

ACTIVIDADES UNIDAD 2

EL MERCADO Y LOS CLIENTES

Actividades página 38

- 1) 1) En el primer artículo ¿qué se produce un exceso de oferta o demanda? ¿Qué ocurre con los precios y por qué?

Hay exceso de demanda, lo que provoca una subida de precios considerable

- 2) 2) Con la compra masiva de verduras se agotaron las existencias ¿Qué consecuencias conllevó una menor oferta? ¿Qué diferencia hubo entre grandes superficies y pequeños comercios?

Al hacer acopio de grandes cantidades las grandes superficies como previsión al covid, hizo que la cantidad de verduras fuese menor, subiendo así los precios de los comercios que tenían que comprar día a día y con la subida de precios, ellos tuvieron que subir los precios, mientras que las grandes superficies, seguían vendiendo el producto que compraron preCovid, porque pudieron almacenarlo en grandes almacenes.

- 3) 3) Explica cómo influye un mercado de oligopolio en los precios de los productos. Explica el artículo sobre FACUA.

Un oligopolio es cuando todo el mercado o casi todo, lo tienen unas pocas empresas, pudiendo así poner los precios como acuerden. El artículo explica que hasta hace poco la telefonía móvil en España era un oligopolio, ya que estaba controlada solo por unas pocas empresas. FACUA denunció el oligopolio porque se realizaron unas subidas de precio que eran muy similares en las compañías

- 4) Una vez hemos visto los tipos de mercados, explica cuál es el modelo de mercado de tu producto, teniendo en cuenta tu idea de negocio.

Sería una competencia perfecta, ya que hay empresas que realizan un servicio parecido, pero el mercado es muy grande y hay una gran cuota de clientes para todos.

- 5) Una vez tenemos la idea de negocio, vamos a hacer una foto de mi cliente objetivo, para ello:

Vamos a buscar información en internet sobre quién, cómo y dónde compran un producto similar al mío (si es un producto nuevo tendrás que hacer tú esa foto de tu cliente potencial).

En la página 45 “Análisis cliente objetivo” nos sirve para hacer un cuadro sobre qué necesito saber.

Después de contestar a estas preguntas, describe brevemente quién es tu cliente objetivo.

| Cliente objetivo | |
|-----------------------|---|
| Datos Básicos | En un principio PYMEs y en un futuro, ampliar servicios a empresas mas grandes |
| Datos Económicos | Empresas con beneficios medios y altos. |
| Gustos y preferencias | Buscan una actualización de la empresa y una actualización a un mundo virtual. |
| Hábitos de compra | Están habituados a Sistemas anticuados que tienen un manejo complicado. Lo compran porque es barato o es lo tradicional Normalmente, las empresas compran un acceso a una aplicación y tienen que pagar una suscripción para su uso, ya sea mensual o anual. |
| ¿Porque lo compra? | Compraría el paquete de servicios porque incluye, a parte de todo, un mantenimiento y actualización, ya que seria un programa o una plataforma hecha específicamente para la empresa. |

- 6) Teniendo en cuenta quién es tu cliente objetivo vamos a realizar un gui3n para realizar una entrevista de problema para saber si lo que queremos ofrecer realmente est3 resolviendo un problema a nuestro cliente objetivo(p3gina 44 y busca tambi3n en internet).

Pasa la entrevista a tus compa1eros de clase y realiza un resumen de los resultados.

¿Te ha dado informaci3n que te haga modificar tu idea de negocio inicial?

- 7) P3gina 52 lectura del art3culo entorno empresarial y contesta a las cuestiones finales

Un producto que se puede vender a diferentes grupos es un ordenador, Ofreciendo un ordenador de gama m3s alta que tenga unos acabados m3s est3ticos a los grupos Singles, Para el grupo daddies, se ofrecer3a un ordenador m3s vers3til, un poco m3s econ3mico, pero con buenas prestaciones. Ya para el grupo seniors, Se ofrecer3a un ordenador simple, econ3mico, de f3cil manejo que sirva para lo b3sico, ya que esto complementa perfectamente las necesidades de estos.