



XI OLIMPIADA D'ECONOMIA



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

UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona
Facultat d'Economia i Empresa



Universitat de Lleida
Facultat de Dret i Economia



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

FASE LOCAL

Núm. Referència

DADES DEL PARTICIPANT

Nom:

Cognoms:

DNI:.....

Signatura:

Centre:

L'enunciat consta de 8 preguntes tipus test, 2 exercicis i 1 comentari de text.

La prova es valorarà sobre 10 punts (la puntuació de cada pregunta està indicada a l'enunciat).

Heu de contestar:

- 8 preguntes tipus test, les 4 primeres són obligatòries i de les 8 següents n'heu de triar 4.**
- 2 exercicis.**
- 1 comentari de text d'entre dues alternatives.**

Contesteu les preguntes en l'espai disponible a continuació de cadascuna d'elles. També podeu utilitzar si és necessari la cara de darrera de cada full. Els fulls no es poden desgrapar.

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

29 d'abril de 2019

Núm. Referència

Resguard per l'estudiant

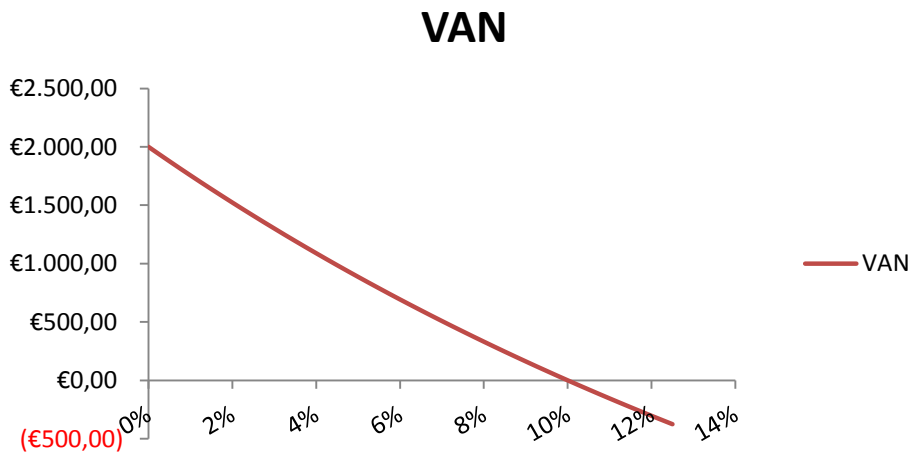
Núm. Referència

4 PREGUNTES TIPUS TEST OBLIGATÒRIES

(Puntuació: 0,5 punts per pregunta correcta, -0,17 punts per pregunta incorrecta. Màxim 2 punts)

Respongueu a les preguntes següents, tenint en compte que cada pregunta té una sola resposta correcta.

1. Un fons de maniobra negatiu ens indica:
 - a. Que l'empresa es troba en una situació financera estable.
 - b. Que l'empresa tindrà problemes per pagar els seus deutes a curt termini
 - c. Que l'empresa es troba en situació de fallida
 - d. Que l'empresa és solvent.
2. Quin dels següents comptes es recull al balanç de situació:
 - a. Compres de mercaderies
 - b. Variació d'existències de mercaderies
 - c. Existències de mercaderies
 - d. Venda de mercaderies
3. Quina de les fonts de finançament següents d'una empresa és interna i pròpia?
 - a) Una ampliació de capital.
 - b) El finançament atorgat pels proveïdors.
 - c) La part dels beneficis no distribuïda als accionistes.
 - d) Una emissió de bons.
4. La representació gràfica del VAN d'un projecte d'inversió és la següent:



Llavors podem assegurar que:

- a) Si el cost de capital és del 12%, el VAN del projecte d'inversió és negatiu.
- b) La TIR del projecte és del 10%.
- c) El VAN del projecte és 0 si el cost de capital és igual a la TIR del projecte.
- d) Totes les respostes anteriors són certes.

