



XIV OLIMPIADA D'ECONOMIA

FASE LOCAL CATALUNYA

30 de març de 2023



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili



Universitat de Girona
Facultat de Ciències
Econòmiques i Empresariales



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Facultat d'Economia
i Empresa



Facultat
d'Economia i Empresa
UAB



Universitat de Lleida
Facultat de Dret i Economia



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

DADES DEL/DE LA PARTICIPANT

Cognoms i Nom:

DNI:

Telèfon de contacte:

Centre (Institut/Escola/Col·legi):

Signatura:

L'enunciat consta de **tres parts**:

- Primera part: 16 preguntes tipus test.
- Segona part: 2 exercicis pràctics.
- Tercera part: comentari de text.

La prova es valorarà sobre 10 punts totals (la puntuació de cada part està indicada en cada pregunta).

Disposeu d'**1 hora i 30 minuts** per a la realització de la prova.

Primera part:

PREGUNTES TEST (4 punts. Cada pregunta encertada suma 0,25 i

les errònies resten $0,25/4 = 0,0625$ punts. Les preguntes en blanc no sumen ni resten.)

- 1. Què tenen en comú una empresa, una organització no lucrativa i una administració pública?**
 - a) La mateixa estructura organitzativa
 - b) La mateixa forma jurídica
 - c) Que donen resposta a necessitats humanes
 - d) Las mateixes fonts de finançament

- 2. Què tenen de diferent una empresa i una organització no lucrativa?**
 - a) Els llocs on es poden ubicar
 - b) La responsabilitat davant de tercers
 - c) La recerca del benefici
 - d) El sistema comptable

- 3. De les operacions següents, identifica quina no correspon al departament comercial de l'empresa:**
 - a) Prendre nota de les comandes dels clients
 - b) Vendre una nevera a un client
 - c) Controlar les factures que envien els proveïdors
 - d) Atendre les reclamacions dels clients

- 4. La subhasta de peix a la Llotja de Palamós, a quina tipologia de mercat s'acosta més?**
 - a) Mercat monopolista
 - b) Mercat oligopolístic
 - c) Mercat de competència perfecta
 - d) Cap dels anteriors

- 5. Indica quin tipus de tècnica d'investigació seria més adient si volem saber les característiques socials dels possibles compradors d'un producte d'alt consum a la ciutat de Tarragona:**
 - a) Enquesta
 - b) Observació directa del comportament del consumidor
 - c) Entrevista de grup o grup focal
 - d) L'experimentació

- 6. En el lliandar de rendibilitat o punt mort d'una empresa, quins costos es cobreixen?**
 - a) Els costos variables
 - b) Els costos totals
 - c) Els costos fixos
 - d) El preu de venda

7. Una empresa produeix 200 unitats d'un únic bé amb les característiques següents: Costos fixos = 1.000€, Cost variable mitjà = 6€, Preu de venda unitari = 10€. Quin és el marge brut de l'empresa?
- 6€
 - 5€
 - 4€
 - No tenim prou informació per a trobar el marge brut de l'empresa
8. Una empresa té uns costos fixos mensuals de 259.200€ i uns costos variables de 16€ per unitat produïda. Sabent que el producte es ven a 64€ per unitat, quin és el llindar de rendibilitat?
- 16.200 unitats
 - 4.050 unitats
 - 3.240 unitats
 - 5.400 unitats
9. D'acord amb la Llei de la Demanda, quina de les següents afirmacions és certa:
- La demanda de béns barats és més gran que la demanda de béns cars
 - Si dos béns són complementaris, tendim a observar que les quantitats demandades d'aquests béns tendeixen a augmentar i a disminuir simultàniament
 - Si dos béns són substitutius, tendim a observar que les quantitats demandades d'aquests béns tendeixen a augmentar i a disminuir simultàniament
 - La quantitat demandada d'un determinat bé tendeix a ser major quan el seu preu és menor
10. Tria la resposta correcta. La funció d'oferta:
- Descriu quina és la quantitat que els productors desitgen oferir al mercat per a cada possible preu del bé o servei
 - Descriu els possibles equilibris que es poden donar segons sigui la quantitat que es vulgui oferir i la quantitat demanada
 - Descriu el preu que els productors fixaran per a cada possible quantitat de bé o servei produïda
 - Descriu la relació entre el preu que volen pagar els consumidors i el preu al qual volen vendre els productors
11. Fa uns mesos es van publicar diversos estudis en els quals se suggeria que el consum moderat de vi negre pot ajudar a disminuir els nivells de colesterol. Tenint en compte aquesta informació, al mercat de vi negre esperaríem:
- Un augment tant en el preu com en la quantitat d'equilibri
 - Un augment en el preu i una disminució en la quantitat d'equilibri
 - Un desplaçament de la corba d'oferta cap a la dreta, produint-se un descens en el preu d'equilibri
 - La notícia no té cap efecte sobre l'equilibri del mercat de vi negre
12. L'equilibri de mercat implica que:
- La quantitat que s'ofereix i la que es demanda sigui la mateixa
 - El preu de venda i de compra sigui el mateix (suposant que no existeixen impostos)
 - No existeixi ni excés de l'oferta ni excés de la demanda
 - Totes les anteriors són certes

