



TRABAJO PRÁCTICO N° 8: Objetivos alternativos y prácticas de precios

Cuándo es el Hot Sale 2020: con fecha reprogramada por la pandemia y expectativa de récord de ventas, vuelve en julio la campaña de promociones online

La edición de este año será los días 6, 7 y 8 de julio. Dado que las ventas online se dispararon en contexto de cuarentena, esperan una edición récord en ventas. En particular, en el rubro indumentaria que busca recuperar el tiempo perdido en ventas de prendas de esta temporada

Luego de una postergación por el efecto de las medidas de aislamiento social preventivo y obligatorio sobre la logística de las empresas de comercio electrónico, finalmente los días 6, 7 y 8 de julio se llevará a cabo la **edición 2020 del Hot Sale, la campaña de ventas online con descuentos y promociones**. Para este año, en el que las **compras digitales** gozan del impulso que genera la **cuarentena** en la que parte del **consumo presencial se mudó a Internet**, los organizadores esperan **números récord**. Por otro lado, dadas las particularidades de la economía en tiempos de pandemia, también dan por hecho que se perderá el empuje del rubro de turismo, uno de los más atractivos en ediciones anteriores. Dado el crecimiento de las ventas que experimentaron los comercios online como resultado de la pandemia y del cierre de los comercios físicos, los organizadores esperan para este año un **salto en las ventas** a pesar de la caída en la actividad económica.

“Creemos que va a superar en ventas el año anterior porque hay más gente comprando, hay más empresas, creemos que indumentaria va a andar muy bien porque es un rubro que está muy basado en locales físicos y tiene que vender porque se le va la temporada. Alimentos, cosmética y belleza también vienen muy fuertes”, dijo a Infobae Gustavo Sambucetti, director institucional de CACE. Las ventas online se vieron fuertemente favorecidas por la cuarentena. Según números de la cámara, en el primer trimestre del año la facturación del sector crecía en el orden del 75% interanual, un ritmo estable que respondía a la mudanza gradual del comercio al formato digital. Pero tomando datos del mes de abril, la facturación saltó 84% respecto al promedio del primer trimestre del año. Una disparada que, esperan, se traduzca en más ventas durante el Hot Sale de este año.

En particular, sostienen los organizadores, el **sector de indumentaria** es el que debería aparecer como más agresivo en la edición de este año. Esto es porque dado el cierre de los comercios y shoppings, la acumulación de stocks es generalizada y las marcas van a estar interesadas en colocar los artículos de esta temporada antes de que se termine. En cuanto a los descuentos, el sentido del evento es que las marcas acerquen promociones, todavía no tienen una referencia de cuáles van a ser los **recortes en los precios**. Como referencia señalan que el año pasado el promedio fue de un 27% en los precios finales y, para mantener la transparencia de esas ofertas, recurren a una auditoría a cargo de la UBA.

Por otro lado, para este año uno de los rubros que tradicionalmente atrae más atención de los consumidores va a estar limitado en su capacidad de atraer compras. Se trata del **turismo**, que cada año acerca promociones y descuentos al Hot Sale. Para los directivos de la cámara el evento será una oportunidad para relanzar a un sector tan golpeado, con ofertas sobre todo destinadas al turismo de cercanía y flexibilidades tanto en cuanto a pagos como en cuanto a fechas. Con todo, es esperable que el desempeño sea peor al de otros años.

Fuente: Extracto de una nota publicada en <https://www.infobae.com/economia/2020/06/24/cuando-es-el-hot-sale-2020-con-fecha-reprogramada-por-la-pandemia-y-expectativa-de-record-de-ventas-vuelve-en-julio-la-campana-de-promociones-online/> el 24 de Junio de 2020.

Analice el tema propuesto en el artículo citado. Utilizando la información que proporciona, y sus conocimientos sobre el tema, responda las siguientes preguntas y realice los ejercicios:

I - Indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas y justifique:

1. Los accionistas de una empresa automotriz exigen que el beneficio mínimo aceptable sea mantenido a pesar de que la empresa participe en el Hot Sale. Para cumplir con esta exigencia el gerente debe vender necesariamente una cantidad menor a aquella con la cual se maximizan los ingresos por venta.
2. Las promociones y descuentos ofrecidos durante el Hot Sale por empresas del rubro Viajes, modifican sus ingresos logrando alcanzar un equilibrio de punto muerto inferior al inicial.
3. Algunas empresas, que siguen la teoría del costo pleno para fijar los precios de sus productos, están atentos a las variaciones de sus costos directos y no a las variaciones de su demanda.
4. Según el artículo “En cuanto a los descuentos, el sentido del evento es que las marcas acerquen promociones, todavía no tienen una referencia de cuáles van a ser los recortes en los precios”. Se puede suponer que aplicarán descuentos de forma tal que los precios sean menores al costo variable medio.
5. El sector turismo fue el más afectado en el actual contexto de pandemia. Si además, para una empresa del sector, sus costos fijos se ven incrementados por cumplimientos de protocolo de la vuelta a la actividad, esto implica que deberá vender menos para alcanzar su punto muerto.

