

UNIDADE 3:

O MERCADO

EXERCÍCIOS

1.- No mercado de lavadoras automáticas, os estudos demostran que a demanda dos consumidores e a oferta por parte das empresas compórtase da seguinte maneira:

Prezo	Cantidade demandada	Cantidade ofrecida
200€	2.000	600
250€	1.200	1.200
300€	800	1.500
350€	600	1.800
400€	400	2.100

- Debuxa o gráfico da curva de oferta e da curva de demanda.
- A que prezo se cruzan oferta e demanda? Que cantidade se venderá a ese prezo?
- Que pasaría se as empresas puxeran un prezo de 200€? Debúxao e indica a cantidade de desequilibrio?
- E se o prezo fose de 350€? Debúxao e indica a cantidade de desequilibrio.

2.- Manolo ten un restaurante nunha importante localidade turística onde se atopan dous restaurantes mais, polo que quere saber a cota de mercado que ten respecto ós outros dous. Os datos obtívoo do rexistro mercantil o que lle permitiu poder facer o cálculo.

Restaurante A: facturación 150.000€

Restaurante B: facturación 250.000€

Restaurante Manolo: facturación 200.000€

- Calcula a cota de mercado de cada un dos tres restaurantes.
- En que tipo de mercado clasificarías a situación dos tres restaurantes? Monopolio, oligopolio, competencia perfecta, monopolista?
- Despois de ver os datos, Manolo cuestionase a estratexia de baixar prezos e competir tan duramente cos outros dous restaurantes. Así que propónse dúas opcións:
 - Ou pactar prezos cos outros dous restaurantes para non facerse a competencia e gañar mais marxe.
 - Diferenciarse en calidade e servizo e ofrecer outros menús mais atractivos para os clientes, para intentar facerse un nome.

En que tipo de mercado se estaría situando o restaurante Manolo segundo cada unha das dúas estratexias?

- Manolo decide seguir a estratexia de diferenciarse en calidade e servizo. Que crees que farán a continuación os outros dous restaurantes?

3.- Indica para os seguintes casos a que tipo de mercado se aproxima mais segundo a clasificación vista na teoría:

- As barras de pan

- b) Os produtos de estética persoal (por exemplo os que se venden en Droguerías Avenida)
- c) A gasolina
- d) A fabricación de tabaco

4.- Unha floraría dunha vila vende todo tipo de flores, especialmente rosas e caraveis. Despois de 30 anos de andadura medrou notablemente, tanto que non só vende ós clientes que entran na tenda senón tamén a un hipermercado e incluso exporta a Finlandia a un distribuidor que ten alí. Evidentemente, chegou un momento en que tivo que diferenciar segmentos de mercado e decidir que tipo de rosas e caraveis eran os mellores segundo cada tipo de cliente. Así, toma a decisión de clasificar ós seus segmentos en función de tres criterios:

1. Prezo: alto-medio-baixo
2. Calidade: alta-media-baixa
3. Vida ou madurez das flores: mais maduras-madurez media-menos maduras-madurez

En función destes criterios de segmentación, indica para cada un dos tres segmentos que produto crees que se lle vendería.

Segmento	Prezo	Calidade	Madurez
Cientes da tenda			
Hipermercado			
Finlandia			

- a) Que tipo de estratexia está empregando esta floraría: diferenciada, indiferenciada ou concentrada?
- b) Por que?

5.- Que criterios de localización lle aconsellarías ós seguintes emprendedores que desexan crear unha empresa? Sinala a lo menos 1 ou 2 que se lle poidan aplicar a súa situación.

- a) María, vai a abrir un centro de estética nunha localidade onde non hai ningunha.
- b) Fernando, necesita unha nave grande onde poder facer o curvado de tubos metálicos que venderá principalmente a outras empresas
- c) David e Nuria, viven nunha pequena localidade de 1.000 habitantes na serra, pero queren abrir unha xestoría administrativa, fiscal e contable que preste servizos a outras empresas e autónomos
- d) Anxo, despois de traballar 10 anos nunha pastelería quere ter a súa en propiedade, pero na súa localidade xa hai demasiadas.