Núm. Referència

4 PREGUNTES TIPUS TEST DE 8

(Puntuació: 0,5 punts per pregunta correcta, -0,17 punts per pregunta incorrecta. Màxim 2 punts)

Respongueu a 4 de les 8 preguntes tipus test següents, tenint en compte que cada pregunta té una sola resposta correcta.

1. Quina de les següents és una avantatge de les pimes davant les multinacionals?

- a) Aprofitament d'economies d'escala.
- b) Accés a millors condicions de finançament per la seva dimensió.
- c) Major flexibilitat.
- d) Les pimes no tenen avantatges davant les multinacionals.

2. La concentració geogràfica d'empreses, institucions i agents relacionades amb un determinat mercat, producte o sector industrial que genera sinergies per a tots, rep el nom de:

- a) Holding empresarial.
- b) Plataforma logística.
- c) Clúster empresarial.
- d) Multinacional.

3. Una empresa que vol adaptar els seus productes als gustos de cada país necessita adoptar un estratègia d'internalització:

- a) Multidomèstica.
- b) Global.
- c) Transnacional.
- d) Internacional.

4. En quina de les circumstàncies següents per a una empresa, és adient el creixement intern?

- a) Coneixement insuficient del mercat al que va dirigit el producte que es produeix.
- b) Coneixement del producte que es fabrica o del servei que s'ofereix superior al de la competència.
- c) El mercat del producte que es produeix està saturat (fase de maduresa).
- d) Cap de les anteriors.

5. Quina de les següents afirmacions sobre l'anàlisi del punt mort és certa?

- a) Té un valor inferior al dels costos fixos.
- b) Els costos variables són independents del volum de producció.
- c) Els costos fixos són dependents del volum de producció.
- d) És el punt on els ingressos totals s'igualen als costos totals.

6. Si volem reduir el punt d'equilibri d'una empresa...

- a) haurem de reduir el preu del producte.
- b) haurem d'incrementar els costos variables.
- c) haurem de reduir els costos fixos.
- d) Cap de les afirmacions anteriors és correcta.

Núm. Referència

7. En termes d'una anàlisi DAFO, el fet que un equip emprenedor pateixi importants desavinences internes suposaria una:

- a) debilitat.
- b) oportunitat.
- c) amenaça.
- d) fortalesa.

8. En la constitució d'una Societat Anònima:

- a) Cal desemborsar necessàriament tot el capital.
- b) Les aportacions han de ser necessàriament en diners.
- c) Cal inscriure-la en el Registre Mercantil.
- d) Cal inscriure-la en el Registre Civil.

Núm. Referència

EXERCICI 1 (de resposta obligatòria) (2 punts)

L'empresa NETIPOLIT, que comercialitza materials diversos, presenta la llista de dades comptables següent, amb referència al darrer exercici (les dades de l'immobilitzat es presenten pel seu valor d'adquisició):

CONCEPTE	Import (€)	CONCEPTE	Import (€)
Capital social	30.000	Altres despeses d'explotació	5.850
Construccions (per a l'activitat productiva)	43.000	Hisenda pública, creditora per conceptes fiscals	11.043
Bancs	15.860	Despeses financeres	1.230
Deutes a l/t amb entitats de crèdit	15.000	Import net de la xifra de negocis	75.250
Caixa	2.085	Despeses de personal	34.500
Equips per a processos d'informació	2.510	AAII	1.150
Creditors per prestació de serveis	1.200	Mobiliari	3.125
Inversions financeres a l/t	2.500	Deutes a c/t amb entitats de crèdit	5.000
Clients	5.640	Altres ingressos d'explotació	2.560
Reserves	???	Impost sobre beneficis	11.043
Proveïdors	1.580	Aplicacions informàtiques	2.500
Ingressos financers	580	Terrenys	42.000
Existències de mercaderies	2.350	AAIM	23.450

