

SEGUNDA EVALUACION

TEMA 5: AREA DE APROVISIONAMIENTO

- Funciones del área de aprovisionamiento
- *Las existencias, definición, tipos, costes*
- Gestión de inventarios
- *Valoración de las existencias*
 - o *Valoración de las entradas*
 - o *Valoración de las salidas: PMP, FIFO*

1.- Explique brevemente los siguientes criterios de valoración de existencias: Precio Medio Ponderado (PMP); Primera entrada o *first input* Primera salida o *first output* (FIFO) y Última entrada o *last input* Primera salida o *first output* (LIFO) (1 punto).

En una economía con inflación, ¿Qué criterio de valoración de los tres anteriores dará lugar a un mayor valor de las existencias finales? Razone la respuesta (1 punto).

2.-Explique los principales criterios empleados para valorar la salida de las existencias. (1 punto)

3.- La empresa PERFILES se dedica a la comercialización de estuches de material de escritura. A fecha 01-01-2013 adquiere 350 estuches a 15 euros la unidad. Con fecha 15-04-2013 recibe un nuevo pedido de 450 estuches a 20 euros la unidad. El 20-05-2013 vende un lote de 600 estuches a 35 euros la unidad.

a) Valore las existencias finales según el método FIFO (1 punto).

b) Valore las existencias finales según el método del precio medio ponderado (1 punto). 200

200 unidades total 3562,800 PMP

200 4000

6. Una empresa especializada en la comercialización de un instrumento musical presenta la siguiente información (en euros):

- Existencias iniciales (01/01/2014): 1.000 unidades, con un precio unitario de 50 euros.
- Compras (07/04/2014): 200 unidades, con un precio unitario de 55 euros.
- Compras (11/08/2014): 150 unidades, con un precio unitario de 57 euros.
- Ventas (30/09/2014): 800 unidades, con un precio unitario de venta de 150 euros.
- Compras (03/11/2014): 100 unidades, con un precio unitario de 60 euros.
- Ventas (30/11/2014): 500 unidades, con un precio unitario de venta de 170 euros.

a) Calcule el valor de las existencias finales (31/12/2014) según los criterios de valoración de existencias: precio medio ponderado (0,5 puntos) y FIFO (0,5 puntos).

b) Teniendo en cuenta los datos del año 2014 ¿con qué criterio la empresa puede obtener un mayor beneficio? (1 punto).

SOLUCIÓN:

	unidades	precio unitario
Existencias iniciales	1000	50
Compras (07/04/2014)	200	55
Compras (11/08/2014)	150	57
Ventas (30/09/2014)	800	
Compras (03/11/2014)	100	60
Ventas (30/11/2014)	500	

a) Valoración de existencias:

Según el criterio Precio Medio Ponderado:

$$\text{PMP} = (1.000 \cdot 50 + 200 \cdot 55 + 150 \cdot 57 + 100 \cdot 60) / (1.000 + 200 + 150 + 100) = 52,1 \text{ €/ud.}$$

1450 - 1300 = 150 unidades de existencias finales

$$\text{Valor de las Existencias finales: } 150 \text{ unidades físicas} \cdot 52,1 \text{ €/ud.} = 7.815 \text{ euros.}$$

Según el criterio FIFO:

Existencias finales = $50 * 57 + 100 * 60 = 8.850$ euros.

b) Calculamos el beneficio en los dos casos:

Ventas: $800 * 150 + 500 * 170 = 205.000$ euros

Compras: $200 * 55 + 150 * 57 + 100 * 60 = 25.550$ euros

Consumo: Existencias iniciales + Compras - Existencias finales

Consumo (PMP) = $50.000 + 25.550 - 7.815 = 67.735$

Consumo (FIFO) = $50.000 + 25.550 - 8.850 = 66.700$

	MP	FO
ventas	205.000	205.000
Consumo existencias	67.735	66.700
Resultado	137.265	138.300

Si la empresa aplica el criterio FIFO, obtiene mayor beneficio, ya que el consumo es menor que en el criterio PMP (debido a que las existencias finales están valoradas a mayor coste en FIFO que en PMP).

1. La empresa GADI, dedicada a la comercialización de bicicletas, el día 1 de marzo del presente año, tiene en el almacén 800 bicicletas sin vender, cuyo precio de compra es de 150 euros la unidad. Para tener provisiones realiza dos compras a fábrica: la primera el día 3 de mayo, de 200 bicicletas a 160 euros cada una, y el día 15 del mismo mes, otra compra de 300 unidades a 140 euros la unidad. El día 10 de mayo vende 350 bicicletas. Se pide calcular el valor de las existencias en almacén a fecha 17 de mayo, aplicando:

a) El método del precio medio ponderado (1 punto).

17-may	Existencias finales			1.500,00
--------	------------------------	--	--	-----------------

TEMA 6 AREA DE PRODUCCIÓN

- La función de producción
 - Representación gráfica
 - **Productividad de los factores y productividad total**
 - Eficiencia

- **Los costes de las empresas: costes fijos, variables, directos e indirectos**
- **El umbral de rentabilidad**
- Factores que determinan la producción

1.-La empresa BBCC presenta la siguiente información relativa a sus costes del mes de mayo: materias primas: 10 euros por unidad producida; comunicaciones: 2.000 euros; personal de limpieza: 4 euros por hora trabajada; electricidad: 5 euros por unidad producida. Con esta información:

- a) Explique qué se entiende por costes fijos (0,5 puntos) y costes variables (0,5 puntos).
- b) Determine qué costes de la anterior relación son fijos y cuáles variables para el mes de mayo de la empresa BBCC (1 punto).

1. La empresa ONSA, dedicada a comercializar visitas turísticas, oferta actualmente la visita de 3 horas de duración a un precio de 460 euros. De los datos de su contabilidad analítica se ha obtenido que tiene unos costes fijos de 80.000 euros y los costes variables unitarios son de 300 euros. De acuerdo con estos datos:

- a) Calcule el punto muerto o umbral de rentabilidad (0,5 puntos) e interprete el resultado (0,5 puntos).
- b) Calcule el máximo valor que pueden alcanzar las pérdidas de la empresa (0,5 puntos).
- c) Represente gráficamente los resultados (0,5 puntos).

2. La empresa BURSA S.L., que se dedica a la fabricación de palieres, produce 1.200 unidades al máximo de su capacidad productiva. La estructura de costes de la empresa se compone de un total de 24.000 euros de costes fijos y de un coste variable unitario que se eleva a 30 euros por unidad producida. El precio actual de venta es 60 euros/palier. Se pide:

- a) El número de unidades que se tienen que producir para alcanzar el umbral de rentabilidad o punto muerto. Represente gráficamente el mismo, indicando y diferenciando la zona de pérdidas y beneficios (0,75 puntos).
- b) Calcule el beneficio que se obtendría si la capacidad máxima de producción se sitúa en un 20% menos que la inicial, debido a una disminución del espacio físico de planta industrial, y vende la totalidad de la fabricación (0,5 puntos).
- c) Si los costes variables disminuyen un 10% ¿cuál sería el nuevo punto muerto? Representelo gráficamente (0,75 puntos).

3.- Clasifique y defina cuatro costes de la empresa en función de su incidencia en la producción 4.- Los alumnos de empresariales pretenden recaudar dinero para celebrar su "paso del ecuador". Para ello deciden montar un negocio temporal para realizar declaraciones de la renta durante el mes de junio. Alquilan un despacho por 400 euros y pagan una licencia al ayuntamiento de 100 euros. Piensan pagar al alumno que realice el trabajo 5 euros por declaración. El precio a cobrar a los potenciales clientes sería de 30 euros por cada declaración de renta. Se pide:

- a) Cuántas declaraciones tendrían que realizar para empezar a obtener beneficios (0,75 puntos).
- b) Cuál sería el beneficio si logran efectuar 100 declaraciones (0,75 puntos).
- c) Concepto de umbral de rentabilidad (0,25 puntos).
- d) Representar gráficamente el punto muerto o umbral de rentabilidad (0,25 puntos).

