

VI OLIMPIADA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA

Edición 2015 Fase Regional de La Rioja, 28 de marzo de 2015



PARTE I

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

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

1. Los costes en la producción. Realice un esquema de los distintos tipos de costes explicando brevemente cada uno de ellos y poniendo ejemplos.
2. Imagínese que es el propietario de una farmacia ubicada en el Centro Comercial Berceo 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. Un comercio de moda de Logroño que contaba con una página web ha decidido dar un nuevo paso y abrir una tienda online, de forma que se puede comprar moda desde su página Web. Explique cómo las variables de distribución y comunicación de esta tienda de moda se han podido modificar con la apertura de la tienda online.
4. Explique en qué consiste la estrategia de crecimiento por diversificación y cite dos posibles ejemplos para el caso de un fabricante de calzado de vestir.
5. Clasificación de las empresas: Realice un esquema con los distintos tipos de empresas utilizando los criterios de clasificación que recuerde.

Ejercicio 2. Comentario al texto.

Tras la lectura del artículo «*La crisis alarga la vida del móvil*», publicado en el diario *El País*, el 15 marzo 2015 y reproducido en la página siguiente, responda a las preguntas que sobre el mismo se realizan a continuación:

(Este ejercicio se valorará con 2 puntos)

1. Ante la reciente entrada de la empresa Mister Minit en el negocio del arreglo exprés de móviles, identifique y analice sus principales competidores en este negocio.
2. ¿Qué oportunidades y amenazas detecta en dicho negocio?
3. ¿Cuál es el papel de la investigación de mercados en el negocio de la reparación de móviles?
4. Comente la importancia del número de tiendas y su localización para una empresa que opera en el negocio. ¿Qué ventajas tiene la franquicia como forma de crecimiento?
5. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los principales factores de éxito de la empresa Mister Minit en el negocio de arreglo exprés de móviles?

La crisis alarga la vida del móvil

Nuevos grupos entran a competir por el creciente negocio del arreglo exprés de teléfonos.

SUSANA BLÁZQUEZ Madrid 15 MAR 2015

La consulta del móvil para revisar los correos, las llamadas o los comentarios de los amigos en las redes sociales son tan habituales en las reuniones de trabajo como en las comidas familiares. El smartphone tiene un componente adictivo que José María Martínez Selva, catedrático de Psicobiología de la Universidad de Murcia, sitúa como una de las principales causas del tecno-estrés. Así que para no estar ni un minuto sin el móvil, una serie de empresas pugnan por el cada vez más lucrativo negocio de la reparación de estos aparatos, cuanto más rápido, mejor. La última en sumarse es la cadena de arreglo en el acto de zapatos y duplicados de llaves Mister Minit, que competirá con las ya establecidas Phone House y Movilquick.

La reparación de móviles a los particulares es tan antigua como sus años de vida. Curro Quevedo, encargado técnico de Zooo, empezó a hacerlo en 1996. “Estábamos casi solos, trabajábamos mucho en la personalización, y nos enviaban móviles de toda España. Llegamos a ser 30 empleados”. Su actividad se mantuvo incluso en el auge económico que trajo la moda del cambio de operador para recibir un terminal de regalo. La crisis, y la decisión de los operadores de abandonar la subvención de los móviles trajeron un enjambre de tiendas de arreglo exprés de barrio que han estrangulado a los grandes. “Nos hemos quedado la mitad de la plantilla”, cuenta Quevedo, ahora rodeado de bazares de todo a cien con carteles de liberación y reparación de terminales.

“En el estudio para escoger local en Sevilla hemos localizado a 17 tiendas de arreglo de móviles en 1,4 km a la redonda. Nacen y mueren como setas. En Salamanca hay 11 tiendas, y estimo que, en el barrio madrileño de Lavapiés, por ejemplo, uno de cada tres negocios se pueden dedicar a arreglar móviles”, cuenta Juan López, director de expansión de Movilquick. La cadena de venta, liberación y arreglo exprés de terminales móviles empezó en 1999 la actividad como un servicio postventa desde la ciudad de Salamanca para toda España. El secreto de su éxito han sido las franquicias de pequeños locales cercanos al cliente desde 2008, “el año del gran boom en el arreglo exprés de móviles”. Tiene 46 tiendas, y sigue abriendo.

