

# Distribución Comercial

## Caso Práctico. Tema 7. Precios



**Andrea Pérez Ruiz**  
**Ángel Agudo San Emeterio**

Departamento de Ciencia e Ingeniería del Terreno  
y de los Materiales

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

# EJERCICIO 1

**Calcular el punto muerto para la comercialización rentable de una videocámara por parte de un detallista que presenta las siguientes características:**

**PVP medio = 360 €**

**Precio aprovisionamiento = 150 €**

**Gastos generales (costes indirectos) = 90.000 €**

## EJERCICIO 2

**Quiosco en un centro comercial de Santander**  
**Vende prensa diaria, revistas de información y golosinas**  
**Costes fijos del negocio: 24.000 €**

Productos	% ventas	% beneficio (CRB)	Resultados
Revistas	40	40	$0,4 \times 0,4 = 0,16$
Prensa diaria	30	25	$0,3 \times 0,25 = 0,075$
Golosinas	30	30	$0,3 \times 0,3 = 0,09$
Tasa global contribución beneficio (CRB)			0,325

**Se pide:**

- a) Calcular los ingresos que necesita el quiosco para alcanzar el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa.**
- b) ¿Cuál sería el beneficio obtenido por el quiosco si consigue triplicar las ventas del punto muerto?**

## **EJERCICIO 2**

### **(continuación)**

- c) ¿ Qué ocurrirá si la participación en ventas de las revistas se reduce al 10%, la de de la prensa se eleva al 40% y la de las golosinas aumenta también al 50%?**
- d) ¿ Qué cifra de negocio tendría que realizar el dueño del quiosco para obtener un beneficio de 48.000 €?**
- e) Tomando como partida la situación representada en el punto (c), ¿qué sucede si se produce un incremento de 120 €/mes en el alquiler del local?**
- f) Nuevamente tomando como partida la situación representada en el punto (c), ¿qué sucede si la contribución relativa al beneficio de las golosinas aumenta hasta el 35%?**

## EJERCICIO 3

La empresa AVON ofrece una amplia variedad de productos entre los que se encuentran desde fragancias, maquillajes, productos para el cuidado del cuerpo y de la piel, protectores solares, artículos específicos para el cuidado del cabello, productos adaptados al sexo masculino y complementos. En la siguiente tabla se indica el porcentaje sobre las ventas alcanzado por las categorías de productos más relevantes que comercializa, considerando como residual el resto de artículos, también se refleja la contribución relativa al beneficio de cada una de ellas.

CATEGORÍAS DE PRODUCTO	% sobre ventas	% CRB
Fragancias	15	10
Maquillaje	15	10
Cuidado del cuerpo	10	20
Cuidado de la piel	30	10
Protección solar	10	20
Cuidado del cabello	5	15
Productos para hombres	7,5	10
Complementos	7,5	5

Suponiendo que los **costes fijos** ascienden a **90.000€** anuales, se pide calcular:

1. Los **ingresos necesarios**, así como la **cantidad a vender** de cada categoría para llegar al umbral de rentabilidad.
2. Una de las previsiones de futuro es incrementar un 40% las ventas de productos para hombres (sobre el porcentaje actual) y protección solar, obteniendo incrementos en torno al 5% en el resto de las categorías de producto ¿Cómo afectaría esta situación a los **ingresos** y el **umbral de rentabilidad**?

## EJERCICIO 4

**La comercialización de una nueva muñeca requiere un precio de lanzamiento, que la empresa se plantea calcular teniendo en cuenta su estructura de costes. Los costes de la empresa son los siguientes:**

**Alquiler de naves = 12.020,24 euros**

**Coste de producción unitario = 5,80 euros/un.**

**Coste de distribución unitario = 1,45 euros/un.**

**Si la empresa ha estimado unas ventas de 50.000 unidades y desea lograr un margen del 50% sobre el precio de venta, se pide:**

**a) Precio técnico y precio de venta de cada unidad.**

**b) Con los datos iniciales, calcular el precio de venta si la empresa desea obtener un margen del 50% sobre el precio de coste.**

## EJERCICIO 5

**En el segmento de vehículos intermedios del mercado del automóvil compiten cinco firmas (A, B, C, D y E), cada una de ellas con un único modelo. Los precios de cada modelo son, respectivamente, los siguientes: 27.000€, 25.999€, 22.000€, 23.000€ y 24.000€.**

**La ponderación de los diversos atributos que valoran los consumidores se presenta a continuación:**

ATRIBUTOS	IMPORTANCIA	EVALUACIÓN DE LAS MARCAS				
		MARCA A	MARCA B	MARCA C	MARCA D	MARCA E
Imagen	0,35	30	20	20	20	10
Prestaciones	0,25	30	25	15	5	25
Capacidad	0,20	10	10	15	25	40
Mantenimiento	0,10	5	30	25	20	20
Seguridad	0,10	15	20	25	20	20

**Se pide que responda a las siguientes preguntas:**

1. ¿Qué precio podrían establecer las distintas marcas atendiendo únicamente a la calidad que ofertan?
2. ¿Cuál es el valor percibido de cada una de las marcas?
3. Comente en cada uno de los pasos la situación específica de cada una de las marcas.

## EJERCICIO 6

**La marca D, nueva en el mercado de automoción, desea conocer qué precio ha de ponerle a su coche para resultar competitivo en el mercado, teniendo en cuenta el atractivo para los consumidores. Para ello realiza una investigación de mercados consultando a sus clientes sobre diversos modelos de coches, incluyendo el suyo propio. Obtiene los siguientes resultados:**

ATRIBUTOS	IMPORTANCIA	EVALUACIÓN DE LAS MARCAS			
		MARCA A	MARCA B	MARCA C	MARCA D
Prestaciones	0,30	20	20	35	25
Seguridad	0,25	20	20	30	30
Amplitud	0,20	25	30	25	20
Estética	0,15	15	25	30	30
Consumo	0,10	30	30	15	25
Precio real		13.000	12.500	18.000	-

**Se pide que responda a las siguientes preguntas:**

- 1. ¿Cuál es la oferta de mayor valor percibido?**
- 2. ¿Qué precio debería establecer la marca D a su producto si quiere que éste sea el de mayor valor percibido?**

## EJERCICIO 7

**Se pide calcular la elasticidad de los siguientes productos comercializados en una tienda de electrodomésticos. Interprete los resultados en función de la teoría vista en la asignatura:**

Producto / marca	AÑO 1		AÑO 2	
	Precio unitario	Cantidad demandada	Precio unitario	Cantidad demandada
Aspirador 1	95 €.	15.000 uds/año	80 €.	20.000 uds/año
Aspirador 2	64 €.	60.000 uds/año	65 €.	59.500 uds/año

## EJERCICIO 8

**Se pide calcular la elasticidad cruzada para el siguiente caso de productos comercializados en un detallista dedicado a la alimentación y menaje del hogar. Asimismo, interprete los resultados obtenidos y decida si sería recomendable para el detallista eliminar alguna de las dos referencias del surtido:**

	SEMANA 1		SEMANA 2	
Producto / marca	Precio unitario	Cantidad demandada	Precio unitario	Cantidad demandada
Albal	280 €.	1.100 uds.	250 €.	1.500 uds.
Reynolds	285 €.	1.000 uds.	285 €.	600 uds.