

JUNIO 2010 – 2011

OPCION A

1. 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).

Los canales de distribución se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible.

Mayoristas: Son generalmente empresas grandes con capital y recursos elevados, por lo que pueden mantener gran cantidad de mercancía en su almacén. Tienen su propia fuerza de ventas y publicidad con promociones, teniendo capacidad para otorgar créditos.

Minoristas: Generalmente son empresas pequeñas, que no teniendo recursos económicos, no acceden fácilmente al otorgamiento de crédito y mantienen existencias limitadas de mercancías.

2. 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 cada técnica (0,5 puntos).

Investigación cualitativa

Es la investigación de carácter exploratorio que pretende determinar principalmente aspectos diversos del comportamiento humano, como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos, disgustos y preferencias.

Las personas a las que se les aplica esta investigación representan a las clases sociales de una determinada colectividad. Las técnicas empleadas en estas investigaciones se llaman: técnicas cualitativas.

Las principales son:

- Test Proyectivos
- Entrevistas en profundidad
- Técnicas de grupo Aplicaciones de las investigaciones cualitativas:

Para obtener información previa de un campo o problema sobre el que no existe ningún dato. Determinar comportamientos, motivaciones, etc.

Establecer jerarquía entre los diferentes comportamientos y otras variables psicológicas. Identificar y explotar conceptos, palabras, etc.

Para reducir y limitar el campo de investigaciones posteriores.

Para ampliar información sobre determinados aspectos que no hayan quedado claros en una investigación inicial.

Investigación cuantitativa

Permite cuantificar la información, a través de muestras representativas, a fin de tener la proyección a un universo específico. Refleja lo que ocurre realmente en un mercado; es decir, ofrece respuestas al qué, cuándo, cuánto, dónde y cómo suceden los hechos en segmentos definidos. Esta investigación es

estructurada y determinante, se realiza entre un gran número de sujetos entrevistados individualmente. Es capaz de ahondar en los efectos que produce un estímulo en los encuestadores.

- Determine la diferencia fundamental entre un plan estratégico y un plan táctico (1 puntos), así como entre los conceptos de políticas y procedimientos dentro de una empresa (1 punto).

La planeación estratégica se refiere a las actividades que realizas durante “x” tiempo para cumplir con los objetivos de la organización, incluye la misión, visión, objetivos, estrategias y tácticas, ejecución del plan, seguimiento. El plan táctico es parte del plan estratégico y es el que te indicara de manera precisa las acciones a seguir para lograr los objetivos.

También hay que tener en cuenta que, el táctico es a corto plazo el estratégico a largo plazo, el táctico es específico, el estratégico es general

Describe las fuerzas competitivas, según el modelo de Porter, y explique razonadamente como afecta a cada una de ellas que la entrada en un sector resulte más atractiva para una empresa (2 puntos)

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter propone un marco de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. Cada modelo es estructurado bajo la eficacia y eficiencia de las cinco fuerzas.

Las cinco fuerzas de Porter

- Poder de negociación de los Compradores o Clientes
- Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores
- Amenaza de nuevos competidores entrantes
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre los competidores

5. La empresa GADI dedicada a la comercialización de bicicletas, el día 1 de marzo de presente año, tiene en el almacén 800 bicicletas sin vender cuyo precio de compra es de 150 euros la unidad. Para tener previsiones 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 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:

- El método del precio ponderado (1 puntos)

FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		Q	P	VALOR	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR
1-MARZO	E. INICIALES							800	150	120.000

3-MAYO	COMPRA	200	160	32.000				1.000		152.000
10-MAYO	VENTA				350	152	53.200	650		98.800
15-MAYO	COMPRA	300	140	42.000				950	148,21	140.800

Precio de salida de almacén 10 MAYO

$$PMP_{10\text{ MAYO}} = (Q_1 * P_1 + Q_2 * P_2) / (Q_1 + Q_2) = (800 * 150 + 200 * 160) / (800 + 200) = 152.000 / 1.000 = 152\text{€} / \text{Bicicleta}$$

Precio de valor de las existencias finales a 15 de Mayo

$$PMP_{15\text{ MAYO}} = (Q_1 * P_1 + Q_2 * P_2) = (650 * 152 + 300 * 140) / (650 + 300) = 148,21\text{€} / \text{Bicicleta}$$

