

Nom i cognom de l'estudiant

Prova d'avaluació continuada 4. Les decisions de màrqueting i financeres

criteris d'avaluació

Aquesta prova d'avaluació contínua inclou aspectes teòrics i pràctics amb la finalitat de treballar competències transversals i específiques d'aquesta assignatura. En totes elles es raonen i interpreten diferents conceptes teòrics inclosos en el mòdul, i s'apliquen aquests conceptes a diferents casos pràctics. A cada pregunta s'indica la puntuació màxima que li correspon.

En cadascuna de les preguntes es demana que les respostes siguin clares, ben estructurades i concises, que es contestin explícitament al que es pregunta i que es raonen o fonamentin adequadament les respostes.

Format i data de lliurament

Els requisits que ha de complir l'arxiu de respostes són els següents:

- L'arxiu s'ha d'enviar en format .doc, .docx o .pdf
- En l'encapçalament de l'arxiu de resposta s'ha d'introduir el nom i els cognoms de l'estudiant que ha realitzat la prova.
- L'arxiu ha de contenir només el text original elaborat per l'estudiant. Per tant, no ha d'incloure **ni l'enunciat del cas, ni els enunciats de les preguntes.**

Juntament amb l'enunciat de la PAC4, trobareu a la vostra disposició una plantilla de respostes per tal de complir els tres requisits anteriors.

La data màxima per lliurar aquesta prova d'avaluació contínua són les 24 hores del **dia 18 de maig de 2018.**

Enunciat



Mahou S.A és l'empresa que gestiona la marca Mahou San Miguel. L'origen de l'empresa es troba 125 anys enrere, quan el 1889 la família Mahou inaugura la fàbrica de gel "El polo Norte" i el 1890 neix "El Barril" a Madrid, el primer centre de producció de cervesa amb el segell de qualitat de Mahou. Set anys més tard rep un reconeixement internacional per la seva qualitat.

El 1925 neix a Granada cerveses "Alhambra" i el 1935 obren la primera cerveseria Mahou, fora d'Espanya, a Marroc. Als anys 50's es llança l'ampolla anomenada "botijo" i esdevindrà un icona de la marca. El 1969 es llança la famosa Mahou 5 estrelles.

I és a l'any 2000 quan adquireixen a San Miguel i es van convertir en l'empresa cervesera més gran d'Espanya. L'empresa tal i com es coneix ara neix doncs l'any 2.000 amb la compra de la centenària San Miguel. Com a continuació al creixement per adquisicions, el 2004, compren la marca canària Reina i el 2007 la marca Cervezas Alhambra. La seva estratègia també ha passat per la diversificació, comprant el 2011 a

Solán de Cabras, de manera que en el seu portafoli de productes s'hi trobem les cerveses però també l'aigua i els refrescos Solan Refrescos.

La seva orientació sempre ha estat internacional, de manera que actualment produeixen el 70% de la cervesa espanyola que es ven al món. Està present a una cinquantena de països i compta amb un total de 2.800 empleats.

En l'actualitat arriben al consumidor final a través de 900 distribuïdors que tenen relació amb més de 200.000 establiments d'hostaleria.

La companyia està constantment innovant en nous sabor, envasos i tipologia de cerveses. La seva activitat de màrqueting i comunicació és constant, estan present en tots els mitjans tant online com offline. El sector en el que opera és molt competitiu i sobretot en l'època estival on el consum de la categoria es dispara, la inversió en màrqueting per captar clients és molt alta. Els anuncis que veiem a l'estiu intenten reflectir tot el que és i el que ofereixen les marques, convertint-se en ocasions en l'anunci o la cançó "de l'estiu".

Aquest 2018 està prevista una inversió d'11 milions d'euros a Cordoba per crear el primer "brewhub" d'Espanya, un espai col·laboratiu on les diferents empreses cerveseres artesanals que no tinguin planta pròpia, tant nacionals com internacionals, podran compartir idees, projectes i elaborar les seves cerveses per poder comercialitzar-les al mercat europeu.

