PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

FASE GENERAL: MATERIAS DE MODALIDAD

CURSO 2009 - 2010 CONVOCATORIA:

Aviso: No se pueden escoger preguntas de las dos opciones, debiendo elegir una de ellas, la opción A o la B

Opción A. Teoría: Debe responder a un total de 4 preguntas: 2 preguntas basadas en artículo de prensa que aparece en el recuadro, y 2 de las tres que se le plantean a continuación (no responda a las 3 ya que sólo puntuarán las dos que primero responda). **Problemas:** Debe realizar los 3 ejercicios que se le plantean, respondiendo a todos los apartados correspondientes.

OPCIÓN A

TEORÍA (5 puntos)

El Corte Inglés se pone el chándal

Dentro de unas semanas se cumplirá un año desde que El Corte Inglés pusiera en marcha su última iniciativa: Sportown, una cadena dedicada a la ropa y los accesorios de moda de inspiración deportiva. ¿Una más? No. Al contrario de la mayoría de las cadenas de ropa y equipos deportivos existentes, que comercializan ropa de competición y para uso de calle, El Corte Inglés se ha centrado con su nueva enseña en un público básicamente consumidor de moda deportiva, no tanto para la práctica de deportes (que también) sino para su vida normal.

Una estrategia que confirma la propia empresa al subrayar que en Sportown "nos dirigimos a un público urbano que sigue las tendencias de moda y al que le gusta sentirse cómodo". Uno de los pocos segmentos en el que, además, el consumo sigue creciendo a buen ritmo, pese a la crisis.

Lo que define a las Sportown, frente a otros conceptos, según explican fuentes de la empresa, "es que son tiendas con una superficie media de 350 metros cuadrados (si bien algunas llegan a los 900), muy centradas en el calzado, del que se ofrecen unas 20 marcas y más de 350 referencias". Esto, además de sudaderas, prendas de baño o complementos como gorras, mochilas o relojes, todo de marcas como Adidas, Nike, Le Coq Sportif, Munich, Fred Perry o New Balance.

Fuente: Adaptado de **Fernando Barciela** 11/04/2010 EL Pais.com Negocios

1. Responder a las siguientes preguntas:

1.a Identificar y definir la estrategia competitiva de El Corte Inglés, en la que se centra este artículo, indicando las ventajas de la misma. Compararla con la de otras cadenas de ropa y equipos deportivos (1,5 puntos)

1.b Definir "marca" y explicar su importancia para la empresa, identificar la estrategia de marca El Corte Inglés pretende llevar a cabo en Sportown. (1 punto)

2. Responder a **dos** de las siguientes preguntas:

2.a Explicar el proceso de creación de valor en la empresa. (1,25 puntos)

2.b Definir la departamentalización de la empresa y aportar tres criterios utilizados para llevarla a cabo. (1,25 puntos)

2.c Definir la autofinanciación de la empresa y sus tipos. (1,25 puntos)

PROBLEMAS (5 puntos)

1. Dado el siguiente Balance:

ACTIVO		**PASIVO Y PATRIMONIO NETO**	
ACTIVO NO CORRIENTE	264.600	FONDOS PROPIOS	124.000
EXISTENCIAS	82.000	PASIVO NO CORRIENTE	141.000
DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR	48.200	PASIVO CORRIENTE	134.700
EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES	4.900		
TOTAL ACTIVO	**399.700**	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO**	**399.700**

a) Calcular y explicar las ratios siguientes: disponibilidad, liquidez, garantía y endeudamiento. (1,6 puntos)

b) Calcular y explicar la ratio de rentabilidad del capital, si el resultado del ejercicio fue de 6.200 euros. (0,4 puntos)

2. La empresa Red Canarias S.A. debe elegir uno de los dos proyectos de inversión siguientes:

	Desembolso Inicial	Flujos Netos de Caja anuales (euros)		
Proyecto	(euros)	Año 1	Año 2	Año 3
A	24.000	-2.080	10.816	19.956
B	28.000	104	5.408	26.942

Se pide seleccionar un proyecto aplicando el criterio del Valor Actual Neto (VAN), siendo la tasa de actualización del 4%. Justificar la respuesta (1,5 puntos)

3. El director administrativo de una empresa se está planteando si adquirir una fotocopiadora para imprimir en su departamento administrativo todos los documentos de la empresa. Hasta ahora ha subcontratado su impresión a un proveedor que le cobra 0,06 euros por página. Esta decisión le supondría unos costes fijos anuales de 900 euros y un coste variable de 0,04 euros por página impresa. Calcular a partir de qué cantidad de páginas impresas convendría adquirir la impresora. Razonar la respuesta. (1, 5 puntos)