13. L'índex de preus de consum:

- Reflecteix els preus de tots els béns i serveis comprats pels consumidors
- És l'increment del preu d'una cistella de béns i serveis representatius de l'economia
- És un indicador del preu dels béns i serveis més representatius comprats pels consumidors del país
- Totes les anteriors són certes

14. En una economia, tenim les dades següents sobre la producció agregada:

Any	PIB nominal (milions euros)	Deflactor del PIB (any base 2018)
2021	9.000	105
2022	9.500	115

Amb aquestes dades podem afirmar que:

- El PIB real ha variat, en valor absolut, més que el PIB nominal
- El PIB real ha variat, en valor absolut, menys que el PIB nominal
- El PIB real i el PIB nominal han variat, en valor absolut, al mateix ritme
- No hi ha prou informació per poder comparar el PIB real amb el PIB nominal

15. Sabem que durant l'any t la inflació va ser igual al 3% i que durant l'any t+1 la inflació va disminuir fins al 2%. Llavors podem afirmar que:

- A l'any t+1 tots els preus dels béns i serveis inclosos en la cistella de consum van baixar un 2%
- A l'any t tots els preus dels béns i serveis inclosos en la cistella de consum van créixer un 3%
- Els preus dels béns i serveis inclosos en la cistella de consum en general han pujat menys durant l'any t+1 que durant l'any t
- En general els preus dels béns i serveis inclosos en la cistella de consum durant l'any t+1 han baixat un 1%

16. Assenyala quina de les afirmacions següents és FALSA:

- El PIB es pot definir com la suma dels valors afegits de tots els sectors productius d'una economia
- El PIB nominal sempre té un valor més gran que el PIB real
- Si el deflactor del PIB en un any és igual a 100, significa que el PIB real i el PIB nominal tenen el mateix valor
- El PIB des del punt de vista de la demanda és igual a la suma del consum privat, la inversió, la despesa pública i les exportacions netes

Segona part:

EXERCICI 1 (2 punts)

L'empresa QUEBOQUEESTÀ, SL dedicada a la comercialització de productes alimentaris ecològics, va iniciar la seva activitat el dia 1 de gener de 2021. La directora general, experta dietista de reconeguda fama mundial, està preparant el balanç de 2022 i té dificultats per determinar el valor d'alguns elements del balanç.