5.- Explique qué se entiende por proceso de producción (0,5 puntos) y señale dos sistemas de producción (0,5 puntos).

6.-Defina el concepto de productividad del factor trabajo en una empresa (0,5 puntos) y explique de qué factores depende la productividad (0,5 puntos).

7.- Señale y defina los diversos tipos de factores de producción (1 punto).

8.- Con respecto a una empresa y para un determinado ejercicio económico (año contable), determine los datos de los que debería disponer para poder determinar:

- a) El coste total unitario (0,5 puntos).
- b) El coste fijo medio (0,5 puntos).
- c) El Ingreso unitario (0,5 puntos).
- d) El Beneficio unitario (0,5 puntos).

9.- Una empresa ha construido una autopista de peaje y ahora está encargada de administrarla. La empresa debe cubrir un coste fijo mensual de 100.000 euros y el coste variable es igual a cero. El precio del peaje es de 12,50 euros por vehículo. Teniendo en cuenta estos datos:

a) Sin hacer ningún cálculo, explique qué es el punto muerto o umbral de rentabilidad para esta empresa (1 punto).

b) Calcule el punto muerto o umbral de rentabilidad (1 punto).

10.- Una empresa presenta la siguiente estructura de costes mensuales:

- Retribución total a los empleados: 40.000 €
- Combustible: 8.000 €
- Cuota variable de las facturas de suministros y servicios: 4 € por unidad producida
- Gastos financieros: 6.000 €
- Materias primas: 8 € por unidad producida
- Alquileres: 16.000 €
- Gastos administrativos: 4 € por unidad producida

Sabiendo que el número de empleados es 32 y que el precio de mercado del bien es de 56 € por unidad vendida, determine: a) Número de unidades que debería vender para que obtuviera un beneficio mensual de 24.000 € (0,5 puntos); b) Costes totales medios para dicha producción (0,5 puntos); c) Coste variable medio (0,5 puntos); d) Productividad media de un empleado (0,5 puntos).

12.- Supongamos una empresa que produce un determinado bien X y que para ello genera los siguientes costes mensuales:

Retribución fija a los empleados: 7.000 €; Retribución variable: 1€ por unidad producida; Materias primas: 5 € por unidad producida; Energía y otros costes: 2 € por unidad producida; Gastos financieros: 2.000 €; Amortización de la maquinaria: 1.000 €; Publicidad y otros gastos: 1.000 €; Alquiler de nave industrial: 8.000 €; Transporte de mercancías: 1.000 €.

a. Si las ventas contratadas al mes a la empresa ascienden a 5.000 unidades, determine el precio de mercado con el que la empresa cubriría los costes sin obtener beneficio

b. Si la empresa tuviera que aumentar la retribución fija de los empleados a 9.000 € determine la retribución variable por unidad producida que debería aplicar, para que al precio de mercado obtenido en el apartado anterior, su umbral de rentabilidad se siguiera obteniendo con 5.000 unidades producidas (1 punto).

13.- La empresa BICICLE S.A. tiene previsto producir en el año 2007 un total de 15.000 bicicletas de montaña y 9.000 bicicletas de ruta, lo que representa un incremento del 20% respecto a la producción del año 2006. La plantilla de la empresa está formada, a finales del año 2006, por 12 trabajadores a tiempo completo que van a continuar en el año 2007 con una dedicación de

1.650 horas por trabajador. No obstante, para hacer frente a este incremento de producción es necesario incrementar la plantilla, para lo cual se van a estudiar estas tres alternativas:

- Alternativa 1: emplear a 3 trabajadores más a tiempo completo con una jornada laboral de 1.650 horas al año por trabajador.
- Alternativa 2: emplear a 1 trabajador más a tiempo completo con una jornada laboral de 1.650 horas al año, y 3 trabajadores a tiempo parcial con una jornada laboral equivalente al 40%.
- Alternativa 3: emplear a 2 trabajadores a tiempo completo con una jornada laboral de 1.650 horas al año por trabajador, y 2 trabajadores a tiempo parcial con una jornada laboral equivalente al 60%.

Se pide:

- a) Indique la alternativa que presenta una productividad más favorable (1 punto).
- b) Exprese en términos porcentuales cuánto más productiva es la alternativa elegida respecto a las otras dos (0,5 puntos),
- c) Indique algunas razones que lo expliquen (0,5 puntos).

14.- Explique las principales diferencias entre productividad y rentabilidad. (1 punto)

La rentabilidad, al igual que la productividad, mide la relación entre los resultados obtenidos y los medios utilizados para alcanzarlos. La diferencia entre una y otra medida es que la productividad hace referencia a resultados y medios técnicos (producción y recursos físicos), en tanto que la rentabilidad se refiere a resultados y recursos financieros beneficio y capitales invertidos, por ejemplo).

15.- El gerente de la empresa MOBILITY, S.L. tiene previsto poner en marcha para primeros del año próximo una nueva línea de montaje de sillas de oficina, y en su primer año espera producir 900.000 unidades. Para conseguir este nivel de producción está analizando cuatro alternativas:

- Alternativa 1: contratar a 7 trabajadores a tiempo completo con una jornada laboral de 2.100 horas al año por trabajador.
- Alternativa 2: contratar a 11 trabajadores a tiempo completo con una jornada laboral de 1.850 horas al año por trabajador.
- Alternativa 3: contratar a 5 trabajadores a tiempo completo y 4 trabajadores a tiempo parcial (55%) con una jornada laboral de 2.000 horas al año por trabajador (en jornada completa).

Se pide:

- a) Asesore al gerente de la empresa para que elija la alternativa que presenta una productividad más favorable (1 punto).
- b) Exprese en términos porcentuales cuánto más productiva es la alternativa elegida respecto a las otras tres (0,5 puntos). Indique, en términos generales, algunas razones que lo expliquen (0,5 puntos).

16.- La empresa GHI produce un determinado bien X y que para ello genera los siguientes costes: materia primas 6 euros por unidad producida, energía y otros costes 4 euros por unidad producida, costes financieros 3.000 euros, amortización de la maquinaria 1.000 euros, arrendamientos 8.000 euros, retribución fija a los empleados 20.000 euros, retribución variable a los empleados 2 euros por unidad producida, costes de investigación y desarrollo: 2.000 euros.

- a) Si las ventas de la empresa en un mes ascienden a 3.400 unidades, determine el precio de mercado con el que la empresa cubriría los costes sin obtener beneficios.

b) Supongamos que se ha efectuado una subida del salario mínimo, que a la empresa le supone un aumento en la retribución fija a los empleados de 1.700 euros. Determine la retribución variable a los empleados por unidad producida que debería aplicar para que, al precio obtenido en el apartado anterior y produciendo 3.400 unidades, la empresa siguiera cubriendo los costes sin beneficios.

17.- Una empresa durante su primer año de existencia, ha obtenido unos beneficios de 30.000 euros, al vender 20.000 unidades del producto que produce. Durante dicho año los costes totales de la empresa son de 60.000 euros y el coste variable por unidad producida representa el 50% del precio de venta.

a) Calcular el volumen de ventas necesario para empezar a tener beneficios

b) Si se espera una disminución de los beneficios del 20%, no modificándose el precio de venta y ningún coste, ¿cuántas unidades tendrá que vender para conseguir dichos beneficios?

