

1

L'empresa i la seva activitat comercial

SUMARI

1. L'empresa
2. L'organització empresarial
3. El mercat
4. El sistema de comercialització:
el màrqueting mix
5. La fixació del preu

PER AL CAS PRÀCTIC DE RECAPITULACIÓ

En aquesta unitat aprendràs a:

- Conèixer el concepte d'empresa i els seus objectius.
- Classificar les empreses segons diferents criteris.
- Definir l'organització de l'empresa a través d'organigrames.
- Diferenciar les funcions del departament comercial.
- Classificar els tipus de mercat i els productes que comercialitza l'empresa.
- Fixar el preu de venda d'un producte.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Suggeriments didàctics

L'objectiu principal d'aquesta unitat és comprendre el concepte d'empresa i la seva activitat comercial i determinar el preu de venda dels béns i els serveis que comercialitza.

Partint del concepte d'empresa i els seus objectius, classificaràs les empreses en funció de diferents criteris, se'n definirà l'organització mitjançant un organigrama, es diferenciarien les funcions del departament comercial i es classificaran els diferents tipus de mercats i productes que s'hi comercialitzen. També es donarà a conèixer el concepte de màrqueting mix mitjançant l'anàlisi de les seves quatre variables.

Posteriorment, determinarem el preu de venda dels béns i serveis que l'empresa comercialitza, analitzant els elements que componen aquest preu i el mètode que l'empresa vol utilitzar per fixar-lo.

Al llarg de la unitat es plantegen exemples i casos pràctics resolts per facilitar l'assimilació dels continguts per part de l'alumnat.

Per finalitzar la unitat, es proposen activitats classificades per epígrafs, que han estat acuradament seleccionades pel que fa a nivell i contingut, i activitats més pràctiques (resoltes totes en aquest solucionari) que serveixen per repassar els continguts estudiats amb anterioritat, detectar conceptes no assimilats correctament i corregir les possibles desviacions detectades en el procés d'ensenyament-aprenentatge. A més, s'inclou un cas pràctic de recapitulació (resolt també en aquest solucionari) que engloba tots els continguts estudiats a la unitat, i, per acabar, es facilita una avaluació amb activitats tipus test.

Per treballar els continguts es recomana recórrer a exemples reals perquè l'alumnat identifiqui el que realitzen en tot moment amb l'activitat empresarial.

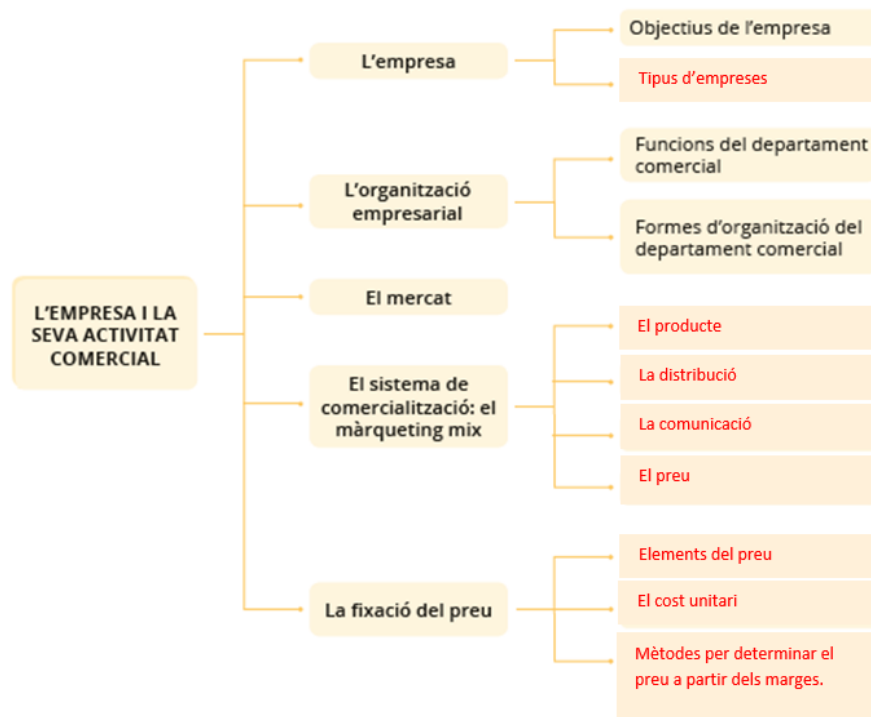
A continuació, es mostra una taula resum amb tots els recursos per a aquesta unitat:

Recursos de la Unitat 1
ADVANTAGE: – Projecte curricular i programacions d'aula. – Presentacions multimèdia. – Solucionari. – Recursos digitals.
Mathew: https://app.mathew.ai
BLINK: – Unitat digital.



Resumeix

Copia i completa l'esquema següent al teu quadern.



Resol

L'empresa

1.. Investiga amb l'ajuda d'Internet quines són la missió, la visió i els valors del GRUPO TEIDE-HEASE. CENTROS DE FORMACIÓN.

Missió

Són una entitat formativa d'iniciativa privada dedicada, de manera especial, a la Formació Professional en els seus dos subsistemes:

- Formació inicial reglada.
- Formació per a l'ocupació.

El servei fonamental del grup se centra en la formació integral i actualitzada de la persona pel que fa a l'especialització del professional, que es combina amb la polivalència per exercir funcions o tasques diverses per oferir perspectives reals per a l'accés al mercat laboral.