Valor de las existencias finales a 15 de Mayo (148,21 * 950 = 140.800€)

b) El método FIFO (1 puntos)

FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		Q	P	VALOR	Q	P	VALOR	Q	P	VALOR
1-MARZO	E. INICIALES							800	150	120.000
3-MAYO	COMPRA	200	160	32.000				800	150	120.000
								200	160	32.000
10-MAYO	VENTA				350	150	52.500	450	150	67.500
								200	160	32.000
15-MAYO	COMPRA	300	140	42.000				450	150	67.500
								200	160	32.000
								300	140	42.000

Aplicando el método FIFO, el precio de salida del almacén es de la primera entrada, o sea, el precio de compra de las primeras 800 bicicletas que había en el almacén, que es de 150€. Por tanto:

$$\text{Valor de las ventas} = P * Q = 150 * 350 = 52.500\text{€}$$

$$\text{Valor de las existencias finales} = \text{Valor de las existencias} - \text{valor de venta} = 194.000 - 52.500 = 141.500\text{€}$$

6. Una empresa debe decidir entre dos proyectos de inversión. El proyecto A requiere un desembolso inicial de 120.000 euros y se espera que reporte unos flujos de caja de 65.000€ el primer año y de 70.000 euros el

segundo y ultimo año. Por su parte, el proyecto B necesita un desembolso inicial de 300.000 euros y se espera que produzca unos flujos de caja de 185.000 euros el primer año y de 200.000 euros el segundo y ultimo año. El coste de capital es del 8,5 % anual:

Se pide:

- a) ¿Cuál es preferible si se utiliza el Plazo de Recuperación o pay-back?(0,5 puntos). Justifique su respuesta (0,25 puntos).

PROYECTO A

- D ₀	F ₁	F ₂
-120.000	65.000	70.000

En el 1º año se recuperan 65.000€, quedan por recuperar 55.000€ mas (120.000 del desembolso inicial menos 65.000 que ya se han recuperado el 1º año). Luego aplico la regla de 3:

70.000 ----- 360 días

55.000 ----- x días

$$X = 55.000 * 360 / 70.000 = 282,86 \text{ días}$$

Luego el desembolso inicial se recupera en 1 año y 283 días (redondeando al alza).

PROYECTO B

- D ₀	F ₁	F ₂
-300.000	185.000	200.000

En el 1º año se recuperan 185.000€, quedan por recuperar 115.000€ mas (300.000 del desembolso inicial menos 185.000 que ya se han recuperado el 1º año). Luego aplico la regla de 3:

200.00 ----- 360 días

115.000 ----- x días

$$X = 115.000 * 360 / 200.000 = 207 \text{ días}$$

Luego el desembolso inicial se recupera en 1 año y 207 días (redondeando al alza).

Preferimos el proyecto B, ya que recuperamos antes la inversión.

- b) ¿Y si se utiliza el criterio de la tasa interna de retorno (TIR)? (0,75 puntos). Justifique su respuesta (0,5 puntos).

$$TIR_A = - D_0 + F_1/(1+r) + F_2/(1+r)^2 = 0$$

Sustituimos $(1+r)=t$

- $120.000 + 65.000/t + 70.000/t^2 = 0$ $-120 t^2 + 65 t + 70 = 0$ $t = -0,5395$ (solución negativa se descarta) $t = 1,0812$ $(1+r) = 1,0812$ $r = 1,0812 - 1 = 0,0812$ $TIR_A = 8,12\%$

Como es inferior a la tasa de interés del mercado (8,5%), esta inversión no se llevara a cabo.

$$TIR_B = -D_0 + F_1/(1+r) + F_2/(1+r)^2 = 0$$

Sustituimos $(1+r)=t$

- $300.000 + 185.000/t + 200.000/t^2 = 0$ $-300 t^2 + 185 t + 200 = 0$ $t = -0,5353$ (solución negativa se descarta) $t = 1,1811$ $(1+r) = 1,1811$ $r = 1,1811 - 1 = 0,1811$ $TIR_B = 18,11\%$

Como es superior a la tasa de interés del mercado (8,5%), esta inversión se debe de llevar a cabo.

