



Se deberá subir al aula un único fichero en formato pdf. El nombre del fichero con la solución debe ser de la siguiente forma: Apellidos_Nombre. **TIEMPO: 1,5 Hora**

1 Franquicia 100 arepitas (CVB y toma de decisiones) (4 puntos)

Nuestra empresa franquiciada del sector de restauración presenta los siguientes datos relacionados con su actividad:

| 100 arepitas. Datos y previsiones basado en nuestros históricos | |
|--|--------------|
| Actividad e ingresos promedio | |
| Número de ticket diario: | 300 Ticket |
| Valor del ticket medio: | 6,0 €/ticket |
| Facturación anual: | 648.000 € |
| Nivel de actividad normal al año: | 345 Ticket |

Relacionado con esta actividad se presentan la siguiente relación de costes con sus anotaciones y explicaciones correspondientes.

| Costes e inversión asociados a la actividad | |
|---|-----------|
| La franquicia impone los precios de la carta y le debemos comprar toda la mercancía al precio fijado. Así la franquicia impone el coste variable de materia prima sobre ingresos del: | 35% |
| Por otro lado la franquicia establece en concepto de royalties o regalías un 7% sobre las ventas. | 7% |
| Otros datos - Inversión requerida por la franquicia - | |
| Acondicionamiento del local, equipamiento y canon de entrada: | 140.000 € |
| Otros costes anuales estimados de carácter fijo | |
| Costes salariales | 162.000 € |
| Alquiler anual local con terraza (120 m ² +80 m ²) | 24.000 € |
| Asesoramiento, suministros (agua, luz,..) y otros | 25.000 € |
| Campaña publicitaria. | |
| Coste de la campaña publicitaria: | 30.000 € |

Se pide

- Cálculo del coste de subactividad en caso de que se diera
- Calcular el punto muerto en ticket al año
- Se quiere afrontar una campaña publicitaria por valor de **30.000 €**. ¿En cuánto debería incrementarse el número de tickets para cubrir el coste de esta campaña?

2 Elección de proveedor de productos de limpieza (3 pts)

Hemos solicitado diversos presupuestos para el abastecimiento de químicos y productos de limpieza para nuestro hotel. En este caso el IGIC implica un mayor importe del coste de compras o adquisición. Las ofertas recibidas son las siguientes:

Oferta 1: Proveedor Atilano Hostelería

| Descripción | Cantidad | Pvp (sin IGIC) | Importe | IGIC | Dto |
|-----------------------|----------|----------------|----------------|-------|--------|
| Detergentes Multiusos | 300 ud | 5,0 €/ud | 1.500 € | 3,00% | 15,00% |
| Limpiezas de Baños | 200 ud | 9,0 €/ud | 1.800 € | 6,50% | 10,00% |
| Amoniacaes | 100 ud | 9,0 €/ud | 900 € | 8,00% | 5,00% |
| | | | 4.200 € | | |

Condiciones comerciales y financieras:

Dto. Pron.Pago 5,00%

Dto. Com.Volu 10,00%

Costes asociados

Transportes y aduanas (con IGIC incluid) **300,0 €**

Los costes asociados se reparten en funcion del nº de unidades

Oferta 2: Proveedor Hnos Glez

| Descripción | Cantidad | Precio | Total |
|---|----------|-----------|----------------|
| Detergentes Multiusos | 300 ud | 5,00 €/ud | 1.500,0 € |
| Limpiezas de Baños | 200 ud | 8,00 €/ud | 1.600,0 € |
| Amoniacaes | 100 ud | 8,50 €/ud | 850,0 € |
| Total oferta con todo incluido (impuestos y transporte) | | | 3.950 € |

Se pide...

1. Comparar los costes unitarios de cada producto según oferta.
2. Seleccionar la mejor propuesta (proveedor) y justificar su elección.

3 Vino Joven LIFO (3 ptos)

Como sumiller del Hotel Mar ***** queremos conocer el resultado y los márgenes obtenidos por nuestros vinos jóvenes y que, debido a las características propias del producto, es decir rápida pérdida de cualidades por el paso del tiempo (caducidad), el criterio de gestión de almacén y por tanto de valoración es el LIFO o UEPS.

Los movimientos registrados en el periodo son los siguientes, especial atención a las fechas de los movimientos de almacén.

Se pide

Valorar las existencias finales y estimar el margen bruto total, y margen sobre el coste, así como sobre ventas.