GRUP TEIDE considera la formació no com una finalitat en si mateixa, sinó com un pont i una eina per a la integració i el desenvolupament de l'individu en totes les seves dimensions (personal, social i professional).

S'entén que la formació, tot i ser un dret, té un cost; per això i per tal de posar aquest servei fonamental a l'abast de tothom, els centres mantenen concerts i convenis amb totes les administracions i els organismes que proporcionen fons que garanteixin l'accés a l'educació.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Visió

La meta del GRUP TEIDE-HEASE és, gràcies a l'excel·lència en la prestació del servei educatiu, ser el punt de referència en la formació dels professionals que l'empresa necessiti en cada moment. Per això, es promouen dues línies de treball:

- Innovació i millora contínua dels processos d'aprenentatge per als formadors i els estudiants.
- Compromís de per vida amb la carrera professional dels alumnes oferint-los la formació contínua que necessitin per assolir l'èxit professional.

Valors

El GRUP TEIDE-HEASE manifesta el seu respecte pels principis bàsics que la Constitució espanyola i la legislació educativa consideren que han de regir l'activitat formativa en un marc de llibertat, tolerància i respecte.

Això no obstant, per la conveniència de concretar aquests principis generals, els centres del grup estableixen les prioritats següents que defineixen els seus senyals d'identitat:

1. Vigència de valors bàsics per a la formació integral de la persona: responsabilitat, esforç, constància i respecte als altres.
2. Visió de l'educació com a activitat encaminada a formar l'individu per integrar-lo a la societat; s'aspira a estimular actituds de tolerància, participació i solidaritat que facilitin una convivència ordenada basada en l'acceptació de la pluralitat i la renúncia a qualsevol adoctrinament.
3. Ús d'una metodologia activa i innovadora que fomenti la inquietud pel saber i una actitud crítica i investigadora.
4. Necessitat d'orientar l'actuació pedagògica cap a l'assoliment d'aprenentatges significatius autònoms complementant els esquemes de coneixement que l'alumne posseeix.
5. Interrelació teoria-pràctica en els coneixements professionals, de manera que el salt del centre de formació a l'activitat laboral quedi minimitzat; per això, ofereixen el seu compromís en l'orientació professional i la recerca activa d'ocupació.
6. Especial atenció a la diversitat com a element de qualitat en la formació per assegurar la funcionalitat dels aprenentatges en dos sentits: desenvolupament de capacitats i adaptació al futur professional.
7. Aposta per la formació permanent i contínua de formadors i alumnes com a requisit imprescindible perquè l'exercici professional sigui actualitzat amb la consecució de l'excel·lència com a meta.
8. Comprensió que el dret/deure de l'educació correspon a la persona i a la família. GRUPO TEIDE considera la seva tasca com a col·laboració amb tots dos i defensa, per això, un clima escolar ordenat que ofereixi als seus alumnes pautes de conducta i seguretat en si mateixos per a la seva autorealització personal.
9. Ensenyament com un repte davant dels seus alumnes i el propi equip per a la seva formació com a persones per fer possible la seva incorporació a altres àrees de coneixement i perquè el seu perfil professional sigui adequat a les necessitats contínuament actualitzades del món laboral.



2· Classifica les següents empreses, segons els criteris estudiats a la unitat:

a) La botiga de sabons naturals SABOSANA, propietat de l'empresari autònom Joan López, amb tres empleats.

Sector terciari, empresa privada, microempresa, local, empresari individual (autònom).

b) La central lletera de GARROTXA, S. Coop., que compta amb 74 empleats i opera a Catalunya i Aragó.

Sector secundari, empresa privada, mitjana, regional, societat cooperativa.

c) El banc DDSX, SA, que té més de 190 000 empleats i opera en tots els continents.

Sector terciari, empresa privada, gran, multinacional, societat anònima.

d) La XARXA PÚBLICA ESTATAL DE FERROCARRIL, SA, que té 240 treballadors i opera arreu d'Espanya.

Sector terciari, empresa pública, mitjana, nacional, societat anònima.

e) El centre d'estudis RTS, SL, que té 48 empleats i opera a València i Múrcia.

Sector terciari, empresa privada, petita, regional, societat limitada.

f) La RAMADERIA DEL SOTELL, S. Coop., que compta amb 160 empleats i opera a Astúries i al País Basc.

Sector primari, empresa privada, mitjana, regional, societat cooperativa.

L'organització empresarial

3· Assenyala a quin departament corresponen les funcions següents:

a) Reclutament, selecció i formació dels venedors.

Comercial/Vendes.

b) Transformació de matèries primeres en productes acabats.

Producció.

c) Control de les comandes dels clients.

Comercial/Vendes.

d) Desenvolupament del servei postvenda.

Comercial/Atenció al client.

e) Control de les comandes emeses als proveïdors.

Comercial/Compres.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

f) Investigació de mercats.

Comercial/Màrqueting.

g) Gestió administrativa del personal.

Recursos Humans.

h) Gestió de la distribució comercial.

Comercial/Màrqueting.

i) Establiment dels objectius de venda.

Comercial/Vendes.

j) Cerca i selecció de proveïdors.

Comercial/Compres

k) Realització de cobraments i pagaments.

Financer.

l) Recepció i resolució de les queixes dels clients.

