

Nom _____

L'examen està format per dos apartats:

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

(B) TRES PLANTEJAMENTS PRÀCTICS AMB NOU PREGUNTES EN TOTAL → Valor 8/10

APARTAT (A) PREGUNTES DE TEORIA

1.- Què és el màrqueting?

El màrqueting és el conjunt d'activitats que desenvolupa una empresa encaminades a satisfer les necessitats i els desitjos del consumidor o client per tal d'aconseguir un benefici.

2.- Què és una marca des del punt de vista del màrqueting?

La marca comercial és un instrument comercial, que permet identificar el producte amb el fabricant, influent, de forma clara, sobre la percepció del producte i la seva posició en el mercat.

3.- Què s'entén per promoció d'un producte?

La promoció del producte és el conjunt de tècniques de màrqueting que desenvolupa una empresa i que tenen com a finalitat comunicar les característiques del producte i resaltar-ne els seus atributs per potenciar en els clients el desig de consumir-lo i alhora mantenir els clients habituals.

4.- Què s'entén per distribució?

La distribució és la funció de l'empresa i conjunt d'activitats que realitza per a traslladar un producte a mans del client ó consumidor en la quantitat i el moment que aquest desitgi.

APARTAT (B) PREGUNTES PRÀCTIQUES

PRÀCTICA 1.- Llindar de Rendibilitat. En Joan ens demana si el podem ajudar a establir el llindar de rendibilitat (o punt mort) del celler que vol obrir a Alella, a partir de les dades següents [*anota bé en quines unitats estan definits els resultats*]:

- Despesa d'arranjament del local: 12.004 €/any
- Altres costos fixos anuals: 8.000 €/any
- Costos variables unitaris: 9 €/ampolla de vi
- Preu de venda unitari: 15 €/ampolla de vi

1. Calculeu el llindar de rendibilitat del negoci i interpreteu-ne el resultat obtingut.

$$CF = 12.004 + 8.000 = 20.004$$

$$R = I - CF - CV = pv \cdot q - CF - CV_u \cdot q ; CT = CF + CV$$

$$R = 15 \cdot q - 20.004 - 9 \cdot q \Rightarrow R = 0$$

$$0 = 15 \cdot q - 20.004 - 9 \cdot q$$

$$6 \cdot q = 20.004$$

$$q = \frac{20.004}{6} = \mathbf{3.334 \text{ Ampolles de vi}}$$

2. És possible assolir el llindar de rendibilitat si en Joan fa una estimació de vendes de 4.000 ampolles de vi? Calcula amb quins beneficis o amb quines pèrdues?

Sabem que el llindar de rendibilitat s'estableix en 3.334 u. < 4.000 u. el que implica que sense fer càlculs podem saber que obtindrà beneficis. Vegem-ne quants euros:

$$\begin{aligned} R &= 15 \cdot q - 20.004 - 9 \cdot q = 15 \cdot 4.000 - 20.004 - 9 \cdot 4.000 = \\ &= 15 \cdot 4.000 - 20.004 - 9 \cdot 4.000 = 60.000 - 20.004 - 36.000 = 3.996'00 \\ \mathbf{B} &= \mathbf{3.996'00 \text{ €}} \end{aligned}$$

3. A quin preu hauria de vendre les ampolles de vi, si amb una previsió de vendes de 4.000 unitats volés guanyar 6.000 €/any.

$$\begin{aligned} R &= pv \cdot q - CF - CV_u \cdot q \\ 6.000 &= pv \cdot 4.000 - 20.004 - 9 \cdot 4.000 \\ 6.000 &= pv \cdot 4.000 - 20.004 - 36.000 \\ 6.000 &= pv \cdot 4.000 - 56.004 \\ 62.004 &= pv \cdot 4.000 \\ pv &= \frac{62.004}{4.000} = \mathbf{15'50 \text{ €/ampolla de vi.}} \end{aligned}$$

4.- Amb el preu de venda i amb la previsió de vendes de l'apartat anterior, calcula el marge sobre benefici i el marge sobre vendes. Nota: recorda que hi han costos fixos.

Marge sobre benefici:

$$\begin{aligned} \text{Preu de Venda} &= \text{Preu Cost} + \text{Marge sobre Benefici} \\ pv &= CT_u + \text{Marge} \cdot CT_u \\ CT_u &= \frac{CF + CV}{q} = \frac{20.004 + 9 \cdot 4.000}{4.000} = 5'001 + 9 = 14'001 \text{ €/unitat} \\ pv &= CT_u + \text{Marge} \cdot CT_u \\ pv = CT_u + \text{Marge} \cdot CT_u &\Rightarrow 15'50 = 14'001 + \text{Marge} \cdot 14'001 \\ 15'50 - 14'001 &= \text{Marge} \cdot 14'001 \\ 15'50 - 14'001 &= \text{Marge} \cdot 14'001 \\ 1'499 &= \text{Marge} \cdot 14'001 \\ \text{Marge} &= \frac{1'499}{14'001} = 0'10706 \cdot 100 = 10'70\% \text{ marge sobre benefici} \end{aligned}$$