OPCION B

1. Explique en que consiste la estrategia de desarrollo de productos (0,5puntos) y ponga un ejemplo (0,5puntos).

Desarrollo de producto es el nombre dado a una estrategia del crecimiento donde la meta del negocio es introducir nuevos productos en mercados existentes. Esta estrategia puede requerir el desarrollo de nuevas capacidades y es necesario que el negocio produzca nuevos productos o modifique los actuales para satisfacer necesidades no cubiertas del mercado actual

Las palancas utilizadas en esta estrategia, son la investigación y desarrollo, la política de producto y el análisis de segmentación..

2. Defina el concepto de empresa multinacional (0,5puntos). Cite brevemente que factores impulsan a una empresa a adoptar una dimensión multinacional (0,5puntos)

Cuando hablamos de multinacionales debemos entender que se trata de empresas con implantación multinacional, rebasan los límites geográficos jurisdiccionales de una nación y extienden sus actividades en dos o más naciones.

Factores que impulsan:

- Gozar de una situación monopolística en un mercado donde la competencia es imperfecta.
 - Disposición de plantillas con directivos especializados en organización, dirección y gestión.
 - Acceso en inmejorables condiciones a los mercados de capitales.
 - Control de los canales de distribución y comercialización.
 - Desarrollo de la actividad en economías de escala.
 - Contar con mano de obra barata en otros países donde se desarrollan los procesos productivos más intensivos en este factor.
3. Señale y explique las principales diferencias entre la financiación ajena y la autofinanciación de una empresa (1 puntos), ponga dos ejemplos de cada una de ellas (1puntos).

Financiación interna: se logra a partir de los propios medios económicos que dispone la empresa, es decir, de los fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa): reservas, amortizaciones, etc.

Financiación externa: procederá de inversionistas que no forman parte de la empresa. Como por ejemplo: financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc.

4. Una empresa ha experimentado un descenso en las ventas de uno de sus principales productos. Según un directivo de esta empresa, el descenso se debe a un mal posicionamiento del producto. Por el contrario, otro directivo opina que el problema es la saturación del mercado. a) Explique los conceptos de posicionamiento y saturación del mercado (1 puntos). b) explique qué información debemos conseguir para saber cuál de los dos directivos tiene razón (1 punto)

Es el medio por el cual se accede y trabaja con la mente del consumidor. Lo que pretende es fabricar una imagen del producto y darle su sitio en la mente del consumidor ocupando un lugar distintivo. Para ello se debe tener una idea a cerca de la opinión de los consumidores sobre lo que ofrece el producto, así como conocer aquello que los clientes piensan sobre nuestro producto y el de la competencia. La posición de los productos depende de los atributos a los que el cliente otorga más valor y esto toma importancia en la decisión de compra. Los consumidores posicionan el producto dentro de su mente, esto depende de una serie de percepciones y sentimientos que se adquieren en relación con este. Para que el producto ocupe una posición, no tiene que ser el mejor, sino ser el primero en llamar la atención y así hacerse un hueco en la mente del target. Es la imagen simplificada que el consumidor tiene de ese producto en su mente. Se tienen que establecer unos criterios adecuados en el proceso de comunicación para que la mente del consumidor absorba y el producto se ubique de la forma correcta en ella. Segmentación del mercado y el posicionamiento se deciden de forma simultánea, y una vez que se ha definido los segmentos transnacionales se tiene que determinar el posicionamiento que la empresa ocupará en esos segmentos. Reposicionamiento es cambiar la posición que el producto tiene en la mente del cliente.

5. La sociedad VILANO presenta la siguiente información contable (en euros): proveedores 1.245, Bancos C/C 570, Deudas a corto plazo con entidades de crédito 4.000, Clientes 380, Amortización acumulada de las construcciones 5.190, Deudas a L/P con entidades de crédito 9.000, acreedores diversos 415, Resultado del ejercicio XXX, Capital social 70.000 y Construcciones 86.500.

