

Cuestiones TEMA 3: El Mercado y los Clientes

1st) Las funciones de la oferta y la demanda de mercado de un determinado bien son

$$X_d = -200p + 41.200$$

$$X_o = 100p - 800$$

Se pide:

- a) Calcula el precio (P_e) y la cantidad de equilibrio (Q_e).
- b) Explica que ocurrirá si $P=120$, y si $P=200$.
- c) Realiza la representación gráfica de las dos cuestiones anteriores. Interpretala.

$$-200p + 41200 = 100p - 800$$

$$-300p = -42000$$

$$p = 42000/300$$

$$p = 140$$

$$P_e = 140$$

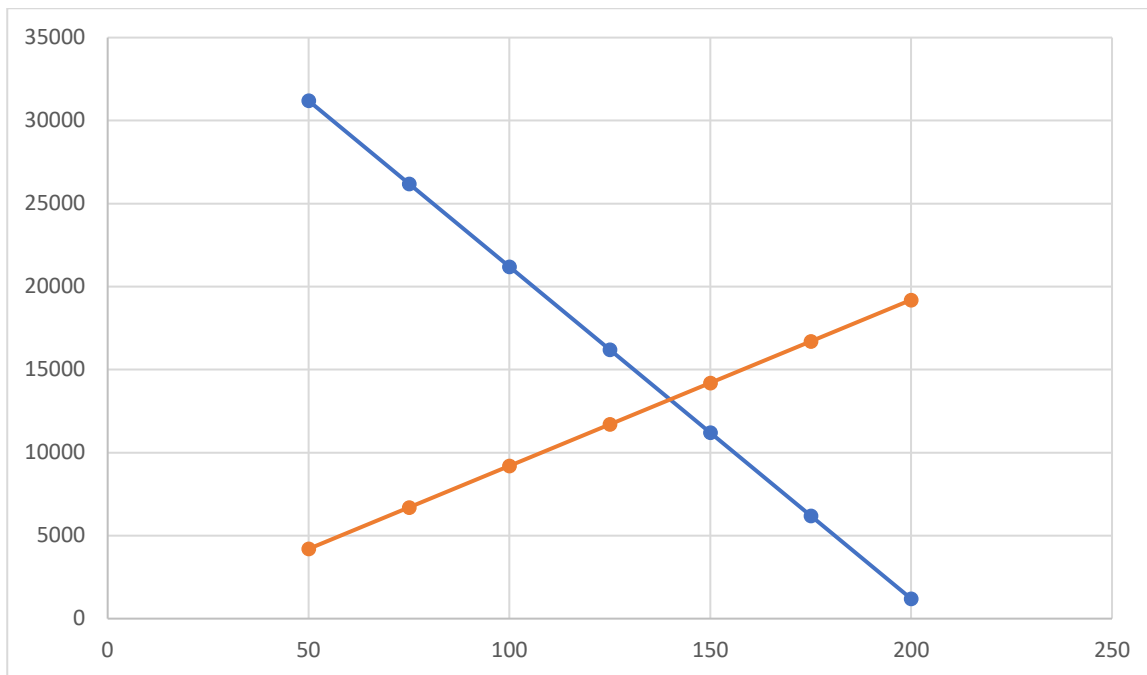
$$Q_e = -200 \cdot 140 + 41200 = 13200$$

Curva de la demanda

P	Q _d
50	31200
75	26200
100	21200
125	16200

Curva de la oferta

P	Q _o
50	4200
75	6700
100	9200
125	12420



Si $p=120$, existirá un exceso de demanda

Si $p=200$, existirá un exceso de oferta.

2nd) **Fernando tiene un restaurante en una importante localidad turística donde se hallan 2 restaurante más, por lo que quiere saber la cuota de mercado que tiene respecto a los otros dos. Los datos los ha podido obtener del registro mercantil lo que le ha permitido poder hacer el cálculo.**

Restaurante A=facturación 150.000 €

Restaurante B=facturación 250.000 €

Restaurante Fernando=facturación 200.000€

a) Calcula la cuota de mercado de cada uno de los restaurantes.

b) ¿En qué tipo de mercado clasificarías la situación de los 3 restaurantes? ¿Monopolio, oligopolio, competencia perfecta, monopolística?

c) Después de ver los datos, Fernando se cuestiona la estrategia de bajar precios y competir duramente con los otros restaurantes que están llevando entre los tres. Así que se plantea dos opciones:

-O pactar precios con los otros dos restaurantes para no hacerse la competencia y ganar más margen.

