La empresa extremeña que fabrica las kombuchas amplía capital y prepara su expansión internacional

Tienen sede en Fregenal de la Sierra y llevan cinco años produciendo la bebida saludable que consume, también, la Reina Letizia
Arturo Ch. Pecero. (22-marzo-2022)

La empresa extremeña que f**abrica las kombuchas con sede en Fregenal de la Sierra, 'Komvida',** continúa su crecimiento con la ampliación de capital y prepara su **expansión internacional tras liderar en España** donde acapara el 70% de la cuota de mercado tanto en ventas a través de internet como en tiendas y restaurantes especializados.

El fondo francés de inversiones en pequeñas y medias empresas Capza, creado en el año 2004 y con 6.100 millones de euros en activos, se suma así al capital de la empresa extremeña con el objetivo de encauzar la expansión internacional y convertir a la marca extremeña en la líder del sector también fuera de España en los próximos años según la información a la que ha tenido acceso canalextremadura.es.

La incorporación de este capital se destinará a la adquisición de recursos que permita a 'Komvida', la empresa extremeña, ampliar la carta de productos que producen con el propósito, además, de maximizar la calidad y la innovación en la producción de las bebidas saludables que ya triunfan en España.
Nuria Morales y Beatriz Magro, las socias y emprendedoras que fundaron 'Komvida' en un desván de Fregenal de la Sierra, subrayan que esta operación empresarial permitirá también crear nuevas oportunidades laborales en la región al incrementar la capacidad de producción o la variedad de productos.

¿Qué es la kombucha?

La kombucha es una bebida de tradición milenaria que se asocia a los samuráis y cuyo proceso de elaboración se basa en la fermentación del té verde con azúcar en el que intervienen también algunas bacterias y levaduras tal y como detalla la propia marca en la web.

El conocido popularmente como 'refresco saludable' tiene burbujas naturales producidas por el proceso de fermentación de la levadura, el azúcar y la bacteria protagonista del proceso de creación al que se le añade el sabor final del producto, que en el caso de la empresa extremeña abarca desde los frutos rojos hasta el sabor a mojito sin alcohol.

El catálogo de kombuchas se completa además con otros sabores como el de cerveza, al que han llamado 'komvirra', o el más reciente, de café, la última especialidad de la firma que ya se comercializa recomendada para las personas que necesitan cafeína por las mañanas para comenzar la jornada.

Las fabricantes de esta bebida defiende que se trata de un producto probiótico que aporta microorganismos beneficiosos para el intestino y al que tanto Nuria como Beatriz llaman "bichitos buenos".

También, inciden, ayuda a mejorar la digestión y a repoblar la flora intestinal al tiempo que refuerza el sistema inmunológico.

De Fregenal de la Sierra a todo el mundo

La idea que surgió en Fregenal de la Sierra ahora se encamina a dar el salto internacional al resto del mundo con este movimiento empresarial que permitirá ampliar su catálogo de productos y su capacidad de producción. La empresa fundada por Beatriz y Nuria nace en el año 2017 y apenas cuatro años después, en 2021, ya abría su primera tienda física en pleno barrio de Salamanca en Madrid.

Ese espacio se convertía así en la primera tienda dedicada en exclusiva a la venta de este producto saludable en Europa, un paso importante para su expansión nacional y para dar a conocer el producto que ha triunfado también entre diferentes famosos del país.

Preguntas sobre el texto:

1. **¿Qué tipo de crecimiento utiliza Komvida? ¿En qué consiste? ¿Qué nuevos tipos de productos está lanzando? Ponga ejemplos.**

2. **¿En qué etapa del Ciclo de Vida del Producto, se encuentra la kombucha? ¿Qué sucede normalmente en esta etapa?**

3. **¿Qué canales de distribución recomendarías para comercializar Komvida?**

ECONOMÍA

1º.- Al producirse un aumento del precio de un bien sustitutivo del bien X, la demanda de mercado del bien X:

a) se desplaza hacia la izquierda
b) se desplaza hacia la derecha
c) no se desplaza
d) gira sobre su punto medio

2º.- Si en el mercado de un bien se establece un precio máximo efectivo, el precio de este bien:

a) bajará
b) se mantendrá estable
c) subirá
d) no puede se puede predecir si subirá, bajará o se mantendrá estable.

