



## SUPÒSIT 1

### EXERCICI 1

Bon Vivant és una empresa distribuïdora catalana de begudes alcohòliques. En els darrers anys ha comprovat que la demanda de rom ha augmentat i, especialment els aromatitzats.

Davant aquest canvi del mercat ha contactat amb Hacienda Santa Teresa, un productor veneçolà que té com a producte destacat el rom Santa Teresa Orange.

Bon Vivant i Hacienda Santa Teresa, tanquen un contracte pel qual Santa Teresa subministrarà trimestralment rom Santa Teresa Orange per un valor de 15.000 USD, en posició CIP Port de Bilbao, lliurat Port de Caracas, Incoterms 2020 (1.000 ampolles a 15 USD la unitat) durant tot l'any 2022. Com que no hi ha confiança proposa com a mitjà de pagament un crèdit documentari. En cas de desacord acorden sotmetre's als tribunals de Tarragona.

- a. Podem afirmar que ens trobem davant un contracte internacional? En cas afirmatiu indiqueu quin tipus de contracte. La resposta s'ha de justificar verificant si es compleixen les condicions del contracte que heu escollit
  
- b. Quins tipus de risc genera aquesta operació?
  
- c. Quina modalitat de crèdit documentari seria més adient per aquesta transacció i quin hauria de ser el seu import? Justifiqueu la resposta (prescindiu de si es tracta de crèdits confirmats o no, de si són a la vista o diferits i amb avançaments o sense).
  
- d. Al darrer enviament, el producte rebut presenta una qualitat molt inferior a l'esperada i, després de demanar el canvi al proveïdor sense que aquest accepti, Bon Vivant decideix trencar el contracte. Demana al seu banc que també cancel·li el crèdit documentari emès a favor d'Hacienda Santa Teresa. Què hauria de fer el banc?
  
- e. El banc va executar un pagament de 15.000 USD perquè la documentació que va presentar Hacienda Santa Teresa era correcta, però realment es van enviar menys ampolles de les contractades. Podria Bon Vivant reclamar al banc per haver honrat el crèdit tot i no complir-se una de les condicions del contracte? Expliqueu fins on arriba la responsabilitat del banc en la validació de documents.

- f. Bon Vivant també distribueix vi de gel i té un proveïdor alemany, Rheinwein, amb qui ha tingut algunes topades darrerament i s'ha trencat la confiança. Vol fer-li una comanda i pagar dins de sis mesos, però sap que el celler li demanarà cobrar al comptat per evitar nous problemes. Davant d'aquesta situació vol oferir a Rheinwein ajornar el pagament sis mesos però amb una confirmació de pagament per part del seu banc. Expliqueu breument en què consisteix una confirmació de pagaments i si aquesta oferta donaria seguretat a Rheinwein.
- g. El govern de Kènia ha tret a concurs la gestió dels menjadors de les escoles públiques del país. El concurs també està obert a empreses estrangeres. Bon Vivant s'hi vol presentar, però al plec de condicions s'especifica que ha de presentar una garantia emesa o confirmada per un banc de Kènia. A més, si guanya el concurs haurà de presentar una segona garantia. Expliqueu de quines garanties es tracta, quina finalitat tenen i qui les hauria d'ordenar.
- h. Es podrien sotmetre aquestes garanties a alguna normativa de la Cambra de Comerç internacional? En cas afirmatiu expliqueu quina o quines i si serien d'obligada acceptació.
- i. Suposem que Bon Vivant ha guanyat el concurs. Demana al Ministeri que li faci un avançament d'un percentatge de l'import del contracte, però ara el ministeri li demana una altra garantia. Indiqueu de quina garantia estem parlant en aquest cas, quina seria la seva finalitat i qui l'hauria d'emetre.
- j. Imagineu que heu de plantejar un exercici semblant a un grup del CFGS. Dels 23 alumnes que formen el grup, 10 provenen directament del CFGM d'Activitats Comercials, 4 d'un cicle superior, 5 de la prova d'accés a grau superior i 4 són professionals del sector que requereixen titulació. Els que provenen del grau mitjà tenen uns coneixements estadístics i matemàtics molt bàsics (tenen dificultats per calcular un percentatge), els que provenen de la prova d'accés són capaços de fer els càlculs demanats, però els costa molt treure conclusions de les dades obtingudes, en canvi, els professionals del sector, tot i no tenir hàbit d'estudi ni ser molt acadèmics, aprenen ràpidament a fer els càlculs i extreuen conclusions molt fàcilment.
- A quin cicle i a quin mòdul contextualitzaries la pràctica? Quines estratègies utilitzaríeu a l'aula per afavorir la inclusió?