Comercial/Atenció al client.

El mercat

4· LA RAYUELTA és una empresa de venda i reparació de joguines que realitza la seva activitat arreu del territori nacional. Compta amb diverses botigues i també subministra els seus productes a través de la pàgina web. Indica en quins mercats l'empresa desenvolupa la seva activitat.

La RAYUELTA desenvolupa la seva activitat en un mercat físic i electrònic (*e-commerce*); de consum, perquè ven a particulars; de productes i serveis; àmbit nacional.

El sistema de comercialització: el màrqueting mix

5· Com es classifiquen els productes següents?

a) Un litre de llet.

Perible.

b) Acer.

Industrial.

c) Un microones.

Durador.

d) Una assegurança de llar.

Servei.

e) Un ordinador portàtil.

Durador.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

f) Pell per fabricar sabates.

Industrial.

g) Una llauna de tonyina.

Perible.

h) Una cadira d'ordinador.

Durador.

6·· MAGATZEMS RECILA, SA, ven una partida de joguines a la botiga LA RAYUELTA, on en Jaume hi va per comprar un joc de taula. Indica de quin tipus és el canal de distribució des de MAGATZEMS RECILA, SA, fins a en Jaume.

És un canal indirecte curt.



Fixació del preu

7·· L'empresa TROYADELL, SL, compra 2000 unitats del producte M a 40 €/unitat. S'aplica un descompte comercial del 5 %, un ràpel de 2 % i un descompte per pagament immediat del 4 %.

Les despeses de compra són:

Transport: 500 €

Assegurances: 200 €

Envasos: 40 €

Emmagatzematge: 150 €

Personal: 1560 €

Calcula el cost unitari de comercialització dels productes.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Els costos totals de comercialització del producte M seran:

Cost	Import
Preu de compra (2 000 unitats x 40,00 €/unitat)	80 000,00 €
- Descompte comercial (5% sobre 80 000,00)	- 4 000,00 €
- Ràpel [2% sobre (80 000,00 – 4 000,00)]	- 1 520,00 €
- Descompte per pagament immediat [4% sobre (80 000,00 – 4 000,00 – 1 520,00)]	- 2 979,20 €
+ Transport	+ 500,00 €
+ Assegurances	+ 200,00 €
+ Envasos	+ 40,00 €
+ Emmagatzematge	+ 150,00 €
+ Personal	+ 1 560,00 €
Costos totals de comercialització	73 950,80 €

Cost unitari de comercialització = $73\,950,80 / 2000,00 = 36,98$ €/unitat

80 L'empresa SOLNAGUANDA, SA, ha suportat els següents costos per produir 5000 unitats de l'article ZZ:

- Matèries primeres: 30 000 €
- Neteja: 300 €
- Lloguers: 12 000 €
- Administració: 700 €
- Elements i conjunts incorporables: 1000 €
- Amortització: 1500 €
- Impostos: 800 €
- Mà d'obra directa: 20 000 €
- Mà d'obra indirecta: 5000 €
- Envasos: 1200 €
- Despeses financeres: 1300 €
- Subministraments: 1200 €

Determina:

- a) Els costos fixos de fabricació.
- b) Els costos variables de fabricació.
- c) Els costos totals de fabricació.
- d) El cost unitari de fabricació.

a) Costos fixos = $300,00 + 12\,000,00 + 700,00 + 1500,00 + 800,00 + 5000,00 + 1300,00 + 1200,00 = 22\,800,00$ €

b) Costos variables = $30\,000,00 + 1000,00 + 20\,000,00 + 1200,00 = 52\,200,00$ €

c) Costos totals = $22\,800,00 + 52\,200,00 = 75\,000,00$ €

d) Cost unitari de fabricació = $75\,000,00 / 5000 = 15,00$ €/unitat



9· Amb les dades de l'Activitat 7 de Resol, determina a quin preu hauria de vendre l'empresa TROYADELL, SL, cada producte comprat si aplica un marge del 60 %. A quin preu vendria tots els productes?

$\text{Preu de venda unitari} = \text{cost unitari} + (\% \text{ marge} \cdot \text{cost total unitari})$

$\text{Preu de venda unitari} = 36,98 + (0,60 \cdot 36,98) = 59,17 \text{ €/unitat}$

$\text{Preu de venda total} = 59,17 \cdot 2000 = 118\,340 \text{ €}$

10· Amb les dades de l'Activitat 8 de Resol, determina a quin preu hauria de vendre l'empresa SOLNAGUANDA, SA, cadascun dels productes fabricats si aplica un marge del 45 %. A quin preu vendria tota la producció?

$\text{Preu de venda unitari} = \text{cost unitari} + (\% \text{ marge} \cdot \text{cost total unitari})$

$\text{Preu de venda unitari} = 15,00 + (0,45 \cdot 15,00) = 21,75 \text{ €/unitat}$

$\text{Preu de venda total} = 21,75 \cdot 5000 = 108\,750 \text{ €}$

i Practica

1· Argumenta per què la drogueria AROMES DE L'OCEÀ pot considerar-se una empresa.

AROMES DE L'OCEÀ es pot considerar una empresa perquè és una organització econòmica que combina una sèrie de factors productius, com ara mà d'obra (ja que compta amb 15 empleats), un vehicle de repartiment, diversos ordinadors, diversos edificis propietat de l'empresa i mobiliari divers. Es dedica a la venda de perfums i productes cosmètics per satisfer les necessitats dels seus consumidors, que són particulars i altres botigues, per tal d'obtenir-ne el màxim benefici.

