

La durada de l'examen és de 2 hores.

PART I: Consta de setze preguntes tipus test dels continguts d'Economia i Empresa i Disseny de Models de Negoci. En cada pregunta **SOLS HI HA UNA OPCIÓ CORRECTA**. Tres preguntes incorrectes restaran el valor d'una pregunta correcta o la part proporcional (cada pregunta incorrecta restarà un terç del valor d'una resposta correcta). Les preguntes no contestades ni sumaran ni restaran puntuació. La puntuació màxima d'aquesta part serà de **4 punts**.

1. **Els béns intermedis són aquells que:**

- a) Es venen/compren en els mercats amb la intervenció necessària d'un agent intermediari.
- b) S'utilitzen en el procés de producció d'un altre bé, sent transformats per a poder ser consumits.
- c) Adquireixen els consumidors per al seu ús final.
- d) El seu consum augmenta proporcionalment amb la renda de les famílies.

2. **La següent taula indica les dades anuals de la quantitat produïda i el nombre d'empleats de tres fàbriques:**

Fàbrica	Unitats Produïdes	Nombre empleats
Fàbrica A	10.000	50
Fàbrica B	25.000	150
Fàbrica C	5.000	10

Com hauria de variar la contractació de les fàbriques A i B per a aconseguir la mateixa productivitat que la fàbrica C?

- a) No ha de variar gens perquè les tres fàbriques obtenen la mateixa productivitat.
- b) La fàbrica A ha d'acomiadar 30 persones i la fàbrica B ha d'acomiadar 100 persones.
- c) La fàbrica A ha de mantenir 30 treballadors i la fàbrica B ha de mantenir 100 treballadors.
- d) La fàbrica A ha d'acomiadar 40 persones i la fàbrica B ha d'acomiadar 140 persones.

3. **Si es produeix un desplaçament de la corba de demanda de cotxes elèctrics cap a la dreta, això podria deure's al fet que:**

- a) Ha baixat el preu dels cotxes elèctrics, provocant major demanda d'aquests cotxes.
- b) Hi ha una llei que només deixa circular els cotxes elèctrics en les ciutats.
- c) Els consumidors tenen menys renda disponible.
- d) Ha baixat el preu dels cotxes de gasolina.

4. **Quan en un mercat de béns i serveis existeix un excés de demanda és degut al fet que:**

- a) El preu de mercat està per damunt del preu d'equilibri.
- b) El preu de mercat està per davall del preu d'equilibri.
- c) Les empreses estan disposades a vendre més unitats de producte que la quantitat que volen comprar les famílies.
- d) Cap de les respostes anteriors.

5. El bé A és complementari del bé B, a més el bé B és un bé inferior i el bé C és un bé elàstic. Sent $E_{A,B}$ l'elasticitat creuada entre el bé A i B; E_R l'elasticitat renda; i E_p l'elasticitat demanda preu, la resposta correcta sobre les elasticitats és:
- $E_{A,B} > 0$; $E_R > 0$; $|E_p| > 0$
 - $E_{A,B} < 0$; $E_R > 0$; $|E_p| > 1$
 - $E_{A,B} < 0$; $E_R < 0$; $|E_p| > 1$
 - $E_{A,B} < 0$; $E_R < 0$; $|E_p| > 0$
6. Per què la corba de demanda d'una empresa de competència perfecta és totalment horitzontal?
- Perquè l'empresa és preu-acceptant i la seua producció és molt petita, en comparació amb la del total del mercat.
 - Perquè l'empresa oferta productes totalment elàstics.
 - Perquè existeix llibertat d'entrada i eixida d'empreses en el mercat.
 - Perquè l'empresa ven productes homogenis respecte als altres competidors del mercat.
7. El deflactor del PIB es calcula mitjançant el quocient:
- $\frac{\text{PIB}_{\text{nominal}}}{\text{PIB}_{\text{real}}}$
 - $\frac{\text{PIB}_{\text{real}}}{\text{PIB}_{\text{nominal}}}$
 - $\frac{\text{PIB}}{\text{Població}}$
 - $\frac{\text{PIB}_{\text{any2}} - \text{PIB}_{\text{any1}}}{\text{PIB}_{\text{any1}}}$
8. Si la taxa d'inflació entre el període 0 i el període 1 és igual a 7,5%, significa que:
- Comprar en el període 1 els mateixos productes que en el període 0 costa un 7,5% més car.
 - Demanar un préstec en el període 1 costa un 7,5% més que en el període 0.
 - La diferència entre el valor real i el valor nominal d'una variable econòmica serà igual a 7,5%.
 - Comprar en el període 1 els mateixos productes que en el període 0 costa un 7,5% menys.
9. Quina de les següents opcions augmentaria la rendibilitat econòmica d'una empresa?
- Reduir l'import del consum de mercaderies per l'obtenció de descomptes en la compra de mercaderies.
 - Disminuir la quantia de les despeses per interessos del deute.
 - Permutar patrimoni net per deute amb proveïdors de mercaderies sense cost financer.
- Totes les respostes anteriors poden ser correctes.
10. En relació amb la tipologia de costos, indique la resposta correcta:
- Cost indirecte és el que es pot adaptar a la quantitat produïda a curt termini, però no a llarg termini.
 - Cost de producció d'un bé o servei és el valor monetari dels factors utilitzats per a obtenir-lo.
 - Cost mitjà d'un producte és el cost total dividit entre el cost de cada unitat de producte fabricada.
 - Cap de les respostes anteriors és correcta.