1.1. Elaboreu el compte de pèrdues i guanys, distingint entre resultat d'explotació, resultat financer, resultat abans d'impostos i resultat després d'impostos. [1 punt]

Núm. Referència

1.2. Elaboreu el balanç de situació, distingint entre actiu corrent i no corrent, patrimoni net i passiu corrent i no corrent, ordenant quan correspongui segons criteris de liquiditat i exigibilitat. Quin és el valor de les reserves? [1 punt]

Núm. Referència

EXERCICI 2 (de resposta obligatòria) (2 punts)

Una empresa desitja realitzar una nova inversió i analitza els projectes A, B i C següents:

Projecte	Inversió inicial, $-a_0$	Flux any 1	Flux any 2	Flux any 3	Flux any 4
A	-1.000	800	200	100	200
B	-1.000	400	500	200	300
C	$-a_0$	250	250	250	250

Amb una taxa d'actualització dels fluxos del 4%:

- Determineu a_0 del projecte C sabent que el VAN del projecte C és igual al del projecte A. (0,5 punts)
- Quin dels tres projectes seleccionariu en base al criteri del VAN? (0,5 punts)
- Quin seria l'ordre de selecció d'aquestes 3 inversions segons el criteri estàtic del Pay-Back o termini de recuperació? (0,5 punts)
- Comproveu si la TIR del projecte B és del 5%. D'acord amb el resultat obtingut, podeu afirmar si la TIR serà superior o inferior al 5%? Raoneu la resposta. (0,5 punts)

Lectura OPCIO A (2 punts)

L'EMPRESA TECNOLÒGICA DE MÚSICA: REACTABLE¹

Reactable (www.reactable.com) és una empresa tecnològica resultat de la unió de quatre ments privilegiades (Sergi, Martin, Günter i Marcos) al servei d'una idea: crear un instrument que permeti veure i "tocar" la música durant una actuació.

Per tant, Reactable és una empresa de base tecnològica i vinculada al món de la música que proporciona - mitjançant iniciatives respectuoses amb l'entorn, les persones i els principis ètics que inspiren als seus fundadors - noves eines innovadores que enriqueixen i transformen el procés de creació i reproducció de música electrònica.

Els resultats que desitgen obtenir els seus fundadors són:

- ✓ crear treball i generar oportunitats de desenvolupament professional a les persones.
- ✓ aconseguir productes tecnològicament excel·lents i innovadors de forma ètica.
- ✓ que mitjançant la innovació i introducció de nous productes al mercat a un ritme relativament ràpid els seus competidors no puguin liderar el mercat.

Tipus de productes

Es tracta de **productes únics** al mercat, tecnològicament excel·lents i basats en la innovació:

1. **Reactable Live!:** Portàtil i fàcil de configurar, la Live! versió de l'instrument permet tocar i veure la música en l'escenari. Els diferents mòduls de so de generació i la manipulació, que són objectes físics reals, permeten una flexibilitat infinita i el control en l'expressió musical. L'exploració i l'ús de tècniques modernes de producció de música mai ha estat més fàcil o més emocionant. Va ser concebut com un instrument per retornar les possibilitats expressives dels instruments tradicionals als músics que estan treballant amb les noves tecnologies. Utilitza conceptes de síntesi modular, presa de mostres, processament avançat d'efectes digitals, i el DJ (disc-jockey) els combina amb la interacció de la computadora i l'ésser humà, la tecnologia multitouch i una interfície tangible. El Reactable Live! és una experiència completament nova en la música en directe. El seu preu és alt (entorn als 9.000€).
2. **Reactable Mobile:** Bàsicament es tracta del sintetitzador de Reactable Live per a dispositius mòbils. Preu molt econòmic (9,99€).
3. **Reactable Experience:** És una versió de la Reactable especialment dissenyada per a espais públics i institucions tals com a museus, centres científics, escoles i universitats. Concebuda a partir de la Reactable original, que va ser dissenyat per als músics professionals, l'experiència de Reactable és una versió intuïtiva i robusta per al seu ús per un jugador casual i és especialment adequat per als nens que estan començant a explorar el món de la música i la generació de so. A més, les seves capacitats de col·laboració i multi - usuari permeten que l'instrument sigui utilitzat per diversos usuaris de forma simultània, obrint tot un univers de possibilitats d'entreteniment i creatiu. Preu similar al de reactable live.