3º. En relación con los tipos de mercados de bienes y servicios señale cuál de las siguientes afirmaciones es falsa.

a) En competencia monopolística el producto que venden las empresas está diferenciado mientras que en competencia perfecta el producto es homogéneo.
b) En un monopolio hay un solo vendedor mientras que en competencia monopolística hay muchos vendedores.
c) Tanto en competencia perfecta como en oligopolio participan un número reducido de grandes empresas.
d) Una empresa en un mercado de competencia perfecta se enfrenta a una curva de demanda individual horizontal al nivel del precio de mercado.

4º.- Suponga que la economía de un país se caracteriza por los siguientes datos:

Conceptos	Millones de u.m.
Consumo Privado	3.250
Exportaciones	475
Inversión Privada	1.200
Importaciones	350
Gasto Público	170

a) El PIB asciende a 5.445 millones de u.m.
b) El PIB es la suma de todos esos conceptos.
c) El PIB alcanza el valor de 4.745 millones de u.m.
d) El PIB es la suma del Consumo Privado más la Inversión Privada más las Exportaciones.

5º.- La renta nacional de un país ha crecido el 2 por ciento el último año y la población se ha mantenido constante. ¿Cuál ha sido la tasa de variación de la renta por habitante de ese país?

a) Ha sido nula dado que la población no ha variado.
b) No se puede calcular sin conocer el valor absoluto de la renta nacional en cada uno de los años.
c) Ha sido de un 2 por ciento de aumento.
d) Ha caído un 2 por ciento.

6º.- Si la tasa de desempleo de una economía es del 14 por ciento, eso significa que:

a) de cada 100 personas con edad menor o igual de 65 años 14 no tienen empleo.
b) de cada 100 personas de 16 o más años 14 no tienen empleo.
c) de cada 100 personas activas 14 no tienen empleo.
d) de cada 100 personas ocupadas 14 van a perder su empleo.

EJERCICIO

1.- Las entradas de un concierto de música cuestan 30 euros y, a ese precio suelen asistir 5.000 personas. El empresario que organiza el concierto quiere aumentar los ingresos y para ello decide modificar el precio de la entrada. Si la elasticidad precio de la demanda de este tipo de espectáculos suele ser superior a la unidad (demanda elástica al precio), ¿debería subir o bajar el precio. Explica tu respuesta y compruébalo para un cambio del precio del 20 por ciento y un valor de la elasticidad precio de la demanda de 1,5.

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

1. Coste indirecto es aquel:
   a. Que se refiere al valor de los ingresos que se dejan de percibir cuando se rechaza una opción para elegir otra.
   b. Que afecta al proceso productivo en general o que es común a diversos productos.
   c. Asociado directamente a la producción y que se pueden asignar concretamente a cada producto.
   d. Es el coste de la última unidad producida.

2. El coste de mantenimiento hace referencia a:
   a. Son los costes que tiene la empresa por mantener un volumen de existencias concreto en sus almacenes.
   b. El incremento del coste total cuando aumenta la producción en una unidad.
   c. Los costes de preparación y emisión que se generan al realizar un pedido.
   d. El coste que se produce cuando no hay existencias para satisfacer la demanda o continuar con el proceso productivo.

3. La productividad total es la relación entre:
   a. Cantidad total de producto y número de unidades de trabajo utilizadas**.**
   b. Cantidad total de producto y número de unidades de máquina utilizadas.
   c. Valor de la producción total y coste total de todos los factores utilizados.
   d. Valor de la producción total y coste total de los principales factores utilizados.