18.- La empresa DEODOS fabricante de ambientadores, presenta una estructura de costes que corresponde a los siguientes datos: (1) alquiler de locales: 1.300.000 euros, (2) remuneración fija total de los 400 trabajadores: 400.000 euros, (3) remuneración total por incentivos al conjunto de trabajadores: 0,6 euros por unidad producida, (4) Para producir un ambientador, se necesita las siguientes materias primas: 0,05 kg de material plástico y 0,08 kg de gel ambientador. (5) el precio de mercado del material plástico empleado es de 10 euros/kg y el precio de mercado del gel ambientador utilizado es de 30 euros/kg. Partiendo de la información anterior se pide:

a)Cuál es el coste variable por unidad producida? Especifique las funciones de costes variables y de costes totales de la empresa en función de la cantidad producida.

b) El precio de venta del ambientador es de 10 euros y la producción y venta actual es de 275.000 unidades ¿ a cuánto asciende el beneficio empresarial?

c) El empresario negocia con los trabajadores un cambio en la remuneración. Las nuevas condiciones son: remuneración fija por empleado 900 euros y remuneración total por incentivos 0,7 euros por unidad producida. La producción y venta de ambientadores asciende a 300.000 unidades ¿ A cuánto asciende ahora el beneficio empresarial?

Entonces: $CV_u = 3,5 \text{ €/unidad}$ $CV = 3,5 Q$, siendo Q la cantidad producida. $CT = 1.700.000 + 3,5 Q$ b) El precio de venta del ambientador es de 10 euros y la producción y venta actual de 275.000 unidades ¿A cuánto asciende el beneficio empresarial? (0,5 puntos). $B^o = IT - CT = IT - CF - CV = p \times Q - CF - CV_u \times Q$; como la producción y venta anual es de 275.000 unidades y el precio es de 10 €:

$B^o = 10 \times 275.000 - 1.700.000 - 3,5 \times 275.000 = 2.750.000 - 1.000.000 - 962.500 = 87.500 \text{ €}$ de beneficio.

c) El empresario negocia con los trabajadores un cambio en la remuneración. Las nuevas condiciones son: remuneración fija por empleado 900 euros y remuneración total por incentivos: 0,7 euros por unidad producida. La producción y venta de ambientadores ascienden entonces a 300.000 unidades. ¿A cuánto asciende ahora el beneficio empresarial? (0,5 puntos). Atentos, porque en el apartado a) daban la remuneración fija total, pero ahora la dan por trabajador, o sea que hay que multiplicarla por los 400 trabajadores. Así pues, los nuevos datos son: $CF = 1.300.000 + (900 \times 400) = 1.300.000 + 360.000 = 1.660.000 \text{ €}$ $CV_u = 0,7 + 0,5 + 2,4 = 3,6 \text{ €/unidad}$ $P = 10 \text{ €}$ (no varía) y $Q = 300.000$, por lo que tenemos que: $B^o = p \times Q - CF - CV_u \times Q = 10 \times 300.000 - 1.660.000 - 3,6 \times 300.000 = 3.000.000 - 1.660.000 - 1.080.000 = 260.000 \text{ €}$, luego los beneficios obtenidos con esta 2ª opción son menores.

5- Una empresa, durante su primer año de existencia, ha obtenido unos beneficios de 30.000 euros al vender 20.000 unidades del producto que produce. Durante dicho año los costes totales de la empresa son de 60.000 euros y el coste variable por unidad producida representa el 50% del precio de venta. Calcule:

a) El punto muerto o umbral de rentabilidad (1 punto).

Datos: $B^o = 30.000 \text{ €}$ $Q = 20.000 \text{ unidades}$ $CT = 60.000 \text{ €}$ $CV_u = p/2$ $Q^* = C_{Fp} - cv_u$; Necesito conocer la cifra de los costes fijos, y para ello utilizo los datos que me dan de costes totales y beneficio: $B^o = IT - CT = p \times Q - 60.000 = 30.000 \text{ €}$ $20.000 p = 30.000 + 60.000 = 90.000 \text{ €}$ $p = 90.000/20.000 = 4,5 \text{ €}$; entonces $CV_u = p/2 = 2,25 \text{ €}$ Ahora puedo utilizar la expresión de los costes totales: $CT = CF + CV_u \times Q = 60.000 \text{ €} = CF + 2,25 \times 20.000 = 60.000 \text{ €}$ $CF = 60.000 - 45.000 = 15.000 \text{ €}$ Entonces ya puedo aplicar la fórmula del punto muerto: $Q^* = C_{Fp} - cv_u = 15.000/4,5 - 2,25 = 6.666,66 \text{ unidades}$ O sea que esta empresa empieza a obtener beneficios a partir de la venta de 6.667 unidades.

b) Si se espera una disminución de los beneficios del 20%, no modificándose el precio de venta y ningún coste, ¿cuántas unidades tendrá que vender para conseguir dicho beneficio? (1 punto).

20% de $30.000 = 6.000$ € Luego en beneficio esperado en esta nueva situación será: $B' = 30.000 - 6.000 = 24.000$ € Aplico la fórmula del beneficio, ya que la única incógnita que me falta es el dato que me piden: $B^o = p * Q - CF - CVu * Q$ $24.000 = 4,5 Q - 15.000 - 2,25 Q = 2,25 Q - 15.000$ $39.000 = 2,5 Q$ $Q = 39.000 / 2,5 = 17.333,33$ unidades.

19.- A la empresa fabricante de papel Hojas del Viento le es aplicable una nueva normativa medioambiental, por lo que necesita adecuar todas sus instalaciones y condiciones de seguridad. Estas medidas van a suponer, en el presupuesto para el próximo ejercicio, un montante de costes fijos de 280.000 euros y coste variable por unidad de 20 euros. El precio de venta de cada unidad era de 40 euros. Teniendo en cuenta que la empresa desea mantener la cifra de beneficios actual que se eleva a 3.500 euros, calcule:

- Cuántas unidades debería producir
- El umbral de rentabilidad o punto muerto
- Sabiendo que la empresa sólo tiene capacidad para producir 13.500 unidades ¿es posible mantener la cifra de beneficios para el siguiente ejercicio?

20.- La empresa Mandarín s.a. cuya actividad es la importación de jarrones chinos, adquiere una partida de 400 unidades de jarrones fabricados en Singapur por un importe de 240.000 euros. Los gastos de aduana se han elevado a 1.200 euros. El transporte ha costado 2.800 euros y el seguro de transporte 1.600 euros. La empresa ha abonado el transporte, el seguro y la aduana mediante una transferencia bancaria, por el resto ha negociado con el proveedor un aplazamiento de un mes. Las ventas de jarrones han sido de 360 unidades a un precio por unidad de 2.200 unidades. Se pide:

- Calcular el coste total de la compra y el coste unitario de los jarrones chinos
- Calcular el valor de las existencias finales
- Calcular el margen obtenido por la empresa y los ingresos medios

21.- Una empresa dispone de la siguiente estructura de costes mensuales: - materias primas 14€ por unidad producida; - salarios 6.000€; - gastos financieros: 250€; - amortización 150€; - otros costes 2€ por unidad producida. El precio al que vende cada unidad producida es de 20€.

Determine:

- La cantidad de producto que debería vender mensualmente para situarse en su umbral de rentabilidad y su representación gráfica
- Coste total medio para dicha producción
- Coste marginal

22.- Una empresa presenta la siguiente estructura de costes mensuales:

- Retribución total a los empleados: 40.000 €
- Combustible: 8.000 €
- Cuota variable de las facturas de suministros y servicios: 4 € por unidad producida
- Gastos financieros: 6.000 €
- Materias primas: 8 € por unidad producida
- Alquileres: 16.000 €
- Gastos administrativos: 4 € por unidad producida

23.- Sabiendo que el número de empleados es 32 y que el precio de mercado del bien es de 56 € por unidad vendida, determine: a) Número de unidades que debería vender para que obtuviera un beneficio mensual de 24.000 € (0,5 puntos); b) Costes totales medios para dicha producción (0,5 puntos); c) Coste variable medio (0,5 puntos); d) Productividad media de un empleado (0,5 puntos).

