



VI OLIMPIADA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA

Edición 2014 Fase Regional de La Rioja, 12 de abril de 2014



PARTE I

Ejercicio 3. Responder, únicamente, a cuatro de las siguientes cinco cuestiones:

(Cada pregunta de este ejercicio se valorará con 1 punto)

1. Las empresas de hoy en día operan en entornos muy complejos y dinámicos caracterizados por la globalización de los mercados, un fuerte incremento de la competencia y rápidos cambios tecnológicos. Ante esta realidad, ¿cómo debe ser el empresario actual y cuáles han sido las aportaciones teóricas que han ido configurando su figura?
2. Imagínese que es el propietario de una óptica ubicada en la calle San Antón de Logroño. Elabore la matriz DAFO de su negocio con dos aspectos en cada uno de los cuadrantes de dicha matriz y explique para qué sirve.
3. Una empresa de galletas ha decidido incorporar a su cartera de productos una nueva galleta. Para ello se ha planteado la disyuntiva de fabricarla o comprarla a otro fabricante especializado en ese tipo de galletas. Teniendo en cuenta que la fabricación de este nuevo producto le supondría algunas inversiones en maquinaria, ayude a este fabricante a tomar la decisión de qué alternativa le interesa más.
4. Enumere y explique las principales estrategias competitivas genéricas o básicas por las que pueden optar las empresas para alcanzar sus objetivos poniendo ejemplos.
5. No hace muchos años, en La Rioja se decía, El buen vino en la bodega se vende. Esta forma de expresarse se relaciona con un enfoque producto de la función comercial o de marketing. Hoy en día, en las bodegas de Rioja se ha evolucionado hacia un enfoque marketing e incluso hacia lo que se denomina marketing de relaciones. Explicar los conceptos de enfoque producto, enfoque marketing y marketing de relaciones aplicándolos a la evolución de la función comercial en las bodegas de Rioja comentando algunas acciones comerciales en las que se detectan esos enfoques.

Ejercicio 2. Comentario al texto.

Tras la lectura del artículo «*Cómo traducir en empleo real el “boom” de las “start up” verdes*», publicado en el diario *Expansión*, el 27 marzo 2014, y reproducido en la página siguiente, realice el comentario al texto.

(Este ejercicio se valorará con 2 puntos)

Emprendedores & EMPLEO

Expansión

Cómo traducir en empleo real el 'boom' de las 'start up' verdes

Crear una empresa eficiente y responsable con el entorno también puede dar beneficios y generar puestos de trabajo. Encontrar el equilibrio entre la viabilidad económica y el objetivo medioambiental es el reto.

Arancha Bustillo, Madrid

A Angel Fernández le gusta "jugar limpio". Su empresa, MakeyourT, nada tiene que ver con el sector medioambiental y, sin embargo, es un buen ejemplo de firma que se esfuerza por alterar lo menos posible el medio ambiente: destina alrededor de 12.000 euros anuales a gestionar correctamente sus residuos, dispone de un sistema de filtrado de líquidos a varios niveles y los plásticos y cartones que desechan son recuperados por la compañía catalana Foment del Reciclatge, entre otras acciones. Fernández reconoce que ser fiel a sus principios ecológicos y sostenibles ni es fácil ni barato: "Gastamos unos 15.000 euros al año en el reciclado", pero no le pesa esa inversión.

Poner en marcha una empresa de carácter sostenible es difícil. Bien lo sabe Pablo Almunia, cofundador de UELA, una aceleradora de proyectos sociales y medioambientales. "Los emprendedores que se lanzan con este tipo de negocios deben tener claro que uno de sus principales problemas es que muchas de sus ideas pueden resultar confusas si no se explican bien. Por eso, deben ser capaces de exponer cuál será el impacto directo que su empresa tendrá en el medio ambiente", apunta Almunia. Este aspecto lo tiene claro Alejandro Corroto, fundador de Mensos, una empresa de mensajería en bicicleta que, de momento, ha abierto sus puertas en Madrid. Su firma apuesta por la sostenibilidad medioambiental y la eficiencia en el transporte. Mensos busca posicionarse como agente solucionador para el cliente y enlace entre las empresas y el consumidor final. No sólo se presenta como una empresa de mensajería, también ofrece servicios integrados de publicidad móvil, vinilado de bicicletas o patrocinio de bicimensajeros. Ya tiene

La sociedad cada vez está más concienciada de la importancia de la sostenibilidad



MENSOS Alejandro Corroto es el fundador de esta empresa de mensajería en bicicleta que nace con vocación medioambiental. Para su puesta en marcha, Corroto invirtió 7.000 euros de recursos propios.

sus primeros clientes y, aunque sabe que requiere mucho esfuerzo, tiene claro que busca alcanzar el volumen suficiente que le permita contratar más personal. Ahora cuenta con un chico que le ayuda con los reportos.

