

Watch Company

L'azienda Watch Company produce e vende tre tipologie di orologi da polso: da donna, da uomo e cronografo. A settembre 1998, il direttore generale desiderava redigere il budget per l'esercizio 1999.

Le informazioni che raccolse sulle vendite sono le seguenti:

	da donna	da uomo	cronografi
Volume di vendita	3.800	5.600	8.800
prezzo vendita unitario (euro)	30	48	42.50

Gli agenti dell'azienda però segnalavano che investendo in pubblicità una somma pari a Euro 50.000 (interamente di competenza dell'anno 1999) si sarebbero ottenuti degli incrementi interessanti nei volumi di vendita, pari rispettivamente al 5% per gli orologi da donna e al 10% per gli orologi da uomo. Le vendite dei cronografi invece sarebbero rimaste invariate.

La produzione degli orologi è piuttosto semplice: si tratta di assemblare, attraverso l'impiego di manodopera diretta coadiuvata da macchinari generici, un componente principale, realizzato all'esterno presso la società Wetta e acquisito dalla Watch, assieme con altre parti meccaniche nelle seguenti quantità:

	da donna	da uomo	cronografi
Standard fisico componente principale acquistato	1	1	1
Standard monetario componente principale (Euro)	10	10	10
Standard fisico altre parti meccaniche	3	4	3,5
Standard fisico MOD (ore)	1	1,5	1,2
Std monetario altre parti meccaniche (Euro)	1	1	1
Std monetario MOD (Euro)	12	12	12

L'obiettivo del direttore di stabilimento circa l'andamento delle scorte fu il seguente:

	da donna	da uomo	Cronografi	Totale
RI prodotti finiti	1.000	1.000	1.000	
RI componente acquistato da Wetta				50
RI altre parti meccaniche				1.000
RF prodotti finiti	500	500	500	
RF componente acquistato da Wetta				25
RF altre parti meccaniche				500

Oltre ai dati di produzione il direttore generale raccolse anche le previsioni economiche dell'area di ricerca e sviluppo, dell'area fabbricazione e dell'area amministrativa e di vendita per l'anno 1999:

Stipendio designer	Euro 72.732
Ammortamenti di produzione	Euro 36.000
Stipendi personale di vendita	Euro 38.400
Costi generali e amministrativi	Euro 60.000

Domande:

- 1) Si stabilisca tramite opportuni calcoli se conviene o no sostenere i costi di pubblicità per il 1999
- 2) Si determini per quale importo di pubblicità le due alternative sarebbero indifferenti
- 3) Si predisponga il budget delle vendite secondo la risposta data alla domanda 1
- 4) Si predisponga il programma di produzione
- 5) Si predisponga il budget della produzione
- 6) Si predisponga il budget degli acquisti
- 7) Si predisponga il budget economico aziendale articolato per le tre tipologie di prodotto per l'esercizio 1999, secondo il metodo *variable costing* (Direct Costing Semplice) evidenziando il costo del venduto.