

EXAMEN DE LA FASE LOCAL (COMUNITAT VALENCIANA)

8 d'abril de 2017

La duració de l'examen és de 2 hores i 30 minuts

Part I: Trie tres preguntes de les sis plantejades a continuació. La puntuació màxima de cadascuna d'elles és d'1,5 punts.

1. Comente raonadament la següent afirmació: *“En els mercats d'alguns productes agraris, amb demanda inelàstica, de vegades quan la collita és molt gran i el preu baixa, els agricultors prefereixen destruir la producció en comptes de portar-la al mercat”*.
2. De què s'ocupa la política fiscal? En què consisteix una política fiscal expansiva i quin és el seu objectiu? Explique, utilitzant gràfics, els efectes que té una política fiscal expansiva sobre la producció, l'ocupació i els preus.
3. Raone si els serveis d'un economista espanyol que treballa en la Reserva Federal dels Estats Units s'inclou en el PIB espanyol, en el PNB espanyol, en cap d'aquestes macromagnituds o en ambdues.
4. Argumente la veracitat o falsedat de la següent afirmació:
“Quan el Cost Marginal (CMg) és superior a l'Ingrés Marginal (IMg) l'empresa només pot tenir pèrdues i per açò li interessarà augmentar la producció per a començar a tenir beneficis”.
5. El ràtio de Solvència o Garantia ens mesura la capacitat dels actius de l'empresa per a fer front a tots els deutes. Atenent a aquesta definició, raone la veracitat o falsedat de la següent afirmació:
“Quan la ràtio de garantia té un valor superior a la unitat però inferior a dues, implica que el passiu és menor que els fons propis, estant l'empresa en una situació d'estabilitat financera òptima”.
6. A què es denomina “màrqueting-mix” en una empresa? Explique els instruments bàsics que disposa l'empresa per a dissenyar la seua estratègia de màrqueting.

Part II: Resolga un dels dos exercicis proposats. La puntuació màxima de cadascun d'ells és de 3 punts.

EXERCICI 1

L'empresa "Account-Olímpic S.L." disposa de la següent informació corresponent a diferents partides del balanç i del compte de pèrdues i guanys, totes elles valorades en euros, a 31/12/2017:

1. Reserva legal: 43.650 €.
2. El capital social ascendeix a 70.000 €.
3. El preu d'adquisició de la furgoneta va ser de 55.000 €. La seua amortització acumulada és de 20.000 €, mentre que la seua amortització corresponent a enguany ascendeix a 5.000 €.
4. Les vendes netes de mercaderies en l'exercici han ascendit a 272.000 €.
5. El rebut de la llum i l'aigua ascendeixen a 12.500 €.
6. Deutes pendents de pagament a proveïdors de mercaderies: 25.000 €.
7. Diners en comptes bancaris: 30.000 €.
8. Compres consumides de mercaderies: 140.000 €.
9. La construcció i el terreny on desenvolupa la seua activitat els va adquirir fa 5 anys per 125.000 €, corresponent el 80% al valor de la construcció. El valor net comptable de les construccions és de 85.000 €. Se sap que al llarg dels 5 anys, l'amortització anual que s'ha imputat al compte de pèrdues i guanys ha sigut sempre la mateixa.
10. Despeses de personal: 80.000 €.
11. Existències de mercaderies en la data d'elaboració del balanç: 10.000 €.
12. Despesa per lloguers pagats durant l'any per un local en el centre de la ciutat on es realitzen labors comercials: 12.000 €.
13. L'impost sobre el benefici ascendeix al 25% del resultat abans d'impostos i ja ha sigut pagat.
14. Factures pendents de cobrament a clients: 6.400 €.
15. Deutes amb entitats financeres: 40.000 €, dels quals 10.000 € haurà de retornar-los dins d'un any i la resta en 1 any més. Els interessos derivats d'aquest deute corresponents a aquest exercici són: 2.500 €.

Es demana:

- a) Elabore el compte de pèrdues i guanys d'"Account-Olímpic S.L." d'acord amb els criteris d'ordenació i presentació estudiats. (0,9 punts)
- b) Elabore el balanç d'"Account-Olímpic S.L." d'acord amb els criteris d'ordenació i presentació estudiats. (1,7 punts)
- c) Determine el fons de maniobra d'"Account-Olímpic S.L." i assenyale en quina situació d'equilibri patrimonial es troba. (0,4 punts)

EXERCICI 2

Es coneixen les següents dades corresponents a l'economia espanyola:

	2014	2015
PIB nominal (*)	1.037.025	1.075.639
Índex de preus al consum (**)	107,1	106,5
Deflactor del PIB (**)	100,2	100,9

(*) Dades en milions d'€

(**) Índex 2010=100.

- Calcule la taxa de creixement del PIB nominal entre 2014 i 2015. (0,5 punts)
- Calcule la taxa de creixement del PIB real entre 2014 i 2015. (0,75 punts)
- Per què són diferents els resultats obtinguts en els apartats anteriors? Justifique la seua resposta. (0,75 punts)
- Calcule la taxa d'inflació d'acord amb els diferents índexs de què disposa. Interprete i justifique les diferències. (1 punt)

Part III: Llija detingudament el text i responga a les preguntes que sobre el mateix es realitzen a continuació. La valoració màxima d'aquesta part és de 2,5 punts.

