

EXAMEN DE MEJORAMIENTO DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO – FIEC

PROFESOR: Ing. Mónica González

FECHA: 20 de septiembre de 2010

PARTE 1

NOMBRE:

1.-Encerrar en un circulo la respuesta correcta (10 puntos)

a) La empresa “Pelález Ruiz”, es una firma de abogados que ofrece servicios en su rama. El producto que ofrecen es:

1. Conveniencia
2. Especialidad
3. Comparación
4. Ninguna de las anteriores

b) La empresa BEBITOS lanzará productos para niños de 0 a 5 años en la región costa. Debe realizar una segmentación:

1. Geográficas, Demográficas, Psicográficas, Conductuales
2. Psicográficas, Conductuales
3. Geográficas, Demográficas
4. Ninguna de las anteriores

c) El producto estrella de una empresa nueva en el mercado, tiene un precio mayor que sus competidores. Deberá posicionarse como:

1. El más barato
2. Mejor servicio al cliente
3. Marca de larga trayectoria, con imagen solida y distintiva
4. Ninguna de las anteriores

2.- La empresa MANTRA tiene dos posibles segmentos a servir, A y B. Si tenemos la siguiente información de cada segmento, a cuál segmento debe servir la empresa y por qué? (10 puntos)

	A	B
Ventas actuales por segmento	\$2'480.000	\$1'850.000
Tasa de crecimiento del segmento	2%	5%
Rentabilidad esperada del segmento	15%	15%
Competidores	Muchos	Pocos

3.- Indicar si los siguientes enunciados son verdaderos (V) o falsos (F) (10 puntos)

- a) A medida que el producto avanza por su ciclo de vida, la empresa debe adoptar diferentes estrategias de fijación de precio ()
- b) Siempre, la mejor estrategia es reducir precios rápidamente para obtener una venta ()
- c) La nacionalidad es una variable de segmentación demográfica ()
- d) Posicionamiento de un producto se refiere al lugar que ocupa en la percha del minorista ()

4.-Una las etapas del CVP con la característica que corresponda: (5 puntos)

Desarrollo	Se frena el crecimiento en ventas y disminuyen utilidades
Introducción	Ventas Nulas
Crecimiento	Ventas y utilidades disminuyen más rápidamente
Madurez	Lento crecimiento de ventas
Decadencia	Inicio de rápido crecimiento en ventas

5.- El costo de adquisición de las computadoras que vende PCCia es de \$400. Para fijar el precio, la empresa ha fijado un margen de utilidad en 30% sobre el precio de adquisición. Los costos operativos mensuales son de \$2.800. Si mensualmente vende 40 computadoras, cuál será el margen de utilidad real de PCCia? (10 puntos)

EXAMEN DE MEJORAMIENTO DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO – FIEC

PROFESOR: Ing. Mónica González

FECHA: 20 de septiembre de 2010

PARTE 2

NOMBRE:

25 puntos

La pizza Papa John's ha llegado al Perú. No obstante el consumo aún es bajo. Según las cifras de la cadena, la penetración de consumo delivery (principal canal de ventas de Papa John's) es de 6%, mientras que en países como Chile o México el índice es de 14% aproximadamente. "El potencial de crecimiento en este negocio es altísimo", dice David Rojas Llada, gerente de Corporación Peruana de Restaurantes S.A., empresa que opera la franquicia de Papa John's en el Perú. Por ahora Papa John's ha abierto recientemente 4 locales con una inversión de \$300.000 por local. Se vienen 3 más con lo que la empresa cerraría el año con 17 pizzerías en todo el país. En cuanto a ventas, esperan tener un crecimiento del 30% y confían que el 30% de participación de mercado en los sitios donde tienen presencia, continúe creciendo. (*Natalia Vera, pag. 18, América Economía, 21 de febrero de 2009)

- a) De acuerdo a la teoría de fijación de precios para nuevos productos, que recomendaría usted a la empresa para poder alcanzar las metas propuestas.
- b) En qué etapa del ciclo de vida se encuentra la pizza Papa John's en el Perú
- c) De acuerdo a la teoría de fijación de precios, qué consideraciones internas y externas tomará en cuenta Papa John's para fijar el precio entre un mínimo y máximo conocido.