-O diferenciarse en calidad y servicio y ofrecer menús más atractivos para los clientes, para intentar hacerse un nombre.

¿En qué tipo de mercado se estaría situando el restaurante de Fernando según cada una de las dos estrategias?

d) Fernando decide seguir la estrategia de diferenciarse en calidad y servicio ¿Qué crees que harán a continuación los otros dos restaurantes?

a) La cuota de mercado de los tres restaurantes son:

$\text{Cuota de mercado} = \text{Ventas del producto} / \text{Ventas total}$

Restaurante A: $150000 / 600000 = 0.25 = 25\%$

Restaurante B: $250000 / 600000 = 0.416 = 41.6\%$

Restaurante Fernando: $200000 / 600000 = 0.333 = 33.3\%$

b) Estos negocios estarían en la clasificación de competencia perfecta, ya que un restaurante presta el mismo servicio y además existen un montón de negocios del mismo tipo. También se puede clasificar como empresa monopolística, aunque existan muchos negocios del mismo tipo, puede diferenciarse en el servicio que presta, la calidad y la marca.

c) Si pacta se situaría en la clasificación de competencia perfecta, pero si se diferencia del resto se clasificaría en empresa monopolística.

d) Si los demás restaurantes fueran listos, aprovecharían y también se reinventarían para mejorar su calidad y servicio y así intentar superar al restaurante de Fernando.

3rd) Indica para los siguientes casos a qué tipo de mercado se aproxima más según la clasificación vista en el tema:

- Barras de pan, competencia perfecta
- Productos de estética personal, competencia monopolística
- Gasolina, oligopolio
- Tabaco, monopolio
- Telefónica, oligopolio
- Microsoft, monopolio
- Café, competencia monopolística
- Correos, monopolio
- Coca cola, oligopolio
- Uber y Cabify, oligopolio

4th) Teniendo en cuenta la Curva de Difusión de Innovación. Indica quiénes serían clientes innovadores, early adopters, primera mayoría, segunda mayoría y rezagados en alguno de los siguientes productos:

a) En las consolas de juegos PS o Xbox.

Los early adopters, serían coleccionistas de consolas y jugadores habituales de las mismas, la segunda mayoría serían los interesados en videojuegos que compran por un casual esa consola para jugar, y los rezagados serían los negados a las tecnologías y no se atreven a comprarlo por no saber usarla.

b) En los ordenadores y productos de la marca Apple.

Los early adopters, serían los fieles seguidores de la marca, ya que quieren tenerlo todo a la última y relacionado con la marca, la segunda mayoría serían los interesados en esa marca y por probar compran productos de la misma, y los rezagados serían los negados a las tecnologías y no se atreven a comprar tecnología Apple por no saber usarla, o por el precio que tiene.

c) En los smartphones de la marca Samsung.

Los early adopters, serían los fieles seguidores de la marca, ya que quieren tenerlo todo a la última y relacionado con la marca, la segunda mayoría serían los interesados en esa marca y por probar compran productos de la misma, y los rezagados serían los negados a las tecnologías y no se atreven a comprar tecnología Samsung por no saber usarla, o por el precio que tiene.

5th) Juanma está pensado en elaborar una encuesta para pasarla a los posibles clientes en la misma calle donde piensa abrir una tienda informática. Indica a que ámbito de estudio del cliente objetivo o target hace referencia cada una de las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué le gustaría que ofreciese una tienda informática? Gustos y preferencias
- b) ¿Dónde compra habitualmente un ordenador? Hábitos de compra
- c) ¿Va a comprarlo personalmente o se lo suelen regalar? Datos económicos
- d) ¿Qué valora más a la hora de decidirse por un ordenador: el precio, la calidad, la seguridad de la marca, ¿etc.? Gustos y preferencia
- e) ¿Suele innovar o ser impulsivo a la hora de comprar un ordenador o sigue los hábitos y le cuesta cambiar? ¿Por qué lo compra?