11. **Una empresa dedicada a la venda de sabates cobreix els seus costos variables i fixos venent 10.431 unitats. Si ven més de 10.431 unitats, indique la resposta que és correcta necessàriament:**
- a) Augmentaran els costos variables.
 - b) Augmentaran els costos variables i també els costos fixos.
 - c) Es generarà un benefici directament proporcional a l'augment dels costos variables.
 - d) Augmentarà el llindar de rendibilitat.
12. **Al tancament de l'exercici 2024 una empresa té un actiu corrent de 41.000 € i els capitals o recursos permanents són de 77.000 €. Ha generat en aquest exercici un resultat d'exploració de 21.000 €, una rendibilitat econòmica del 20%, els interessos dels deutes han sigut de 800 € i s'ha aplicat un tipus impositiu del 15%. Quin és el valor del fons de maniobra de l'exercici 2024?**
- a) 17.000 €
 - b) 32.150 €
 - c) 13.000 €
 - d) Cap de les respostes anteriors és correcta.
13. **Quan existeix estabilitat financera normal en una empresa, indique la resposta vertadera:**
- a) El valor de l'actiu no corrent coincideix amb el dels recursos o capitals permanents.
 - b) L'import del patrimoni net supera el valor de l'actiu si l'empresa és molt solvent.
 - c) Els recursos o capitals permanents financen una part de l'actiu corrent.
 - d) L'augment de l'actiu en un import produeix necessàriament un increment del passiu en aqueixa mateixa quantitat per a mantenir l'equilibri patrimonial.
14. **Una empresa analitza el poder de negociació dels seus proveïdors, l'amenaça de nous competidors i l'existència de productes substitutius en el seu sector. Quina ferrament està utilitzant?**
- a) Anàlisi DAFO.
 - b) Anàlisi PESTEL.
 - c) Les cinc forces de Porter.
 - d) Brainstorming (pluja d'idees).
15. **Una empresa s'adreça exclusivament a consumidors d'alt poder adquisitiu oferint productes exclusius i d'alta qualitat, amb preus elevats. Quina estratègia competitiva està aplicant?**
- a) Estratègia de lideratge en costos.
 - b) Estratègia de diferenciació.
 - c) Estratègia de penetració de mercats.
 - d) Estratègia de creixement intern.
16. **Una empresa especialitzada en equipament esportiu llança dues línies de producte: una gamma orientada a persones que practiquen esport com a forma de benestar i desconexió i una altra línia de producte pensada per a consumidors que busquen principalment comoditat i oci. Segons aquest criteri de classificació dels consumidors, l'empresa està aplicant:**
- a) Segmentació demogràfica.
 - b) Segmentació geogràfica.
 - c) Segmentació psicogràfica.
 - d) Segmentació socioeconòmica.

PART II: Consta de dos exercicis pràctics, un dels continguts d'Economia i l'altre dels continguts d'Empresa i Disseny de Models de Negoci.

RESOLGA NOMÉS UN EXERCICI. La puntuació màxima serà de 3 punts.

