

IX OLIMPIADA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA
FASE LOCAL DE LEÓN (27 DE ABRIL DE 2017)

Instrucciones: La prueba tiene 3 partes:

- La Primera Parte consta de cuatro preguntas, de las que el alumno contestará tres. Cada pregunta se valorará con 1,5 puntos.
- La Segunda Parte consta de dos problemas numéricos, de los que el alumno contestará uno, con un valor máximo de 3 puntos.
- La Tercera Parte consta de un comentario de actualidad económico-empresarial, siguiendo el guión de las preguntas que se plantean sobre la noticia, que se valorará sobre 2,5.

Duración: 2 horas

En la corrección se valorará la claridad en la **expresión**, la correcta **interpretación** de los textos, el **razonamiento** en las respuestas; por supuesto, sin faltas de ortografía y puntuación.

Los exámenes serán corregidos de forma anónima y la calificación máxima que se puede obtener es de 10 puntos.

PRIMERA PARTE: Consta de 4 preguntas a contestar un máximo de 3.

1. Realice un esquema de la clasificación de todas las fuentes de financiación de la empresa según dos criterios: origen de la financiación de la empresa y según su titularidad.
2. ¿Quiénes son los accionistas? Enumerar cinco derechos que pueden tener los accionistas.
3. Cite los tipos de canales de distribución, en función del número de intermediarios, e identifique qué tipo de canal de distribución utiliza una empresa que produce zapatillas y las vende a través de comercio electrónico.
4. Causas, consecuencias y soluciones de un Fondo de Maniobra negativo en una empresa.

TERCERA PARTE: Comentario, lea detenidamente la siguiente noticia y responda a las preguntas que sobre la misma se realizan.

Okey relanza su marca para atraer a los consumidores de la generación Z

Los batidos Okey, elaborados entre Idilia Foods y Calidad Pascual, han relanzado su marca para adaptarse a los códigos y necesidades de su nuevo "target": la generación Z, es decir, los nuevos consumidores nacidos a partir de 1995. Además, Okey se transforma digitalmente, con una nueva web y abriendo por primera vez perfiles en Facebook, Instagram y Youtube.

Asimismo, los batidos modernizan su "packaging" con un diseño más fresco y actual, y hacen un "renaming" de sus tres clásicos sabores, que ahora son vainilla "flow", fresa "boom" y chocolate "ride".



Fuente: <http://www.idilia.es/marca/okey/>, 18/04/2017

Bajo el "claim" "It's okey", la campaña será 100% digital y visual (obra de la agencia D6), a través de su web y sus redes sociales y sin contenido corporativo. Okey no generará contenido propio, sino que se ocupará de conectar a sus seguidores y que compartan sus experiencias.

Cuatro usuarios serán elegidos por votación popular a través de un concurso en la web de Okey y las redes sociales. Ellos serán los encargados de generar el contenido que nutra la nueva web, convirtiendo así la página de la marca en un portal donde compartir sus experiencias y vivencias.

A cambio, estos usuarios conseguirán planes inalcanzables y desconocidos, situaciones y actividades inusuales, que están al alcance de muy pocos, y que compartirán para generar interacción entre los usuarios de las redes sociales. También recibirán un premio de 1.500 euros en metálico.

Fuente: <http://www.marketingnews.es>, 06/04/2017

1.- Justifica los motivos por los cuales piensas que Idilia Foods y Calidad Pascual tienen una orientación al marketing en sus acciones comerciales a través de sus batidos "Okey". Identifica y razona cuáles son sus principales competidores.

2.- Explica, en función del texto, si Idilia Foods y Calidad Pascual realizan algún tipo de segmentación del mercado para el caso de sus batidos Okey. En caso positivo, identifica la estrategia de segmentación y las ventajas e inconvenientes de la misma.

FOLIO ADICIONAL

Puede utilizar este folio para hacer anotaciones (lo puede soltar; no es necesario entregarlo)