2· Classifica les següents empreses d'acord amb els criteris apresos a la unitat:

a) FRCAL, SL, empresa dedicada a la instal·lació d'aire condicionat, que té contractats 190 empleats i opera arreu del territori nacional.

Sector terciari, empresa privada, mitjana, nacional, societat limitada.

b) L'ESPIGA TARONJA, propietat d'en Julià Ramis, dedicada a la producció i venda de productes de fleca i que compta amb tres empleats.

Sector secundari i terciari, empresa privada, microempresa, local, empresari individual (autònom).

c) ZARA, empresa amb més de 500 000 empleats, que opera a tots els continents.

Sector secundari, terciari, empresa privada, gran, multinacional, societat anònima.

d) La COOPERATIVA RAMADERA CATALANA, que compta amb 260 socis i ven els formatges que produeix a Espanya i a Europa.

Sector primari, secundari, empresa privada, gran, multinacional, societat cooperativa.

e) ELÈCTRICA IBÈRICAX, SA, que subministra electricitat a tota Espanya i té una participació de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) del 60 %. Té més de 300 empleats.

Sector secundari, empresa mixta, gran, nacional, societat anònima.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

3.· Elabora al teu quadern una taula per classificar els productes següents i argumenta en cada cas la teva resposta:

- Bigues de ferro per construir una nau.
- Taronges.
- Reparació d'un ordinador.
- Un abric.
- Una dotzena d'ous.
- Un cotxe.
- Claus per elaborar mobles.
- Una tauleta.

Producte	Tipus de producte
Bigues de ferro per construir una nau	Industrial
Taronges	Perible
Reparació d'un ordinador	Servei
Un abric	Durador
Una dotzena d'ous	Perible
Un cotxe	Durador
Claus per elaborar mobles	Industrial
Una tauleta	Durador

4.· Realitza l'anàlisi i la representació dels possibles canals de distribució dels productes en les situacions següents, considerant el canal des de l'origen fins al consumidor final:

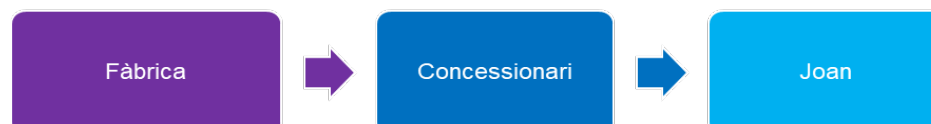
a) L'Helena compra taronges en un supermercat.

És un canal indirecte llarg.



b) En Joan compra un cotxe nou al concessionari.

És un canal indirecte curt.





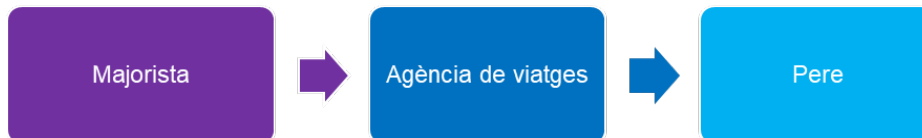
Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

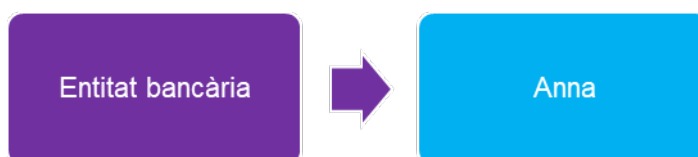
- c) En Pere compra un bitllet d'avió en una agència de viatges no majorista per Internet.

És un canal indirecte curt.



- d) L'Anna contracta un pla de pensions en una sucursal de la seva entitat bancària.

És un canal directe.



- 5· El majorista FLZAZAHAR, SA, subministra una partida de perfums a la drogueria AROMES DE L'OCEÀ, part dels quals són venuts a la drogueria PEYTIMAR. La Clara va a la drogueria PEYTIMAR i compra el perfum AquaO. Representa gràficament el canal de distribució des del majorista FLZAZAHAR, SA, fins a la Clara, i indica de quin tipus és.

És un canal indirecte llarg.



- 6· La drogueria AROMES DE L'OCEÀ ven perfums i productes cosmètics a diverses botigues de Barcelona capital i a d'altres perfumeries de Catalunya. Aplica el que has après a la unitat i explica en quins mercats l'empresa desenvolupa la seva activitat.

La drogueria AROMES DE L'OCEÀ desenvolupa la seva activitat en un mercat físic; de consum, perquè ven a particulars; industrial, ja que ven també a altres botigues; de productes; i local.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

7· Una empresa, per fabricar 2500 unitats de l'article 09VF, assumeix els costos següents:

- Matèries primeres: 50 000 €
- Lloguers: 10 000 €
- Material d'oficina: 500 €
- Despeses d'administració: 1000 €
- Elements i conjunts incorporables: 2000 €
- Amortització de la maquinària: 3000 €
- Despeses de llum, aigua i telèfon: 1300 €
- Impostos: 1500 €
- Mà d'obra directa: 20 000 €
- Mà d'obra indirecta: 3000 €
- Embalatges: 900 €
- Despeses de neteja: 800 €

Determina:

a) El preu al qual l'empresa hauria de vendre cada producte fabricat si aplica un marge del 80 %.

