Núm. Referència

VIII OLIMPÍADA D'ECONOMIA

FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

Universitat de Girona
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials

Universitat de Lleida
Facultat de Dret i Economia

Universitat Pompeu Fabra Barcelona

Universitat de Barcelona

Facultat d'Economia i Empresa
Universitat de Barcelona

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

FASE LOCAL – Reus, 24 de maig de 2016

INTRUCCIONS

- ✓ L'enunciat consta de 3 preguntes, 3 exercicis i 1 lectura.
- ✓ La prova es valorarà sobre 10 punts (la puntuació de cada pregunta està indicada a l'enunciat).
- ✓ Contesteu les preguntes en l'espai disponible a continuació de cadascuna d'elles.
- ✓ Els fulls no es poden desgrapar.
- ✓ Disposeu d'1 hora i 30 minuts per a la realització de la prova.
- ✓ La pregunta 2 i la lectura s'han de respondre en llengua castellana.

DADES DEL PARTICIPANT

Nom: ……

Cognoms: ……

DNI.: ……

Centre: ……

Signatura

Núm. Referència

PREGUNTA 1 *(Puntuació: 1 punt)*
Indiqueu, en cada un dels casos següents, quines masses patrimonials variaran (actiu corrent, actiu no corrent, patrimoni net, passiu corrent i passiu no corrent). Indiqueu, també, el signe de la variació (si augmenta o disminueix) i l'import.

a) Una empresa deu al banc 15.000 €, per un préstec a llarg termini. L'any vinent n'ha de pagar la meitat, i per això registra el canvi de venciment.

b) Una empresa cobra d'un client 12.800 € que li devia.

c) Una empresa paga el deute de 1.500 € a un proveïdor.

d) Una societat anònima reparteix el seu benefici de 100.000 € de la manera següent: 10% a reserva legal, 30% a reserva voluntària i la resta es reparteix entre els accionistes.

PREGUNTA 2 *(Puntuació: 0,5 punts)*
La empresa catalana TEXTIL SA se está planteando deslocalizar la empresa. Explicar brevemente el concepto de deslocalización de empresas, razones económicas que la justifican y efectos económicos en el entorno donde están ubicadas.

Núm. Referència

PREGUNTA 3 *(Puntuació: 1 punt)*
Definiu l'estratègia de creixement intern i la de creixement extern i citeu una de les seves principals implicacions.

Identifiqueu en el quadre adjunt, per a cadascuna de les situacions empresarials descrites, si l'empresa ha aplicat una estratègia de creixement intern o extern i de quin tipus d'operació es tracta (fusió pura, fusió per absorció, préstec o endeutament amb entitats de crèdit, emprèstit o emissió de deute, adquisició majoritària o minoritària, etc).

Situació empresarial	***Tipus de creixement***	***Tipus d'operació***
L'empresa A demana 200.000 € al banc		
L'empresa B integra C dins del seu patrimoni i C desapareix		
L'empresa D fa una emissió d'obligacions a 10 anys		
L'empresa E compra el 40% de l'empresa F		
L'empresa G i l'empresa H desapareixen i es forma la nova empresa I		
L'empresa J compra el 70% de l'empresa K		.

Núm. Referència

<u>EXERCICI 1</u> *(Puntuació: 2 punts)*
L'empresa OLIEC, S.A. es planteja la realització d'un nou projecte d'inversió (projecte A) que suposa un desemborsament inicial de 1.000 €. i els cobraments i pagaments següents:

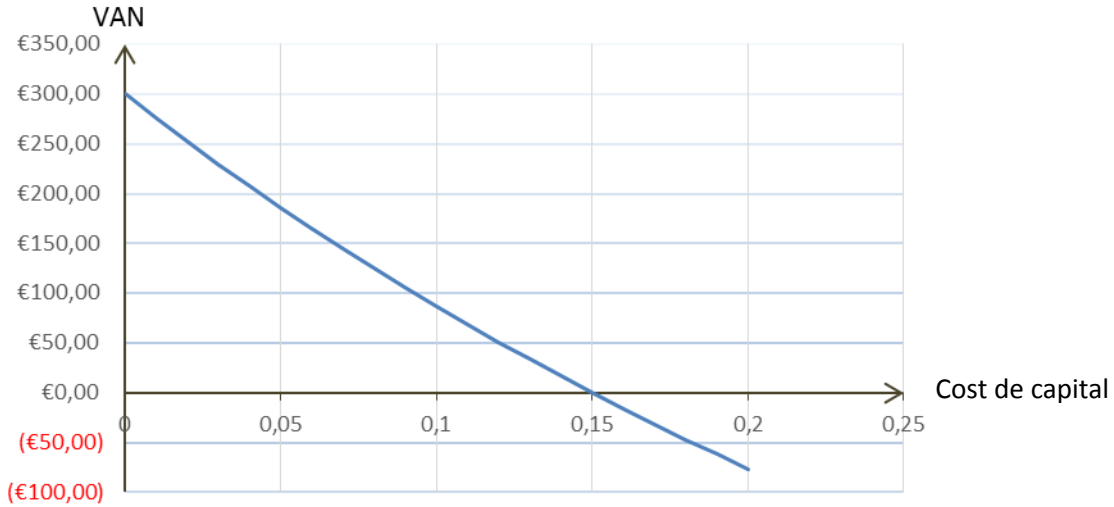
	Any 1	Any 2
Cobraments	4.000 €	5.000 €
Pagaments	3.600 €	4.100 €

