

Empresa e Iniciativa Emprendedora  
Tema 3. El estudio de mercado  
Actividad núm. 6 /1ª Evaluación  
Grupo: 2º DAM Adultos  
Apellidos y nombre: Penide Casanova, Estefanía  
Fecha: 12/11/2021

Razona y contesta las siguientes cuestiones.

1. ¿Qué son la oferta y la demanda? ¿En cuál de los elementos básicos del mercado crees que influyen mayoritariamente las variaciones de estos dos factores? Razona la respuesta.

La oferta es la cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

La demanda es la cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.

Influyen en la necesidad, en el intercambio, en el mercado y en el marketing:

-En la necesidad ya que la propia oferta de ciertos productos puede crear una necesidad que antes no existía.

-En el intercambio ya que este se producirá en la intersección de la oferta y la demanda.

-En el mercado ya este vendrá determinado por el conjunto de compradores y vendedores que se generen fruto de la oferta y la demanda.

- En el marketing ya que este puede influir en la creación de necesidades con la implicación en la oferta y la demanda ya explicado. Incluso se puede variar la oferta como estrategia de marketing para aumentar la demanda.

2. En una comarca se han vendido 1.500 coches a lo largo del año, por lo que su mercado actual es de 1.500 unidades. Las ventas de los concesionarios de esa comarca son las que se indican a continuación:

Concesionario	Nº. de unidades vendidas	Cuota de mercado
A	335	22,33%
B	450	30%
C	715	47,67%

- a) ¿Qué cuota de mercado tiene cada uno de los concesionarios?

El concesionario A tiene una cuota de mercado del 22,33%

El concesionario B tiene una cuota de mercado del 30%

El concesionario C tiene una cuota de mercado del 47,67%

- b) Explica los agentes que influyen en la estructura del mercado de este tipo de negocio?

-Los fabricantes de bienes y prestadores de servicios. Estos pueden influir en la estructura del mercado si su número es pequeño o si se trata de empresas líderes en cuotas de mercado.

-Los intermediarios. Como se encargan de acercar los productos de las empresas a los consumidores, pueden tener una gran influencia en el mercado.

- Los prescriptores. No compran ni venden, pero tienen una influencia importante en la compra. Un ejemplo son los médicos, que condicionan la compra de productos farmacéuticos.

- Los compradores. Influirán en la estructura del mercado por sus características y por el modo en que realizan las compras.

3. Relaciona los conceptos y definiciones de ambas columnas adecuadamente.

Segmentación diferenciada	Generación de un producto o servicio que se amolde a las necesidades de cada segmento.
Segmentación indiferenciada	Oferta del mismo producto o servicio a todos los segmentos.
Segmentación concentrada	Selección de uno de los segmentos.

4. En las siguientes situaciones ¿qué tipo de segmentación emplearías: diferenciada, indiferenciada o concentrada?

- La empresa posee pocos recursos: Concentrada
- La empresa no puede conseguir variaciones dentro del mismo producto: Indiferenciada
- Se pueden conseguir variaciones dentro de mismo producto: Diferenciada
- Los consumidores reaccionan de una forma similar ante una oferta comercial: Indiferenciada
- La competencia diferencia los productos: Concentrada
- La competencia no diferencia los productos: Diferenciada

5) En primer lugar detecta (realiza una tabla en las que se relacionen los conceptos) quién decide, quién compra, quién paga y quién consume en los siguientes casos:

a) Pañales.

-¿Quién decide? Adultos con hijos en edad de usar pañales / Puede haber recomendaciones del pediatra.

-¿Quién compra? Adultos con hijos en edad de usar pañales.

-¿Quién paga? Adultos con hijos en edad de usar pañales.

-¿Quién consume? Niños de 0 a 3 años.

b) Libros de texto infantiles.

-¿Quién decide? Profesores.

-¿Quién compra? Adultos con hijos pequeños.

-¿Quién paga? Adultos con hijos pequeños.

-¿Quién consume? Niños de 3 a 5 años.

c) Medicamentos.

-¿Quién decide? Médicos.

-¿Quién compra? Población enferma.

-¿Quién paga? Población enferma / Población en general por medio de impuestos.

-¿Quién consume? Población enferma.

d) Vehículos de la empresa para la red comercial.

-¿Quién decide? Empresa

-¿Quién compra? Empresa

-¿Quién paga? Empresa

-¿Quién consume? Empleados de la empresa

e) Videojuegos.

-¿Quién decide? Adultos y adolescentes.

-¿Quién compra? Adultos y adolescentes.

-¿Quién paga? Adultos y adultos padres de niños y adolescentes

-¿Quién consume? Adultos, adolescentes y niños.

f) Mochila escolar.

-¿Quién decide? Adultos padres de niños y adolescentes, adolescentes y niños.

-¿Quién compra? Adultos y adolescentes.

-¿Quién paga? Adultos.

-¿Quién consume? Adolescentes y niños.

Después de analizar cada caso , responde razonadamente: ¿es lo mismo cliente, consumidor u usuario?

No. El cliente es la persona que decide qué producto se compra, el consumidor es quien paga y compra ese producto o servicio y el usuario es quien lo disfruta.