Marge sobre vendes:

$$\frac{\text{Ingressos}}{\text{Costos Totals}} = \frac{15'50 \cdot 4.000}{20.004 + 9 \cdot 4.000} = \frac{62.000}{20.004 + 36.000} =$$

$$= \frac{62.000}{56.004} = 1'1070 \cdot 100 = \mathbf{110'70\%} = \mathbf{100\% + 10'70\%}$$

PRÀCTICA 2.- Anàlisi DAFO. En Joan vol obrir un celler a Alella on hi ha Denominació d'Origen, i on la seva família té unes vinyes abandonades en un sòl apte per a bones collites. Ens assegura que el mercat del vi està en creixement i cada cop és més valorat i reconegut, i que, tot i que ara mateix ell no té l'experiència ni els coneixements tècnics suficients, estudiarà el que faci falta. En Joan també ens explica que ha detectat que cada cop hi ha més cellers familiars que reprenen la producció de vi de qualitat com el seu, a un preu molt competitiu, però sense gaire marge sobre beneficis. Ell ho podrà fer gràcies als recursos econòmics que li ha proporcionat una herència inesperada, malgrat que el sector en general li és difícil accedir a recursos financers aliens (crèdits bancaris). En Joan ens assegura que sobre xarxes socials a través d'Internet sí que en ten, i a través d'elles pot donar conèixer el seu producte. Per fer-lo arribar als seus clients faria servir empreses de transport de paqueteria.

5.- A partir de l'explicació que ens fa en Joan sobre el seu projecte empresarial, presenteu una matriu DAFO amb els elements principals exposats en el text. Ha de quedar ben clars, quins són els factors interns i externs de la matriu DAFO.

[juny 2014]

FACTORS INTERNS	Fortaleses	Debilitats
	Disponibilitat de vinyes en sol apte per bones collites. Disponibilitat de recursos econòmics	Poca experiència. Coneixements tècnics insuficients
FACTORS EXTERNS	Oportunitats	Amenaces
	Mercat en creixement Mercat valorat i conegut	Cada cop hi han més cellers familiars. Difícil accés a recursos financers aliens.

6.- En tot el que ens ha explicat en Joan, quins són els elements del **màrqueting mix** o **màrqueting total** que trobes.

Producte: Ampolles de vi de bona qualitat.
 Preu: Molt competitiu, sense gaire marge sobre beneficis.
 Promoció: A través d'Internet.
 Distribució: Per mitjà d'empreses de paqueteria.

PRÀCTICA 3.- 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:

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

	IMPORT TOTAL
PMP	3.142,86
FIFO	3.599,60
LIFO	2.754,75

8.- 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?

El mètode que dóna més valor a les mercaderies és el sistema FIFO perquè l'empresa compra a una economia inflacionista. El valor de les mercaderies cada cop és més car. El número d'unitats físiques finals és de 1.994 unitats. Evidentment, la mateixa a qualsevol mètode.

9.- Quin valor tenen les mercaderies que surten del magatzem el dia 13/11/2015 pel mètode FIFO? I respon si aquestes mercaderies estan valorades a preu de cost o de venda?

El valor de les mercaderies és de 2.117'90 €. Valorades a preu de cost, ó sense marge comercial.

VALORACIÓ DE LES EXISTÈNCIES PEL MÈTODE PMP

DATA			CONCEPTE	ENTRADES/COMPRES			SORTIDES/CONSUM			EXISTÈNCIES				
Dia	Mes	Any	Proveï/client	Quantitat	Preu	Valor	Quantitat	Preu	Valor	Quantitat	Preu	SUBTOTAL	VALOR	
01	01	2015	Exist. Inicials							945	1,25	1.181,25	1.181,25	
20	02	2015		2.620	1,50	3.930,00				3.565	1,43	5.111,25	5.111,25	
05	04	2015		1.357	1,70	2.306,90				4.922	1,51	7.418,15	7.418,15	
08	07	2015		1.049	1,90	1.993,10				5.971	1,58	9.411,25	9.411,25	
29	10	2015					2.620		1,58	4.129,54	3.351	1,58	5.281,71	5.281,71
13	11	2015					1.357		1,58	2.138,85	1.994	1,58	3.142,86	3.142,86

En carbassa estan les dades de l'enunciat
I els números blau són les solucions.

Al mètode PMP el cost unitari de les existències canvia de valor quan entren mercaderies a un altre preu de cost que el que hi havia a existències prèviament.

$$1.- \frac{(945 \cdot 1'25) + (2.620 \cdot 1'50)}{(945 + 2.620)} = \frac{1.181'25 + 3.930}{3.565} = \frac{5.111'25}{3.565} = 1'4337$$

$$2.- \frac{(3.565 \cdot 1'43) + (1.357 \cdot 1'70)}{(3.565 + 1.357)} = \frac{5.097'95 + 2.306'90}{4.922} = \frac{7.404'85}{4.922} = 1'5044$$

$$3.- \frac{(4.922 \cdot 1'50) + (1.049 \cdot 1'90)}{(4.922 + 1.049)} = \frac{7.383 + 1.993'10}{5.971} = \frac{9.376'10}{5.971} = 1'5702$$

L'Error dels imports en les valoracions és degut al nombre de decimals que es facin servir en els càlculs. Mentre més decimals més exactitud en els càlculs.