ACTIU		PATRIMONI NET I PASSIU	
ACTIU NO CORRENT		PATRIMONI NET	
Immobilitzat intangible			
Aplicacions informàtiques	2.500,00		
Immobilitzat material			
Terrenys	41.000,00		
Construccions	43.000,00		
Mobiliari	3.125,00	PASSIU NO CORRENT	
Equips per a processos d'informació	1.800,00	Exigible a llarg termini	
ACTIU CORRENT		PASSIU CORRENT	
Existències		Exigible a curt termini	
Mercaderies	2.350,00		
Deutors comercials		Creditors per prestació de serveis	
		2.357,00	
		Hisenda pública, creditora	
		11.203,00	
Disponible			
Banc	6.860,00		
Caixa	1.085,00		
	7.945,00		

Les dades de les quals es disposen, a data 31 de desembre de 2022, són:

- El capital social està format per 1.000 accions de 40€ nominals.
- El resultat de l'exercici 2021 va ser de 8.540€. El 10% es va destinar a Reserva legal, el 5% a Reserva voluntària i la resta a dividends.
- En començar la seva activitat, l'empresa va demanar un préstec al banc, a retornar en quotes semestrals de 5.000€. Queden pendents les quotes de 30/6/2023, 31/12/2023, 30/6/2024 i 30/12/2024.
- Les vendes de l'exercici van ser 95.840€, de les quals el 15% estan pendents de cobrament. No hi ha altres ingressos.
- Les compres de mercaderies de l'exercici van ser 40.250€, de les quals el 10% estan pendents de pagament.
- **Tots els elements de l'immobilitzat es van adquirir el dia 1 de gener de 2021; figuren en el balanç pel seu valor d'adquisició** i no tenen valor residual. L'intangible s'amortitza a raó del 10% anual; el mobiliari i els equips per a processos informàtics al 8% anual; la resta al 5% anual.
- L'import de la resta de despeses va ser de 20.654€.

Es demana:

1.1.- Calcular el resultat de l'exercici 2022. **(0,25 punts)**

1.2.- Presentar el balanç de situació de l'empresa. **(1 punt)**

1.3.- Quin és el seu nivell d'endeutament? És correcte? **(0,25 punts)**

1.4.- Quina és la qualitat del seu deute? Què proposes per millorar-la?. **(0, 25 punts)**

1.5.- Quin és el seu fons de maniobra? En quina situació financera es troba?. **(0,25 punts)**

EXERCICI 2 (2 punts)

L'empresa ECO-OLÍMPICS està analitzant la possibilitat d'invertir en dos projectes d'inversió sostenibles, un anomenat PLANET-A i l'altre anomenat GREEN-ENERGY. Les característiques financeres dels dos projectes es detallen a continuació:

Projecte PLANET-A:

Desemborsament inicial	Flux net de caixa Any 1	Flux net de caixa Any 2	Flux net de caixa Any 3
250.000 €	75.000 €	90.000 €	140.000 €

Projecte GREEN-ENERGY:

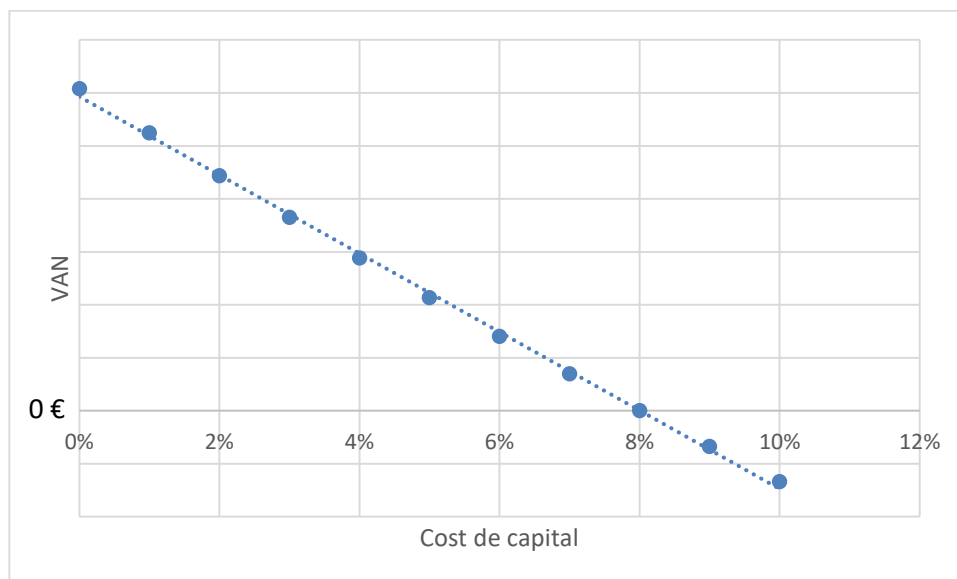
Desemborsament inicial	Flux net de caixa Any 1	Flux net de caixa Any 2
250.000 €	X €	X €