Costos fixos = 10 000,00 + 500,00 + 1000,00 + 3000,00 + 1300,00 + 1500,00 + 3000,00 + 800,00 = 21 100,00 €.

Costos variables: 50 000,00 + 2000,00 + 20 000,00 + 900,00 = 72 900,00 €.

Costos totals = 21 100,00 + 72 900,00 = 94 000,00 €.

Cost unitari de fabricació = 94 000,00/2500 = 37,60 €/unitat.

$37,60 + (0,80 \cdot 37,60) = 67,68$ €/unitat.

b) El preu al qual l'empresa hauria de vendre el 50 % de les unitats fabricades si aplica un marge del 90 %.

Preu de venda unitari amb un marge del 90 % = $37,60 + (0,90 \cdot 37,60) = 71,44$ €/unitat

Preu total = $71,44 \cdot 1250 = 89 300,00$ €

O bé:

$37,60 \cdot 1250,00 = 47 000,00$ €

$47 000,00 \cdot + (0,90 \cdot 47 000,00) = 89 300,00$ €

8· Una empresa adquireix 4000 unitats d'un producte a 60 €/unitat. S'aplica un descompte comercial del 12 % i un descompte per pagament immediat del 5 %. La compra presenta les despeses següents: transport de 1500 €, assegurances de 2000 €, envasos de 2600 €, emmagatzematge de 460 € i personal de 1800 €.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Calcula:

- a) El preu al qual s'hauria de vendre cada producte si aplica un marge del 100 %.

Els costos totals de comercialització del producte seran:

Cost	Import
Preu de compra (4 000 unitats x 60,00 €/unitat)	240 000,00 €
- Descompte comercial (12% sobre 240 000,00)	- 28 800,00 €
- Descompte per pagament immediat [5% sobre (240 000,00 – 28 800,00)]	- 10 560,00 €
+ Transport	+ 1 500,00 €
+ Assegurances	+ 2 000,00 €
+ Envasos	+ 2 600,00 €
+ Emmagatzematge	+ 460,00 €
+ Personal	+ 1 800,00 €
Costos totals de comercialització	209 000,00 €

Cost unitari comercialització = $209\,000,00 / 4000 = 52,25$ €/unitat

Preu amb un marge del 100 % = $52,25 + (1 \cdot 52,25) = 104,50$ €/unitat

- b) El preu al qual vendria totes les unitats comprades si apliquéis un marge del 80%.

Preu de venda unitari amb un marge del 80 % = $52,25 + (0,80 \cdot 52,25) = 94,05$ €/unitat

Preu total = $94,05 \cdot 4000 = 376\,200,00$ €

O bé:

$52,25 \cdot 4000 = 209\,000,00$ €

$209\,000,00 \cdot + (0,80 \cdot 209\,000,00) = 376\,200,00$ €

Cas pràctic de recapitulació

Pàgina 25

L'empresa BDFIT, SA, dedicada a la comercialització d'articles d'esport, desenvolupa la seva activitat a Espanya i Portugal.

Els productes estan classificats en dues categories: roba esportiva i calçat esportiu.

En tots dos països es ven a empreses a través d'agents comercials, i a particulars directament a les botigues o a través de la seva pàgina web.

A més, a Espanya ha aconseguit un contracte per abastar diferents escoles públiques.

L'empresa compta amb un total de 125 empleats entre els dos països.

El seu departament comercial està dividit, primerament, per zones geogràfiques; en segon lloc, per tipus de clients; en tercer lloc, per productes; i, finalment, els productes es comercialitzen tenint en compte tres categories: homes, dones i nens, excepte a les escoles, on només hi ha dues categories, nens i nenes.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

L'empresa BDFIT, SA, compra 5000 samarretes tèrmiques de ciclisme model ASR22 a 10 /unitat al seu proveïdor habitual, que li concedeix un descompte comercial del 10 %, un ràpel del 5 % i un descompte per pagament immediat del 6 %. Les despeses imputades a la compra són les següents:

- Transport: 200
- Assegurances: 300
- Embalatges: 100
- Emmagatzematge: 500
- Personal: 1715

Respon les qüestions següents:

a) Per què BDFIT, SA, es considera una empresa?

BDFIT, SA, es pot considerar una empresa perquè és una organització econòmica que, en combinar una sèrie de factors productius com ara mà d'obra (ja que compta amb 125 empleats), vehicles, ordinadors, locals propietat de l'empresa i mobiliari divers, es dedica a la comercialització d'articles d'esport per satisfer les necessitats dels seus consumidors, que són particulars i empreses, per tal d'obtenir el màxim benefici.

b) Indica tres objectius que podria plantejar-se l'empresa BDFIT, SA, a més del seu objectiu principal de maximitzar els beneficis.

Tres possibles objectius de l'empresa són:

- Generar ocupació.
- Promoure la igualtat entre treballadores i treballadors.
- Ser una empresa ecològicament responsable.

c) Classifica aquesta empresa d'acord amb els criteris exposats a la unitat.

Sector terciari, empresa privada, mitjana, multinacional, persona jurídica societat anònima.

d) Suggereix quatre funcions comercials que pugui realitzar l'empresa BDFIT, SA, indicant, almenys, una funció per a cadascun dels departaments que estan integrats dins del departament comercial.

