



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 la marca, señale cual afirmación es falsa.
 - a. Está compuesta por el rendimiento, propósito y promesa de la marca.
 - b. Contempla los atributos y valores instrumentales del producto.
 - c. Puede no existir marca en el producto ofrecido.
 - d. Todas las anteriores
 - e. Ninguna de las anteriores

2. El producto ampliado se refiere a los componentes adicionales a nivel cualitativo, así como también a características, marca, envase y otros atributos que se combinan para proporcionar el producto principal.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

3. El precio del producto debe ser coherente con:
 - a. Los valores añadidos que se ofrecen de otros productos de la compañía.
 - b. Los valores añadidos que se ofrecen de otros productos de la competencia.
 - c. No depende de los valores añadidos.

4. Se emplea una estrategia de precios altos para ganar nuevos distribuidores con el objetivo de aumentar la participación de mercado.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

5. Con respecto a la distribución exclusiva, señale cual afirmación es falsa.
 - a. Permite canales largos de distribución.
 - b. Mejor dialogo con el intermediario
 - c. Intermediario no vende productos de la competencia.

6. Considerando el conflicto en donde el proveedor se salta al intermediario; señale cual solución es la apropiada.
 - a. Incentivar a los intermediarios a crecer.
 - b. Venta directa al consumidor.
 - c. Identificación de cuentas claves.

7. La publicidad antepone la conciencia para llegar a la actitud con el fin de comunicar lo que hay que consumir.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

II PARTE: CASO MNB (40 puntos)

Antecedentes

MNB es un producto innovador patentado a nivel mundial desarrollado por un grupo de expertos de bio-investigadores pertenecientes a la compañía multinacional española Maja, 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.

MNB 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 MNB, 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 MNB

Las propiedades fundamentales del MNB 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 MNB 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 – Barcelona: \$0.75 PVP Barcelona: \$4 Precio Ex Aduana Guayaquil: \$1.5

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)