24.- Los costes mensuales de una empresa que fabrica un producto X son los siguientes: alquileres 7.000 euros, mano de obra fija 3.500 euros, otros costes fijos 5.000 euros y, costes variables unitarios 12 euros por unidad. El precio de venta es de 18 euros la unidad. Se pide:

- Calcular el punto muerto para este producto (1 punto).
- Calcular el beneficio que la empresa obtiene si produce 3.000 unidades (1 punto).

a) Umbral de Rentabilidad o Punto Muerto = Costes Fijos \div PVP – CVMe $\rightarrow (7.000 + 3.500 + 5.000) \div (18 - 12) = 2.583,333 \approx 2.584$ unidades debería fabricar y vender al mes para recuperar los Costes de Producción, obteniendo un Beneficio de 0 €.

b) Beneficios = Ingresos – Costes Totales $\rightarrow (3.000 \times 18) - [15.500 + (3.000 \times 12)] = 54.000 - 51.500 = 2.500$ € de Beneficios, si fabrica y vende 3.000 unidades al mes.

5. Una empresa genera los siguientes costes mensuales en la fabricación de un bien: materias primas, 10 euros por unidad producida; energía y otros costes, 6 euros por unidad producida; alquiler de la nave, 6.000 euros; amortización, 1.000 euros; salarios, 20.000 euros; otros costes fijos, 3.000 euros y; otros costes variables, 2 euros por unidad producida.

a) Si el precio al que la empresa vende en el mercado cada unidad de bien es de 48 euros, determine las ventas mensuales que debería efectuar la empresa para cubrir los costes sin obtener beneficio (1 punto).

b) Calcule la cantidad mensual de unidades que tendría que vender para que, a dicho precio de mercado, obtuviera un beneficio del 12,5% del valor de las ventas (1 punto).

2. Defina desarrollo tecnológico y argumente por qué es un factor de mejora de la productividad de un sistema económico (1 puntos).

SOLUCIÓN:

El desarrollo tecnológico es el mejor conocimiento tecnológico sobre los procedimientos para producir bienes y servicios. Implica la obtención de un aumento de eficiencia de dichos procedimientos, esto es, a igualdad de recursos productivos, el desarrollo tecnológico implica una mayor producción (mejora de la productividad).

6. Una empresa comercializa un determinado producto. Compra a su proveedor cada unidad que comercializa, a un precio de 150 €. La empresa se está planteando la producción del bien que distribuye. La valoración del coste que supondría esta opción, arroja los siguientes resultados:

Materias primas: 25 € por cada unidad producida.

Amortización de la maquinaria: 4.000 € mensuales.

Costes salariales: 100.000 € mensuales.

Energía: 11 € por unidad producida.

Alquileres y otros: 10.000 € mensuales.

Se pide:

a) A partir de qué cantidad de venta al mes le interesaría a la empresa la fabricación del producto (1 punto).

b) Si la empresa vendiera 1.500 unidades mensuales, por debajo de qué precio por unidad debería ofrecerle el proveedor el producto para que a la empresa le interesara más dedicarse exclusivamente a la comercialización (1 punto).

SOLUCIÓN:

$$a) \text{Costes}_T = 25x + 4.000 + 100.000 + 11x + 10.000 = 114.000 + 36x$$

$$\text{Coste}_{\text{Unitario}} = \frac{114.000 + 36x}{x} \leq 150 \Rightarrow x \geq 1.000$$

Es decir, debería vender más de 1.000 unidades mensuales para que interesara la fabricación.

$$b) \text{Coste}_{\text{Unitario}} = \frac{114.000 + 36x}{x}$$

Para $x = 1.500$ el coste unitario es de 112 €, de modo que el proveedor debería ofrecerle un precio por debajo de dicha cantidad.

5.- La empresa LUMISA, de reciente creación, se dedica a la fabricación de lámparas que vende a un precio unitario de 25 €. Para que la empresa comience a obtener beneficios tiene que vender 30.200 paraguas.

- a) Si la empresa tiene unos costes fijos de 241.600 €. ¿Cuál es el coste variable unitario? (0,75 puntos).
b) Si decide llevar una política agresiva de realizar un descuento en el precio de un 10%, cuantas unidades debe vender para obtener unos beneficios de 33.400 €. (0,75 puntos).
c) En base a este nuevo supuesto anterior determina el beneficio unitario y el coste total unitario (0,5 puntos)

a) $IT = CT$

$$p * Q = CF + CVM * Q$$

$$25 * 30.200 = 241.600 + CVM * 30.200$$

$$755.000 = 241.600 + 30.200 CVM$$

$$CVM = \frac{513.400}{30.200} = 17 \text{ €}$$

b) $B^u = IT - CT$

$$33.400 = 22,5 * Q - 241.600 - 17 * Q$$

$$5,5Q = 275.000$$

$$Q = \frac{275.000}{5,5} = 50.000 \text{ unidades}$$

c) Beneficio unitario = $33.400 / 50.000 = 0,668 \text{ €}$

Coste total unitario = $(17 * 50.000 + 241.600) / 50.000 = 21,832 \text{ €}$

6. Una empresa debe adaptar a la normativa ambiental su producción de aparatos de aire acondicionado, con la incorporación obligatoria de un nuevo componente por cada aparato. Ante esta situación la empresa tiene dos alternativas: comprar el componente a una empresa especializada con un precio de 10 euros por unidad o fabricar ella misma dicho componente con un coste variable de 5 euros por unidad, siendo los costes fijos de la empresa de 50.000 euros. Se pide:

- a) Si la empresa fabrica 30.000 unidades de componentes ¿qué le interesa más comprarlos o producirlos? (1 punto).
b) A partir de qué número de unidades le interesa producir dicho componente (1 punto).

SOLUCIÓN:

a) Coste de fabricar el componente = $CF + (CVM_e \times Q) = 50.000 + 150.000 = 200.000 \text{ €}$

Coste de comprar el componente = $Precio \times 30.000 = 300.000 \text{ €}$

Le interesa más producirlos.

b) $Q^* = CF / (Precio - CVM_e) = 50.000 / 5 = 10.000$. A partir de 10.000 unidades a la empresa le merece la pena fabricarlos.

5. La empresa BBC S.A., necesita un componente industrial para su producción de producto. Tiene dos alternativas, elaborarlo ella misma o adquirirlo a una empresa externa que se lo vende por 50 euros la unidad. La estructura de costes de la empresa para la producción interna de ese componente sería la siguiente: Retribución total a los empleados: 40 000€, combustible: 8.000, cuota variable de las facturas de suministros y servicios: 4 € por unidad producida, gastos financieros: 6000 €, materias primas: 7 € por unidad producida, alquileres: 16000 € y gastos administrativos: 4 € por unidad producida.