4. Si en un país se incentiva la actividad económica vía reducciones impositivas, esto forma parte de:
   a. Del entorno específico de la empresa**.**
   b. Del entorno general de la empresa.
   c. De la situación propia de cada empresa.
   d. De las fuerzas competitivas del sector donde opere la empresa.

5. Cuando una empresa intenta introducir sus productos en nuevas áreas geográficas, está siguiendo una estrategia de:
   a. Desarrollo de mercado.
   b. Desarrollo de producto.
   c. Profundización.
   d. Diversificación.

6. Las funciones internas de la empresa son:
   a.- Producción, recursos humanos, financiera y administración.
   b.- Producción, comercial, recursos humanos y financiera.
   c.- Producción, recursos humanos, financiera e I+D.
   d.- Producción, comercial, finanzas y contabilidad.

7. En el modelo de gestión de Wilson:
   a. Cuanto mayor sea el tamaño del lote menor será el tiempo entre pedidos.
   b. El tamaño del lote disminuye al hacerlo el coste de emisión de cada pedido.
   c. El número de pedidos aumenta al aumentar el tamaño del lote.
   d. El tamaño del lote aumenta al disminuir el coste de mantenimiento del inventario.

8. El capital mínimo para constituir una empresa es de:
   a. 60.000€ si adopta la forma de sociedad anónima.
   b. 3.000€ si adopta la forma de sociedad de responsabilidad limitada.
   c. 1€ si adopta la forma de sociedad anónima laboral.
   d. 500€ si adopta la forma de empresa individual.

9. El subsistema comercial de la empresa tiene como cometido:
   a. Producir los bienes y servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes.
   b. Rentabilizar los recursos de la empresa buscando las mejores inversiones.
   c. Optimizar los procesos de obtención de los bienes y servicios que la empresa comercializa.
   d. Detectar las necesidades de los consumidores para satisfacerlas con bienes y servicios.

10. La estructura organizativa matricial:
   a. Combina la departamentalización por funciones y por proyectos.
   b. Se basa en el principio organizativo de unidad de mando.
   c. Combina una estructura central jerárquica con el apoyo de departamentos de asesoramiento.
   d. Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

PROBLEMA

El servicio de farmacia del "Hospital Buena Salud" quiere optimizar la gestión de inventarios de los productos hemoderivados. Actualmente, el consumo anual estimado es de 360.000 bolsas de sangre, que son compradas al Centro de Hemodonación de la región a un precio de 1€ por bolsa. El sistema que se ha venido aplicando es hacer un pedido semanal de cuantía constante, salvo las dos primeras semanas de agosto que, por el bajo volumen de actividad, no se realizan pedidos.

Sabiendo que la preparación y realización de cada pedido tiene un coste de 100€, que el coste anual de mantenimiento del inventario es de 0,72€ por bolsa de sangre, se quiere determinar si es o no adecuada la decisión de aprovisionamiento semanal. Para ello:

1) Calcule la cantidad óptima de pedido aplicando el modelo de Wilson. Con dicha cuantía:
   a. Halle el coste total anual de almacenamiento.
   b. Determine el número de pedidos que realiza en un año.
   c. ¿Cuántos días laborables transcurren entre la recepción de dos pedidos consecutivos? Considere que el año tiene 360 días.
   d. Calcule el punto de pedido sabiendo que el tiempo de suministro que ofrece el proveedor es de 4 días.
   e. Coste total anual de anual de realización de pedidos.
   f. Si el tiempo de suministro del proveedor se reduce a 2 días y la empresa decide mantener un stock de seguridad de 500 unidades para protegerse ante variaciones en la demanda, determine el nuevo punto de pedido.
2) Determine el coste total anual de gestión de inventarios (incluyendo el coste de adquisición) y compárelo con el coste total que se soportaba con el sistema de pedido que se venía aplicando. ¿Qué opción recomendaría utilizar

6