“Quedarse sin móvil genera tanta ansiedad como el robo de la cartera, y lo más rápido es ir a la tienda de la esquina. Nadie analiza quien se lo hará mejor”, explica Jaime Pfretzschener, director ejecutivo de Operaciones de Phone House España, que repara medio millón de terminales al año, y arregla la mitad en sus tiendas exprés. La cadena tiene 500 tiendas, 66 de ellas cuentan con un espacio para reparaciones en 15 ó 20 minutos, y “extendemos estos córneres en función de la demanda. Es un negocio al alza”.



Los seguros para el
mantenimiento de
smartphones ganan
adeptos en España



La fiebre por tener el último modelo se ha enfriado con la crisis, y solo los muy ansiosos y adinerados pagan 700 euros por un smartphone que en un año estará a mitad de precio. El barómetro realizado por Phone House indica que el número de españoles que tarda más de dos años en cambiar de terminal casi se ha duplicado (del 25 al 45%) entre 2008 y 2014, y sucede igual con quienes lo cambian cada 18 meses (del 17 al 36%). Al contrario, el cambio anual de móvil ha caído (del 26 al 16%), y el recambio semestral lo ha hecho del 26 al 3%.

Con estos mimbres, la franquicia mundial Mister Minit decidió probar el nuevo mercado en Francia en 2013. Fue un éxito: facturaron casi dos millones de euros en 109 tiendas en 2014, con la sola reparación de seis terminales con un coste medio de 75 euros por semana y tienda. Comprobada la rentabilidad, “trasladamos la implantación a España en abril de 2014, y estaba en 75 tiendas a final de ese año, que ingresaron por ello 400.000 euros”, explica Xavier Altarriba, responsable de franquicias para España y Portugal de Mister Minit. A final del año tendrán 150 tiendas con arreglo exprés de móviles, habrán terminado, e ingresará por ello un millón de euros. “Creceremos al 50% anual, en nuestra previsión más moderada”.

Mister Minit invierte 1.000 euros por marca y tienda para integrar el arreglo de móviles, aunque solo lo hace con los modelos de Apple y de Samsung. “Suponen el grueso del mercado. Cada modelo de smartphone es como un mecano con unas 15 minipiezas. Las tiendas son pequeñas para guardar las de todos los modelos de todas las marcas, y tampoco rentabilizaríamos esa inversión”, explica Altarriba. Envían a la central los arreglos más complicados (una minoría), y garantizan la reparación y el haberla realizado con recambios originales, igual que sus competidores Phone House y Movilquick.

Reparar el móvil en cualquier sitio puede acarrear problemas. Los fabricantes cesan la garantía ante un mal arreglo realizado por terceros, y tienen maquinaria para detectar las copias de sus piezas originales, inapreciables para el ojo humano. “Las reparaciones están sujetas a una garantía de tres meses que debe reflejarse en la factura. Existen tiendas multimarca o bazares que ofrecen estos servicios a precios muy inferiores a los servicios técnicos, pero ojo a las garantías que prestan”, alerta Ileana Izverniceanu, portavoz de OCU, que recomienda hacer copias de seguridad de la información, e ir a la policía ante la duda de robo de datos. “Cualquier empresa que maneje datos personales debe cumplir unos requisitos legales”.

Los fabricantes no cubren la rotura de pantallas, botones, altavoces y antenas, el recambio de baterías, y la desoxidación por mojaduras. El seguro privado se ha convertido en otro pingue negocio en tiempos de crisis, uno de cada cinco móviles sufre un percance. Asegurar la rotura de la pantalla (el 40% de las reparaciones) de un terminal de 280 euros cuesta 48 euros en MediaMarkt, y otros 20 euros cubren contra robo y mojaduras. “La crisis ha disparado la contratación de este seguro especializado. En España debe haber unos 750.000, y la cifra se habrá multiplicado por cinco en 2017”, explica Álvaro Bagué, director de servicios para el sur de Europa de Brightstar.



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

Facultad de
Ciencias Empresariales
Teléfono: 941 299 686
decanato.fcee@unirioja.es

RESPUESTAS:



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

Facultad de
Ciencias Empresariales
Teléfono: 941 299 686
decanato.fcee@unirioja.es



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

Facultad de
Ciencias Empresariales
Teléfono: 941 299 686
decanato.fcee@unirioja.es



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

Facultad de
Ciencias Empresariales
Teléfono: 941 299 686
decanato.fcee@unirioja.es