

PART B DE LA PRIMERA PROVA: PART PRÀCTICA

OPCIÓ B -CATALÀ

1. ExportaTot, S.A. té signat un acord d'importació d'ordinadors portàtils amb l'empresa xinesa Xao Ling, una part dels quals ven després a Amèrica Llatina. Avui, té pendent de pagament una factura amb Xao Ling de 300.000 \$, que s'ha compromès a pagar en aquesta divisa d'aquí a 90 dies.

Per altra banda, té pendent de cobrar dues factures per les vendes realitzades, concretament una de 60.000 \$ a un client de Colòmbia i una altra de 70.000 \$ a un client de Costa Rica. Les dates de venciment d'aquestes dues factures són també d'aquí a 90 dies i s'ha pactat el seu cobrament en dòlars.

- Tenint en compte que el tipus de canvi *spot* EUR/USD és avui de 1,087 calcula en euros els imports a pagar i cobrar respectivament de cada operació. **(0,50 punts)**
- Calcula el grau d'exposició al risc de canvi que està assumint ExportaTot, S.A. si es preveu que durant els pròxims mesos es produeixi una depreciació mensual del dòlar de $\text{EUR/USD}=0,0075$. **(0,50 punts)**

La seva entitat financera de confiança li ofereix opcions a 2 cèntims d'euro per dòlar de prima, al mateix tipus de canvi que l'*spot* del dia (o sigui a 1,087). Es demana:

- Analitza en quina de les operacions descrites li convindria contractar opcions i de quin tipus si es preveu una depreciació del dòlar. **(0,50 punts)**
- Si finalment el tipus de canvi *spot* al venciment és de 1,098 EUR/USD, li convé exercitar la o les opcions adquirides? Fes els càlculs pertinents i indica clarament el benefici o pèrdua de fer-ho. **(0,50 punts)**

2. En el següent supòsit, determinar si en quin import s'ha de corregir el valor comptable de les mercaderies. Fes l'assentament que pertogui amb data 31/12/XX. Fes també l'assentament que pertogui dia 31/12/XX+1, quan ja s'hauran venut totes aquestes unitats. (Determinar l'import de la correcció del valor: **1 punt**. Els assentaments: **1 punt**).

JULIAN SA és una empresa comercial que dia 31/12/XX després de regularitzar les existències de mercaderies presenta un saldo del compte (300) Mercaderies de 160.000 euros (són 320 unitats, totes pel mateix import unitari). Sabem que el preu de venda és de 531,25 euros la unitat. I sabem que cada unitat tindrà un cost de vendes (transport i assegurança) de 37,50 €/unitat.

3. L'empresa "CAIRE S.L" coneix distints punts de la corba de demanda del seu producte:

P	Q ^d
10	350.000
20	320.000
30	250.000
40	140.000

- Calcula l'elasticitat arc de la demanda a l'interval 10-20 €, i l'elasticitat arc de la demanda a l'interval 30-40€. Com classificaries el bé en funció de l'elasticitat-preu? **(0,75 punts)**
- Què passarà amb els ingressos de l'empresa si augmenta el preu de 10 a 20 €? raona la resposta. Fes la comprovació numèrica. **(0,5 punts)**
- Quina és l'elasticitat crítica a l'interval 10€-20€? Què passarà amb els beneficis de l'empresa si passa d'un preu de 10€ a 20€? Hauria d'augmentar el preu si l'única variable a tenir en compte són els beneficis? Hem de tenir en compte que els costos variables unitaris són de 5€ i els costos fixos són 90.000 €. **(0,75 punts)**

4- L'empresa Xiaomi ha fet un estudi de mercat per saber els aspectes que més valoren els usuaris d'smartphones i com valoren el seu producte i el d'alguns dels competidors més rellevants. Han arribat a la següent conclusió:

		XIAOMI 14	GOOGLE PIXEL PRO 8	IPHONE 15	SAMSUNG GALAXY S24
Marca	15%	70	70	95	85
Emmagatzematge	10%	90	70	100	95
Càmera	20%	90	85	95	95
Pantalla	20%	80	85	100	90
Memòria interna	20%	95	90	95	95
Bateria	15%	80	90	95	85
PVP		826€	756€	1.290 €	890€

- d. Calcula el preu proporcional al valor percebut de cada una de les empreses.
(1,5 punts)
- e. Què aconsellaries què fes Xiaomi amb el preu del seu smartphone segons els resultats obtinguts? **(0,5 punts)**

5- Hem de fer una campanya d'un producte de cosmètica dirigida a dones de 35 a 54 anys residents a nuclis de més de 50.000 habitants. Hem decidit fer la campanya a un mitjà escrit tipus revista i finalment després d'una recerca hem triat dues revistes. A la taula que s'adjunta tenim les dades d'exposició de les dues revistes. Tenint en compte l'edat del públic objectiu contesta a les preguntes:

- a. Calcula l'índex d'afinitat de cada revista i recomana la més adequada per realitzar la campanya si només agafàssim el tram de 35-44. **(0,2 PUNTS)**
- b. Calcula el tamany del públic objectiu. **(0,2 PUNTS)**
- c. Calcula el Rating de cada revista i recomana la més adequada. **(0,2 PUNTS)**
- d. Si a la campanya s'inclouen les dues revistes i es realitzen 10 insercions a cadascuna ,calcula els impactes obtinguts. **(0,4 PUNTS)**
- e. Calcula els GRP's obtinguts a la campanya (incloent les dues revistes). **(0,3 PUNTS)**
- f. Si cada inserció a la revista 1 costa 3.000€ i a la revista 2 costa 5.000€, calcula el cost per impacte de cada revista i interpreta quina és més rendible. **(0,4 PUNTS)**
- g. Calcula la cobertura de la campanya sabent que hi ha 75.000 persones del públic objectiu que llegeixen habitualment ambdós suports. **(0,3 PUNTS)**



Convocatòria: 2024
Cos: Professorat d'ensenyament secundari
Especialitat: Organització i gestió comercial
Tribunal núm.: 1

	Distribució de l'edat	Perfil dels lectors	
Dones municipis >50.000 habitants	%	Revista 1	Revista 2
Edat		%	%
14-18	14,9	6,1	7,1
19-24	14	13,9	16,8
25-34	26,8	21,6	22,9
35-44	22,2	24,5	16,9
45-54	13,9	26,5	13,1
55-64	6,8	6,9	13,8
+de 65	1,4	0,5	9,4
Total	100	100	100
TOTAL	8.000.000		
Audiència		1.200.000	2.500.000