresa foi adquirido por 235.000 euros, dos que deixou a deber 36.000 que deberá pagar durante o ano 2011.
- b) A Caixa Xenero S.A. concedeulle un préstamo, do que debe aínda a longo prazo 135.000 euros e a curto prazo 37.000 euros.
- c) Ten un equipo informático valorados en 5.000 euros que usa conxuntamente cun programa que foi adquirido por 12.500 euros.
- d) A amortización acumulada ascende a 15.700 euros.
- e) A empresa posúe un furgón de transporte adquirido no seu día por 24.000 euros.
- f) Mantén no almacén mercadorías por valor de 56.700 euros, das cales aínda ten pendente de pago 12.500. Esta débeda está documentada en letras de cambio.
- g) Debe á Facenda Pública 16.000 euros e á Seguridade Social 3.500 euros.
- h) Os clientes débennlle á empresa 25.000 euros, non documentados en letras.
- i) Os saldos dispoñibles en contas correntes bancarias ascenden a 36.400 euros.
- j) O efectivo en caixa é de 12.700 euros.
- k) Mantén unha reserva legal por importe de 20.000 euros.
- l) O beneficio do ano pasado foi de 110.500 euros.
- m) A maquinaria de la empresa adquiriuse por valor de 240.000 euros.

Con estes datos, pídese:

1. Elaborar o Balance de Situación da empresa e calcular o seu su capital social.
2. Calcular e comentar o Fondo de Manobra.
3. Determinar os ratios de dispoñibilidade, liquidez e endebedamento, comentando os resultados.

COMENTARIO DE TEXTO DE ECONOMÍA

5. CRISE FINANCEIRA: ESPAÑA (La Vanguardia; 17/I/2009)

Por moito que o goberno bote as culpas á situación financeira internacional, a crise española é made in Spain. Cando España era un país pobre, baseou o seu crecemento en produtos baratos porque os salarios e, polo tanto, os custos de produción eran baixos. A medida que crecía, os salarios subían e a competitividade desaparecía. Ao non poder competir vendendo produtos máis baratos que os demais, España tiña que innovar. Pero nunca o fixo. En lugar diso, intentou perpetuar a situación contratando a inmigrantes pobres, cousa que non facía máis que retardar as reformas: grazas a que os inmigrantes aceptaban salarios miserables, as empresas non tiñan incentivos a investir en tecnoloxía ou transformarse cara a actividades de maior valor engadido.

A burbulla inmobiliaria tamén contribuíu a que non se fixesen reformas. Por algunha razón xeneralizouse a idea de que a vivenda era un investimento seguro (o ladrillo nunca baixa, dicían ¿ recórdano?) e todo o país dedicouse a comprar casas. Iso facía subir o prezo o cal, ademais de confirmar aquilo de que o ladrillo nunca baixa, incentivaba aos construtores a edificar como tolos. Entre un 15 e un 19% do crecemento español chegou a depender da

construción (o 4% en EEUU). O problema é que ese crecemento só se podía manter se os prezos seguían subindo e a histeria colectiva que os facía subir tiña que chegar algún día ao seu fin. E ao final, iso foi o que pasou; o ladrillo deixou de ser un bo investimento, a xente deixou de comprar, as construtoras e inmobiliarias deixaron de contratar e, agora, unha parte importante do PIB vai desaparecer.

¿Que ten que ver iso coa falta de innovación? ¡a compracencia! Mentres as cousas ían ben, ninguén vía a necesidade de levar a cabo as dolorosas reformas que fomentarían a innovación. Pero, agora que acabou o boom da construción, exactamente ¿qué producirá España? Silencio sepulcral.

A monumental borracheira da construción deixou dúas resacas importantes. Por unha banda, unha débeda inmobiliaria que rolda os 300.000 millóns de euros (¡o 27% do PIB!) Iso é un problema serio porque os ingresos dese sector na actualidade son case nulos. En consecuencia, a banca (¡si! esa banca tan segura grazas ao gran sistema regulador español), vaise a ter que quedar con vivendas, solares, edificios a medio construír, e cidades pantasma na Costa do Sol. Unha parte será revendida pero a prezos de saldo. Se, sendo optimistas, recupera o 66% en termos reais, o buraco final será duns 100.000 millóns de euros. Case o 10% do PIB.

