1. **Calcula el punto muerto** de un producto para el que los costes

fijos totales suponen 25.000 €, el precio unitario de venta es de

10 € y el coste variable unitario es de 6 €.

CF = 25.000

P = 10€

Cvmedio = 6€ud

2. Los costes de una partida de 300 uds. de producto para una

empresa comercial son:

- Costes fijos totales: 3.200 €

- Costes variables totales: 136 €. Determina el precio

unitario del producto teniendo en cuenta que el fabricante

del producto recomienda un margen comercial del 30 %.

q = 300 uds.

Cf = 3200€

Cv = 136€

margen = 30%

**Pv =** 11,12 + (11,12 x 0,3) = **14,46€/ud**

3. Calcula el umbral de rentabilidad de esta empresa, teniendo en

cuenta los datos anteriores.

**Cvmedio =** 136 / 300 = **0.45**

**q\*=** 3200 / 14,46 – 0.45 = **228,41**

4. Identifica qué tipo de coste/gasto fijo o variable son los siguientes,

en una empresa de fabricación de bolígrafos:

- Suministros (luz, agua, calefacción): **gasto fijo**

- Compra de materias primas: **costo variable**

- Alquiler del edificio: g**asto fijo**

- Sueldo de los trabajadores de la planta de fabricación: **gasto fijo o variable.**

- Sueldo del gerente: **gasto fijo**

- Seguro de incendios: **gasto fijo**

- Arrendamiento del local de oficina: **gasto fijo**

- Seguridad social trabajadores de la fábrica: **gasto fijo**

- Servicio de limpieza externo: **gasto fijo**

- Publicidad de los bolígrafos, presupuesto anual: **gasto fijo**

5. Calcula el PV en función de los costes para una producción anual

de 25.000 uds., si quiere ganar un 20% de margen y los costes

fijos son 62.500 € y los costes variables 17.700 €.

Cf unitarios = 62.500/25.000 = 2,5€/ud

Cv unitarios: 17.700/25.000 = 0,71€/u

q = 25.000 uds.

Margen = 20%.

**Ctunitario =** CFunitario+CVunitario= **3,21€**

**PV=** 3,21 + (3,21x0,2)= **3,85 €/ud**

3. Calcula en qué punto alcanzará el umbral de rentabilidad con los

datos anteriores.

**Cvmedio =** 17.700 / 25.000 = **0,71**

**q\* =** cf / pv – cvmedio = 62.500 / 3,85 – 0,71 = **19.904,46**

6. Un transportista tiene unos costes fijos de 30€ al día y unos coste

variables de 0,5 € por km. recorrido. Si por cada servicio recorre

una media de 70 km y cobra una media de 50€, ¿cuántos servicios

ha de hacer cada día para cubrir costes?

**Q\*=** 30 / 50 – (0,5 x 70) = **2 servicios**

7. Un fabricante de pantalones vaqueros no sabe si comprarlos

hechos a un fabricante chino que se los ofrece a un precio de 15€,

o fabricarlos él mismo con unos costes fijos de 40.000€ y un coste

variable por pantalón de 7€. ¿Qué le recomiendas?

**Q\*=** 4.000 / 15 – 7 = **5000 uds**

6.000 x 15 = **90.000**

**Ct =** Cf + Cv = **82.000**

(6.000 x 7) + 40.000= **82.000**

8. La empresa Australkyte, S.L., dedicada a la fabricación y venta

de cometas, se está planteando la posibilidad de producir por sí

misma un determinado modelo de cometa que hasta ahora estaba

comprando a su proveedor habitual a un precio de 35€ la unidad.

Los costes fijos que supondrían fabricar dicho tipo de cometa

serían de 2.500 € anuales y el coste variable unitario de cada

cometa de 15 €. Utilizando el concepto de punto muerto, indica

a partir de qué número de cometas comenzará a ser rentable su

fabricación.

9. Una empresa que fabrica piezas de robótica industrial muy caras,

prevé producir 20.000 uds. Siendo el PV 25.000 €/ud y los Costes

variables totales: 235.000 € y los costes fijos unitarios 8612,5 €,

halla la cantidad de piezas que tiene que vender para no perder,

ni ganar beneficios.

10. Calcula el precio de venta si el margen de beneficio fuera el 15%.

¿es mayor o menor que en el ejercicio anterior? (Utiliza los datos

del anterior ejercicio).

11. Los costes de una partida de 300 uds. de producto para una

empresa comercial son:

- Costes fijos totales: 3.200 €

- Costes variables totales: 136 €. Determina el precio unitario del

producto teniendo en cuenta que el fabricante del producto

recomienda un margen comercial del 30 %.

12. Calcula el umbral de rentabilidad de esta empresa, teniendo

en cuenta los datos anteriores