



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 | |
| <i>Actividad e ingresos promedio</i> | |
| 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 o 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 | 259.200 € |
| Alquiler anual local con terraza (120 m2+80 m2) | 24.000 € |
| Asesoramiento, suministros (agua, luz,..) y otros | 25.000 € |
| Campaña publicitaria. | |
| Coste de la campaña publicitaria: | 20.000 € |

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 **20.000 €**. ¿En cuanto debería incrementarse el número de tickets para cubrir el coste de esta campaña?

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

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 | 4,00 €/ud | 1.200,0 € | | |
| Limpiezas de Baños | 200 ud | 8,00 €/ud | 1.600,0 € | | |
| Amoniacaes | 100 ud | 6,00 €/ud | 600,0 € | | |
| Total oferta con todo incluido (impuestos y transporte) | | | 3.400 € | | |

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 | 25,00 €/Bot |
| 15-jun | Ventas | 150 Bot | 30,00 €/Bot |

Solución 100 arepitas (4 ptos)

| A. Cálculo del coste de subactividad | |
|---|------------------------------|
| Nivel de subactividad | 13,0% |
| Coste de subactividad: | 40.200 € |
| 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: | 308.200 € |
| c. Royalties de la franquicia sobre ventas: | 7,0% |
| Pto Muerto anual del franquiciado b/(a-c): | 531.379,3 € 88.563 Ticket |
| Comprobación | |
| Total Ingresos | 531.379,3 € |
| % Mar. Contr.: | 65,0% 345.396,6 € |
| Royaltie: | 7,0% 37.196,6 € |
| - Costes Fijos: | 308.200 € |
| Resultado del periodo | 0,0 € |
| C. Campaña publicitaria | |
| Inversión en la campaña: | 20.000 € |
| Marg. Contribuc. Unitario: | 3,9 €/ticket |
| Nº de tick necesarios para cubrir la inversión: | 5.128,2 Ticket 30.769,2 € |

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

| Oferta 1 | | | |
|--|-----------------------|--------------------|------------------|
| 1. Coste de compra | | | |
| Datos generales | | | |
| | Detergentes Multiusos | Limpiezas de Baños | Amoniacaes |
| Cantidad | 300 ud | 200 ud | 100 ud |
| Importe Bruto | 1.500,0 € | 1.800,0 € | 900,0 € |
| IVA-IGIC | 3,00% | 6,50% | 8,00% |
| Descuentos | | | |
| 1.- Lineal | 15,00% | 10,00% | 5,00% |
| | 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% |
| IGIC 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 | 4,00 €/ud | 8,00 €/ud | 6,00 €/ud |
| | Total | | 3.400 € |
| Mejor oferta HnoS González | | | |

Solución Vino Joven LIFO (3 pts)

| 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 | 14.500 € |
| Ventas al Coste (El + Compr - Ex. Fin) | <u>7.000 €</u> |
| = Margen Bruto: | 7.500 € |
| Margen sobre el coste | 107,1% |
| Margen sobre ventas o ingreso | 51,7% |