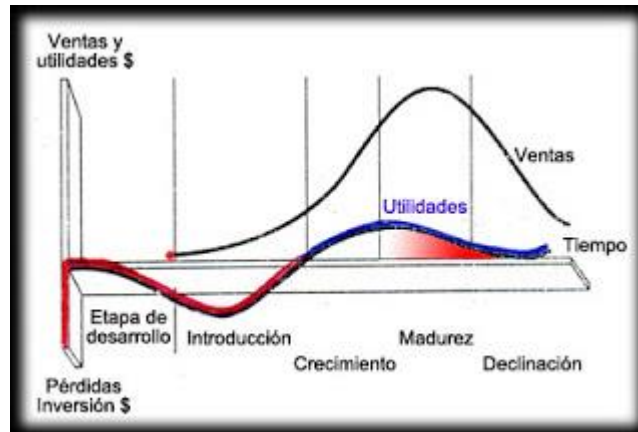


EXAMEN JUNIO 2010

1º.

El ciclo de vida del producto:



Introducción o lanzamiento, al ser desconocido, fuertes inversiones en publicidad, ventas pequeñas, crecimiento lento, se suelen registrar pérdidas.

Crecimiento de ventas al ser ya conocido, beneficios para la empresa, empiezan a aparecer productos sustitutos de la competencia.

Madurez ventas y beneficios se estabilizan, la competencia es más fuerte, se intenta diferenciar el producto.

Declive el mercado se va saturando de sustitutos, ventas y beneficios disminuyen. Termina cuando se registran pérdidas, la empresa debe decidir si retira el producto del mercado o lo renueva.

2º.

Leasing o arrendamiento financiero es una forma de financiación ajena. El arrendamiento financiero o contrato de leasing (de alquiler con derecho de compra) es un contrato mediante el cual, el arrendador traspasa el derecho a usar un bien a un arrendatario, a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante un plazo determinado, al término del cual el arrendatario tiene la opción de comprar el bien arrendado pagando un precio determinado, devolverlo o renovar el contrato

La cuenta de crédito es un contrato de carácter mercantil en virtud del que se concede un límite de disponibilidad de crédito en función de una garantía y según unas condiciones determinadas. Es una forma de financiación ajena.

3º.

El sector agroalimentario presenta dos facetas diferenciadas: por un lado la producción de alimentos exentos de transformación, y por otro el sector definido como industria agroalimentaria, con importantes procesos de transformación y por tanto de alto valor añadido.

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

Ambas actividades, productiva y transformadora, estrechamente interdependientes, constituyen uno de los eslabones más importantes de la cadena alimentaria.

Al analizar la evolución del número de empresas en el conjunto de la Industria Alimentaria española se observa un descenso del número de empresa, situación que ha afectado también a nuestra Comunidad.

Las comunidades Autónomas con más peso en el sector son Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Castilla-La Mancha, y Galicia. En ellas se ubica el 56,89% del total de empresas alimentarias.

En la Comunidad de Castilla y León, este sector agroalimentario se constituye como uno de los motores impulsores del crecimiento de su economía.

Con una aportación del 10% del total de la producción nacional, las casi 3.500 empresas con que cuentan el sector, generan alrededor de 33.000 empleos. Estos datos indican por sí solos el excelente momento que vive el sector agroindustrial. Este Sector regional se compone de un gran número de empresas y grupos agroindustriales, entre los que cabe destacar algunos tan conocidos como Ebro Agrícola, Campofrío, Leche Pascual, Dulces y Conservas Helios, Repostería Industrial Martínez, Vega

Sicilia, embutidos Pajariel, mantecados de Astorga, entre otros, todos ellos considerados de gran calidad y reconocido prestigio dentro del ramo.

A lo largo de los últimos años se ha producido una creciente entrada de capital extranjero. Así importantes empresas transnacionales del sector de alimentación se encuentran ya instaladas en la Región. Algunas de las más conocidas son: Unilever, Nestle, Kraftt General Foods, Bns-

Danone, Cadbury, World Wilde Tobacco y Nabisco.

Además, progresivamente se ha desarrollado una variada oferta regional de elevada calidad, estrechamente relacionada con los tradicionales productos agrícolas y ganaderos de la Región: vinos, productos derivados del cerdo ibérico o una gran variedad de quesos artesanales.

Uno de los rasgos que define a la industria agroalimentaria de Castilla y León es el alto grado de especialización respecto de otras regiones, debido en gran parte a que la fabricación de alimentos está muy unida a la producción de materias primas que se obtienen en el territorio de la propia Comunidad: porcino, vacuno, ovino representan, la leche de vaca y oveja, el resto de la producción se reparte básicamente entre cereales (cebada y trigo), remolacha azucarera, vinos, manzana, pera, castaña, pimientos, alubia, lenteja, huevos y maíz.

Lo mismo cabe decir en cuanto a la concentración espacial. En este caso las industrias agroalimentarias tienden a establecerse en los municipios más poblados, que cuentan con una mayor capacidad de demanda, siendo las provincias de Burgos, León, Valladolid y Salamanca las más favorecidas.

Si se trata de analizar el tamaño de las empresas, son las sociedades anónimas, seguidas de las de carácter familiar, las que concentran la mayor parte del empleo, mientras que se observa un vacío de empresas de tamaño medio con más de veinte empleados.

Los productos alimentarios castellano-leoneses gozan de una imagen de calidad generalizada, en especial el sector vinícola, embutidos y hortofrutícolas.

El sector exterior es quizás el talón de aquiles de toda la estructura agroalimentaria regional. Tan solo cuatro por ciento de la producción sectorial se comercializa en otros países, cuando a nivel nacional supone casi el doble, siendo Francia y Portugal los mercados de destino.

4º.

- Segmentación de mercado: La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra. Los siguientes tipos de segmentos los podemos ver a continuación: Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

- El distribuidor minorista, minorista o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.
- Franquicia, Es una relación comercial entre dos partes, por la cual una persona paga una cierta cantidad de dinero para tener la licencia para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.
- Merchandising es el conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad, comprendiendo un conjunto de acciones llevadas a cabo en el punto de venta destinadas a aumentar la rentabilidad, colocando el producto en el lugar, durante el tiempo, en forma, al precio y en la cantidad más conveniente.

Casos practicos.

1º.

a) $Q^* = 100.000 / (25 - 20) = 20.000$ unidades

b) $B^{0s} = 25 * 20.000 - (100.000 + 20.000 * 20)$

$B^{0s} = 625.000 - 600.000 = 25.000$

2º.

Desembolso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
- 85.000	5.000	7.000	47.000	3.000+6.000

$VAN = -85.000 + 5000/1.04 + 7000/(1.04^2) + 47000/(1.04^3) + 9.000/(1.04^4)$

$VAN = -8.500 + 4.807,69 + 6.471,89 + 41.785,20 + 7.693,98 = -24.241,24$

b)

Desembolso, -85.000€

Flujos de caja, 68.000€

Desembolso > Flujos de caja, no tendríamos en cuenta el valor del dinero en el tiempo.