## EXERCICI 2'



### Xocolates Creo

La recepta original de la Xocolata CREO neix l'any 1941. Després de diferents canvis de socis i la introducció i la comercialització de diferents marques de xocolata (*Torcao, Lletcao, Picolino, Benet, Menchu i Rumba*), l'any 1955 el Sr. Benet compra totes les patents i les marques i deixa de fabricar les altres marques per centrar-se només en la marca CREO. En aquell moment, comença a elaborar diferents tipus de xocolata com la xocolata a la pedra o amb fruits secs i es dona a conèixer a través de petits anuncis a la ràdio i la premsa local.

En la dècada dels anys setanta, l'empresa CREO es veu afectada per l'aparició de grans multinacionals que ofereixen xocolates a preus molt competitius. L'empresa CREO fa un canvi de rumb i deixa de comercialitzar la xocolata a la pedra i entra en altres sectors com el del cafè i la distribució de conserves.

Actualment, l'empresa CREO ha retornat als seus orígens i continua sent una marca reconeguda de producció de xocolata a la pedra, de forma totalment artesana. Està dirigida per Xavi Benet i es troba encara en el mateix carrer dels seus orígens, al barri de Ferreries de Tortosa. Es treballa amb la recepta original i es continua utilitzant la mateixa maquinària des de fa seixanta anys. La base del producte és el cacau pur, la farina d'arròs del Delta de l'Ebre i de panís, mantega de cacau, sucre i aroma de canyella i/o de vainilla. La rajola de xocolata es presenta en rajoles gruixudes. Es tracta d'una xocolata amb un aspecte i un tacte rústics, amb un intens gust de cacau.

Aquesta xocolata ha obtingut el segell com a aliment apte per a celíacs, per a intolerants a la lactosa i per a al·lèrgics als fruits secs. Hi ha diferents varietats com la xocolata refinada o variada en sabor a vainilla o canyella. Els preus oscil·len de 4 a 5,50 € per rajola de 200 g a 300 g. També hi ha formats de 3 i 5 kg i paquets on es combinen diferents xocolates.

---

#### <sup>1</sup>Fonts:

<https://xococreo.com/>

<https://mengem.ara.cat/>

<https://cat.elpais.com/>

La xocolata es comercialitza a les Terres de l'Ebre i al Montsià bàsicament a través de botigues especialitzades, a través de la venda directa des de la fàbrica i a través de la seva botiga virtual.

A més, CREO distribueix també la xocolata als restauradors de la comarca com L'Antic Molí i Les Moles, restaurants que han obtingut una estrella Michelin i que incorporen la xocolata a les seves postres. Aquests cuiners de prestigi són els anomenats "Ambaixadors" junt amb Marc Balaguer, director de Escribà Academy de Barcelona o Juanjo Roda, docent i divulgador gastronòmic de prestigi, entre d'altres.

L'empresa és, també, coneguda per les seves visites guiades a la fàbrica museu de Tortosa on es gaudeix d'una visita dolça i molt enriquidora sobre el món de la xocolata.

Tots els productes estan disponibles al web de l'empresa on a més es publiquen diferents receptes com les trufes o el preparat per gelat amb xocolata CREO. A més, l'empresa està present en les xarxes socials com Facebook (amb prop de 4.100 seguidors) i Instagram (amb prop de 3.500 seguidors).

Diuen que qui consumeix xocolata CREO és un apassionat de la xocolata artesana i de qualitat i que, quan la tasta, reviu moments de la infantesa...

Actualment, el mercat actual del sud de Catalunya està saturat. L'empresa es planteja obrir-se a nous mercats dins les fronteres catalanes.

### **La xocolata, l'ingredient clau de 2021**

Els beneficis del consum de xocolata amb un alt contingut de cacau per a la nostra salut són molt importants. Diverses investigacions afirmen que el consum moderat de xocolata augmenta la producció de substàncies relacionades amb la felicitat i la relaxació. Fins i tot, hi ha estudis que demostren que la xocolata amb més contingut de cacau és una de les millors fonts d'antioxidants que combaten l'envelliment prematur i pot millorar la salut reduint el risc de malalties cardíaques.