Doutra banda, quedou un déficit exterior que tamén rolda o 10% do PIB. Simplificando, o déficit é a diferenza entre a demanda e a oferta agregadas: se a xente quere comprar (demanda) máis do que produce (ofrece), a diferenza debe ser comprada no estranxeiro. Visto así, o déficit só se pode corrixir de dous xeitos: diminuindo a demanda ou aumentando a oferta. Así de simple. O problema é que reducir a demanda quere dicir que familias, empresas e goberno gasten un 10% menos. É dicir, unha recesión económica do 10% do PIB relativo ao potencial. Non sabemos se esa caída producirase durante o 2009 –como Indonesia en 1997 ou Arxentina en 2000- ou se haberá unha caída máis lenta pero moito máis longa como ocorreu en Xapón entre 1990 e a actualidade. Pero dun modo ou outro a caída ocorrerá a non ser que aumente a oferta. É dicir, que aumenten a produtividade e competitividade empresarial.

O que nos leva ás medidas de política económica. Se o goberno quere evitar unha catástrofe, debe concentrarse no fomento da produtividade. Non hai alternativa. Para iso debe levar a cabo tres tipos de accións:

Primeiro, hai que liberalizar rapidamente a oferta, reducir custos burocráticos, eliminar regulacións caprichosas ou rebaixar custos fiscais relacionados coa produción, contratación e investimento.

Segundo, se se queren tomar medidas de corte keynesiano para loitar contra a crise, seleccionar aquelas que teñan un maior efecto sobre a produtividade. Exemplos: (1) unha política fiscal expansiva a base de redución de impostos que fagan ás empresas máis competitivas hoxe é mellor que un aumento do gasto público que leve maiores cargas fiscais futuras; (2) Cando se escolla entre diferentes tipos de infraestruturas, que se elixan as que xeren maior competitividade e innovación; (3) Antes de rescatar ou axudar a un sector, que se pregunte se é un sector de futuro ou de pasado ou se se instalou en España porque buscaba salarios baixos; (4) En lugar de buscar gasto público adicional, que o goberno considere pagar as débedas que ten con miles de empresas que viven financieramente afogadas por culpa da súa perniciosa e pertinaz morosidade.

Terceiro, deben empezar a introducirse aquelas reformas que non van ter efectos a curto prazo pero que son fundamentais para a competitividade a longo prazo. Entre elas, a transformación do sistema educativo para fomentar a creatividade e o espírito emprendedor dos mozos, a transformación do sistema financeiro para que

sexa capaz de financiar proxectos de innovación ou a erradicación dos excesos intervencionistas en sectores clave.

A hecatombe económica pode e debe ser evitada. Só é cuestión de que o goberno abandone o comportamento errático demostrado en 2008 e faga as cousas ben. A hora da verdade chegou a España.

PREGUNTAS

1. Mostra a túa opinión sobre a importancia do valor engadido na economía e a relación coa produtividade e a competitividade.
2. ¿Qué razóns explicarían o aumento do déficit exterior citado no texto?
3. ¿Por qué, aínda que se reduciu o déficit absoluto por conta corrente, aumentou en termos relativos ao PIB?
4. Vistos los acontecementos, cal é a túa valoración persoal respecto do texto.

COMENTARIO DE TEXTO DE ECONOMÍA DA EMPRESA

6. NOVAS CONSOLAS- VELLAS GUERRAS.

Parece que, dende sempre, o mercado das consolas asistiu a duras guerras comerciais. A primeira, entre ATARI e MATTEL tivo lugar desde finais dos anos 70 a mediados dos 80 pero logo viñeron algunhas mais.

Nese contexto, NINTENDO, hoxe un dos grandes na industria do entretemento electrónico, ten unha historia curiosa. Inicialmente dedicábase a facer barallas hanafuda (tradicional xogo de naipes xaponés). De aí deu o salto a outros sectores como alimentación ou xoguetes (fabricou o primeiro xoguete electrónico do Xapón: unha pistola). A entrada nese negocio marcaría o futuro da empresa ata hoxe.

En 1983 lanza a Famicom, a primeira videoconsola doméstica, vendendo en dous meses 500.000 uds. Dous anos despois comercializaría a coñecida NES (Nintendo Entertainment System), un clásico do sector que se mantivo á venda durante 20 anos. No 87, as vendas en USA ascendían a 4 millóns de uds. (un 70% de cota de mercado). Nesas datas, o seu principal competidor directo era SEGA -outra empresa que viña do sector do entretemento e gran tradición nos arcade (xogos de salón)- coa súa Master System que non conseguía calar no mercado. En 1989, NINTENDO entra no negocio das consolas portátiles coa Game Boy, logrando multiplicar o éxito da NES. En paralelo, alcanza un éxito sen precedentes coa súa coñecida saga de videoxogos Super Mario Bros. Con todo, a principios dos 90, SEGA gana progresivamente cota de mercado apoiada na Megadrive que ofrecía mellores gráficos e maior calidade visual. Deste xeito, estas dúas compañías protagonizan ao longo desa década unha das máis coñecidas batallas comerciais. Con todo, non durou demasiado porque SEGA non puido seguir o ritmo do seu competidor no lanzamento de novos e vistosos xogos e consolas adaptadas a eles.