Quatre funcions comercials de BDFIT, SA podrien ser:

- Buscar i seleccionar proveïdors.
- Realitzar accions publicitàries, de promoció i de relacions públiques.
- Preparar i lliurar la mercaderia.
- Dur a terme el servei postvenda.

e) Assenyala en quins mercats desenvolupa la seva activitat l'empresa BDFIT, SA.

L'empresa BDFIT, SA desenvolupa la seva activitat en un mercat físic i electrònic (*e-commerce*), atès que ven a botigues físiques i a través d'Internet; de consum; industrial i institucional, ja que ven a consumidors finals, a empreses i també a col·legis públics; de productes; i multinacional.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

f) Classifica els productes que comercialitza l'empresa BDFIT, SA.

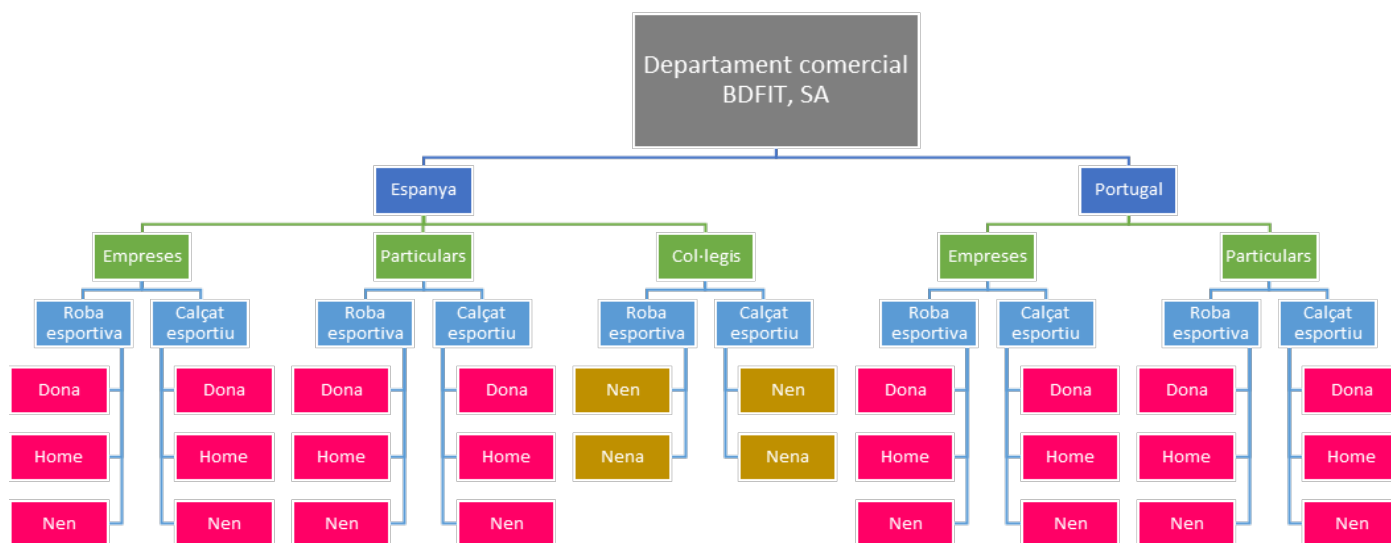
L'empresa BDFIT, SA comercialitza roba i calçat esportiu. Tots dos productes són duradors, ja que es poden utilitzar en successives ocasions fins que es facin malbé o es quedin obsolets.

g) L'empresa BDFIT, SA, ven diversos articles esportius a la botiga d'esports GFCWSPORT, SA, ubicada a Tarragona. En Santi compra unes sabatilles del tipus "peus de gat" per fer escalada, a través de la seva pàgina web. Representa el canal de distribució des de l'empresa BDFIT, SA, fins a en Santi, assenyalant de quin tipus és.

És un canal indirecte curt.



h) Realitza l'organigrama del departament comercial de l'empresa BDFIT, SA.



i) A quin preu hauria de vendre l'empresa BDFIT, SA, cada samarreta tèrmica si vol aplicar un marge del 75 %?

Preu de compra = $5\,000 \cdot 10,00 = 50\,000,00 \text{ €}$

Descompte comercial = $50\,000,00 \cdot 10\% = 5\,000,00 \text{ €}$

Ràpel = $(50\,000,00 - 5\,000,00) \cdot 5\% = 2\,250 \text{ €}$

Descompte per pagament immediat = $(50\,000,00 - 5\,000,00 - 2\,250,00) \cdot 6\% = 2\,565 \text{ €}$

Un cop calculats, es poden determinar els costos totals de comercialització:

Costos totals de comercialització dels productes = $50\,000 - 5\,000 - 2\,250 - 2\,565 + 200,00 + 300,00 + 100,00 + 500,00 + 1\,715,00 = 43\,000,00 \text{ €}$.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Els costos totals de comercialització de les samarretes tèrmiques seran:

Cost	Import
Preu de compra (5 000 unitats x 10,00 €/unitat)	50 000,00 €
- Descompte comercial (10% sobre 50 000,00)	- 5 000,00 €
- Ràpel [5% sobre (50 000,00 – 5 000,00)]	- 2 250,00 €
- Descompte per pagament immediat [6% sobre (50 000,00 – 5 000,00 – 2 250,00)]	- 2 565,00 €
+ Transport	+ 200,00 €
+ Assegurances	+ 300,00 €
+ Embalatges	+ 100,00 €
+ Emmagatzematge	+ 500,00 €
+ Personal	+ 1 715,00 €
Costos totals de comercialització	43 000,00 €

Cost unitari = $43\,000,00 / 5000 = 8,60$ €/unitat.