Si esperamos tener un volumen de ventas de 2.500 unidades de dicho producto a un precio de 80 €, ¿Cuál sería la mejor decisión para la empresa? (1 punto). Si la empresa externa nos hiciera un descuento de un 20% en el precio del componente, ¿Cuál sería ahora la decisión? (1 punto)

SOLUCIÓN

a) Costes fijos = $40\ 000 + 8000 + 6000 + 16\ 000 = 70\ 000 \text{ €}$

Costes variables = $4 + 7 + 4 = 15 \text{ €}$

$$Q^* = \frac{70.000}{50-15} = 2.000 \text{ unidades}$$

Dado que vende 2.500 unidades le es más favorable realizar ella misma el componente industrial.

b) Si hace un descuento del un 20% el nuevo precio sería de 40€, por lo que la cantidad óptima sería:

$$Q^* = \frac{70.000}{40-15} = 2.800 \text{ unidades}$$

Dado que vende 2.500 unidades le es más favorable adquirir el componente a la empresa externa

5. Una empresa que durante el presente mes ha vendido 250 unidades de su producto, obtuvo unas pérdidas de 1.250 euros. Su estructura de costes es la siguiente: Amortizaciones 4.000€, Coste materiales por unidad producida 8€, Alquileres 2.000€, Retribución fija empleados 7.000€, Coste de energía por unidad producida 2€, Gastos financieros 1.000€, y otros costes variables 1€.

Teniendo en cuenta estos datos

a) Determine la cantidad de unidades que debe vender para que no tenga de perdidas, ni beneficios (1 punto).

b) Manteniendo el precio y las unidades que actualmente vende, cuánto tendría que reducir los costes variables para obtener un beneficio de 500 euros (0,5 puntos).

c) Cuánto tendría que ser el coste fijo si lo que queremos es que el beneficio sea de 1.000 euros, manteniendo la cantidad y los precios actuales (0,5 puntos)

SOLUCIÓN

a)

Costes Fijos = 4000+2000+7000+1000 = 14000 euros

Coste variables= 8+2+1 = 11 euros

Calculamos el precio actual

Beneficios = Ingresos – Coste totales

- 1.250 = 250 x Precio – (14000 + 250 x 11)

Precio = 62 euros

Umbral de rentabilidad = $\frac{14000}{62-11} = 274,5$ unidades

b)

500 = 250 x 62 – (14000 + 250 x C.V.u.)

El coste variable debería ser de = 4 euros

c)

1.000 = 250 x 62 – (C.F. + 250 x 11)

CF = 11.750 euros

6. Una empresa produce en sus instalaciones dos artículos A y B, con los siguientes costes diarios medios durante este año: Para producir el artículo A, emplea 10 trabajadores a tiempo completo (8 horas diarias), y consume 200 kg de materiales. Para producir el producto B, emplea 8 trabajadores a tiempo completo y 6 a media jornada (4 horas) y utiliza 150 kg de materiales. El coste del trabajador por hora es de 8 euros, y el de 1 kg. de materia es de 0,80 euros. Si obtiene diariamente 150 unidades del producto A que vende a 7 euros y 200 unidades del producto B que vende a 9 euros

Calcular:

a) La productividad global de la empresa (1punto)

b) La productividad de la mano de obra del producto A (0,5 puntos)

c) Si la productividad global del año pasado fue de 1,90, comente el resultado en comparación al presente año. (0,5 puntos).

SOLUCIÓN

a) Productividad Global

$$PG = \frac{150 \times 7 + 200 \times 9}{10 \times 8 \times 8 + 150 \times 0,8 + 8 \times 8 \times 8 + 6 \times 4 \times 8 + 200 \times 0,8} = \frac{2850}{1624} = 1,75$$

b) Productividad de la mano de obra del Producto A

$$Pt \text{ Mano de obra de A} = \frac{150}{80} = 1,875 \text{ unidades producidas por hora de mano de obra}$$

c) Variación porcentual

$$\frac{1,75 - 1,90}{1,90} = -0,078$$

Ha empeorado la productividad un 7,8 %

5. Una empresa genera los siguientes costes mensuales en la fabricación de un bien: materias primas, 10 euros por unidad producida; energía y otros costes, 6 euros por unidad producida; alquiler de la nave, 6.000 euros; amortización, 1.000 euros; salarios, 20.000 euros; otros costes fijos, 3.000 euros y; otros costes variables, 2 euros por unidad producida.

a) Si el precio al que la empresa vende en el mercado cada unidad de bien es de 48 euros, determine las ventas mensuales que debería efectuar la empresa para cubrir los costes sin obtener beneficio (1 punto).

b) Calcule la cantidad mensual de unidades que tendría que vender para que, a dicho precio de mercado, obtuviera un beneficio del 12,5% del valor de las ventas (1 punto).

SOLUCIÓN:

$$a) = 10x + 6x + 6.000 + 1.000 + 20.000 + 3.000 + 2x = 18x + 30.000$$

$$18x + 30.000 \Rightarrow 48x = 18x + 30.000 \Rightarrow x = 30.000 / 30 = 1.000 \text{ unidades vendidas.}$$

$$b) \text{ beneficio} = \text{ventas} - \text{costes} =$$

$$\Rightarrow 48x - 18x - 30.000 = 6x \Rightarrow (48 - 18 - 6)x = 30.000 \Rightarrow x = 30.000 / 24$$

$$\Rightarrow x = 1.250 \text{ unidades vendidas.}$$

1. Se dispone de la siguiente información acerca de la estructura de costes de una empresa fabricante de televisores: los costes fijos mensuales que tiene que asumir ascienden a 90.000 euros, mientras que el coste variable de producir un televisor es de 1.500 euros. Por su parte, el precio de venta de cada televisor es de 4.000 euros. Se desea conocer:

a) El punto muerto o umbral de rentabilidad (1 punto).

El punto muerto o umbral de rentabilidad (Q) es el número de unidades (televisores) en el que se igualan los costes a los ingresos, por ello el beneficio de la empresa es 0; a partir de este número de unidades, la empresa comienza a obtener beneficios y si produce por debajo del umbral, la empresa obtendrá pérdidas.

$$Q = \frac{CF}{p - CVM} = \frac{90.000}{4.000 - 1.500} = 36 \text{ televisores}$$

b) El punto muerto o umbral de rentabilidad, si el coste variable unitario pasase a ser de 1.000 euros (0,5 puntos).

$$Q = \frac{CF}{p - CVM} = \frac{90.000}{4.000 - 1.000} = 30 \text{ televisores}$$

c) La interpretación económica de los resultados obtenidos en los apartados anteriores (0,5 puntos).

Si el coste variable unitario es de 1.500 euros, la empresa tiene que fabricar 36 televisores para alcanzar su umbral de rentabilidad y empezar a tener beneficios; sin embargo si el coste variable unitario baja a 1.000 euros, el umbral de rentabilidad también desciende (30 televisores), posibilitando así que la empresa pueda tener beneficios con la producción de un menor número de unidades.

Clasifique y defina cuatro costes de la empresa en función de su incidencia en la producción (1 punto).

Materias primas: coste variable y directo

Envases y embalajes: coste variable y directo

Mano de obra: variable y directo

Alquiler de la nave: coste fijo e indirecto

Suministro eléctrico: variable y directo

Los costes variables (materias primas, envases o mano de obra temporal) son aquellos que cambian en función de la cantidad producida, los costes fijos (alquiler de la nave) son independientes del volumen de la producción aunque a largo plazo todos los costes son variables.

Los costes directos son los que están directamente vinculados con la producción y que, por tanto, se pueden imputar sin problemas a uno de los bienes que fabrica la empresa, por ejemplo el número de horas utilizadas para fabricar un producto. Los costes indirectos son los que afectan a la empresa en su conjunto, por ejemplo los seguros de la nave o el salario del personal de limpieza.

1. Los alumnos de empresariales pretenden recaudar dinero para celebrar su “paso del ecuador”. Para ello deciden montar un negocio temporal para realizar declaraciones de la renta durante el mes de junio. Alquilan un despacho por 400 euros y pagan una licencia al ayuntamiento de 100 euros.

Piensen pagar al alumno que realice el trabajo 5 euros por declaración. El precio a cobrar a los potenciales clientes sería de 30 euros por cada declaración de renta.

