**Práctica Temas 3.1 y 3.2**

**Nombres de los miembros del grupo:** Martorell Coll, Joan; Oliver Artigues, Gabriel; Ontanilla Macias, Jose; Prats Villalonga, Pere Antoni

1.1- La empresa “CERECOL” produce cereales de desayuno (“Cerechoco”, “Cerelemon” y “CereChufa”) y barritas energéticas (“Supercol”, “Childcol” y “Sportcol”), que se pueden encontrar en formato caja de cartón o formato contenedor de plástico, ¿cuál es la longitud de surtido de productos de “CERECOL”? ¿Y cuál es la amplitud y la profundidad de surtido?

**RESPUESTA**

Analizando el surtido del producto de “CERECOL” se determina que la longitud del surtido es de 6 referencias (tres modelos de cereal y tres modelos de barritas). La amplitud de este surtido es de 2 líneas de producto (los cereales de desayuno y las barritas energéticas). En cuanto a la profundidad del surtido “CERECOL” esta se compone por el formato caja de cartón y el formato contenedor de plástico.

3.2.- Sabiendo que el coste unitario de producir una caja de cereales es de 0,75 euros y el margen aplicado es del 20%, ¿cuál será el precio unitario de venta del producto si el método de fijación de precios es el de “margen en el precio de venta”?

**RESPUESTA**

Sabiendo que para calcular el precio con el método del margen sobreen el precio de venta la formula és [PVP = C / (1 – M)]

PVP = 0.75 / (1-0.2)

PVP = 0.9357€. Se pueden redondear a 0.94€.

3.3.- ¿Y si, con los mismos datos que proporciona el enunciado anterior, el sistema de fijación de precios fuera “margen sobre precio de coste”?

**RESPUESTA**

Sabiendo que para calcular el precio con el método del margen sobre el precio de coste la formula és [PVP = C + C\*M]

PVP = 0.75 + 0.75\*0.2

PVP = 0.9€

3.4.- ¿Qué tipo de estrategia de distribución, *pull* o *push*, cree que utiliza “CERECOL”? Justifique la respuesta

**RESPUESTA**

La estrategia de distribución que debe usar “CERECOL” es push dado que al ser los cereales un producto muy comerzializado y existen miles de marcas deberán ser ellos los que tienen que darse a conocer al cliente, además, los clientes no irán a buscar los productos alimenticios directamente al fabricante ya que estos mayoritariamente se comprán en tiendas.

3.5.- El departamento de I+D+i de “CERECOL, S.A.”, dedicada a producir cereales para desayuno, acaba de desarrollar una fórmula química que permitirá la obtención de un cereal que ayudará a controlar el nivel de colesterol. ¿Cómo puede proteger la empresa esta innovación para evitar que otras empresas del sector produzcan un producto similar?

**RESPUESTA**

Para proteger su invención “CERECOL, S.A.” debería patentar esa formula ya que es una innovación que afecta directamente a la utilidad del producto y esta otorga derecho exclusivo sobre el producto y además consta de un periodo de validez de 20 años.

3.6.- “CERECOL”, tras proteger su innovación según lo respondido en la respuesta anterior, no estima conveniente producir este tipo de cereal, ¿de qué manera puede sacar rendimiento a la misma?

**RESPUESTA**

Para sacar beneficio a la patente lo único que tiene que hacer “CERECOL, S.L.” es ceder el uso de esta a terceros a cambio de un beneficio económico. También le permite obtener licencias cruzadas mediante las que podría mejorar aspectos como la producción o gestión de la empresa. Finalmente también existe la opción de vender la patente.

4.- Como director gerente de la empresa “Ultra3D, S.L.” se percata de que si pudiera incorporar una nueva tecnología llamada “3+d system vision” a sus procesos de producción podría incrementar su cuota de mercado. Esta tecnología está patentada y no le es posible comprar o negociar el uso de dicha patente, así como tampoco utilizar licencias cruzadas. ¿Qué maneras tendría pues para la adquisición de esta nueva tecnología?

**RESPUESTA**

Para incorporar la nueva tecnología llamada "3+d system vision" deberá hacerlo de manera indirecta, es decir, captando información sobre esta y aprendiendo lo necesario para desarrollar procesos de producción similares ya que no existe otra forma legal de conseguir-la si no se dispone de los medios para conseguir la patente, negociar su uso a cambio de algún beneficio para la otra empresa o pactar licencias cruzadas.

5.- Tras visionar los siguientes anuncios, ¿qué tipo de segmentación cree que están utilizando? Razone brevemente los motivos de su respuesta.

<https://www.youtube.com/watch?v=FgFtZcwSots>

<https://www.youtube.com/watch?v=oJ92qoLinVQ>

**RESPUESTA**

El primer video muestra en primer lugar una segmentación psicográfica dado que muestra un estilo de vida lujoso disfrutando de un producto de calidad, y en segundo lugar una segmentación demográfica ya que el producto va dirigido a personas adultas.

El segundo video muestra una clara segmentación demográfica dado que muestra un consumidor de edad infantil.