A partir de les dades anteriors i suposant un cost de capital del 10%, se us demana:

a) Determineu, a partir del criteri VAN, la viabilitat del projecte A que vol dur a terme OLIEC, S.A.

b) Calculeu la TIR del projecte A i justifiqueu si és viable o no segons aquest criteri.

c) Suposeu ara un projecte d'inversió alternatiu (projecte B). La representació gràfica del VAN d'aquest projecte B és:



A partir de la informació que es desprèn del gràfic anterior, raoneu quin dels dos projectes proposats (projecte A i projecte B) triaríeu en primer lloc si el cost de capital per a tots dos segueix sent del 10%.

Núm. Referència

EXERCICI 2 *(Puntuació: 2 punts)*
En Marçal i en Pep, tots dos graduats en Administració i Direcció d'Empreses i amants del bon menjar, han engegat aquest any un negoci de venda d'entrepans de pernil ibèric, exclusivament.

Venen tots els entrepans a 4 € (fets amb qualsevol pa i mida) i han calculat que, de mitjana, els costos variables unitaris de cada entrepà són de 1,5 €.

Si el local, petit, però ubicat en un lloc turístic de la ciutat, els costa 750 €/mes; els subministraments els tenen contractats amb una tarifa plana de 150 €/mes; paguen a l'any 1.200 € a diverses aplicacions de restauració per posicionar la seva marca, i la resta d'inversió (18.000 €) la volen amortitzar en 3 anys…

a) Quants entrepans han de vendre al mes per a cobrir costos?

b) Quin volum d'ingressos aconsegueixen en el punt que cobreixen costos?

c) Si al cap de l'any han venut 10.000 entrepans, quin ha estat el seu benefici?

d) Elaboreu una petita anàlisi DAFO d'aquest negoci. Si a l'enunciat trobeu a faltar alguna dada, podeu incorporar-la.

e) Empleneu el quadre següent amb quatre formes jurídiques que coneguis.

Forma jurídica	Mínim de socis	Capital mínim	Responsabilitat

Núm. Referència

EXERCICI 3 *(Puntuació: 2 punts)*

L'empresa de serveis de transport ARAVINC presenta la llista de dades comptables següent, amb referència al darrer exercici (les dades de l'immobilitzat es presenten pel seu valor net comptable):

CONCEPTE	Import (€)	CONCEPTE	Import (€)
Capital social	10.000	Proveïdors de l'immobilitzat c/t	1.850
Reserves	3.000	Hisenda pública, creditora per conceptes fiscals	9.450
Bancs	7.860	Efectes comercials a cobrar	1.680
Deutes a l/t amb entitats de crèdit	10.000	Inversions financeres l/t	15.250
Pèrdues i guanys	???	Mobiliari	11.840
Equips per a processos d'informació	2.510	Proveïdors de l'immobilitzat l/t	5.630
Creditors per prestació de serveis	3.780	Proveïdors	1.580
Clients	15.320	Deutes a c/t amb entitats de crèdit	5.000

a) Elaboreu el balanç de situació distingint entre actiu corrent i no corrent, patrimoni net i passiu corrent i no corrent, ordenant quan correspongui segons criteris de liquiditat i exigibilitat. Quin és el valor del compte de pèrdues i guanys?

b) Calculeu el fons de maniobra, la ràtio de garantia i la ràtio de liquiditat. Creieu que l'empresa està en situació de concurs de creditors?

