



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas
EXAMEN FINAL FUNDAMENTOS DE MERCADEO

I PARTE: TEORIA RESPUESTAS MULTIPLES. Pueden escoger una alternativa. (3 puntos c/u)

1. Con respecto a las funciones del envase y embalaje, señale cual afirmación es falsa.
 - a. Protección del producto durante el transporte
 - b. Conservar el mantenimiento de sus cualidades
 - c. Fines promocionales de reconocimiento.
 - d. Todas las anteriores
 - e. Ninguna de las anteriores

2. El producto base se refiere a los servicios o beneficios principales que el consumidor está comprando cuando adquiere un producto.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

3. El precio del producto debe ser coherente con:
 - a. La imagen y la calidad de sus productos de la compañía.
 - b. La imagen y la calidad de sus productos de la competencia.
 - c. No depende la imagen ni de la calidad.

4. El punto muerto calcula la cantidad de producto que ha de venderse para cubrir los costes fijos.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

5. Con respecto a la distribución exclusiva, señale cual afirmación es verdadera.
 - a. Permite canales largos de distribución.
 - b. Intermediario no vende productos de la competencia.
 - c. Número reducido de distribuidores.

6. El principal papel que desempeña la distribución dentro del programa de marketing de una empresa es la búsqueda del beneficio a través del margen, la rotación y la financiación.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

7. Mientras la publicidad ofrece una razón para comprar, la promoción de ventas proporciona un incentivo a la compra.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

II PARTE: CASO KINTETSU T2 (40 puntos)

Antecedentes

T2 es un producto innovador patentado a nivel mundial desarrollado por un grupo muy avanzado y experto de bio-investigadores pertenecientes a la compañía multinacional japonesa Kintetsu, fabricado mediante extractos obtenidos de huesos de ganado. El fosfato cálcico activo obtenido de los mismos, ayuda a activar las células, mejora la forma física mientras disuelve el alcohol en la sangre.

Su utilización es recomendable cuando se empiezan a padecer los mareos típicos de una indigestión alcohólica tras un banquete, fiesta o aperitivo. Asimismo, es recomendable para prevenir la resaca y otros efectos posteriores derivados de la indigestión de alcohol, mientras mejora y reconstruye la situación del cuerpo.

T2 es la única bebida mineral absolutamente natural. Es una bebida beneficiosa para la salud y la única en el mercado destinada a disolver el alcohol ingerido. Proporciona un efecto estable y es un fuerte previsor de la ingestión alcohólica de bajo componente calorífico. Contiene elementos ricos en contenido mineral. Se puede transportar en cualquier sitio e ingerir a cualquier hora. "NO ES UN PRODUCTO MILAGROSO",

En la vida actual hay ciertas ocasiones en las que es difícil evitar beber con amigos o compañeros de profesión, clientes, etc..., y algunas veces no se puede evitar beber más de la cuenta. Cuando el alcohol llega al estómago, el cerebro empieza a titubear. <Sabe Ud. que entonces su cuerpo empieza a sufrir?> Con T2, la filosofía de beber ha cambiado, desde la idea de sufrir bebiendo, a la idea de disfrutar bebiendo conservando una buena salud.

Funcionamiento y Utilización del T2

Las propiedades fundamentales del T2 son la disolución rápida del alcohol, y la recuperación veloz tras un estado de embriaguez; pero no solo eso sino que se puede utilizar para conservar un buen estado de salud aunque no se haya ingerido alcohol. Protege el estómago, los intestinos, la sangre y el hígado a efectos de la ingestión de alcohol.

Esto se consigue porque el T2 contiene minerales activos que añadidos al alcohol, lo suavizan, le quitan la fuerza evitando los vómitos, malestar general o la terrible resaca inherente al consumo de bebidas alcohólicas.

En Asia se utiliza como bebida refrescante que se consume en una dosis (6,5cms x 1,7cms). No se considera un producto farmacéutico, sino una bebida refrescante. Otros usos suavizar el sabor del alcohol y facilitador de la digestión. Se comercializa en farmacia de Japón.

Precios

Precio EXW – Tokio: \$0.65 PVP Tokio: \$3 Precio Ex Aduana Guayaquil: \$1.2

Cuestiones a resolver:

- a. Que necesidades cubre el producto? (10 puntos)
- b. Quienes y por qué compran el producto? (10 puntos)
- c. Desarrollar una política de MKT MIX para la incursión del producto en Ecuador. (20 puntos)