Per poder vendre aquests productes l'empresa tem que:

¹ Font: Adaptat www.reactable.com.

Núm. Referència

- *La crisi econòmica afecti la capacitat de compra (reactable live).*
- *L'entrada de nous competidors redueixi la possibilitat d'incrementar la quota de mercat. I que la diferència de preu respecte a altres competidors sigui tan elevada que impedeixi mantenir la fidelitat a la marca per part del client.*
- *El risc de còpia dels productes per part dels competidors redueixi els possibles beneficis de l'empresa i es pot reduir la necessitat o la valoració del comprador pel factor diferenciador.*

Distribució

Els productes de Reactable es distribueixen bàsicament a través de dos canals:

El primer, ja s'està comercialitzant ara:

- ✓ ***Distribuïdors musicals especialitzats que operen en mercats concrets.*** *Existeixen dos tipus de distribuïdors: de gran dimensió (l'entrada de la qual per a aquesta empresa és difícil però que tenen un major accés al mercat) i de petita dimensió (accessibles però amb menor repercussió a nivell comercial).*

El segon, es posarà en pràctica a curt termini:

- ✓ ***Internet*** *(tant per reactable live com reactable mobile). És una via que li permetrà arribar a tots els mercats sense limitacions. S'espera que una bona part de les vendes es realitzin per internet i a través de la sol·licitud del client.*

Tecnologia, organització i capital humà

Per aquesta empresa són essencials i factors d'èxit els conceptes següents:

- ✓ ***Tecnològics:*** *disposa de tecnologies i coneixements que li permetin crear nous productes comercialment atractius i que es poden concretar en patents.*
- ✓ ***Organitzatius:*** *aspectes com la marca i la reputació adquireixen gran importància per a l'empresa.*
- ✓ ***Humans:*** *En tractar-se d'una empresa que el seu aspecte bàsic i fonamental és la innovació, el coneixement, motivació, experiència, habilitat de raonament i decisió de les persones que conformen l'empresa és un factor clau d'èxit.*

En conclusió, *aquesta empresa vol seguir creixent per això pot optar:*

- Per aprofitar el fet que contínuament volen innovar en els productes i comercialitzar-los més enllà del seu propi mercat. D'aquesta manera, estaria provant de vendre productes o serveis completament diferents i dirigint-se a clients de mercats desconeguts. Aquesta opció té l'avantatge que, en comercialitzar productes totalment diferents, si un negoci de la mateixa empresa pateix una circumstància adversa, l'altre és poc probable que es vegi afectat.*
- D'altra banda, un altre camí, seria podria optar per vendre productes complementaris o que estiguin relacionats amb el que s'està comercialitzant fins ara, o afegir un servei postvenda.*

Lectura OPCIÓ B (2 punts)

El passat mes de març el diari El País publicava la següent notícia:

“Cinc petites empreses creatives impulsades per dones

Aquestes iniciatives demostren que una passió es pot convertir en un projecte professional

Encara que a vegades sembli impossible, es pot viure d'una passió, i fins i tot convertir aquesta passió en la teva pròpia empresa. Això és el que demostra el llibre Pequeña empresa creativa, editat per Kireei, i aprofitant que el 8 de març és el Dia Internacional de la Dona, ens hem fixat en cinc petites empreses, creades per dones, que han aconseguit mantenir-se i convertir la il·lusió de les seves impulsores en una manera independent de treballar i viure.

