

XII OLIMPIADA CANARIA DE ECONOMÍA Y EMPRESA

FASE PROVINCIAL

27 de abril de 2019

Los hoteles canarios bajan precios para contrarrestar la caída de la ocupación

La caída de la demanda obliga a abaratar las camas y recuperar las ofertas de última hora, que habían desaparecido en las Islas desde el estallido de la Primavera Árabe

La pérdida de clientes ya obliga a los hoteleros canarios a ajustar sus márgenes. Asumen que la situación de años pasados tenía fecha de caducidad y en la Feria Internacional de Turismo (ITB) de Berlín se inició, sin dramatismo, la caída de precios en las contrataciones de camas para las próximas temporadas de verano e invierno. No obstante, la intensidad de esa caída de los precios dependerá, en buena medida, del esfuerzo inversor que los establecimientos hoteleros hayan dedicado a la renovación de las instalaciones durante los años en que el negocio funcionaba solo.

El retorno de los destinos competidores es el gran responsable de esta pérdida de intensidad de las llegadas. Cuando los problemas de seguridad mantenían al mínimo el latido de los hoteles egipcios, tunecinos y turcos, los turistas europeos no tenían, en invierno, otra opción que las Islas si querían mantener sus desplazamientos dentro del radio medio.

Ahora el abanico está abierto y los precios en esos países son inalcanzables para los empresarios del Archipiélago; los costes laborales y la regulación ad hoc con la que los respectivos gobiernos impulsan el resurgimiento lo provocan. Con el añadido de que los grandes turoperadores son propietarios de varios hoteles en dichos destinos y están obligados a revertir cuanto antes las pérdidas de años anteriores. Resulta sencillo entender la mayor satisfacción que les produce en este momento conducir allí y no a Canarias al mayor número posible de turistas.

"Caemos en todos los mercados" (germano, británico y nórdico) resumió el presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo (FEHT), José María Mañaricua. En consecuencia, se incrementa el número de camas susceptibles de quedar vacías, lo que devuelve el protagonismo a las ofertas de última hora, prácticamente desterradas desde el año 2011.

El grupo hotelero Lopesan declaró que su objetivo en la ITB es "reforzar sus alianzas comerciales con el mercado turístico alemán, que actualmente sufre un preocupante descenso". A él sumó la incertidumbre que genera el *brexit*, que hace prever también una pérdida de conectividad -no constatado hasta la fecha- con el Reino Unido. "La compañía hotelera concentrará todos sus esfuerzos en marcar una estrategia que le permita mantenerse por encima de la tendencia del mercado".

Fuente: Adaptado de La Opinión de Tenerife (07/03/2019)

PREGUNTA TEÓRICA 1

1.1.- Teniendo en cuenta que el texto aborda la situación de las empresas hoteleras canarias, identifique los factores del entorno que se mencionan en el texto e indique si pertenece al entorno específico o general. (0,5 puntos)

1.2.- De acuerdo con la información facilitada en el texto, indique qué tipo de estrategia competitiva llevan a cabo las empresas hoteleras situadas en los destinos que compiten con Canarias (Egipto, Túnez, Turquía) y explique en qué consiste dicho tipo de estrategia. (0,5 puntos)

PREGUNTA TEÓRICA 2. Los siguientes extractos del texto dan idea del tipo de estrategia de desarrollo que caracteriza al sector hotelero canario:

(...) "la intensidad de esa caída de los precios dependerá, en buena medida, del esfuerzo inversor que los establecimientos hoteleros hayan dedicado a la renovación de las instalaciones".

(...) "El grupo hotelero Lopesan declaró que su objetivo en la ITB es reforzar sus alianzas comerciales con el mercado turístico alemán, que actualmente sufre un preocupante descenso".

