

**EXAMEN FUNDAMENTOS DE MERCADEO (sobre 70 puntos)**

**I PARTE: TEORIA RESPUESTAS MULTIPLES.** 40 puntos en total.

1. Los factores que afectan el comportamiento del consumidor son:
  - a. Culturales, sociales, personales y psicológicos.
  - b. Políticas, medio ambiente, y migración
  - c. Ninguna de las anteriores
  
2. El micro entorno está compuesto por las fuerzas sociales que afectan a la empresa e influyen en la capacidad de la misma para atender a sus clientes.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
  
3. Cuando seleccionamos ventajas competitivas debemos promover las diferencias que sean:
  - a. Importantes y superiores
  - b. Distintivas y comunicables
  - c. Exclusivas y asequibles
  - d. Todas las anteriores
  - e. Ninguna de las anteriores
  
4. El MKT MIX es un conjunto de instrumentos tácticos controlables por la empresa compuesta por:
  - a. Precios, costos, beneficios.
  - b. Producto, precio, plaza, promoción
  - c. Políticas de calidad, procesos y reducción de costos.
  
5. El posicionamiento en el mercado consiste en decidir qué lugar claro, distintivo y deseable queremos que un producto ocupe en la mente de los consumidores objetivos.
  - a. Verdadero
  - b. Falso.
  
6. Las fuentes de información pueden ser clasificadas según:
  - a. Su origen
  - b. Su finalidad
  - c. A y b
  - d. Ninguna de las anteriores
  
7. La investigación comercial es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información:
  - a. Verdadero
  - b. Falso

8. En lo referente a la misión de la empresa:
- Es una declaración del propósito de la empresa.
  - Evalúa los productos y las áreas que conforman la empresa
  - Debe ser realista y específica.
  - A y b
  - A y c
  - B y c
9. La estrategia de diversificación consiste en aumentar la venta de productos existentes a segmentos de mercado existentes, sin modificación alguna del producto
- Verdadero
  - Falso
10. El análisis de la cartera de negocios consiste en evaluar los productos y las áreas que conforman la empresa identificando negocios claves.
- Verdadero
  - Falso

## **II PARTE: EJERCICIOS (50%) (15 puntos cada ejercicio)**

**EJERCICIO 1: MATRIZ BCG:** La empresa "ROJA" pertenece al cada vez más creciente mercado de las telecomunicaciones donde mantiene apenas el 20% del porcentaje total de ventas. Por otro lado encontramos el mercado de automóviles que presenta una tasa de crecimiento baja y en donde a la empresa "PLATA" presenta una cuota de mercado alta. Así mismo, no podemos dejar de analizar a "AMARILLO" líder en ventas que abarca la mayor parte del mercado de transporte aéreo que mantiene una tasa de crecimiento alta.

Elaborar la matriz BCG en donde se determine en que cuadrante y categoría corresponde para cada una de las empresas.

## **EJERCICIO 2: MACROENTORNO**

Actualmente Usted se viene desempeñando como el Director de Marketing de las Franquicias Dogger (comida rápida) de origen colombiano que planea empezar su funcionamiento en el mes de septiembre en el país. Realice un breve análisis del macroentorno.