Don Fisher

Us sonen els estoigs en forma de peix? Són el producte d'èxit de Don Fisher, l'empresa de Julia Castaño, que exporta les seves criatures marines per tot el món. Ella és dissenyadora gràfica, i va convertir-se en dissenyadora de producte en el moment que va voler fer un canvi a la seva vida. Volia crear coses boniques. Va començar a poc a poc el 2013, i ha anat creixent de forma orgànica, sense endeutar-se. Instagram és una de les seves principals plataformes de comunicació, i la seva botiga és en línia. Però somnia a tenir una botiga física.

Numon

Numon són bosses i motxilles amb història, fetes amb teixits reciclats, ja siguin llençols, fundes de sofàs, cobrellits, o aquella tela especial que el client vol portar sempre a sobre. La Núria Hernández és l'ànima al darrere d'aquesta marca, que des del 2009 s'ha anat fent el seu públic, i actualment té una botiga-taller a Reus. “Conscienciar la gent que hi ha una alternativa és un dels meus objectius”, explica. Les seves bosses són úniques i d'edició limitada. El seu repte és tenir una botiga més gran i un taller social, per donar feina a persones d'educació especial o amb necessitats de reinserció.

Nobale

Nobale és roba de dona, nens i nadons còmoda i atemporal, feta amb teixits de qualitat des del taller de Noni Baeza, a Olot. Ja fa gairebé 14 anys que va començar l'aventura d'endinsar-se en aquest sector amb tanta competència, quan va néixer el seu fill. Després d'haver passat per tants errors que ni els recorda, el que més l'omple és veure la gent feliç amb la seva roba. Això sí, no amaga que ha hagut de renunciar a moltes coses, com tenir més temps per a ella, per mantenir el seu projecte.

Jugar i jugar

Carmen Granados i Claudia Díaz són mares, divulgadores i emprenedores, creadores de Jugar i jugar fa deu anys, un projecte integral que des de l'inici ha volgut difondre i promoure el joc infantil de qualitat. Ofereixen jocs i material educatiu seleccionat a través de la seva botiga en línia, i també ofereixen assessorament a escoles i tallers i xerrades per a famílies i professors sobre la importància del joc. La seva obstinació és que “unes quantes persones mirin el joc des del gran valor que té i realment contribuir a un canvi important al món”.

Núm. Referència

Gemma Fillol

*Gemma Fillol és formadora en comunicació i màrqueting, i creadora de la comunitat de dones Extraordinària. És un projecte per connectar i recarregar d'energia les dones emprenedores, “que volen viure del seu talent”, explica. Defensa que hi ha una nova manera d'empendre “en femení i en comunitat” i el seu projecte és ajudar totes aquestes dones a sortir-se'n. Per això, ha creat aquesta comunitat de pagament, que organitza quatre trobades anuals de formació i xarxa, i que també ofereix altres serveis com un canal de YouTube amb informació d'alt valor. A més, ha editat *Las diez aristas de emprender*, amb l'editorial Culbuks.*

Font: https://cat.elpais.com/cat/2018/03/02/estilo/1519995736_516177.html

Núm. Referència

Respondre les qüestions d'una de les dues opcions:

OPCIÓ A

1. Què és la missió d'una empresa? i l'objectiu? Exemplifiqueu-ho amb el cas de l'empresa REACTABLE. (1 punt).
2. Dins el conjunt genèric de les estratègies de negoci hi ha les estratègies competitives. Per quina estratègia competitiva s'ha decantat aquesta empresa? Elegeix-ne només una. Raona la teva resposta en base a la informació que et proposa la lectura. (1 punt).

OPCIÓ B

Amb la informació facilitada en l'article responeu i argumenteu les següents preguntes:

1. Identifica la idea de negoci de 3 dels 5 projectes empresarials descrits i fes una breu descriptiva (1 punt).
2. Detalla les principals característiques que ens permeten explicar el perfil d'un emprenedor/a. (0.5 punts) Quines d'aquestes es poden identificar i/o intuir en les emprenedores dels projectes presentats? (0.5 punts).

Núm. Referència