Inversores

Como todo el que empieza, uno de los principales baches con los que se encuentran estos emprendedores es levantar capital. "Cuesta más convencer a los inversores", advierte Almunia. Hay todavía

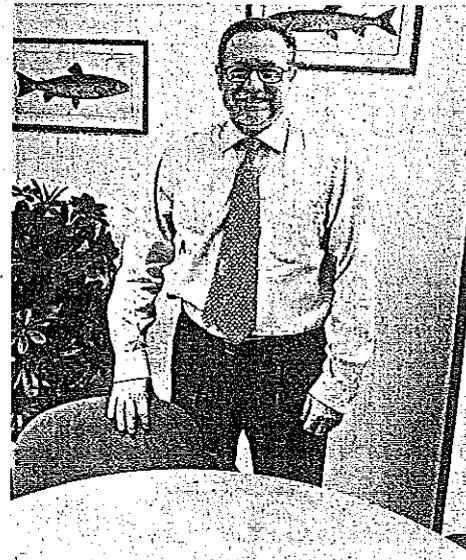
poca conciencia y "las organizaciones se sienten más cómodas dando donativos que invirtiendo", añade. Para seducir a un financiador "tienes que aclarar muy bien cuáles van a ser tus beneficios a medio plazo, pues en una empresa de carácter medioambiental no sólo cuenta el ébiltda".

Almunia recomienda buscar inversores que persigan un dividendo emocional y cuidarlos y explicarles periódicamente lo que la empresa va consiguiendo; y buscar grandes empresas que apues-

Los números de la economía sostenible

El informe 'Empleo verde en una economía sostenible', elaborado en 2010 por el Observatorio de la Sostenibilidad de España (OSE), destacaba en su día el aumento de los puestos en este área en un 235% entre 1998 y 2009. Otros estudios a nivel internacional también han señalado que, gracias al enorme potencial de España

en este sentido sería posible la creación de hasta dos millones de empleos de cara a 2020. Sin embargo, Esther Ponce, consultora de Adecco Professional, advierte de que, "aunque todavía se siguen demandando posiciones, ya no es tan boyante como hace unos años y la mayoría de las oportunidades están ligadas a las grandes empresas de



AMBISAT Rafael de la Fuente puso en marcha esta firma especializada en proyectos y estudios de ingeniería, consultoría y servicios de asistencia técnica relacionados con la economía del agua.

Los inversores buscan que estas firmas sean viables y no pierdan de vista su objetivo

Los emprendedores 'verdes' deben explicar el motivo de su empresa para lograr financiación

tan por los mecanismos de préstamos blandos. "Los inversores son más exigentes con estos emprendedores, buscan proyectos que no sólo sean económicamente viables sino que también tengan un objetivo claro del que no se desvíen", explica el cofundador de UELA.

Santiago Cuerva lanzó Huertos Compartidos, una firma que pone en contacto a personas que quieren cultivar sus propios productos con dueños de tierras, en 2012. Para su puesta en mar-

posgrado en calidad ISO que corresponda, además de inglés, "porque se ofrecen muchos puestos para el extranjero", asegura la experta de Adecco Professional. Ponce avisa que la crisis ha paralizado el auge que se vivía en el sector. "No es un área de creación de negocios, sino de inversión y de concienciación".

COMUNICACIÓN

Los profesionales del sector 'verde' deben contar con habilidades comunicativas porque tienen que explicar que apostar por el medio ambiente no es un coste, sino una inversión.

cha invirtió unos 6.000 euros que reunió de sus ahorros, aportaciones de su familia y una operación de crowdfunding en una campaña de Go-teo.org. Está convencido de las posibilidades de negocio que tiene el sector 'verde', pero considera que éstas aumentarían "si se contase con las políticas adecuadas, por ejemplo en materia energética con el apoyo de las renovables, y con la introducción de criterios de verdadera sostenibilidad en la gestión del agua, de los residuos, del turismo, de los bosques, etcétera. Con ello, se crearían entorno a dos millones de empleos en nuestro país". Cuerva pone su granito de arena y pretende promover una economía alternativa que contribuya a paliar la delicada situación que atraviesan muchas familias a través del autoconsumo y el autoempleo.

Rafael de la Fuente es uno de los fundadores de Ambisat, una firma de ingeniería ambiental que lleva ya varios años en el mercado. Cuenta que para su puesta en marcha necesitó 90.000 euros que corrieron a cargo de los fundadores, aunque, en ese momento, había más inversión pública que hacía más fácil crear este tipo de empresas. Como Cuerva, De la Fuente también cree que hay oportunidades de negocio en el mercado porque "la gente cada vez es más consciente del esfuerzo de obra, planificación e ingeniería que hay detrás de cualquier acción con un impacto medioambiental positivo". Y todos coinciden en que, sobre todo, ahora hay más conciencia ética.

Aun así, el ecoemprendimiento sigue siendo un reto, para estos emprendedores.

PISTA DEL DÍA

EXPANSIÓN, Bankinter y E.ON convocan la segunda edición de los Premios Innovación + Sostenibilidad + Red, dirigidos a grandes empresas, instituciones y emprendedores. <http://bit.ly/1eQwEX>