Tenint en compte que la taxa d'actualització és del 5%, es demana:

2.1.- Determineu el termini de recuperació (o *payback*) del projecte PLANET-A. **(0,5 punts)**

2.2.- És cert que la Taxa Interna de Rendibilitat (TIR) del projecte PLANET-A és un valor que es troba entre el 9% i el 10%? Justifiqueu la vostra resposta. **(0,75 punts)**

2.3.- Determineu el flux net de caixa dels anys 1 i 2 del projecte GREEN-ENERGY, sabent que és el mateix per als dos anys, i que a més disposeu d'informació addicional sobre el Valor Actual Net (VAN) d'aquest projecte en el gràfic següent: **(0,75 punts)**



3. LECTURA (2 punts)

Dels 17 **Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)**, les reflexions que es fan a l'article que llegireu a continuació es refereixen majoritàriament a:

ODS 9. Innovació i infraestructures, quant a construir infraestructures resilients, promoure la industrialització inclusiva i sostenible i fomentar la innovació.

ODS 12. Producció i consum responsables, quant a garantir modalitats de consum i producció sostenibles.



Llegiu l'article següent, adaptat del publicat a "El País" el 10 de març de 2019, i doneu resposta a les preguntes que es formulen al final de la lectura.

La moda quiere dejar de ser la segunda industria más contaminante del planeta

RAFA RODRÍGUEZ

La industria quiere mostrar una nueva cara. ¿Objetivo? Fabricar productos con una manufactura ética y responsables con el medio ambiente. ¿Estamos ante un mito o una realidad?

El pasado 1 de febrero la industria de la moda sacaba pecho en la sede de Naciones Unidas. Al menos el sector del negocio textil más socialmente relevante y económicamente significativo (300.000 millones de euros en valor de mercado) del momento. Los adalides del *streetwear* convinieron que o empezamos a vestirnos de manera sensata, o el planeta no va a resistir mucho más nuestros estragos indumentarios. "La adicción a comprar ropa barata y desechable está creando una crisis ecológica global y, a pesar de todas las iniciativas y colecciones conscientes, de todos esos programas de responsabilidad corporativa, no estamos yendo lo suficientemente rápido", advertía Dio Kurazawa, director de la división de *denim* de la consultora de tendencias internacional WGSN. "Nos encontramos ante un cisma ideológico. Es más: ¿de qué hablamos cuando nos referimos a la sostenibilidad? ¿Se trata, simplemente, de reducir en lo posible el impacto negativo de las marcas, de poner de verdad patas arriba nuestros hábitos de consumo o de un lavado verde de cara?".

Esta es la pregunta del millón. Y la respuesta, en especial a la hora de comprar, aún resulta algo confusa, aturullada por etiquetas que proclaman orgánico, *bio*, *eco*, ético... en prendas y accesorios de todo rango y precio. Hay muchas maneras de ser sostenible. Observar el producto y ver cómo puedes reducir el uso de agentes químicos, el consumo energético y el gasto de agua en su proceso es solo el inicio. En realidad, la que debe exigir la reducción inmediata de la huella medioambiental es la industria misma. Hay un montón de materiales reciclados o reutilizables con los que trabajar.