EXERCICI 1:

Una economia produeix únicament Aliments (A) i Béns industrials (B). Utilitzant tots els seus recursos de forma eficient pot aconseguir les següents combinacions de producció:

Combinació	Aliments (A)	Béns industrials (B)
C	0	60
D	10	54
E	20	44
F	30	30
G	40	10
H	44	0

Es demana:

- a) Represente gràficament la Frontera de Possibilitats de Producció (FPP), i indique en ella les combinacions que apareixen en la taula. **(0,4 punts)**
- b) Explique què indica la forma de la FPP i quina informació proporciona sobre el cost d'oportunitat. **(0,5 punts)**
- c) Calcule el cost d'oportunitat de produir 10 unitats addicionals d'aliments en passar de la combinació D a la E i de la combinació E a la F. **(0,4 punts)**
- d) Calcule el cost d'oportunitat unitari de passar de la combinació F a la G. **(0,45 punts)**
- e) Classifique les següents combinacions de béns, justificant la resposta i situant-les en la gràfica de l'apartat a). **(0,45 punts)**
 - i. (15 A, 70 B)
 - ii. (25 A, 20 B)
 - iii. (44 A, 5 B)
- f) Supose que es produeix una millora tecnològica que afecta només el sector de béns industrials:
 - i. Explique i represente gràficament com canvia la FPP. **(0,4 punts)**
 - ii. Com afecta aquesta millora al cost d'oportunitat de produir aliments? Raone la seua resposta. **(0,4 punts)**

EXERCICI 2:

Una empresa dedicada a la fabricació de mobles està valorant la compra d'una màquina de tall automatitzada per a millorar la productivitat.

La inversió requereix un desemborsament inicial de 360.000 € i l'any 0 s'ha de realitzar, a més, un desemborsament addicional de 15.000 € en concepte de material auxiliar, que es recuperarà íntegrament al final del projecte, o en el moment en què es vengui la màquina.

La vida útil de la màquina és de 4 anys i el valor residual al final de l'any 4 serà de 30.000 €.

S'espera que els ingressos nets derivats del seu ús siguin de 95.000 € el primer any i vagin augmentant un 4% anual sobre el valor de l'any anterior. Per la seua banda, els costos de manteniment ascendeixen a 9.000 € el primer any, augmentant un 2% anual sobre el valor de l'any anterior.

Suposant una taxa anual de descompte del 6%:

- a) Calcule els fluxos nets de caixa durant els 4 anys que dura la inversió. **(0,8 punts)**
- b) Calcule el VAN del projecte per a 4 anys, tenint en compte tota la informació proporcionada. Interprete el resultat. **(0,7 punts)**
- c) Si es mantenen la taxa anual de descompte del 6% i els fluxos de caixa durant 2 anys, determine quin hauria de ser el preu mínim de venda de la màquina al final de l'any 2 perquè la inversió resulte rendible, sabent que la venda implica una comissió del 3% sobre el preu de venda i un cost fix de desmuntatge i trasllat de 8.000 €, que es paga en el moment de la venda. Interprete el resultat. **(1,5 punts)**

PART III: Llija detingudament el text i responga a les preguntes que es plantegen sobre este. La puntuació màxima d'aquesta part és de 3 punts.

COMENTARI DE TEXT

El que dona de si el negoci de vestir-nos

(Adaptat d'El País. Javier A. Fernández. 03 DES 2025)

La moda és un dels ambaixadors de la marca Espanya en el món, un sector en el qual conviuen els tallers xicotets amb grans cadenes de presència internacional. Un total de 72.000 empreses (17.000 de la indústria tèxtil i 55.000 de comerç de detall o “retail”) que donen ocupació a 372.000 persones. Darrere de les xifres estan les històries dels emprenedors, com els responsables de dues companyies en plena expansió: *One Dilemma*, firma fundada a Madrid en 2023 per Martina Capel juntament amb unes altres dues jòvens emprenedores, Loreto Normand i Paula Corchado, que comercialitzen pantalons vaquers, faldilles i samarretes personalitzades a través d'internet; i *Lola Casademunt*, marca barcelonina fundada per la dissenyadora Lola Casademunt, coneguda per les seues peces d'estampats vibrants per a dones i que des de 2018 està dirigida per Maite Gassó, una de les seues filles, i està present en 42 països.