Se pide:

a) Cuántas declaraciones tendrían que realizar para empezar a obtener beneficios (0,75 puntos).

El número de declaraciones que deben realizar para a partir de ahí empezar a tener beneficios es el punto muerto o umbral de rentabilidad (Q):

$$Q = \frac{CF}{p - CVM} = \frac{400 + 100}{30 - 5} = 20 \text{ declaraciones}$$

b) Cuál sería el beneficio si logran efectuar 100 declaraciones (0,75 puntos).

Beneficio = IT – CT

Beneficio = (100*30) – (500 + 100*5)

Beneficio = 3.000 – 1.000 = 2.000 euros

c) Concepto de umbral de rentabilidad (0,25 puntos).

El umbral de rentabilidad o punto muerto es el número de declaraciones (en el caso de esta empresa) en el que se igualan los costes totales a los ingresos totales, por ello el beneficio es cero. A partir del punto umbral la empresa empieza a obtener beneficios, si trabaja por debajo de su umbral de rentabilidad la empresa obtiene pérdidas.

d) Representar gráficamente el punto muerto o umbral de rentabilidad (0,25 puntos).

6. La empresa GHI produce un determinado bien X y que para ello genera los siguientes costes mensuales: materias primas: 6 euros por unidad producida; energía y otros costes: 4 euros por unidad producida; costes financieros: 3.000 euros; amortización de la maquinaria: 1.000 euros; arrendamientos y cánones: 8.000 euros; retribución fija a los empleados: 20.000 euros; retribución variable a los empleados: 2 euros por unidad producida; costes en investigación y desarrollo: 2.000 euros. a) Si las ventas de la empresa, en un mes, ascienden a 3.400 unidades, determine el precio de mercado con el que la empresa cubriría los costes sin obtener beneficio (1 punto). b) Supongamos que se ha efectuado una subida del salario mínimo, que a la empresa le supone un aumento en la retribución fija a los empleados de 1.700 euros. Determine la retribución variable a los empleados por unidad producida que debería aplicar para que, al precio

de mercado obtenido en el apartado anterior y produciendo 3.400 unidades, la empresa GHI siguiera cubriendo los costes sin obtener beneficio (1 punto). Solución:

a) Costes Totales (CT) = Costes Fijos (CF) + Costes Variables (CV); Ingresos (I) = precio (p) x Unidades Vendidas (Q); Beneficios (B°) = I - CT.

$CV = 3.400 \times 6 + 3.400 \times 4 + 3.400 \times 2 = 40.800$ euros $CF = 3.000 + 1.000 + 8.000 + 20.000 + 2.000 = 34.000$ euros $CT = 34.000 + 40.800 = 74.800$ euros $B^\circ (0) = I (3.400 \times p) - CT (74.800)$; $0 = 3.400p - 74.800$; $74.800 / 3.400 = p$; $p = 22$ euros. Siendo p el precio de mercado con el que la Empresa cubriría costes sin obtener beneficios. Otra forma de cálculo sería: $CVMe = CV / Q = 40.800 / 3.400 = 12$ €; $Q = CF / (p - CVMe) = 3.400 = 34.000 / p - 12$; $3.400p = 74.800$; $p = 74.800 / 3.400 = 22$ €

b) $CV = 3.400 \times 6 + 3.400 \times 4 + 3.400 \times Z$; $CV = 34.000 + 3.400Z$

$CF = 3.000 + 1.000 + 8.000 + (20.000 + 1.700) + 2.000 = 35.700$ euros $B^\circ (0) = I (3.400 \times 22) - CT (35.700 + 34.000 + 3.400Z)$; $0 = 74.800 - (69.700 + 3.400Z)$; $0 = 5.100 - 3.400Z$; $Z = 5.100 / 3.400$; $Z = 1,5$ euros. Siendo Z la nueva retribución variable a los empleados, -desciende en 0,5 euros por unidad producida con respecto a la anterior retribución-, que tendría que aplicar la Empresa ante la situación de incrementar la retribución fija de los empleados en 1.700 euros, y para que se cumpliera la condición de cubrir costes sin obtener beneficios.. Otra forma de cálculo sería: $Q = CF / (p - CVMe)$; $3.400 = 35.700 / 22 - CVMe$; $3.400CVMe = 39.100$; $CVMe = 39.100 / 3.400 = 11,5$ €, es decir ha descendido en 0,5 € con respecto al anterior CVMe que era de 12 €, lo que implica que la retribución variable de los trabajadores es ahora de $(2 - 0,5) = 1,5$ € medio euro menos.

5. A la empresa fabricante de papel Hojas del Viento le es aplicable una nueva normativa medioambiental, por lo que necesita adecuar todas sus instalaciones y condiciones de seguridad. Estas medidas van a suponer, en el presupuesto para el próximo ejercicio, un montante de costes fijos de 280.000 euros y un coste variable por unidad de 20 euros. El precio de venta de cada unidad era de 40 euros. Teniendo en cuenta que la empresa desea mantener la cifra de beneficio actual que se eleva a 3.500 euros, calcule:

a) Cuántas unidades debería producir (0,75 puntos).

$B^\circ = (PVP \times Q) - (280.000 + CVMe \times Q)$; $3.500 = 40Q - (280.000 + 20Q)$;

$283.500 = 20Q$; $Q = 14.175$ unidades

b) El umbral de rentabilidad o punto muerto (0,5 puntos).

$UR = CF / (PVP - CVMe) = 280.000 / (40 - 20) = 14.000$ unidades ha de vender para no incurrir en pérdidas

d) Sabiendo que la empresa sólo tiene capacidad para producir 13.500 unidades ¿es posible mantener la cifra de beneficios para el siguiente ejercicio? (0,75 puntos).

$B^\circ = (13.500 \times 40) - (280.000 + 13.500 \times 20)$

$B^\circ = 540.000 - (280.000 + 270.000) = -10.000$. No sólo no es posible mantener la cifra de beneficios, es que obtendría pérdidas vendiendo sólo 13.500 unidades.

2. Defina la productividad como indicador de la medida de la eficiencia de una empresa (0,5 puntos). Señale dos situaciones que supongan un incremento de la productividad (0,5 puntos).

3. Explique el papel de la tecnología en un proceso de producción (1 punto). Explique el efecto de un cambio tecnológico sobre la función de producción (1 punto).

Página 108 y ss. Del Libro de Texto editorial SM

6- Una empresa tiene la siguiente estructura de costes mensuales: retribución a empleados: 24.000 euros; arrendamiento de locales: 6.000 euros; suministros y servicios: 3.000 euros de cuotas fijas más 2 euros por unidad producida; gastos financieros: 2.000 euros; transporte de mercancías: 1 euro por unidad transportada; materias primas: 3 euros por unidad producida;

publicidad: 1.000 euros. Si el precio de venta del producto baja a 30 euros por unidad y la empresa está vendiendo una cantidad que, a ese precio, le permite cubrir todos sus costes pero no obtener beneficio:

Total CF = 24.000 + 6.000 + 3.000 + 2.000 + 1.000 = 36.000 € Total CVu = 2 + 1 + 3 = 6 €/unidad P = 30 € $Q * = C F p - cvu = 36.000 30 - 6 = 1.500 \text{ unidades}$ Luego en estas condiciones la empresa está vendiendo 1.500 unidades. a) Calcule el coste unitario que en esas condiciones le supone el producto (1 punto). $Cu = CT Q = CF + CV Q = CF + CVu x Q Q = 36.000 + 6 x 1.500 1.500 = 45.000 1.500 = 30 \text{ €/unidad}$ lo cual además es lógico; si no obtiene beneficios, está vendiendo exactamente por lo mismo que le cuesta fabricar cada unidad.