Con la información anterior:

- a) Determine la cifra de Resultado del ejercicio (0,5 puntos)

ACTIVO = PASIVO

$$82.260 = 70.000 + XXX + 9.000 + 5.660 \quad 82.260 = 84.660 + XXX$$

$$\text{RESULTADO DEL EJERCICIO} = 82.260 - 84.660 = -2.400\text{€}$$

- b) Elabore el balance de situación, ordenado y agrupado en masas y submasas patrimoniales (0,75 puntos)

ACTIVO

PASIVO

ACTIVO NO CORRIENTE (A)	81.310	PATRIMONIO NETO (A)	67.600
--------------------------------	---------------	----------------------------	---------------

Construcciones	86.500	Capital Social	70.000
Am. Ac. Inm material	(5.190)	Resultado	(2.400)
ACTIVO CORRIENTE (B)	950	PASIVO NO CORRIENTE (B)	9.000
I. Existencias	0	Deudas L/P E.C.	9.000
II. Realizable	380	PASIVO CORRIENTE ©	5.660
· Clientes			
III. Disponible	570	Deudas C/P E. C.	4.000
· Bancos		Acreeedores diversos	415
		Proveedores	1.245
TOTAL ACTIVO (A)+(B)	82.260	TOTAL PASIVO (A+B+C)	82.260

c) Calcule e interprete el fondo de maniobra (0,5 puntos)

$$FM = AC - CP = 950 - 5.650 = - 4.710€$$

Un FM negativo, supone que la empresa no tiene Activos CP, es decir liquidez, para hacer frente a sus deudas a CP, deberían de vender edificios y activos a LP, para pagar parte de sus deudas a CP:

d) Comente la situación financiera (equilibrio financiero) y la viabilidad futura de la sociedad Vilano) (0,25 puntos)

Dado que la empresa tiene un desequilibrio financiero, la empresa debería adoptar alguna de las siguientes medidas:

- Debe disminuir su pasivo corriente, aunque será difícil porque nadie suele invertir en una empresa que tiene pérdidas. Otra opción sería convertir la deuda a C/P en recursos propios, mediante la oferta a los acreedores de cambiar sus deudas por acciones de la empresa.
- Aumento el del activo corriente, vendiendo activos a LP para obtener recursos líquidos.

6. La empresa DEODOS, fabricante de ambientadores, presenta una estructura de costes que corresponde a los siguiente datos: (1) Alquiler de locales y maquinaria: 1.300.000 euros, (2) Remuneración fija total de los trabajadores: 0,60 euros por unidad producida. (4) para producir un ambientador, se necesitan las siguientes materias primas: 0,05 Kg de material plástico y 0,08 kg de gel ambientador. (5) El precio de mercado de material plástico empleado es de 10 euros/Kg., y el precio de mercado del gel anterior, se pide:

a) ¿Cuál es el coste variable por unidad producida? (0,5 puntos). Especifique las funciones de costes variables y costes totales de la empresa DEODOS, en función de la cantidad producida (0,5 puntos).

$$CF = 1.300.000 + 400.000 = 1.700.000 €$$

$$CV_u = 0,6 + 0,5 + 2,4 = 3,5€/unidad$$

$$CV_u = 3,5\text{€/unidad}$$

$$CV = 3,5Q, \text{ siendo } Q \text{ la cantidad producida.}$$

$$CT = 1.700.000 + 3,5Q$$

- b) El precio de venta de ambientador es de 10 euros y la producción y venta actual de 275.000 unidades. ¿A cuánto asciende el beneficio empresarial? (0,5 puntos).

$$B^o = IT - CT = IT - CF - CV = PQ - CF - CV_u Q$$

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

- 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 asciende entonces a 300.000 unidades. ¿A cuánto asciende ahora el beneficio empresarial? (0,5 puntos).

$$CF = 1.300.000 + (900 * 400) = 1.300.000 + 360.000 = 1.660.000\text{€}$$

$$CV_u = 0,7 + 0,5 + 2,4 = 3,6 \text{ €/Unidades}$$

$$P = 10\text{€ (no varia) y } Q = 300.000, \text{ por lo que tenemos que:}$$

$$B^o = PQ - CF - CV_u Q = 10 * 300.000 - 1.660.000 - 3,6 * 300.000 - 3.000.000 - 1.660.000 - 1.080.000 = 260.000 \text{ €}, \text{ luego los beneficios obtenidos con esta 2ª opción son menores.}$$