II - Analice las siguientes situaciones:

1. Analice y grafique para una empresa el impacto sobre el equilibrio del punto muerto si se producen las siguientes situaciones:
 - a) Descuentos o promociones
 - b) Aumento de los costos variables
 - c) Disminución de los costos fijos
 - d) Aumento en el precio
 Indique en qué casos las curvas correspondientes pivotean y en cuales se desplazan paralelamente.
2. La empresa Grimo, la cual forma parte del rubro Indumentaria y Calzados dentro del Hot Sale, se dedica exclusivamente a la venta de calzados. La firma posee las siguientes funciones de ingreso total y costo total: $IT(x) = 4x - 0,5x^2$ y $CT(x) = 0,2x^2 - 0,5x$.
 - a) Si la empresa desea maximizar los beneficios ¿cuánto venderá y cuál será su nivel de beneficio?
 - b) Si la empresa desea maximizar los ingresos por ventas ¿cómo cambia la respuesta anterior? ¿Cuál será el valor de la elasticidad de la demanda en este punto?
 - c) Si los dueños de la empresa le exigen al gerente de la firma alcanzar un nivel de beneficios mínimo igual a 7. ¿Es operativa esta restricción? ¿Por qué? ¿Qué cantidad producirá la empresa?
 - d) Grafique los resultados de los incisos: a), b) y c).
3. Una empresa de electrodomésticos que participa del Hot Sale, tiene por estrategia maximizar sus ingresos por ventas en el mercado. La empresa presenta una función de demanda dada por $P = 300 - 12Q$ y una función de costos totales igual a $CT = 150 + 60Q$. Si el beneficio esperado por los accionistas (BE^* mínimo aceptable) es de US\$ 1002 ¿Cuál será el precio y las cantidades que debería vender la firma? ¿Es operativa esta restricción? ¿Por qué?
4. Una de las empresas participantes en el Hot Sale en el rubro Indumentaria y Calzado que confecciona y vende ropa informal cuenta con la siguiente información mensual.

Concepto	Importe (\$)	Concepto	Importe (\$)
Alquiler	50.000	Luz (\$/unidad)	180
Materia prima (\$/unidad)	505	Sistema de seguridad	6.000
Materiales descartables (\$/unidad)	150	Costo almacenaje (\$/unidad)	120
Sueldo + Cargas sociales (2 personas)	25.800	Impuestos	5.500
Cadetería (\$/unidad)	100	Seguros	400
Costos administrativos	6.500	Publicidad	5.000
Precio de venta (\$/unidad)	2.055		

Con base a la información de la tabla:

- Clasifique los costos en fijos y variables.
 - ¿Cuántas unidades debe vender la empresa para no tener pérdidas? Grafique el equilibrio.
 - ¿Cómo se modificaría el equilibrio si aumentara el costo del alquiler un 10%?
 - Durante el Hot Sale el empresario espera vender 500 unidades mensuales suponiendo el alquiler inicial ¿Cuáles serán sus beneficios si logra este objetivo? Marque el área de beneficios en el gráfico.
 - Para este objetivo de venta de 500 unidades ¿Cuál es el margen neto y el margen bruto de la empresa?
 - Si los costos variables, como consecuencia de la inflación, aumentan un 20% y el empresario no puede trasladar este aumento al precio del producto ¿Cuántas unidades tendrá que vender para no tener pérdidas? Muestre los cambios en el gráfico.
 - ¿Qué sucedería si el empresario pudiera trasladar el 20% de aumento de los costos al precio del producto? Represente gráficamente.
5. Una empresa que vende remeras deportivas también participa del Hot Sale. El precio de cada remera deportiva es de \$500, el costo fijo mensual asciende a de \$10500 y el costo variable es de \$150 por unidad. Con estos datos:
- Calcule la cantidad mensual de equilibrio de la firma. ¿Cuál es el margen de contribución unitario? ¿Qué utilidad tiene para la empresa conocer este dato? Grafique.
 - Si las ventas son de 150 unidades mensuales, ¿Cuántos beneficios obtiene? ¿Cuál es el margen bruto y el margen neto?
 - ¿Cuál es el precio mínimo o umbral para vender su producto? ¿Cuánto deben aumentar los costos de la empresa para que decida salir del mercado?
6. Un estudio ha permitido estimar la elasticidad precio de la demanda de una empresa representativa de cada uno de los siguientes rubros presentados en el Hot Sale:

Industria	Elasticidad precio
Deportes y Fitness	3.5
Cosmética y Belleza	5
Indumentaria y Calzado	4.3
Muebles, Hogar y Deco	2.5

Calcule el margen bruto unitario óptimo sobre costos (o *mark up*) para cada rubro.

III – Ejercicio adicional para practicar para el parcial:

7. Una empresa que fabrica colchones participa del Hot Sale dentro del rubro Muebles, Hogar y Deco. La empresa tiene una capacidad de fabricación de 3000 unidades y enfrenta los siguientes costos anuales:

Insumo	Valor
Materias Primas	\$750 por unidad
Mano de obra directa	\$950 por unidad
Materiales y suministros	\$150 por unidad
Mano de obra indirecta	\$60000
Amortizaciones	\$25000
Gastos administrativos	\$17000
Gastos comerciales	\$13000

- Clasifique los costos en fijos y variables. Calcule el costo fijo total y el costo variable total. Grafique.
- Si la empresa desea obtener un margen neto de beneficio del 30%, calcule el precio de cada colchón.
- ¿Cuál será el margen bruto de beneficio?
- Determine el punto muerto con el precio obtenido en el inciso b).