



Nom _____

Anota bé les fórmules i les unitats en que expresses els resultats

L'examen està format per dos apartats:

(A) QUATRE PREGUNTES MOLT CURTES → valor 2/10 de la nota

(B) DOS PLANTEJAMENTS PRÀCTICS AMB VUIT PREGUNTES EN TOTAL → Valor 8/10

**APARTAT (A)
PREGUNTES DE TEORIA RAS I CURT**

1.- Enumera les quatre etapes del cicle de vida d'un producte. I relaciona-les gràficament amb el resultat de l'empresa.

2.- Quin és el motiu pel qual hi han diversos mètodes per calcular el valor de les existències finals? Per què hi ha un important mètode estudiat que el legislador el contempla com no legal?

3.- Què és el pla de màrqueting? En quins apartats es divideix.

4.- Què s'entén per canal de distribució? I què per distribució?

APARTAT (B) PREGUNTES PRÀCTIQUES

EXERCICI 1.- Llidir de rendibilitat ó punt mort. Llidir de producció. Marges. I representació gràfica. En Fidel vol col·laborar gratuïtament amb la **ONG Europa per Un Àpat (EUA)**, i per aquest motiu li han encarregat que faci uns càlculs. La ONG decideix llençar un disc DVD amb la finalitat de recaptar fons pels nens mal alimentats de Catalunya, i en Fidel s'ha informat del següent: els grups locals més coneguts decideixen participar gratuïtament, els costos de gravació pugen a 450 € que cobra l'enginyer de so, més 1.665 € pel lloguer de l'estudi. Per altra banda, cada DVD costa 0'80 € al que cal afegir 1'80 € per l'estampació. Per últim, l'empresa de disseny gràfic cobra 300 € pel disseny de la portada més 0'40 € per imprimir cada caràtula. Si el preu de venda és 11 € es demana:

1. Quants DVD haurà de vendre l'ONG per cobrir els costos? Quants ingressos i quantes despeses representaria?
2. Suposant que llencin al mercat 2.000 DVD. Quin resultat a **EUA** podria aconseguir?
3. Si l'ONG decidís comprar a 9 € els DVD's ja fets per una altra empresa (per després vendre'ls) en comptes de llençar-los al mercat fabricant-los ella, calcula a partir de quina quantitat de DVD li sortiria més a bon preu produir-los que comprar-los. Quants ingressos per vendes tindria l'ONG en aquest cas. **I respon si tindria beneficis o pèrdues.**

4. Amb un volum de negoci (vendes) de 3.000 DVD, calcula el marge sobre venda i marge de benefici (ó comercial) amb que estaria treballant l'empresa en tots dos casos que es plantegen: en cas de produir-los EUA i en cas de comprar-los ja fets. Compara els resultats dels marges sobre benefici.
5. En el cas que EUA fabriqués els DVD, representa **gràficament** —no cal que facis una taula de coordenades cartesianes— i digues què li passaria a la recta de costos si els grups locals volessin cobrar per la seva feina 6.000 €? Explica-ho. Calcula a partir de quin nombre d'unitats venudes **EUA** començaria a obtenir beneficis? Quina quantitat d'ingressos i costos representaria aquesta quantitat venuda? Compara **gràficament** aquest últim resultat amb el que et va donar a l'apartat (a).

EXERCICI 2.- Valoració d'Existències. A l'empresa DISTRIBUCIÓ PILOT S.A. s'importen a l'engròs bolígrafs procedents de Tokio (Japó) per tal de vendre'ls a llibreries. Ens trobem amb la fitxa de magatzem que figura en els fulls següents. Cal respondre a les preguntes següents:

6.- Quin és el valor de les mercaderies finals per a cada mètode?

| | IMPORT TOTAL |
|------|--------------|
| PMP | |
| FIFO | |
| LIFO | |

7.- Quin mètode fa que el valor de les mercaderies sigui més alt. **I per què?** I respon, quantes unitats físiques finals hi ha al magatzem per cada mètode?

8.- Quin valor tenen les mercaderies que surten del magatzem el dia 13/11/2015 pel mètode FIFO i pel mètode LIFO? I respon si aquestes mercaderies estan valorades a preu de cost o de venda? I digues per què ho creus així?

VALORACIÓ DE LES EXISTÈNCIES PEL MÈTODE PMP

| DATA | | | ENTRADES/COMPRES | | | SORTIDES/CONSUM | | | EXISTÈNCIES | | | |
|------|-----|------|------------------|------|-------|-----------------|------|-------|-------------|------|----------|-------|
| Dia | Mes | Any | Quantitat | Preu | Valor | Quantitat | Preu | Valor | Quantitat | Preu | SUBTOTAL | VALOR |
| 01 | 01 | 2015 | | | | | | | 250 | 2,00 | | |
| 20 | 02 | 2015 | 2.620 | 1,95 | | | | | | | | |
| 05 | 04 | 2015 | 1.357 | 1,45 | | | | | | | | |
| 08 | 07 | 2015 | 1.049 | 0,95 | | | | | | | | |
| 29 | 10 | 2015 | | | | 2.620 | | | | | | |
| 13 | 11 | 2015 | | | | 1.357 | | | | | | |

VALORACIÓ DE LES EXISTÈNCIES PEL MÈTODE FIFO

| DATA | | | ENTRADES/COMPRES | | | SORTIDES/CONSUM | | | | EXISTÈNCIES | | | |
|------|-----|------|------------------|------|-------|-----------------|------|----------|-------|-------------|------|----------|-------|
| Dia | Mes | Any | Quantitat | Preu | Valor | Quantitat | Preu | Subtotal | Valor | Quantitat | Preu | SUBTOTAL | VALOR |
| 01 | 01 | 2015 | | | | | | | | 250 | 2,00 | | |
| 20 | 02 | 2015 | 2.620 | 1,95 | | | | | | | | | |
| 05 | 04 | 2015 | 1.357 | 1,45 | | | | | | | | | |
| 08 | 07 | 2015 | 1.049 | 0,95 | | | | | | | | | |
| 29 | 10 | 2015 | | | | 2.620 | | | | | | | |
| 13 | 11 | 2015 | | | | 1.357 | | | | | | | |

VALORACIÓ DE LES EXISTÈNCIES PEL MÈTODE LIFO

| DATA | | | ENTRADES/COMPRES | | | SORTIDES/CONSUM | | | | EXISTÈNCIES | | | |
|------|-----|------|------------------|------|-------|-----------------|------|----------|-------|-------------|------|----------|-------|
| Dia | Mes | Any | Quantitat | Preu | Valor | Quantitat | Preu | Subtotal | Valor | Quantitat | Preu | SUBTOTAL | VALOR |
| 01 | 01 | 2015 | | | | | | | | 250 | 2,00 | | |
| 20 | 02 | 2015 | 2.620 | 1,95 | | | | | | | | | |
| 05 | 04 | 2015 | 1.357 | 1,45 | | | | | | | | | |
| 08 | 07 | 2015 | 1.049 | 0,95 | | | | | | | | | |
| 29 | 10 | 2015 | | | | 2.620 | | | | | | | |
| 13 | 11 | 2015 | | | | 1.357 | | | | | | | |