Preu de venda = $8,60 + (0,75 \cdot 8,60) = 15,05$ €/unitat.



Posa't a prova

Anota al teu quadern la resposta correcta.

1. L'empresa es una organització econòmica que:

- a. Combina una sèrie de factors productius.
- b. Es dedica a la producció o comercialització de béns o a la prestació de serveis.
- c. Satisfà les necessitats dels consumidors.
- d. **Totes les respostes són correctes.**

2. L'objectiu principal de l'empresa és:

- a. Generar ocupació.
- b. **Obtenir el màxim benefici.**
- c. Millorar l'atenció al client.
- d. Augmentar les vendes.

3. Segons la propietat del capital, una empresa pot ser:

- a. Gran.
- b. Internacional.
- c. **Pública.**
- d. Societat anònima.

4. La societat amb el capital dividit en participacions socials, s'anomena:

- a. Societat anònima.
- b. **Societat limitada.**
- c. Societat cooperativa.
- d. Cap resposta és correcta.

5. Serà funció del departament de compres:

- a. Gestionar el posicionament dels productes.
- b. Dissenyar estratègies de venda.
- c. Rebre i resoldre les queixes dels clients.
- d. **Rebre i comprovar la mercaderia.**

6. Una empresa que comercialitza béns i serveis molt diferents entre si té una:

- a. Organització per tipus de clients.
- b. **Organització per productes.**
- c. Organització per zones geogràfiques.
- d. Organització per funcions.

7. Segons la naturalesa del comprador, un mercat pot ser:

- a. De productes.
- b. Local.
- c. Electrònic.
- d. **De consum.**

8. Quan els productes o serveis passen del productor al minorista o detallista i d'aquest al consumidor final, es tracta d'un canal:

- a. Directe.
- b. **Indirecte curt.**
- c. Indirecte llarg.
- d. Propi.

9. És un cost variable:

- a. La mà d'obra indirecta.
- b. Els lloguers.
- c. Les amortitzacions.
- d. **La mà d'obra directa.**

10. El cost de la matèria primera es considera:

- a. Un cost fix.
- b. **Un cost variable.**
- c. Un cost financer.
- d. Cap resposta és correcta.

11. Per determinar el preu, des del punt de vista del comerciant, s'haurà de tenir en compte:

- a. El preu d'adquisició.
- b. Els descomptes.
- c. Les despeses de compravenda.
- d. **Totes les respostes són correctes.**

12. El ràpel és:

- a. **Un descompte que s'aplica quan s'assoleix un determinat volum de compres.**
- b. Un descompte que s'aplica amb la finalitat de promocionar un producte.
- c. Un descompte que s'aplica quan s'efectua el pagament al comptat.
- d. Cap resposta és correcta.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

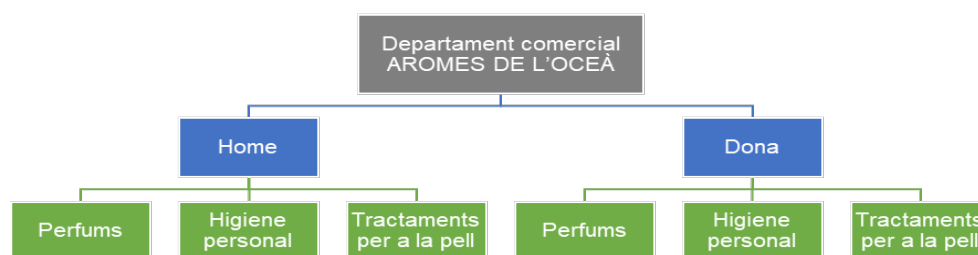
Solucionari

Activitats extra

1· Assenyala a quin departament corresponen les funcions següents del departament comercial.

- a) **Determinar les característiques de compra partint de les necessitats de l'empresa.** Compres.
- b) **Sol·licitar ofertes.** Compres.
- c) **Rebre i comprovar la mercaderia.** Compres.
- d) **Gestionar el magatzem de l'empresa.** Compres.
- e) **Buscar clients.** Vendes.
- f) **Establir els objectius de venda.** Vendes.
- g) **Preparar i lliurar la mercaderia.** Vendes.
- h) **Establir la política de preus.** Màrqueting.
- i) **Dur a terme la publicitat, la promoció i les relacions públiques.** Màrqueting.
- j) **Gestionar les xarxes socials.** Màrqueting.
- k) **Oferir al client la informació que sol·licita.** Atenció al client.
- l) **Rebre i analitzar els suggeriments dels clients.** Atenció al client.
- m) **Mantenir un registre de les queixes i els suggeriments dels clients.** Atenció al client.

2· Partint de l'organigrama de la drogueria AROMES DE L'OCEÀ que es mostra a continuació, explica detalladament quin és el tipus d'organització del departament comercial.



El departament comercial presenta una organització mixta. En primer lloc, ha dut a terme una distribució per clients, separant entre homes i dones, i també ha realitzat una organització per productes: perfums, productes d'higiene personal i tractaments per a la pell.