b) Determine a qué cantidad debería reducir sus costes variables unitarios, para que en la situación descrita pudiera obtener un beneficio unitario de 4 euros (1 punto). Puedo hacerlo de dos formas. La primera, más sencilla, es razonar que en B° unitario (4 €) será igual al precio (30 €) menos el coste unitario (Cu): $B^{\circ} = p - Cu; 4 = 30 - Cu; Cu = 30 - 4 = 26 \text{ €}$, o sea que los Cu se han reducido en 4 € (30 - 26). Pero cuidado, que lo que me piden es en cuanto se deben reducir los CVu (no los CTu); como no me dicen que los costes fijos hayan cambiado, toda la variación en los Cu se debe a los CVu: Nuevo CVu = 6 - 4 = 2 €, o sea que los CVu se han reducido en 2 € (6 - 4). Otra forma más académica es utilizar la fórmula del beneficio: B° para un B° unitario de 4 € = 4 x 1.500 = 6.000 € $B^{\circ} q = 1.500 = IT - CT = p x Q - CF - CVu x Q = 30 x 1.500 - 36.000 - CVu x 1.500 = 6.000 \text{ €}$ Despejando: $CVu = 3.000 1.500 = 2 \text{ €}$

TEMA 7 AREA COMERCIAL

- El marketing
- **Estudio de Mercado**
- **Segmentación del mercado**
- **Marketing mix**

- 1.- Explique qué criterios de segmentación utilizan normalmente los hoteles (2 puntos).
 - 2.- En el ciclo de vida de un producto, distinga la etapa de crecimiento o desarrollo (0,5 puntos) y la etapa de madurez (0,5 puntos).
 - 3.- ¿Qué es un canal de distribución? (0,5 puntos). ¿Cuántos tipos de canales hay en función del número de intermediarios y cuáles son? (1 punto). Identifique los canales habituales en los que se distribuyen los siguientes productos o servicios: una manzana, un automóvil y un corte de pelo (0,5 puntos).
 - 4.- ¿Qué es el ciclo de vida del producto? (0,5 puntos) ¿Cuáles son sus fases? (0,5 puntos) ¿En qué fases del ciclo de vida del producto se encuentran los siguientes productos: periódico, MP4, cinta de música, libro electrónico? (1 punto).
 - 5.- Explique los conceptos de segmentación de mercado y diferenciación de producto (1 punto) ¿Qué tipos de estrategias de marketing se podrían aplicar ante un mercado que presenta segmentación? (1 punto).
 - 6.- La cadena de supermercados AAA vende latas de atún en aceite de la marca "STAR" (con gran imagen de marca) y latas similares con su marca blanca. Explique las diferentes políticas de marketing seguidas y los diferentes segmentos a los que dirige sus productos (2 puntos).
- 2. Diferencie el marketing estratégico del marketing operativo (1 punto).**
- Página 128 Del Libro de Texto editorial S
3. Explique cuatro fases o etapas de una investigación de mercados (2 puntos).
 - 8.- Los *dinkis* (parejas sin hijos y que trabajan los dos) forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes interesada en este segmento (2 puntos).
 - 9.- Los matrimonios jubilados forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas de ocio. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes de su localidad interesada en este segmento (2 puntos).
 - 10.- Las empresas de telefonía móvil lanzan tarifas de uso diferente para distintos tipos de clientes. Explique los conceptos de diferenciación de producto y de segmentación de mercado, y aplíquelos a este caso (2 puntos).
 - 11.- Explique qué relación debe haber entre la segmentación de mercado y el diseño del producto (2 puntos).
 - 12.- Explique en qué consiste la distribución comercial (0,75 puntos). Comente las funciones que pueden desempeñar los intermediarios (0,75 puntos). En la venta de coches a través de

concesionarios, identifique el tipo de canal de distribución atendiendo al número de intermediarios (0,25 puntos) y a la estrategia de distribución (0,25 puntos)

1. ¿Qué se entiende por comercio electrónico? (0,5 puntos). Señale dos ventajas del mismo (0.5 puntos).

2. Explique qué tipo de canal de distribución, según el número de intermediarios, utiliza una empresa que vende sus productos a través de comercio electrónico (1 punto).

SOLUCIÓN:

Es un canal de distribución directo con un único agente que interviene en el proceso de distribución: fabricante-consumidor.

4. Explique el concepto de ciclo de vida de un producto (0,5 puntos) y sus etapas (1,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El ciclo de vida de un producto es el tiempo que discurre desde que el producto surge en el mercado hasta que desaparece (nace, crece, madura y muere). El ciclo de vida es distinto según los productos pues su duración, comportamiento del consumidor etc. son diferentes. Las etapas o fases en el ciclo de vida de un producto son:

- Etapas de introducción o lanzamiento: es la de la salida al mercado del producto y, en este momento, las ventas son bajas y el gran esfuerzo de la empresa se centra en darlo a conocer a sus potenciales consumidores. Para ampliar la demanda del producto, en esta etapa el coste de marketing es elevado. Se puede acudir a fuertes campañas de promoción, venta personal, publicidad etc.

- Etapas de crecimiento: tras fuertes inversiones en publicidad, las ventas crecen significativamente lo que conlleva un aumento de la producción. Ante el aumento de ventas y beneficios surgen nuevos competidores y la empresa debe conseguir la fidelización a la marca.

- Etapas de madurez: las ventas se estabilizan y, por ello, la publicidad busca nuevos consumidores. Se buscará la eficacia en costes y se reforzará la fidelidad del cliente hacia la marca. Se intensificará la diferenciación del producto acentuando los aspectos que lo destaquen.

- Etapas de saturación y de declive: las ventas disminuyen por el aumento de competencia, cambios en los gustos etc. La empresa debe replantearse su oferta en otros mercados, la remodelación del producto, dejar de fabricarlo etc.

14.- Explique el concepto de segmentación de mercados y público objetivo (1 punto).

15.- Explique qué tipo de canal de distribución, según el número de intermediarios, utiliza una empresa que vende sus productos a través de comercio electrónico (1 punto).

4. ¿Qué es la segmentación de mercado y para qué se segmenta un mercado? (1 punto). Las personas jubiladas forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas para venderles sus productos. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes interesada en este segmento (1 punto).

SOLUCIÓN:

La segmentación es la división del mercado en grupos homogéneos.

Un mercado se segmenta para atender mejor las necesidades de un grupo homogéneo o segmento (más adaptado a sus necesidades).

Un posible marketing mix recomendable para el segmento de personas jubiladas sería:

a- Producto: zonas cálidas, con excursiones culturales a los alrededores ya programadas y cómodas.

b- Precio: Reducido a tenor de su poder adquisitivo.

c- Promoción: A través de centros de la tercera edad (vendedores), publicidad en periódicos locales etc.

d- Distribución: A través de la propia agencia de viajes.

2. Explique cuáles son los principales criterios de segmentación de mercado que utilizan normalmente las empresas fabricantes de juguetes (2 puntos).

El criterio de segmentación de mercado más importante que utiliza una empresa fabricante de juguetes es el demográfico, ya que por lo general, divide el mercado en grupos de consumidores teniendo en cuenta la edad y el sexo. Estos dos factores determinan pautas de consumo muy diferentes.

Otro criterio utilizado, pero menos importante que el anterior, es el socioeconómico. Las empresas de juguetes también distinguen grupos en función de la renta, ya que dentro de la misma edad o del mismo sexo pueden existir diferentes juguetes para poder llegar a los diferentes niveles de poder adquisitivo.

