



PRUEBA XI OLIMPIADAS DE LA EMPRESA: PARTE PRÁCTICA

NOMBRE:

1- COMENTARIO DE TEXTO: (2 p)

Tras la lectura de la siguiente noticia, responde a las cuestiones que se plantean.

Cómo afectó el anuncio del ERE a la reputación social de Coca-Cola

31 Enero 2014

Coca-Cola, una de las empresas con mejor reputación y mejor imagen entre la opinión pública, sufrió el día 22 uno de sus peores días en las redes sociales, tras conocerse la decisión de Coca-Cola Iberian Partners de despedir a 750 empleados y cerrar cuatro plantas de esta embotelladora.

Sentisys ha analizado la evolución en las redes de la marca de refrescos. Hasta el día 22, la compañía tenía un índice de positividad en torno al 55% en los mensajes que hablaban sobre ella. Los hashtags #ComparteUnaCocaCola y #fórmulaCoca-Cola eran los más populares. A las 17 horas del día 22 se registró **el primer tuit que hablaba del posible Expediente de Regulación de Empleo (ERE) de la empresa embotelladora**. De tener registradas 200-300 menciones bajo la marca Coca-Cola, a las 16 horas del día 22, se pasa en una hora exactamente (de las 17h a 18h), a registrar 2.700 menciones, cambiando la positividad del mensaje del 55% al 21% y llegando el día 23 a su peor valoración con el 15% de positividad para un total 20.732 mensajes.

Del #ComparteunaCocaCola a “ERE”

El análisis también concluye que el juego que dio la campaña “Comparte una Coca-Cola” ha perjudicado a la multinacional. El tuit más retuiteado, con más de **2.030 RT** fue una imagen de @RaiRobledo con una lata de refresco con el nombre de “ERE”.



Por otra parte, fuentes de la compañía consultadas por Marketing News en relación con la noticia de que la compañía embotelladora asumirá más competencias en el terreno comercial han asegurado que tal circunstancia no se producirá en los terrenos del marketing, la publicidad y la comunicación. “No habrá ningún cambio en ese terreno”, ha asegurado el portavoz de Coca-Cola, “la compañía es la propietaria de la marca y como tal todas las áreas de marketing y comunicación de la misma seguirán bajo su responsabilidad. Los embotelladores no tienen competencias en estas áreas en ningún país”. **Fuente:** Marketing News, Diario de Noticias de Marketing

Posibles preguntas:

1. En el texto se hace referencia, sobre todo, a una de las herramientas más importantes del marketing conocidas como “las 4 p’s”. Indica cuál es dicha variable, haz referencia a la información que aparece en el texto y explica cada una de ellas. (0.5 puntos)
2. Teniendo en cuenta que Coca-Cola es una de las marcas más conocidas y reputadas del mercado, ¿Cuál/es crees que ha/n sido la/s causa/s desencadenante/s de su crisis de reputación y por qué? ¿Qué papel crees que juegan las redes sociales en la función comercial de la empresa? (0.5 puntos)
3. ¿Qué supone este problema para marcas competidoras de Coca-Cola como, por ejemplo, Pepsi? Justifica tu respuesta (0.25 puntos).
4. Se ha criticado que, con esta acción, Coca-Cola no cumple con los valores que transmite a sus consumidores (felicidad, la chispa de la vida, etc.) ¿Estás de acuerdo con ésta afirmación? Justifica tu respuesta (0.25 puntos)
5. ¿Qué diferencia existe entre Coca-Cola y Coca-Cola Iberian Partners? ¿Qué responsabilidad crees que tiene cada una de ellas en lo acontecido? ¿Qué acciones crees que pudieron tomar sus responsables para evitar lo ocurrido? (0.5 puntos)

2- EJERCICIO NUMÉRICO (2 p)

El Director General de la sociedad mercantil Olimpia, SLU a la hora de planificar el próximo ejercicio y para la toma de decisiones que minimicen al máximo el riesgo existente en el mercado y así poder reducir la incertidumbre requiere los servicios de Vd. como economista para que le resuelva las siguientes cuestiones:

2.1. Del siguiente Balance de Situación de X, SLU:

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	325.000	A) PATRIMONIO NETO	
I. Inmovilizado intangible	32.500	A1) Fondos propios	403.000
II. Inmovilizado material	292.500	I. Capital	292.500
B) ACTIVO CORRIENTE	260.000	III. Reservas	78.000
I. Existencias	65.000	IV. Resultados del ejercicio	32.500
II Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	130.000	B) PASIVO NO CORRIENTE	65.000
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	65.000	II Deudas a largo plazo	65.000
		C) PASIVO CORRIENTE	117.000
		II. Deudas a corto plazo	52.000
		IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	65.000
TOTAL ACTIVO (A+B)		TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	

1. Calcule el Activo y Pasivo Total, el Patrimonio Neto y el Fondo de Maniobra (0,2 puntos)
2. Valore el equilibrio financiero existente (%capital corriente) (0,1 puntos)
3. Indique la opinión que le merece el endeudamiento tanto a Largo como a Corto Plazo (0,2 puntos)
4. Explique cuál es la situación de Rentabilidad tanto para los propietarios de la empresa (financiera) como la económica teniendo en cuenta que el resultado de explotación asciende a 39.000€ € y el resultado del ejercicio es 32.500€ (0,5 puntos)

2.2. La empresa está planteándose realizar una inversión para los próximos cinco años y se encuentra ante tres alternativas y presenta, *ceteris paribus*, los siguientes Flujos de Caja:

	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyecto A	-150.000	30.000	30.000	90.000	90.000	90.000
Proyecto B	-150.000	90.000	60.000	15.000	15.000	15.000
Proyecto C	-150.000	30.000	90.000	30.000	90.000	90.000

1. Defina y calcule el Periodo de Recuperación de las inversiones (0,2 puntos)
2. Plantee la fórmula del VAN (Valor Actual Neto) de cada proyecto (0,5 puntos)
3. Cual sería en su opinión el proyecto más aconsejable (0,3 puntos)