Según el último informe del estado de la moda que elaboró McKinsey & Company en colaboración con el portal *The Business of Fashion*, la llamada economía circular es hoy la clave de un negocio que tira a la basura cerca de 500.000 millones de euros en ropa al año. Es decir, no se trata solo de daño ecológico, sino también económico (que es donde le duele a la industria). Hasta la fecha, apenas el 1% de los materiales utilizados en la confección se recicla para fabricar nuevos productos, de



Stella McCartney es pionera en la moda sostenible. En la imagen, un diseño de su colección de primavera. IMAXTREE

ahí el toque de atención sobre la circularidad, el proceso por el cual una prenda prolonga su vida una vez desechada. “Erradicar sustancias problemáticas como las microfibras sintéticas, incrementar el tiempo de uso de la ropa, aumentar de forma radical el reciclado y hacer una utilización efectiva de los recursos renovables son los puntos en los que debe centrarse la nueva economía textil”, expone Ellen MacArthur, excampeona de vela británica que en 2009 lanzó la fundación que lleva su nombre para concienciar y educar sobre sostenibilidad.

De momento, MacArthur ha conseguido ganar para su causa a gigantes textiles del alcance de H&M.-“Hacer moda a gran escala y respetar el medio ambiente no tiene por qué ser incompatible”, afirma Anna Gedda, directora de sostenibilidad de H&M. “Los retos a los que nos enfrentamos no son exclusivamente nuestros ni podemos alcanzar soluciones solos, sino que tiene que ser un esfuerzo de colaboración de toda la industria”.

Según el informe McKinsey/BOF, del centenar de marcas estudiadas al menos 42 emprendieron la senda de la circularidad en 2017. Que el 66% de la población *millennial* mundial se muestre más que dispuesta a comprar prendas con la etiqueta de sostenible tiene mucho que ver con la decisión, claro. Las marcas vaqueras han sido de las primeras en aplicarse el cuento, sobre todo porque siempre se las ha señalado como una de las principales fuentes de contaminación y gasto de agua.

No se trata solo de mirar la huella medioambiental, sino también el impacto social. La manera de convertirte en activista de la moda es preguntarte dos cosas: ¿Quién hace la ropa que visto? ¿Y en qué condiciones la ha hecho? Se trata de saber de dónde proceden las prendas que compramos. “Cuando se empezó a hablar del tema la atención se centraba exclusivamente en el origen de los materiales, pero ahora nos hemos dado cuenta de que es necesario mirar más allá. La parte medioambiental está muy ligada a cuestiones éticas y sociales”, apunta Stella McCartney, pionera de la lucha ecologista en el frente del lujo. Para ella el gran problema es el exceso: “El promedio de uso de una prenda es de tres veces. Luego la tiramos a la basura. ¿Por qué?”

McCartney hace tiempo que no está sola en su cruzada. La lista de diseñadores y marcas que han abandonado el uso de pieles naturales en favor de las sintéticas o de fibras orgánicas no para de aumentar.

El debate del momento plantea si resulta en verdad sostenible cambiar las pieles animales naturales (que en términos de duración y reutilización sí pueden entenderse como más ecológicas) por las sintéticas, en cuyo proceso de elaboración entran en juego derivados del petróleo perjudiciales para el medio ambiente.



Al final, la conclusión es que no hay decisión en moda sin su correspondiente impacto. Quizá por eso todas las esperanzas están depositadas en las innovaciones tecnológicas. En ese sentido, la idea del *upcycling* (transformación creativa de materiales de desecho) ya ha comenzado a ganarse la confianza de parte de la industria. La moda del futuro será sostenible o no será. Porque, como reza el lema de la marca del empresario Javier Goyeneche, de momento no hay planeta B como plan de escape cuando acabemos con este.

3.1.- L'article planteja si quan es parla de sostenibilitat, cal que com a consumidors ens replanegem els nostres hàbits de consum. Quines reflexions es fan sobre els hàbits dels consumidors actuals que impacten negativament en la sostenibilitat del planeta? Per a la resposta, podeu utilitzar fragments del propi text. A partir del que has llegit, quina seria la teva reflexió?. **(0,75 punts)**

3.2.- Quins problemes i quines propostes de solució hi ha sobre la taula de la indústria de la moda quant a producció sostenible? Per a la resposta, podeu utilitzar fragments del propi text, tot i que volem conèixer també la vostra opinió. **(0,75 punts)**

3.3. Què és l'economia circular? Crea la teva pròpia definició (amb les teves paraules) a partir del que exposen els experts que recull l'article. **(0,5 punts)**