3. ¿Qué es el ciclo de vida del producto? (0,5 puntos) ¿Cuáles son sus fases? (0,5 puntos) ¿En qué fases del ciclo de vida del producto se encuentran los siguientes productos: periódico, MP4, cinta de música, libro electrónico? (1 punto).

El ciclo de vida de un producto es un modelo que establece que las ventas de un producto pasan por cuatro etapas desde que se lanza al mercado hasta que desaparece: introducción, crecimiento, madurez y declive. El modelo también establece la relación de las ventas con los beneficios obtenidos y con la respuesta de los competidores.

En la fase de *introducción* las ventas son bajas porque el producto aún no es conocido y los costes son elevados (publicidad, promoción, etc.) por lo que generalmente la empresa tiene pérdidas. En la fase de crecimiento o desarrollo el producto empieza a ser conocido, las ventas crecen y por ello los beneficios empiezan a ser importantes; al mismo tiempo surgen empresas que comienzan a hacer la competencia con productos sustitutivos. En la fase de *madurez* las ventas y los beneficios se mantienen relativamente estables pero con tendencia a decrecer, la competencia es cada vez más fuerte, por ello la empresa busca nuevos consumidores y trata -como la competencia- de diferenciar su producto. En la última fase, de *declive*, las ventas disminuyen y vuelven a producirse pérdidas, la empresa tiene que plantearse sacar al mercado un nuevo producto.

Fases del ciclo de vida en la que se encuentran los siguientes productos:

- Periódico: madurez
- MP4: crecimiento
- Cinta de música: declive
- Libro electrónico: introducción

2. En un canal de distribución corto, defina la función del minorista (0,5 puntos) y en un canal de distribución largo, defina la del mayorista (0,5 puntos).

Un canal de distribución corto tiene un único intermediario que es el minorista: es él quien compra al fabricante y vende al consumidor. Este tipo de canal es muy habitual en los productos de consumo duradero, como los electrodomésticos o los automóviles.

En un canal de distribución largo intervienen, al menos, un mayorista y un minorista. El mayorista es el que compra al fabricante y vende al minorista. Este canal es típico en los productos de consumo masivo o de compra frecuente, como los alimentos o los productos de limpieza.

3. Proporcione dos ejemplos de técnicas de investigación de mercados, una cuantitativa y otra cualitativa. Defina cada una de las técnicas (0,5 puntos) e ilustre con un ejemplo cada técnica (0,5 puntos).

En la investigación de mercados se pueden utilizar técnicas cuantitativas como la encuesta, y cualitativas como la entrevista o dinámica de grupo.

TEMA 8 AREA DE RECURSOS HUMANOS

- La motivación
- *Maslow, Tª de los dos factores de Herberzg*
- *McGregor: teorías X e Y*
- *Técnicas de motivación*

1.- J. P, es un estudiante recién licenciado que ha encontrado un empleo en una empresa situada en un parque empresarial. En su cometido tendrá que dirigir a un grupo de 20 trabajadores de muy diversa índole. ¿Qué se entiende por estilo de dirección? (0,5 puntos). Ponga dos ejemplos de estilos de dirección (0,5 puntos). Enumere y explique la clasificación que realizó McGregor (1 punto).

3. Explique los factores de motivación del trabajador en una empresa (2 puntos).

3.- La motivación constituye uno de los principales factores que incide en la productividad. Explique cuáles son los criterios en que se basan los métodos de motivación de los trabajadores para conseguir incrementar su nivel de productividad e indique dos ejemplos (2 puntos).

4. Dentro de la organización interna de la empresa dos de las principales funciones son la función de planificación y la función de control, explique cada una de ellas (1 punto) e indique tanto las etapas del proceso de planificación, como de control (1 punto)

SOLUCIÓN:

Función de planificación:

Es la primera de las actividades que componen la tarea de la dirección de una empresa y consiste en fijar unos objetivos, marcar estrategias para conseguirlos, definir las políticas de la empresa y establecer criterios de decisión con la intención de conseguir los fines de la empresa

Etapas del proceso de planificación.

- Análisis de la situación de partida: Se analiza la situación actual de la empresa y de su entorno
- Fijación de los recursos: se marcan los objetivos, tanto generales como los subobjetivos
- Creación de alternativas: Determinar distintos caminos que lleven a la empresa hacia los objetivos.
- Evaluación de las alternativas
- Elección de una de las alternativas
- Control y determinación de desviaciones

Función de control

Controlar consiste en verificar que todo salga como se había previsto al hacer la planificación, (tanto en los objetivos generales como en los subobjetivos). La función de planificación y la de control están íntimamente ligadas. En realidad la finalidad de la función de control es detectar las desviaciones que se puedan producir respecto a las previsiones efectuadas, con la intención de corregirlas antes de que se produzcan consecuencias negativas.

Etapas de control:

- Fijar unos resultados estándares, es decir unas medidas que se consideren normales.
- Obtención y medición de los resultados obtenidos. Se ha de procurar tener esta información en un tiempo adecuado.
- Comparación de los resultados obtenidos con los resultados estándares, para así detectar las posibles desviaciones.
- Corregir las desviaciones, analizando y determinando los motivos. Puede ser debido al no seguimiento de los planes o bien a un planteamiento erróneo de los mismos.

1. El estilo de dirección puede influir en el rendimiento de las personas en su trabajo, señale y describa los distintos estilos directivos que podemos encontrarnos en una empresa.

SOLUCIÓN

Los estilos directivos se sitúan normalmente entre dos extremos, el estilo autoritario o autocrático se caracteriza por tomar las decisiones de forma unilateral, dar órdenes imperativas, no delegar; y el estilo laissez-faire que se caracteriza por libertad absoluta a los trabajadores, sin apenas intervenir, habría un estilo intermedio el estilo democrático que se caracteriza por que las decisiones se toman de forma democrática, los trabajadores están más involucrados en las decisiones.

4. Según McGregor existen dos teorías, que responden a dos maneras de actuar del empresario según sea la idea que tenga sobre los trabajadores de su empresa, lo que condicionará la motivación a sus empleados, explique dichas teorías indicando que estilo directivo se asocia a cada una de ellas y como responde el trabajador ante estos comportamientos.

SOLUCIÓN

Son las teorías X e Y

Supuestos de la teoría X:

- Los seres humanos tienen una aversión innata al trabajo y lo evitan si es posible
- Sólo se esfuerzan si se les controla y amenaza
- Prefieren ser dirigidos que dirigir
- Tratan de eludir responsabilidades
- Tiene poca ambición
- Se resisten a los cambios, y sólo se preocupan por su propio interés.

Ante estos supuestos el empresario utiliza un estilo autocrático de dirección y los trabajadores a la larga trabajarán lo menos posible evitando responsabilidades.

Supuestos de la teoría Y:

- Consideran el trabajo como fuente de satisfacción
- Pueden autocontrolarse para lograr los objetivos
- Asumen compromisos si existe una compensación
- Aprenden a asumir responsabilidades
- Tienen imaginación, creatividad e ingenio
- Desean perfeccionarse y les motiva.

Ante estos supuestos el líder tiende a ser democrático, motivará a los empleados y les dará responsabilidades, tras un periodo de tiempo sus subordinados, responderán con madurez, responsabilidad y gusto por el trabajo.

4. Defina el concepto de Dirección Participativa por Objetivos y explique las distintas fases o etapas que llevaría a cabo para implantarlo en el departamento de ventas de una empresa (2 puntos).

Diferencie la organización formal de la empresa de su organización informal (1 punto).

SOLUCIÓN:

La organización formal es la parte de la estructura organizativa que está identificada y definida por la dirección de la empresa. Frente a ello, la organización informal son relaciones sociales o personales que no están preestablecidas por la dirección de la empresa, sino que surgen de forma espontánea.