Movimientos de inventarios del periodo

| Fecha | Concepto | Cantidad | Precio Unit. |
|---------------------------------|-----------------|----------|--------------|
| 01-ene | Exist.Iniciales | 500 Bot | 10,00 €/Bot |
| Entradas o Compras | | | |
| 05-feb | Compras | 300 Bot | 15,00 €/Bot |
| 07-ago | Compras | 300 Bot | 10,00 €/Bot |
| Ventas (a Pvp según TPV) | | | |
| 02-abr | Ventas | 400 Bot | 20,00 €/Bot |
| 15-jun | Ventas | 150 Bot | 20,00 €/Bot |

Solución 100 arepitas (4 ptos)

A. Cálculo del coste de subactividad

| | |
|------------------------|----------|
| Nivel de subactividad | 13,0% |
| Coste de subactividad: | 27.522 € |

B. Pto muerto anual en ticket

| | |
|---|------------------------------|
| Ingresos | 6,0 €/ticket |
| Coste variable: 35% | 2,10 €/ticket |
| Margen de contribución: | 3,9 €/ticket |
| a. % Marg. Contrib./ Ingresos: | 65,0% |
| b. Costes fijos anuales: | 211.000 € |
| c. Royalties de la franquicia sobre ventas: | 7,0% |
| Pto Muerto anual del franquiciado b/(a-c): | 363.793,1 € 60.632 Ticket |

Comprobación

| | | |
|-----------------------|-------|-------------|
| Total Ingresos | | 363.793,1 € |
| % Mar. Contr.: | 65,0% | 236.465,5 € |
| Royaltie: | 7,0% | 25.465,5 € |
| - Costes Fijos: | | 211.000 € |
| Resultado del periodo | | 0,0 € |

C. Campaña publicitaria

| | |
|---|------------------------------|
| Inversión en la campaña: | 30.000 € |
| Marg. Contribuc. Unitario: | 3,9 €/ticket |
| Nº de tick necesarios para cubrir la inversión: | 7.692,3 Ticket 46.153,8 € |

Solución elección de proveedor de productos de limpieza (3 ptos)

Oferta 1

1. Coste de compra

Datos generales

| | Detergentes Multisusos | Limpiezas de Baños | Amoniacaes |
|--------------|------------------------|--------------------|------------|
| Cantidad | 300 ud | 200 ud | 100 ud |
| Importe Brut | 1.500,0 € | 1.800,0 € | 900,0 € |
| IVA-IGIC | 3,00% | 6,50% | 8,00% |

Descuentos

| | 15,00% | 10,00% | 5,00% |
|------------|------------|------------|----------|
| 1.- Lineal | 1.275,00 € | 1.620,00 € | 855,00 € |
| 2.- Comer | 127,50 € | 162,00 € | 85,50 € |
| 10,00% | 1.147,5 € | 1.458,0 € | 769,5 € |
| 3.- Financ | 57,38 € | 72,90 € | 38,48 € |
| 5,00% | 1.090,1 € | 1.385,1 € | 731,0 € |

IVA-IGIC de la operación

| | | | |
|----------------|------------------|------------------|----------------|
| Base impos | 1.090,1 € | 1.385,1 € | 731,0 € |
| Tipo aplica | 3,0% | 6,5% | 8,0% |
| GIC Soport | 32,7 € | 90,0 € | 58,5 € |
| Subtota | 1.122,8 € | 1.475,1 € | 789,5 € |

2. Costes Asociados (Suplidos)

Transportes y aduanas (con IGIC incluido)

| | | | |
|---------|---------|---------|--------|
| 300,0 € | 50% | 33% | 17% |
| | 150,0 € | 100,0 € | 50,0 € |

Coste total y unitario

| | | | |
|-----------------------|------------------|-----------|-----------|
| | 1.272,8 € | 1.575,1 € | 839,5 € |
| | 4,24 €/ud | 7,88 €/ud | 8,40 €/ud |
| Importe final: | 3.687,5 € | | |

| | | | |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| Oferta 2 | 5,00 €/ud | 8,00 €/ud | 8,50 €/ud |
| | Total | | 3.950 € |

Mejor oferta es Atilano Hosterleria

Solución Vino Joven LIFO (3 ptos)

| Solución Vino Joven | | | | | | |
|-----------------------------------|--|----------|---------|------------|----------------|---------|
| Ficha de Inventario - LIFO | | | | | | |
| Fecha | Concepto | Valor | | Inventario | | |
| | | Cantidad | Importe | Cantidad | Pre. Unit | Importe |
| 01-ene | Exist.Iniciales | 500 Bot | 5.000 € | 500 Bot | 10,00 €/Bot | 5.000 € |
| 05-feb | Compras | 300 Bot | 4.500 € | 500 Bot | 10,00 €/Bot | 5.000 € |
| | | | | 300 Bot | 15,00 €/Bot | 4.500 € |
| 02-abr | Ventas | 300 Bot | 4.500 € | 400 Bot | 10,00 €/Bot | 4.000 € |
| | | 100 Bot | 1.000 € | | | |
| 15-jun | Ventas | 150 Bot | 1.500 € | 250 Bot | 10,00 €/Bot | 2.500 € |
| 07-ago | Compras | 300 Bot | 3.000 € | 250 Bot | 10,00 €/Bot | 2.500 € |
| | | | | 300 Bot | 10,00 €/Bot | 3.000 € |
| Inventario Final o Exis. Finales | | | | | 550 Bot | 5.500 € |
| Análisis Resultados | | | | | | |
| | Ingresos Netos | | | | 11.000 € | |
| | Ventas al Coste (EI + Compr - Ex. Fin) | | | | <u>7.000 €</u> | |
| | = Margen Bruto: | | | | 4.000 € | |
| | Margen sobre el coste | | | | 57,1% | |
| | Margen sobre ventas o ingreso | | | | 36,4% | |