Referències:

- Mahou San Miguel: <https://www.mahou-sanmiguel.com/>
- <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/aqui-mando-yo/2017/06/13/el-anuncio-de-mahou-que-ha-indignado-a.html>
- Brewhub: <http://www.europapress.es/economia/noticia-mahou-san-miguel-invertira-11-millones-creacion-primer-brewhub-espana-20180227113121.html>
- <http://www.mahou-sanmiguel.com/es-es/documentos/msm2016-esp.pdf>

NOTA: la puntuació de cada pregunta es repartirà a parts iguals entre els apartats i el mateix cas si aquests contenen més d'una pregunta.

- (1,5 punt)* Mira la pagina web de l'empresa o algun anunci que trobis a les xarxes socials o hagi vist a la televisió, i respon a les següents preguntes:
 - Explica amb les teves paraules què és la segmentació i perquè serveix a les empreses. En el cas de Mahou San Miguel, com creus que ha segmentat el seu mercat l'empresa?
 - Novament, explica què és el públic objectiu d'una empresa i defineix com seria concretament el de la marca "San Miguel 0,0%". Com ho reflecteixen en la seva comunicació al target grup al que es dirigeix?
- (1,5 punts)* En el mòdul es descriuen les quatre **p** del màrqueting. Pel que fa al producte i el seu assortiment, es distingeix entre longitud, amplitud i profunditat. Utilitza els productes de Mahou-San Miguel per explicar cada un d'aquests conceptes i aplicar-ho
- (0,5 punt)* El mix de màrqueting està format pel producte, el preu, la comunicació i la distribució. En aquest cas concret de Mahou San Miguel, com arriba el seu producte al client, és a dir, com és la seva distribució?
- 1,5 punts)* El mix de comunicació de màrqueting està compost per la publicitat, la promoció de vendes, les relacions públiques, la venda personal i el màrqueting directe. Descriviu primer cada un d'aquests conceptes. Fes recerca sobre les accions de comunicació que fa Mahou i, proposa una possible acció de Mahou San Miguel per a cada un d'ells.
- (2 punts)*. Durant el 2017 MAHOU S.A. va destinar més de 17 milions d'euros a la innovació i van llançar vuit nous productes al mercat, creant noves fórmules de cervesa. Durant l'any 2018 vol continuar invertint en nous projectes per consolidar la marca com a líder del mercat a Espanya.

Imaginem que la companyia està valorant incorporant un nou deu d'aigües amb la seva corresponent planta d'envasats. Disposa de dues opcions, una a Galicia i altra a Cantabria. El departament d'expansió ha realitzat ja les primeres estimacions i són les següents:

Projecte Galicia

La companyia ha de realitzar una inversió inicial de 700.000 € en accessibilitat i adequació de l'entorn del manantial, 300.000 € en ampliació d'infraestructures per incorporar nova tecnologia a la planta d'envasat. A més incorpora una despesa inicial de 100.000 en publicitat per donar impuls a la nova marca que s'associarà amb el deu. Addicionalment haurà de dur a terme una inversió continuada i anual durant els 3 primers anys de 100.000 euros associats al llançament de la marca.

Un cop el projecte estigui en marxa s'estimen uns ingressos esperats de:

Primer any: 1.200.000 euros
Segon any: 1.600.000 euros
Tercer any: 2.000.000 euros.

Els costos estimats per a aquests mateixos períodes són els següents:

Primer any: 1.000.000 euros
Segon any: 1.200.000 euros
Tercer any: 1.500.000 euros

Projecte Cantabria

La companyia ha de realitzar una inversió inicial molt menor ja que el deu es troba en bones condicions d'accessibilitat i explotació i la planta d'envasat incorpora tecnologia punta. El que sí que haurà d'incórrer es en els 100.000 euros de publicitat en el moment inicial per donar impuls a la nova marca associada al deu.

Un cop el projecte estigui en marxa s'estimen uns ingressos esperats de:

Primer any: 2,500.000 euros
Segon any: 2.750.000 euros
Tercer any: 3.500.000 euros.