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

3·· Classifica els costos següents en fixos i variables:

- a) **Mà d'obra directa.** Variable.
- b) **Amortitzacions.** Fix.
- c) **Neteja.** Fix.
- d) **Tributs i impostos.** Fix.
- e) **Embalatges.** Variable.
- f) **Reparacions i manteniment.** Fix.
- g) **Lloguers.** Fix.
- h) **Matèries primeres.** Variable.
- i) **Administració.** Fix.
- j) **Consum d'aigua.** Fix.
- k) **Elements i conjunts incorporables.** Variable.
- l) **Despeses financeres.** Fix.
- m) **Assegurances.** Fix.
- n) **Mà d'obra indirecta.** Fix.
- o) **Envasos.** Variable.
- p) **Consum de telèfon.** Fix.

4·· Per fabricar 4000 unitats de l'article D l'empresa FJH, SA incorre en uns costos fixos totals de 300.000 € i uns costos variables totals de 800.000 €. Determinar

- a) **El nombre d'unitats de producte que ha de vendre a un preu unitari de 250 € per cobrir els costos totals de producció.**

Costos fixos = 300 000,00 €.

Costos variables = 800 000,00 €.

Cost variable unitari = 800 000,00/4000 = 200,00 €.

Preu de venda unitari = 250,00 €.

Punt mort 6000 unitats de l'article D

$$Q = \frac{300\,000,00}{250,00 - 200,00} =$$

Si la producció és superior a 6 000 unitats, s'obtindran beneficis; en cas de produir quantitats inferiors, s'incorrerà en pèrdues; i produint 6 000 unitats es cobriran els costos totals (fixos i variables), és a dir, no hi haurà beneficis ni pèrdues.

- b) **El preu al qual caldria vendre tota la producció per obtenir un benefici de 200 000 €.**

$$P = 200,00 + \frac{300\,000,00 + 200\,000,00}{4000} = 325,00 \text{ €/unitat}$$



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

5· Per fabricar 10.000 unitats de l'article K l'empresa COVENGALTE, SL incorre en uns costos fixos totals de 250.000 € i uns costos variables totals de 1.100.000. Determinar:

a) El nombre d'unitats de producte que ha de vendre a un preu unitari de 150 € per cobrir els costos totals de producció.

$$CF = 250\,000,00 \text{ €}.$$

$$CV = 1\,100\,000,00 \text{ €}$$

$$CV \text{ unitari} = 1\,100\,000,00 / 10\,000 = 110,00 \text{ €}$$

$$PV \text{ unitari} = 150,00 \text{ €}$$

$$\text{Punt mort} = Q = \frac{250\,000,00}{150,00 - 110,00} = 6250 \text{ unitats de l'article K}$$

Si la producció és superior a 6250 unitats, s'obtindran beneficis; per a quantitats inferiors, s'incorrerà en pèrdues; i produint 6250 unitats es cobriran els costos totals (fixos i variables), és a dir, no existiran beneficis ni pèrdues.

b) El preu a què caldria vendre el 70% de la producció per obtenir un benefici de 450 000 €.

$$70\% \text{ de la producció} = 10\,000,00 \cdot 0,70 = 7000,00$$

€/unitat

6· Una empresa fabrica 8000 unitats de l'article HKL i suporta els costos següents:

$$P = 110,00 + \frac{250\,000,00 + 450\,000,00}{7000} = 210,00$$

- Matèries primeres: 140 000 €
- Mà d'obra indirecta: 7000 €
- Mà d'obra directa: 33 000 €
- Lloguers: 12 000 €
- Material d'oficina: 1700 €
- Despeses d'Administració: 2300 €
- Elements i conjunts incorporables: 2900 €
- Amortitzacions: 3500 €
- Subministraments: 1300 €
- Tributs i impostos: 1000 €
- Embalatges: 1450 €
- Envasos: 650
- Despeses de seguretat: 1200 €



Unitat 1

L'empresa i la seva activitat comercial

Solucionari

Determina:

a) Els costos fixos.

Costos fixos: $7000,00 + 12\,000,00 + 1700,00 + 2300,00 + 3500,00 + 1300,00 + 1000,00 + 1200,00 = 30\,000,00 \text{ €}$

b) Els costos variables.

Costos variables: $140\,000,00 + 33\,000,00 + 2900,00 + 1450,00 + 650,00 = 178\,000,00 \text{ €}$

c) Els costos totals.

Costos totals = $30\,000,00 + 178\,000,00 = 208\,000,00 \text{ €}$

d) El cost unitari de fabricació.

Cost unitari de fabricació = $208\,000,00 / 8000 = 26,00 \text{ €/unitat}$

e) El nombre d'unitats de producte que cal vendre a un preu unitari de 59,75 € per cobrir els costos totals de producció.

CF = $30\,000,00 \text{ €}$.

CV = $178\,000,00 \text{ €}$

CV unitari = $178\,000,00 / 8000 = 22,25 \text{ €}$

PV unitari = $59,75 \text{ €}$

Punt mort

800 unitats de l'article HKL

e) El $Q = \frac{30\,000,00}{59,75 - 22,25} =$
000 €.

preu al qual caldria vendre la meitat de la producció per obtenir un benefici de 50

$$P = 22,25 + \frac{30\,000,00 + 50\,000,00}{4000} = 42,25 \text{ €/unitat}$$