6th) Raquel quiere abrir una agencia de viajes pues acaba de terminar el ciclo superior de estos estudios. Ha realizado un curso donde le han explicado que existe un lienzo de la propuesta de valor con Early Adopters y está practicando con ello. Lo primero que se le plantea es cómo clasificar todo lo que tiene en: objetivos y necesidades, las acciones, los problemas, las soluciones potenciales, los beneficios, y los productos o servicios, pues todo le parece lo mismo.

Ayúdale a clasificar qué es cada concepto:

- a) Necesidad de descubrir nuevos destinos. **Productos o servicios**
- b) Comprar en las webs de agencia de viajes. **Beneficios**
- c) La gente se marea entre tanta página y oferta. **Problemas**
- d) Una explicación personalizada de los destinos que sea rápida y eficaz. **Soluciones**
- e) Clientes más contentos al ganar tiempo y ser atendidos en sus intereses personales. **Necesidades**
- f) Una agencia de barrio con atención personalizada a través de un programa que guía fácilmente sobre las necesidades y gustos del cliente. **Objetivos**

7th) Privalia es un club privado de ventas on-line que ofrece a los clientes productos que provienen de diferentes fabricantes y, por tanto, marcas: ropa para mujer, hombre y niños, accesorios para el hogar o servicios de viajes.

¿Cuál es su estrategia de segmentación de mercado?

Consumidores renta media, se puedan permitir viajes, modificar su hogar y comprar ropa.

Buscan estilos de ropa diferentes, tenemos ropa de distintos tipos y marcas

Consumidores que buscan viajar

Consumidores que buscan cambiar los muebles de su casa o comprarlos para montar su casa

Mayoría jóvenes

Consumidores entre 20 y 40 años

8th) Si tuvieras que abrir una tienda de motocicletas o bien un centro de estética, ¿a qué

segmento de mercado se dirigía tu empresa? Elige una de las dos empresas y decide los criterios de segmentación y dales valores a esos criterios. (peso) Al final redacta tu segmento de mercado y decide las características del producto que vas a ofrecer.

En la tienda que vamos a abrir, ofreceremos motos de calidad a muy buen precio, de diferentes formas para cualquier tipo de gustos.

Algunos criterios para segmentar el mercado de clientes serán:

Geográficos: estamos en una zona con buen clima para salir con la moto

Económicos: una zona en la que la gente es de categoría media

Gustos: motos de todo tipo, formas, colores, diseños...

Segmento de mercado

Publico joven y maduro, solteros o parejas sin hijos, personas con renta nivel bajo/medio

Gente que busca nuevas experiencias

Vehículo de fácil movilidad

20-40 años

9th) A qué segmento de mercado podemos dirigir los siguientes productos u/o servicios atendiendo a los criterios de segmentación:

Para este mercado relacionado con la tecnología:

-Tablets, jóvenes.

-Libros de lectura, (todo el mercado, pero) mayores de 40 años ya que consumen más libros.

-Coche eléctrico, jóvenes innovadores que quieren estar a la última.

-Cintas VHS, mayores de 40.

-Patinete, jóvenes innovadores.

-Reloj de pulsaciones, jóvenes deportistas.

-Alexa en hogar, jóvenes innovadores.

-Videojuegos, jóvenes.

-Bicicleta, jóvenes deportistas.

-Mp3, mayores de 40.

10th) Translate the following words in English and write your definition

Mercado, market, place for buying and selling.

Oferta, offer, property arranged to be disposed of in exchange for a price.

Demanda, demand, number of goods that consumers ask for and are willing to buy.

Equilibrio, balance, appropriate proportion in the distribution of the constituent elements of one thing...

Cliente objetivo, target customer, someone you've identified as the most interested in buying or buying your products.

Beneficios, benefits, gains from a process or activity.

Primeros seguidores, first following, those people when they identify a benefit from a product, they acquire it.

Intermediarios, intermediaries, what mediates between the producer or manufacturer and the consumer.

Consumidores, consumers, person who demands goods or services in exchange for money provided by the producer or supplier of goods or services.

Compradores, buyers, is the one that covers needs by purchasing goods or services in exchange for a certain price.