En els darrers anys, el consum de xocolata amb un percentatge més alt de cacau (un mínim del 70 %) ha incrementat de forma notòria i cada vegada hi ha més punts de venda que comercialitzen tauletes de xocolata d'alta qualitat i sense afegits industrials. Cuiners de prestigi com els germans Roca ajuden a potenciar el consum d'aquest producte amb la inauguració en el darrer any de la CASA CACAO, una xocolateria artesana en un emblemàtic allotjament de la ciutat de Girona que disposa d'un obrador a la vista i ofereix degustació per als amants d'aquest producte tan particular.























### EXERCICI 3

1.- Dintre de tot pla de màrqueting cal elaborar una anàlisi DAFO per extreure el que pot arribar a afectar el projecte i els aspectes positius que el poden beneficiar. L'empresa Playmobil està al mercat des dels anys 70 mantenint-se com una joguina referent en moltes generacions. Tot així per continuar en el mercat l'empresa ha de valorar contínuament tant l'entorn que l'envolta com els aspectes interns. Confeccioneu una anàlisi DAFO a partir de les dades següents: (Per fer l'anàlisi DAFO, posa únicament el número de cada punt)

1. En tractar-se d'una fundació es busca el benefici a l/t i no tant a curt facilitant la presa de decisions en moments compromesos.
2. Recuperació per certs grups de consumidors del sentiment cap a les marques antigues i de qualitat.
3. Innovacions en el camp tecnològic que es poden implementar als productes de l'empresa.
4. Qualitat del producte valorada pels clients.
5. Desenvolupament de jocs i pel·lícules que reforcen la marca.
6. Poc marge per sorprendre el mercat, ja que per tradició, l'essència del producte es manté pràcticament igual que en el moment del seu naixement. Figures amb diverses temàtiques però poques funcionalitats i usos (moviments, ...)
7. Política comercial ben dissenyada
8. Gran competència en el mercat tant en el seu producte principal com per exemple les figures Lego, com en el mercat global de la joguina.
9. Component sentimental de la marca que encara atrau molts consumidors.
10. Canvi de gustos dels clients. Targets que demanden productes més sofisticats.
11. Preu més elevat a la competència.
12. Gran experiència i coneixement del mercat.
13. Tot i que actualment no ho necessita té tancat el mercat de finançament a través de l'entrada de nous inversors. Pel desig del seu fundador es tracta d'una empresa gestionada com a una fundació i per tant no pot accedir al mercat secundari.
14. Inici recuperació econòmica. Es torna a recuperar les vendes dels productes de marca respecte als sense marca o joguines més senzilles.
15. Tot i ser sempre la mateixa joguina, gran varietat de gamma.
16. No té productes llicenciats i per aquest motiu no realitzen figures ambientades en dibuixos o personatges actuals.

2.- Un dels aspectes que cal tenir en compte en realitzar l'estratègia de distribució és la Cobertura del mercat. Quins tipus de cobertura de mercat podria utilitzar l'empresa i en què consisteix cada tipus?



3.- L'empresa està estudiant la possibilitat d'obrir mercat a un altre país, per la qual cosa vol confeccionar una matriu d'atractiu-competitivitat per seleccionar-ne un a partir de les dades de tres països següents. Confecciona la matriu d'atractiu-competitivitat i escull un dels tres.

	<b>Atractiu</b>	<b>País A</b>	<b>País B</b>	<b>País C</b>
<b>ATRACTIU</b>	<b>Ponderació</b>	<b>Pes</b>	<b>Pes</b>	<b>Pes</b>
<b>Dimensió del mercat</b>	0,3	5	3	1
<b>Creixement del mercat</b>	0,1	2	2	1
<b>Poder de compra dels consumidors</b>	0,2	3	5	1,7
<b>Condicions competitives</b>	0,05	4	1	1
<b>Concentració (concentració, intensitat, barreres d'entrada, etc.)</b>	0,03	4	3	1
<b>Restriccions al mercat (tarifes, aranzels, etc.)</b>	0,1	5	1,7	1
<b>Regulacions governamentals (control de preus, quota local, etc.)</b>	0,02	3	2,5	2,7
<b>Infraestructures</b>	0,04	5	4,6	4
<b>Estabilitat econòmica i política</b>	0,09	5	3,2	2
<b>Distància psíquica (del mercat d'origen respecte a la destinació)</b>	0,07	5	1,7	1
<b>Total</b>	<b>1</b>			

	Competitivitat	País A	País B	País C
COMPETITIVITAT	Ponderació	Pes	Pes	Pes
Quota de mercat	0,08	3	1,7	1
Capacitat de màrqueting	0,06	1,8	3,8	1,4
Ajust del producte a les demandes del mercat	0,08	4	1,1	1
Preu	0,3	5	2,4	1,1
Marges	0,08	1,2	3,5	4
Imatge	0,04	3,6	1,9	1,1
Posició tecnològica	0,09	5	2,3	1
Qualitat	0,1	5	1,7	1
Recursos financers	0,1	5	4,1	1,6
Accés als canals de distribució	0,07	1,4	2	1
<b>Total</b>	<b>1</b>			

4.- Un cop escollit el país i per la informació disponible, l'empresa ha decidit utilitzar, com a forma d'entrada al mercat internacional, una *Joint Venture*. Explica què és, en què consisteix i quines són les seves característiques més rellevants.