Lectura *(Puntuació: 1,5 punts.)*

Locales de lujo para ropa "del Zara"

Una nueva tienda de 4.400 metros cuadrados en el Soho se ha añadido en febrero de 2016 a una red de establecimientos que el grupo Inditex ha acumulado en las mejores ubicaciones de Nueva York. Locales selectos para ropa de bajo coste. Si hay un lugar del mundo que ejemplifica ese binomio que ha creado el grupo Inditex y su gran enseña, Zara, ese sitio es Manhattan. La firma ha logrado hacerse en el corazón de Nueva York con locales de renombre, vecinos de las marcas más lujosas, para imponer en el mercado estadounidense un modelo comercial al que pocos tosen: tendencia, rapidez y precio. La inauguración de una macrotienda en el Soho refuerza su papel en un mercado, el americano, en el que hace tiempo, en 2008, ganó el pulso a la local Gap.

Este último establecimiento se ubica en un inmueble del siglo XIX con columnas de hierro fundido, propias del estilo arquitectónico de esa zona históricamente industrial y hoy convertida en uno de esos epicentros globales del comercio. El edificio costó 280 millones de dólares (unos 235 millones de euros al cambio de principios de 2015, cuando se anunció la compra).

La compañía española busca un tipo de local perfectamente ubicado y que tenga como vecinos a otros comercios que les complementen. Les gusta que sus tiendas sean adyacentes o muy cercanas a marcas de lujo como Prada o Gucci, ofreciendo equivalentes asequibles [...].

El Corte Inglés se pone las pilas

[…] La compañía lleva muchos años a la defensiva, detrás del ritmo que marcan los nuevos competidores: Primero, hace unos 30 años, sufrieron la presión de lo que hoy es Carrefour y Alcampo, luego la de los *category killers* (empresas especializadas en un tipo de producto al que aplican grandes descuentos) como Media Markt, Ikea y Decathlon, y en paralelo han tenido que batirse con formatos españoles como Mercadona y Zara.

La internacionalización es la eterna asignatura pendiente de El Corte Inglés, con rumores recurrentes sobre su entrada en Italia y solo un paso en firme: dos centros en Portugal desde 2001. Se habla mucho de Italia, aunque no es un mercado moderno de *retail* y tiene fuertes barreras de entrada. Parece más interesante apostar por países que están creciendo.

La moda es clave para la empresa, pero en los últimos tiempos no terminan de encontrar su camino: hace un par de años parecían apostar por una bajada de precios, con una campaña llamada "Estrena lo nuevo" y una alta rotación de producto. Era una estrategia liderada por José Luis Pavía, un fichaje de Inditex. Pero al poco tiempo dejó la empresa, frenaron esa estrategia y decidieron centrarse en el lujo. El Corte Inglés ha abierto un inmueble en plena calle Serrano de Madrid, exclusivamente de moda masculina de gama media y alta, donde ofrecen servicio y especialización. Los planes de la empresa son hacer lo mismo con la moda femenina en otro inmueble muy cercano y con una localización aún mejor.

El comercio electrónico es una enorme oportunidad de futuro, pero el peso de los competidores abruma: no es solo Amazon, que en su último ejercicio facturó casi 75.000 millones de dólares, es decir, el equivalente a casi cinco veces la empresa española. Hay más y peor. La empresa china *online* Alibaba vendió casi lo mismo en el último Día del Soltero (una suerte de *Black Friday* para el mercado chino) que El Corte Inglés en un año. La competencia es feroz. La compañía va a reestructurar su plataforma de venta de moda *online* con la creación de corners virtuales para marcas, al estilo de lo que hace en las tiendas físicas, y el pasado diciembre inauguró un nuevo servicio: en catorce ciudades ya puede entregar en solo dos horas compras *online*, algo que Amazon solo ofrece en Madrid y Barcelona.

Fuente: Adaptado de Mars, A. *"Locales de lujo para ropa "del Zara"". El País. 28/2/2016 y López, T. "El Corte Inglés se pone las pilas". Expansión. 14/4/2016.*

a) ¿Qué estrategia competitiva pensáis que sigue cada una de las dos empresas comentadas en el texto? ¿Con qué autor asociaríais la definición de estas estrategias?

b) En el texto se habla de barreras de entrada. ¿Qué son? ¿Este concepto tiene alguna relación con el autor del apartado a)? Comentarlo brevemente.

c) ¿Qué tipo de factores locacionales ha tenido en cuenta Zara al instalarse en Manhattan? ¿Son de tipo más cuantitativo o cualitativo?

Responder los tres apartados a continuación.