

FOE-Marketing-EJERCICIOS

1. La empresa Pelu S.A., ha observado que al aumentar el precio de su producto B.O.T. de 100 a 120 u.m., sus ventas se han reducido de 1.000 u.f. a 900 u.f. sin que exista otra razón que pueda explicar esta disminución.

a) Estimar la elasticidad de la demanda respecto al precio, en ese intervalo. b) ¿Es adecuada la decisión de esta empresa desde el punto de vista de la maximización de los ingresos?

2. Una empresa observa que al aumentar el precio de su producto de 10 a 12 €, sus ventas se han reducido de 10.000 unidades de producto a 8.000 unidades, sin que exista otra razón que explique esa disminución.

a) Calcular la elasticidad de la demanda respecto al precio en ese intervalo b) ¿Es adecuada la decisión de esta empresa de aumentar el precio desde el punto de vista de la maximización de los ingresos? c) ¿De qué tipo de producto se trata?

3. La empresa Guma S.A., se dedica a la fabricación y venta de un producto para lo cual soporta unos costes fijos de 600.000 € al año, y un coste variable unitario de 30 € Trabajando a ritmo normal, tiene capacidad para producir y vender 30.000 u.f. anuales.

¿Que precio se ha de fijar si se desea obtener un margen de beneficio del 15% sobre el precio de coste total unitario?

4. Una empresa dedicada a la fabricación de un componente específico de ordenador tiene unos costes fijos anuales de 800.000 €, y un coste variable por unidad fabricada de 25 €. La producción es de 40.000 componentes al año. Calcular:

a) Precio al que debe salir al mercado para obtener un

beneficio del 40% sobre su coste total.

b) Punto Muerto. c) Margen bruto unitario

5. Los alumnos de informática pretenden recaudar dinero para celebrar su viaje de fin de carrera. Para ello deciden montar un negocio temporal para realizar declaraciones de la renta durante el mes de junio. Alquilan un despacho por 400 € y pagan una licencia al Ayuntamiento de 100 euros. Piensan pagar al alumno que realice el trabajo 5 € por declaración. El precio a cobrar a los potenciales clientes sería de 30 € por cada declaración de la renta. Calcular:

a) Cuántas declaraciones tendrían que realizar para empezar a obtener beneficios b) Cuál sería el beneficio si logran efectuar 100 declaraciones

6. La empresa “Beoda” dedicada a la producción y comercialización de vinos decide sacar al mercado una nueva marca que se caracterizara por su fabricación totalmente ecológica, sin aditivos de ningún tipo. La empresa calcula que para este proyecto tendrá que soportar los siguientes costes:

Local, maquinaria, instalaciones: 10.000 euros Licencia y permisos sanitarios: 3.500 euros Para la fabricación de cada botella se incurre en los siguientes costes: 5 €/unidad correspondiente al envase, botella, etiquetado, corcho y comercialización, 5 €/unidad correspondientes a la elaboración del vino (incluida uva, mano de obra y todo lo necesario para su producción embotellado).

a) Si el precio de venta de cada botella de vino ecológico se fija en 15 euros,, ¿cuál será el **punto muerto o umbral de rentabilidad**? b) ¿A qué precio debería venderse cada botella de vino ecológico si se pretende alcanzar el punto muerto con la venta y fabricación de 2.000 botellas de vino?

c) ¿Qué beneficio se obtendría al vender 3.000 botellas al precio obtenido en el apartado b)?

7. La empresa Juguetes Mecánicos, S. A" fabrica, entre otros productos, coches teledirigidos, y tiene prevista para la campaña de este año una producción de 8.000 u.f. El mando a distancia del citado juguete puede ser adquirido a una empresa electrónica al precio de 15 € la unidad, aunque también podría fabricarse internamente, dado que existe capacidad productiva, a un coste variable unitario de 5 € e incurriendo en unos coste fijos de 70.000 euros. Basándonos en estos datos, qué decisión es la más

recomendable, si adquirir el mando en el exterior o fabricarlo en la propia empresa.