Els pantalons vaquers més populars entre els jòvens els venen tres xiques d'uns vint anys afincades a Madrid. Estes peces tenen el tir baix i una estrella en cada butxaca posterior. Van nàixer amb vocació de ser úniques, perquè cada unitat es pot personalitzar. Anunciaven les seues creacions cada diumenge per TikTok. “Penjàvem els models en el nostre compte i en minuts s'esgotaven. Passàvem els dies següents customitzant-los amb tanyes i altres adorns”, conta Martina Capel, de 20 anys, una de les sòcies. Ara ja tenen la seua pròpia tenda en línia i el seu negoci no para de créixer tant en l'àmbit nacional com internacional.

La història de Lola Casademunt comparteix biografia. L'empresària que dona nom a la firma va començar confeccionant llassets, diademes i altres accessoris per al cabell en el seu propi domicili fa quatre dècades. Hui s'ha convertit en una firma consolidada que va facturar 57 milions d'euros en 2024, un 25% més que l'any anterior, i que presenta les seues col·leccions en la Setmana de la Moda de Madrid i Barcelona.

Ambdues empreses representen dos models diferents de negoci, però amb una cosa en comú: es troben en plena expansió en un sector marcat per la moda ràpida (*fast fashion*), la globalització, l'estancament de les vendes i la necessitat d'atendre la sostenibilitat. Consolidar-se en un mercat com este és el major repte per a les empreses espanyoles, assegura Eduardo Zamalacoa, president de l'Associació Empresarial del Comerç Tèxtil i Complementes (Acotex): “És fàcil emprendre i començar a vendre, tots necessitem vestir-nos, el que és difícil és saber créixer i expandir-se sense posar en risc el model de negoci i, sobretot, sense passar de moda”. Tirem del fil per a conèixer les costures i els voraons d'este important sector.

El sector de la moda representa el 2,9% del producte interior brut (PIB) nacional i aporta el 3,6% de l'ocupació, de perfils molt diversos amb un predomini significatiu de l'ocupació femenina, que representa el 54,3% de l'ocupació d'esta indústria i el 74,3% del *retail* enfront del 46,3% de la mitjana nacional. El tèxtil i la confecció representa més del 8,2% del valor exportat per les empreses espanyoles, un èxit en el qual pesa més el disseny, la innovació i la distribució que els costos baixos, segons l'informe *Competitivitat del sector tèxtil-moda espanyol*, del Ministeri d'Economia.

La major part del teixit industrial tèxtil està compost per tallers xicotets i artesans, empreses que no compten amb assalariats (42%) o tenen entre 1 i 9 treballadors (44%). A diferència del comerç tèxtil, en el qual el format més estès és la cadena especialitzada (40%), amb empreses amb presència internacional com Mango, Tendam i Inditex (casa de Zara, Bershka o Pull & Bear).

Les peces de moda lideren les vendes de productes per internet, i s'han doblat en els últims sis anys. Encara que el sector és líder en vendes per internet, la facturació general de la indústria i del comerç es manté estable després d'una notable caiguda durant la pandèmia.

La moda espanyola és ambaixadora de la marca Espanya en el món. Ensenyes com Mango, Desigual i les marques d'Inditex gaudeixen de fama internacional gràcies a un model de negoci àgil i atractiu, assenyala López-Casero, presidenta de l'Associació del Retail Tèxtil d'Espanya (ARTE). Ha donat noms com Cristóbal Balenciaga, Paco Rabanne, Manuel Pertegaz i Adolfo Domínguez, figures clau en la història de la moda universal.

Inditex és el buque insígnia del sector i també la primera empresa de la Borsa espanyola, amb un valor que dobla el de la segona, l'energètica Iberdrola, i una de les 10 marques de moda que més facturen en el món. Inditex juntament amb Mango, Desigual i Tendam (casa de Women'secret o Pedro del Hierro) són líders internacionals amb presència en més de 150 països gràcies a un model industrial àgil, des del disseny i la confecció fins a la logística i la venda.

