1. **¿Qué ocurre si bajamos los precios del producto que vendemos?**

Si reducimos el precio aumentará la demanda y podremos llegar al desabastecimiento y si aumentamos el precio bajará la demanda y tendremos excedente.

1. **El número de turistas registrados en alojamientos de una comarca durante el verano ha sido de 1.800 personas. Los propietarios del Hotel Paraíso dicen que han tenido 70 clientes. Calcula su cuota de mercado.**

Cuota de mercado: ventas de la empresa / tamaño del mercado X 100

Cuota de mercado: 70 / 1.800 X 100 = 3,89%

1. **La empresa Golosos S.L. produce y distribuye muffins de chocolate. ¿Qué quiere decir que tiene una cuota de mercado del 25%?**

La cuota de mercado es el valor total de las unidades vendidas por la empresa con respecto al total de mercado y expresado en porcentaje. La cuota de Golosos S.L. indicaría que, por cada 100 muffins vendidos en el mercado total de referencia, 25 son suyos.

1. **Se han estudiado tres factores que influyen en la decisión de compra de un consumidor. ¿A cuál se refiere el hecho de que una persona se quede en paro?**

Al factor macroeconómico.

1. **¿Qué estrategia comercial llevaría a cabo una empresa consolidada que quiere llegar a nuevos segmentos de mercado?**

Si la empresa es muy potente puede dirigirse a varios segmentos, pero con un único producto.

1. **Una tienda de informática realiza un análisis de mercado y obtiene las siguientes conclusiones:**

* **Debilidades internas:**
  + Dificultad para competir con los precios de Mediamarkt.
  + Los consumidores tienen mayor confianza en hacer compras por internet.
* **Fortalezas internas:**
  + Situar la tienda en el centro es valorado como algo positivo por el cliente.
* **Amenazas externas:**
  + Dificultades para contratar más personal ya que tienen poca capacidad financiera.
* **Oportunidades externas:**
  + Las empresas emplean cada día más TIC.
  + A nivel educativo se utilizan cada vez más las TIC.

1. **Trapitos es una empresa de ropa que realiza un estudio de mercado y obtiene las siguientes conclusiones:**

* **Debilidades (internas):**
  + Nuestras propias marcas se hacen competencia entre sí mismas.
  + Personal poco motivado: sueldos bajos, muchas horas de trabajo y contratos temporales.
* **Fortalezas (internas);**
  + Producimos prendas en base a pedido del cliente lo que evita costes de almacenaje.
  + Fuerte presencia internacional, ya que vendemos a más de 50 países.
  + Llegamos a un gran segmento de la población con nuestras cinco marcas.
* **Amenazas (externas):**
  + La crisis económica está haciendo que se gaste menos dinero en moda.
  + La existencia de tiendas *online* que dan servicio a menor coste y amplían al mundo entero.
* **Oportunidades (externas):**
  + Hay una tendencia general a vender ropa de otras temporadas a precio más bajo.

1. **Henkel es un grupo alemán que trabaja en todo el mundo con diferentes tipos de producto: para el cuidado del hogar, para el cuidado personal y cosmética, para el bricolaje, etc. Con esta información ¿Ante qué tipo de marca nos encontramos?**

Nos encontramos ante un caso de marca múltiple, ya que hay marcas diferentes para cada producto o artículo que componen la gama de productos que ofrece Henkel. Esto permite garantizar que el resultado de un producto o servicio no incida en el resto.