Els costos estimats per a aquests mateixos períodes són els següents:

Primer any: 2.000.000 euros
Segon any: 2.200.000 euros
Tercer any: 2.700.000 euros

a) Planteja l'equació del VAN i calcula el valor actual net (VAN) d'ambdós projectes calculant un interès de referència del 8% per a totes dues opcions. D'acord amb el resultat obtingut i l'essència del VAN com a mètode de valoració d'inversions, portaries a terme algun d'aquests dos projectes?

b) Analitza el resultat obtingut en l'apartat anterior i indica quines variables ajudarien a millorar la viabilitat d'ambdós projectes.

c) Planteja l'equació de la TIR i Calcula la taxa interna de rendibilitat d'ambdós projectes. Interpreta el resultat obtingut.

d) És possible en aquest cas calcular el payback de tots dos projectes? Justifica la teva resposta i analitza la idoneïtat d'aquest sistema de valoració d'inversions.

PAC4. LES DECISIONS DE MÀRQUETING I FINANCERES

6. (2 punts). A continuació es presenta el Balanç abreujat de MAHOU S.A. extret de la memòria corporativa de l'any 2016.

ACTIU		PATRIMONI NET I PASSIU	
Actiu No Corrent	1.048.647.132	Patrimoni Net	1.275.743.291
Immobilitzat Intangible	172.581.145	Capital Social	14.028.253
Immobilitzat Material	456.695.750	Reserves	1.091.365.573
Inversions Immobiliàries	35.517.245	Resultat exercici	134.709.470
Inversions empreses del grup i associades	135.199.354	Altres partides del PN (*)	35.639.995
Inversions financeres a llarg termini	170.729.140	Passiu No Corrent	92.894.008
Actiu Corrent	548.908.970	Provisions a llarg termini	25.218.451
Existències	72.687.262	Deutes a llarg termini	56.434.078
Deutors comercials i altres comptes a cobrar	187.720.328		
Inversions en empreses del grup	867	Passiu Corrent	228.918.803
Inversions financeres a curt termini	30.651.267	Deutes a curt termini	21.176.855
Periodificacions a curt termini	15.410.978	Acreedors comercials i altres comptes a pagar	207.715.054
Bancs i caixa	242.438.268	Periodificacions a curt termini	26.894
TOTAL ACTIU	1.597.556.102	TOTAL PASSIU + P. NET	1.597.556.102

(*) Hem aglutinat la resta de conceptes per a simplificar la interpretació.

Enllaç per fer les consultes necessàries amb la memòria corporativa 2016: <http://www.mahou-sanmiguel.com/es-es/documentos/msm2016-esp.pdf>

a) Què representa un balanç? El balanç apareix agrupat per masses patrimonials. Indica què representen cadascuna d'elles.

b) A partir del balanç adjunt:

- Identifica element o elements que denoten que es tracta d'una empresa industrial (i no de serveis).
- Analitza la partida de l'actiu intangible. Què significa? Què pot representar en el cas de Mahou S.A.
- Identifica que no es tracta d'una empresa de recent constitució i que aposta per l'autofinançament.
- Determina quina és la seva fons principal de finançament a curt termini. Creus que aporta qualitat d'endeutament aquesta tipologia de finançament?

c) A partir d'aquest balanç de l'any 2016 de Mahou S.A. Podem dir que l'empresa es troba en equilibri financer? Justifica la resposta.



7. (1 punts). Imaginem que l'empresa MAHOU S.A. està planificant l'adquisició d'una important empresa cerveçera a Xile que li permetria adquirir una important quota de mercat a tota Amèrica del Sud. El valor de la inversió superaria els 200 milions d'euros, motiu pel que la companyia es planteja explorar noves vies de finançament. Les dues vies de finançament a analitzar són, per una banda cercar un "business angel" i per un altra accedir al MAB (Mercat Alternatiu Bursàtil). Què opines? Són totes dues opcions vàlides pel cas de l'empresa MAHOU S.A.?