Les tendes estan altament digitalitzades gràcies a sistemes de gestió d'existències amb etiquetatge de les peces per radiofreqüència (RFID), que sincronitza tots els magatzems i establiments d'una mateixa cadena, o els espills intel·ligents i les aplicacions de realitat augmentada que permeten provar-se roba de forma virtual. El grau d'intensitat digital del comerç tèxtil, un indicador de la penetració de les noves tecnologies i la seua capacitat per a innovar, se situa en el 14,5%, quatre punts per damunt de la mitjana del comerç en general.

A pesar de les seues forteses, el sector es troba en perill d'estancament i en cerca de solucions verdes. La indústria tèxtil ha perdut al voltant de 5.000 companyies des de 2010, d'acord amb el Directori Central d'Empreses (Dirce) de l'INE. Els experts assenyalen diversos motius que han portat a això: les microempreses són més vulnerables a les crisis econòmiques i a les pujades de costos, la qual cosa porta a moltes a no tindre mitjans per a fer-los front; la deslocalització de la confecció a països on els costos són més baixos. Successos com la pandèmia o episodis de bloqueig de rutes comercials, com el del canal de Suez, han deixat en evidència els problemes que genera la deslocalització de la producció, a la qual cosa algunes empreses espanyoles fan front traslladant la seua producció a Espanya i a països de l'entorn.

Els ingressos del sector encara no han recuperat les xifres prèvies a la pandèmia. López-Casero explica este fenomen com a conseqüència, primer, dels canvis d'hàbits del consumidor, que des de la crisi de la covid ha traspassat part de la despesa en moda a l'oci, l'hoteleria i el turisme. També influeixen, segons la presidenta d'ARTE, l'augment dels preus per l'alta inflació (amb juliol de 2022 com a pic, amb un augment de quasi l'11% respecte a l'any anterior, segons l'INE) i la major consciència ecològica (els consumidors allarguen la vida de les seues peces i compren més de segona mà).

A Espanya, cada ciutadà rebutja 20 quilos de roba a l'any, xifra per damunt de la mitjana europea. Reduir eixe volum de desperdici requereix la integració del principi de circularitat, és a dir, establir un procés de reciclar i reutilitzar totes les matèries que s'utilitzen en la indústria, des del disseny fins al final de la vida útil de les peces. Les empreses del sector es troben en plena transformació per a reduir el consum d'aigua; limitar l'ús de químics

que generen residus difícils de tractar i de microplàstics; fomentar el consum responsable o *slow fashion* (en contraposició a la *fast fashion* de les grans cadenes); i desenvolupar nous teixits.

El sector de la moda s'enfronta des de fa dècades a la falsificació dels seus productes, un fenomen que genera pèrdues de 1.000 milions d'euros anuals, d'acord amb Marcos Pizarro, membre de la junta directiva de Moda España. Espanya és el segon país de la Unió Europea amb major taxa de compra de falsificacions, d'acord amb l'informe *Situació del comerç il·lícit i frau a Europa i la resta del món*, de l'empresa suïssa de tecnologia antifrau Sicpa. I ja no sols de productes de luxe o roba esportiva, els falsificadors repliquen peces de cadenes com Inditex, el principal mercat de la qual està en internet.

A partir del text, conteste les següents qüestions:

PREGUNTA 1: En el text s'afirma “*El sector de la moda representa el 2,9% del producte interior brut (PIB) nacional*”. Definisca PIB i explique el significat de l'afirmació anterior. Quina informació addicional proporciona el text per a considerar el sector de la moda com un sector estratègic de l'economia espanyola? **(0,7 punts)**

PREGUNTA 2: Explique com està compost majoritàriament el teixit empresarial del sector de la moda a Espanya. Si ho considera oportú, diferencie entre les empreses de la indústria tèxtil i les del comerç tèxtil. Per a la seua resposta, utilitze els criteris de classificació d'empreses en funció de grandària, activitat i àmbit geogràfic. Justifique la seua resposta. **(0,9 punts)**

PREGUNTA 3: Explique les tres estratègies competitives que permeten a les empreses obtenir un avantatge competitiu. Quina estratègia explica l'èxit de les empreses espanyoles del sector de la moda? Justifique la seua resposta. **(0,8 punts)**

PREGUNTA 4: En què consisteix la deslocalització de la producció? Explique com ha afectat aquesta estratègia a l'evolució recent del sector tèxtil i de la confecció a Espanya i com estan reaccionant les empreses espanyoles del sector. **(0,6 punts)**