Cando o horizonte parecía despexarse para NINTENDO, SONY, vendo o crecemento do mercado e as súas posibilidades, decide en 1996 entrar pola súa parte do pastel lanzando a primeira Play Station. O seu rival replicaría co que sería outro clásico: a Nintendo 64 que non foi capaz de competir en calidade e versatilidade polo que foi perdendo paulatinamente cota de mercado. Aínda así, a Game Boy e as súas sucesivas versións Advance e Sp permitíronlle prolongar a súa relevancia no mercado das portátiles ata os nosos días. Pola súa banda, SEGA, a outra gran competidora, intentou seguir o ritmo con non demasiado éxito no campo do hardware pero con xogos mundialmente recoñecidos (de feito acaba de anunciar que abandona definitivamente a produción de consolas).

O comezo de século, trouxo a idea de que as consolas pasarían a converterse no centro global do entretemento doméstico. Iso suporía unha maior carga tecnolóxica -máis potencia, mellores gráficos, maior conectividade e un uso máis amigabl-) e uns prezos en consonancia. Esa nova batalla libraríana tres contendentes: MICROSOFT, NINTENDO e SONY.

SONY mostrábase, a priori, como o máis firme aspirante ao título. Lideraba o mercado con 80 millóns de unidades vendidas e preparouse a conciencia. A súa consola PS3 era a máis avanzada. Incluía unha arquitectura

completamente nova no seu procesador que o separaba dos clásicos procesadores de PC e prometía unha experiencia gráfica inimaxinable ata o momento. Ademais, incluía unha lectora de alta definición, conectividade wifi para xogar en rede, un gran disco duro e a PS Network (unha plataforma en liña para acceso a contidos multimedia). Era unha aposta arriscada: altos custos de produción, poucos, e presumiblemente caros, xogos e un sistema operativo Linux que podería ser unha gran vantaxe ou un erro clamoroso.

MICROSOFT, que xa mostrara xeitos coa súa primeira Xbox, buscaba non tropezar dúas veces na mesma pedra chegando tarde ao mercado. Por iso, quixo ser o primeiro en golpear, adiantándose un ano ao lanzamento cunha presentación na canle MTV que xerou unha demanda imposible de satisfacer. A formulación era o dunha Xbox hipervitaminada. Varios potentes procesadores (tres por sete da PS3) que auguraban gráficos espectaculares e máis realismo no xogo e a posibilidade de conectala a un computador para descargar contidos de todo tipo (tamén se contemplaba unha plataforma exclusiva: a Xbox Live Gold) parecían suficientes armas, xunto a un custo contido, para pelexar polo liderado do salón, ademais da compatibilidade con Windows e a exclusividade do xogo Halo 3, unha saga enormemente popular naquel momento.

Fronte a ese despregamento, NINTENDO sobe ao ring a un contendente con moito menos cartel: a Wii. Fronte ás anteriores presenta unha carga tecnolóxica bastante menor que pretende compensar cunha orixinalidade na formulación de xogo -o seu mando pretende ser o interfaç universal, transformándose no obxecto que precisa o xogo- e na percepción que usuarios e compradores teñen do mesmo. É branca e sinxela, pretende ser divertida, facer que o usuario se integre no xogo, adecuarse a todos os públicos (mulleres, homes, novos ou maiores) e converterse nun aliado para aqueles pais preocupados polo desenvolvemento intelectual e emocional dos seus fillos. Aínda que chega tarde, xa pasada a campaña do Nadal, o seu menor prezo - uns 250 euros fronte aos 600 da PS3 e os 400 da Xbox- os aspectos apuntados e o feito de que o seu fabricante é recoñecido mundialmente como o líder no desenvolvemento de xogos parece que bastaron para loitar polo liderado do mercado.

PREGUNTAS:

1. ¿Cómo definirías a situación competitiva no mercado dos videoxogos ao longo do tempo?
2. ¿Cal foi a extratexia de crecemento de NINTENDO nos seus inicios? ¿E dende o 96?
3. ¿Ónde se equivocou NINTENDO nos 90? ¿Cómo podería telo evitado?
4. Na derradeira batalla entre SONY, NINTENDO E MICROSOFT, eres capaz de definir as liñas básicas das estratexias de marketing que sigue cada fabricante.
5. Qué ensinanzas extraes do caso relatado.