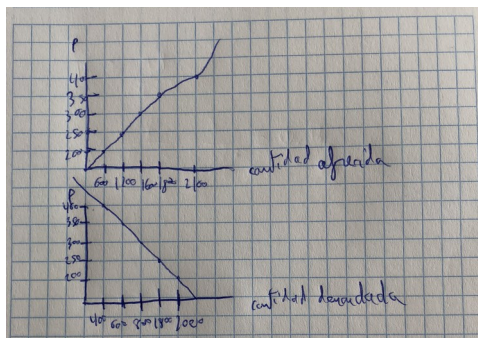


1 En el mercado de lavadoras automáticas, los estudios demuestran que la demanda de los consumidores y la oferta por parte de las empresas se comportan de la siguiente manera:

a) Dibuja el gráfico de la curva de oferta y la curva de demanda



b) a que precio se cruzaran la oferta y la demanda? En 25€, se vendera 1200 uds

c) que pasaria si las empresas pusieran un precio de 200€ pues que la empresa tendria mucha mas demanda que producto.

d) y si el precio fuese de 350 hay más cantidad que demanda

2

a) Cuota de mercado para el Restaurante A =  $(150,000 / (150,000 + 250,000 + 200,000)) * 100 = 25\%$

Cuota de mercado para el Restaurante B =  $(250,000 / (150,000 + 250,000 + 200,000)) * 100 = 41,67\%$

Cuota de mercado para el Restaurante de Manolo =  $(200,000 / (150,000 + 250,000 + 200,000)) * 100 = 33,33\%$

b) es un oligopolio.

c) Creo que la mejor opción segura sería pactar con los otros dos, la menos segura sería diferenciarse de los otros.

d) Si Manolo decide diferenciarse en calidad y servicio, es posible que los otros dos restaurantes reaccionen de diferentes maneras:

- Los otros dos restaurantes podrían optar por mejorar su propia calidad y servicio para competir con Manolo, lo que podría llevar a una competencia basada en la diferenciación y la mejora de la calidad en el mercado.

- Los otros dos restaurantes podrían mantener sus estrategias actuales o buscar otras formas de diferenciarse, como ofrecer precios más bajos o promociones especiales para atraer a un segmento diferente de clientes.

7.

Los puede clasificar así:

a) Necesidad de descubrir nuevos destinos: Esta es una necesidad del cliente, relacionada con su deseo de explorar lugares nuevos y emocionantes.

b) Comprar en las webs de agencias de viajes: Esta es una acción que los clientes realizan, que implica la compra de servicios de viaje en sitios web de agencias de viajes.

c) La gente se marea entre tanta página y oferta: Este es un problema que los clientes enfrentan al navegar por múltiples páginas web de agencias de viajes y tener dificultades para elegir entre tantas ofertas.

d) Una explicación personalizada de los destinos que sea rápida y eficaz: Esto representa una solución potencial, que aborda el problema mencionado en el punto c, ofreciendo información personalizada sobre los destinos de manera rápida y efectiva.

e) Clientes más contentos al ganar tiempo y ser atendidos en sus intereses personales: Este se refiere a los beneficios que los clientes obtendrían al recibir una atención personalizada y eficiente, lo que llevaría a su satisfacción.

f) Una agencia de barrio con atención personalizada a través de un programa que guía fácilmente sobre las necesidades y gustos del cliente: Esto se refiere al producto o servicio que Inma está planeando ofrecer, que es una agencia de viajes local que utiliza un programa para proporcionar atención personalizada y orientación a sus clientes, ayudándolos a descubrir destinos y satisfacer sus necesidades de viaje de manera eficiente.