Se pide:

2.1.- Indique de qué estrategia de desarrollo se trata. (0,5 puntos)

2.2.- Comente las características fundamentales de la misma. (0,5 puntos)

PREGUNTA TEÓRICA 3

En el ámbito del desarrollo de la empresa y su sector de actividad, se pide:

3.1.- Defina el concepto "Cuota de mercado". (0,5 puntos)

3.2.- Indique cómo se calcula. (0,5 puntos)

PREGUNTA TEÓRICA 4

Responda a las siguientes preguntas tipo test que contienen una sola respuesta correcta (0,50 puntos cada una):

- 4.1.- Señale la respuesta que se corresponde con alguna de las actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa:
- El cumplimiento de la legislación mercantil.
 - Las prácticas referidas a la contratación, formación y conciliación familiar-laboral de trabajadores.
 - Propiciar el máximo beneficio de los accionistas.
 - La formación continua del personal.
- 4.2.- En el ámbito de la dirección de recursos humanos de la empresa, según la teoría Y:
- Los trabajadores por naturaleza no desean trabajar.
 - Los trabajadores no desean asumir responsabilidades.
 - Los trabajadores desean perfeccionarse y se motivan por desarrollar su potencial.
 - La gerencia aplica un estilo directivo autocrático.
- 4.3.- Con respecto a los criterios de selección de inversiones, señale la afirmación correcta...
- La principal ventaja del criterio del plazo de recuperación (*pay back*) es su sencillez.
 - La principal ventaja del criterio del plazo de recuperación (*pay back*) es que considera la totalidad de los flujos de caja de la inversión.
 - El principal inconveniente del criterio valor actual neto (VAN) es que no tiene en cuenta que los flujos de caja se producen en distintos momentos del tiempo.
 - El criterio del plazo de recuperación es adecuado cuando la vida útil estimada de la inversión es muy larga.
- 4.4.- En un proyecto de inversión, la tasa de actualización que aplica la empresa para calcular el VAN representa:
- El valor del desembolso requerido por la inversión.
 - La prima de riesgo que asume la empresa en el proyecto de inversión a analizar.
 - El coste medio ponderado del capital en la empresa.
 - El valor nominal de la deuda contraída para la financiación de la inversión.

EJERCICIO 1

FEET, S.L. es una empresa dedicada a la comercialización de productos ecológicos. Fue constituida en septiembre del 2016 por dos graduados del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna, aportando cada uno de ellos 3.000 €. Además, se sabe que a 31 de diciembre de 2017 la empresa disponía de la siguiente información sobre otros elementos patrimoniales (en €):

Nº Cuenta	Activo, Patrimonio Neto y Pasivo	Importe
211	Construcciones	100.000
216	Mobiliario	15.500
170	Deudas a largo plazo con entidades de crédito	137.000
570	Caja, €	2.500
218	Elementos de transporte	10.020
430	Clientes	12.000
410	Acreedores por prestación de servicios	40.000
300	Mercaderías	35.000
112	Reserva legal	220
572	Bancos, C/C, €	13.200
523	Proveedor de Inmovilizado a corto plazo	3.000

Se pide:

- Determinar el resultado del ejercicio 2017 de FEET, S.L. (0,25 puntos)
- Elaborar el Balance de Situación de la empresa FEET, a 31 de diciembre de 2017, clasificando sus elementos patrimoniales en masas y submasas patrimoniales. (1,25 puntos)
- Calcular el fondo de maniobra (FM) de FEET, S.L., a 31-12-2017, e interpretar el resultado obtenido. (0,5 puntos)

EJERCICIO 2

En el año 2018, la empresa Quesos Canarias SL consumió 900.000 litros de leche de cabra para producir 150.000 quesos frescos de 1 Kg., pagando a los ganaderos la leche a un precio medio de 0,70 euros el litro. Además, asumió 1,20 euros de otros costes variables por cada queso y unos costes fijos anuales de 528.000 euros, siendo el precio medio de venta del kilo de queso 12 euros. **Se pide:**

- Hallar e interpretar la productividad obtenida por cada queso respecto de la leche de cabra utilizada en el proceso. (0,5 puntos)
- Determinar e interpretar cuál ha sido el Umbral de Rentabilidad en el año 2018, y el beneficio obtenido al vender el total de su producción. (1,5 puntos)
- Si para el año 2019 se quiere aumentar el beneficio en un 10%, y además la productividad de la leche se estima que aumente en un 5% -manteniéndose iguales el precio y el resto de los costes-, ¿cuántos quesos debería producir y vender en 2019? (1 punto)