

Administración de mercadotecnia

Ejercicio medición de mercado:

El consorcio “A tu salud” se encuentra diseñando un nuevo producto cuyo beneficio es disminuir la cantidad de personas con resfriado común. Este producto va dirigido a las personas entre los de 50-94 años de edad. Está interesado en evaluar los territorios de Amazonas, Apure y Bolívar como posibles mercados atractivos para el lanzamiento del producto.

Se cuenta con la siguiente información de mercado:

- La población total venezolana estimada para el año 2008 por el Ine es de 27.934.783 habitantes
- Del total de habitantes, el 10.98% representa al número de personas en edades comprendidas entre 50 y 94 años.
- Del total de personas entre 50 y 94 años, según estudios efectuados en el país, el 90% padece de resfriado común al menos tres veces al año.
- El producto se ha diseñado para que la persona consuma una tableta del producto dos veces al día por cinco días seguidos.
- En la actualidad ya existen cinco empresas con productos similares que compiten en el mercado, con una participación del 45% del mercado potencial total y para el 2010 esperan alcanzar el 60%.
- En Amazonas se estiman en el 2009 una cantidad de 8369 habitantes entre 50-94 años, en el estado Apure de 1478 habitantes entre 50-94 años y en Bolívar de 1667.
- Según información suministrada por los representantes de venta, en el Amazonas el 20% de las personas entre 50-94

años cuentan con los recursos para adquirir ese medicamento. En el Apure el 30% y en Bolívar el 25%.

- Según juicio de expertos en el área, en Amazonas, del total de las personas con la capacidad adquisitiva, el 50% está dispuesto a adquirir el producto, en Apure el 30% y en Bolívar el 10%.
- La importancia que se le estima a cada factor corolario (porcentaje de población en el área, disposición y capacidad económica) es de 0,20; 0,50 y 0,30 respectivamente.
- La empresa desea alcanzar una participación de mercado del 10% en el año 2009 y en el 2010 el 15%.
- La empresa tiene como norma que por cada 300 clientes prospecto se requiere la presencia de un representante de ventas.

Indicar:

1. ¿Cuál es el mercado potencial total para ese nuevo medicamento?
2. ¿Cuál es el potencial de mercado relativo para cada territorio (Amazonas, Apure y Bolívar)?
3. ¿Cuáles son las ventas estimadas de la industria para el año 2010?
4. ¿Cuáles son las ventas estimadas de la empresa para el año 2010?
5. Señale en una grafica las mediciones de mercado junto a las brechas de demanda primaria y selectiva.
6. Señale cuántos vendedores por territorio se requieren.