## SUPÒSIT 3

### EXERCICI 1

Bon Vivant és una empresa distribuïdora catalana de begudes alcohòliques. En els darrers anys ha comprovat que la demanda de rom ha augmentat i, especialment els aromatitzats.

Davant aquest canvi del mercat ha contactat amb Hacienda Santa Teresa, un productor veneçolà que té com a producte destacat el rom Santa Teresa Orange.

Bon Vivant i Hacienda Santa Teresa, tanquen un contracte pel qual Santa Teresa subministrarà trimestralment rom Santa Teresa Orange per un valor de 15.000 USD, en posició CIP Port de Bilbao, lliurat Port de Caracas, Incoterms 2020 (1.000 ampolles a 15 USD la unitat) durant tot l'any 2022. Com que no hi ha confiança proposa com a mitjà de pagament un crèdit documentari. En cas de desacord acorden sotmetre's als tribunals de Tarragona.

**a.** Podem afirmar que ens trobem davant un contracte internacional? En cas afirmatiu indiqueu quin tipus de contracte. La resposta s'ha de justificar verificant si es compleixen les condicions del contracte que heu escollit

**b.** Quins tipus de risc genera aquesta operació?

**c.** Quina modalitat de crèdit documentari seria més adient per aquesta transacció i quin hauria de ser el seu import? Justifiqueu la resposta (prescindiu de si es tracta de crèdits confirmats o no, de si són a la vista o diferits i amb avançaments o sense).

**d.** Al darrer enviament, el producte rebut presenta una qualitat molt inferior a l'esperada i, després de demanar el canvi al proveïdor sense que aquest accepti, Bon Vivant decideix trencar el contracte. Demana al seu banc que també cancel·li el crèdit documentari emès a favor d'Hacienda Santa Teresa. Què hauria de fer el banc?

**e.** El banc va executar un pagament de 15.000 USD perquè la documentació que va presentar Hacienda Santa Teresa era correcta, però realment es van enviar menys ampolles de les contractades. Podria Bon Vivant reclamar al banc per haver honrat el crèdit tot i no complir-se una de les condicions del contracte? Expliqueu fins on arriba la responsabilitat del banc en la validació de documents.

**f.** Bon Vivant també distribueix vi de gel i té un proveïdor alemany, Rheinwein, amb qui ha tingut algunes topades darrerament i s'ha trencat la confiança. Vol fer-li una comanda i pagar dins de sis mesos, però sap que el celler li demanarà cobrar al comptat per evitar nous problemes. Davant d'aquesta situació vol oferir a Rheinwein ajornar el pagament sis mesos però amb una confirmació de pagament per part del seu banc. Expliqueu breument en què consisteix una confirmació de pagaments i si aquesta oferta donaria seguretat a Rheinwein.

**g.** El govern de Kènia ha tret a concurs la gestió dels menjadors de les escoles públiques del país. El concurs també està obert a empreses estrangeres. Bon Vivant s'hi vol presentar, però al plec de condicions s'especifica que ha de presentar una garantia emesa o confirmada per un banc de Kènia. A més, si guanya el concurs, haurà de presentar una segona garantia. Expliqueu de quines garanties es tracta, quina finalitat tenen i qui les hauria d'ordenar.

**h.** Es podrien sotmetre aquestes garanties a alguna normativa de la Cambra de Comerç internacional? En cas afirmatiu expliqueu quina o quines i si serien d'obligada acceptació.

**i.** Suposem que Bon Vivant ha guanyat el concurs. Demana al Ministeri que li faci un avançament d'un percentatge de l'import del contracte, però ara el ministeri li demana una altra garantia. Indiqueu de quina garantia estem parlant en aquest cas, quina seria la seva finalitat i qui l'hauria d'emetre.

## EXERCICI 2 <sup>2</sup>



**XOCOLATES CREO**

---

<sup>2</sup>Fonts:

<https://xococreo.com/>

<https://mengem.ara.cat/>

<https://cat.elpais.com/>

