Un modelo comercial virgen extra

La Chinata utiliza una estrategia para crecer en la que el aceite de oliva es el eje de la diversificación

La Chinata no posee grandes plantaciones de olivos, ni fabrica cosméticos, ni prepara salsas, ni pesca atún, ni cultiva cacao, pero es una de las principales comercializadoras de productos gourmet basados en aceite de oliva del país. La fórmula la llevan ensayando desde 1932 los “chinatos” —como se solía llamar a las personas nacidas en Malpartida de Plasencia (Cáceres)—, cuando los abuelos de Fernando y Paloma Oliva comenzaron a elaborar aceite en el molino del pueblo con los frutos de los agricultores de la comarca.

El arranque fue lento. Hasta los años sesenta no existía la marca como tal, y sólo a partir de 1996 se crea lo que hoy es el núcleo de La Chinata: la Compañía Oleícola Siglo XXI. La empresa, que en 2015 facturó 17,6 millones de euros y obtuvo un beneficio neto de 1,5, lleva creciendo de forma imparable los últimos 15 años —cuando decidieron vender algo más que aceite— y exporta a más de 30 países.

La idea de negocio no tiene misterio. “Competíamos en un mercado donde hay una gran lucha de precios, fíjese incluso en las denuncias de ventas a pérdidas... Decidimos comenzar haciendo aceites aromatizados y, en la parte de cosmética, jabones artesanales”, relata Fernando Oliva, nieto de fundadores y ahora al frente de la gestión junto a su hermana Paloma. Su padre y su tío siguen llevando la empresa. Fueron ellos los que decidieron apostar por la “diversificación concéntrica”, un modelo con un solo producto como ingrediente y signo diferencial de la mayoría de las 240 referencias que comercializan. Tomates secos, quesos, mejillones en escabeche, patatas fritas, callos, fabada, espárragos confitados, galletas o el más reciente Panetone se preparan con el dorado zumo en primera prensa como hilo conductor, aunque también venden mermeladas, vino o cava con otras materias primas de la región.

“No queremos desenfocar el tiro, lo nuestro es el aceite”, razona Oliva cuando le preguntan si la diversificación ha ido demasiado lejos con las zamburiñas extremeñas. “Evidentemente, en las conservas el producto y la receta son gallegos, pero están elaboradas con aceite de oliva virgen extra, algo que no existía en el mercado”. En esa dinámica buscan proveedores, *partners*, que desarrollen productos bajo su enseña. “Es complicado, porque estamos poniendo nuestra marca en manos de un tercero, y nuestro caso es particular, porque son productos que por lo general no existen. Trabajamos en la formulación, el embalaje..., ellos fabrican y envasan para nosotros”. Lo hacen con el aceite que prensan en La Chinata, y que el año pasado alcanzó 1,6 millones de litros de la variedad manzanilla cacereña. Aunque las demandas del mercado les obligan a tener otras gamas monovarietales (hojiblanca, picual, arbequina) que compran en distintas zonas de España.

El 85% de su mercado es nacional. “No nos podemos quejar, hemos tenido crecimientos muy buenos en los últimos años”, señalan en la empresa. Ese es otro pilar de su estructura: distribuyen a través de tiendas (34 franquicias y dos locales propios en

Madrid y Plasencia) y establecimientos especializados, lo que significa que no están en la gran distribución y apenas cuentan con comerciales (excepto en el extranjero). Y buena parte de sus ventas, junto a los productos de alimentación, está en lo que no se ve: las garrafas de cinco litros que envasan para el canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías).

La fluctuación de los precios del aceite, que a su vez depende del clima, la extensión de los cultivos y la cosecha, es su mayor riesgo. “Pueden llegar a oscilar hasta un 50% de un año a otro”, explica Fernando Oliva. Para protegerse, confiesa, hay pocas herramientas. “Compramos al día y sin especular, es nuestra forma de trabajar para no equivocarnos. Antes de la crisis la situación era muy incómoda, con grupos de compradores que alteraban los precios y que muchas veces causaban subidas o bajadas inexplicables. Mucha gente se fue a la ruina con aquello y ahora las cosas se han estabilizado”

[...]

Fernández, M. (2016, 27 de noviembre). Un modelo comercial virgen extra. EL PAIS. Disponible en:

http://economia.elpais.com/economia/2016/11/23/actualidad/1479919493_097346.html

PREGUNTES SOBRE EL TEXT

- a) Assenyale quina estratègia competitiva ha triat La Chinata. Explique la diferència entre una estratègia competitiva de diferenciació i una estratègia de lideratge en costos. (0,75 punts)
- b) Com s'assenyala en el text, La Chinata utilitza una estratègia de creixement per diversificació. Explique les diferents estratègies de creixement per diversificació (integració). (0,75 punts)
- c) En el text s'afirma que els preus de l'oli “pueden llegar a oscilar un 50% de un año a otro”. Assenyale tres factors que pogueren afectar al preu i represente en gràfics d'oferta i demanda com cadascun d'aqueixos tres factors contribuirien a explicar les oscil·lacions del preu de l'oli. (1 punt)