

EXAMEN DE MEJORAMIENTO DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO – FIEC

PROFESOR: Ing. Mónica González

FECHA: 18 de febrero 18, 2011

NOMBRE:

1.- La empresa "Salud" lleva 30 años en la industria farmacéutica, produciendo medicamentos para una amplia gama de enfermedades. Cuentan con un excelente departamento de investigación y desarrollo, gracias al cual tienen algunos productos patentados. Uno de sus productos estrellas desde hace 5 años es el medicamento antigripal para adultos "Achú". Viene en presentación de pastillas, elimina 4 síntomas de resfriado: fiebre, dolor de cabeza, tos, congestión nasal y es suave para el estómago.

Las ventas de "Achú" en los primeros 2 años superaron toda proyección que la empresa había desarrollado. Apenas requirieron de una campaña publicitaria introductoria para dar a conocer el producto, por radio y televisión en horarios nocturnos con mayor cantidad de espectadores, luego se limitaron a la publicidad de permanencia en un par de radios locales. El gerente Financiero estaba encantado, la inversión de introducción en publicidad había sido realmente baja, y habían recuperado la inversión en investigación y desarrollo mucho antes de lo que tenía proyectado el área financiera.

Sin embargo a partir del tercer año la proliferación de competidores, la especialización de los nuevos productos en determinados síntomas gripales y en determinados grupos de consumidores, hicieron que la participación de mercado de "Achú" baje peligrosamente. Incluso su ubicación privilegiada en percha es ahora ocupada por otros antigripales. En la reunión semanal, el gerente de Ventas manifestó su preocupación a lo que el gerente de Marketing le respondió: Tenemos un estudio inicial que demuestra que "Achú" tiene todo lo que el público necesita, no hay que cambiarle nada. No es más que una distracción momentánea por todos los productos con que nuestros competidores están bombardeando el mercado, pero "Achú" sigue y seguirá siendo nuestra estrella por mucho rato.

- a) En qué etapa del CVP se encuentra "ACHU"
- b) Tiene razón de preocuparse el gerente de Ventas? Tiene razón el gerente de Marketing? Porqué?
- c) Que estrategia sugeriría para extender el ciclo de vida de "Achú"
- d) Explique las acciones específicas que llevaría a cabo para ejecutar el plan estratégico.

2.- Es gerente de Marketing de una nueva empresa de productos para el cuidado de la piel, su jefe le indica que dentro del plan estratégico de la empresa esta incursionar en la línea de cosmetología. Se le pide:

- a) Cree una idea de producto INNOVADORA, para la industria cosmética
- b) Defina claramente las especificaciones del producto
- c) Desarrolle 3 conceptos de la idea de producto
- d) Indique el segmento de mercado al que estaría dirigido
- e) Cuál sería la estrategia de fijación de precios para el nuevo producto