

Distribución Comercial

Caso Práctico. Tema 5. Localización



Andrea Pérez Ruiz
Ángel Agudo San Emeterio

Departamento de Ciencia e Ingeniería del Terreno
y de los Materiales

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



EJERCICIOS TEMA 5

LOCALIZACIÓN DE LA TIENDA DETALLISTA

1. Una empresa multinacional del sector textil desea abrir su primera tienda detallista en España y necesita decidir cuál es la ciudad que más se adecua a sus necesidades e intereses comerciales. Para ello ha identificado los factores que considera más importantes para tomar la decisión y ha evaluado a cuatro ciudades en cada uno de ellos. Siguiendo un método compensatorio de evaluación macro-espacial, ¿cuál sería la ciudad más adecuada para abrir la nueva tienda?

Factores	Importancia	Madrid	Valencia	Barcelona	Sevilla
Tamaño poblacional	0,30	10	7	9	7
Nivel económico medio	0,20	8	8	9	7
Climatología	0,20	10	9	10	6
Cargas impositivas	0,15	5	10	6	10
Atractivo turístico	0,15	8	7	9	10

2. La ciudad de Oviedo (209.496 habitantes) dista 28 kilómetros de la ciudad de Gijón (271.039 habitantes). Entre ambas localidades se encuentra un pequeño municipio situado a 18 kilómetros de Gijón. Las condiciones de acceso desde este municipio a cualquiera de las dos ciudades principales son idénticas y no existe ningún otro núcleo de población de importancia en el área comprendida entre la localidad y las dos ciudades. Aplique el modelo de Reilly para conocer la atracción relativa que el comercio de Oviedo y Gijón ejercen sobre los habitantes de esta pequeña localidad.

3. Una empresa se plantea abrir un nuevo establecimiento en Cantabria y actualmente se encuentra valorando las opciones de Santander y Torrelavega. Para tomar la decisión le interesa estimar cuál es el punto límite de ventas atraídas por cada una de estas ciudades para determinar qué poblaciones intermedias tienen más posibilidad de realizar sus compras en cada una de las áreas comerciales analizadas. La distancia entre las dos ciudades es de 27 kilómetros y su población es de 175.736 habitantes (Santander) y 54.196 habitantes (Torrelavega). Se pide aplicar la fórmula propuesta por Converse para determinar el área comercial de cada ciudad.

4. Un empresario pretende investigar la demanda correspondiente a un nuevo establecimiento denominado BAYFER que estará dedicado a la venta de zapatos y complementos para la mujer. Con esta finalidad procede a comparar el grado de atracción sobre los consumidores de varias zonas geográficas (A y B) en relación con dos establecimientos competidores: un gran almacén y otra tienda especializada. El cuadro siguiente detalla la información necesaria:

Competidores	Superficie de venta	Distancia promedio a las zonas geográficas A y B	
Nuevo punto de venta	120 m ²	A: 15 min.	B: 10 min.
Gran almacén	2.000 m ²	A: 35 min.	B: 40 min.
Tienda especializada	90 m ²	A: 20 min.	B: 35 min.

Con respecto a este caso:

- a. Estime la probabilidad o porcentaje de consumidores (mujeres) de la zona geográfica en estudio que acudirán a realizar sus compras al nuevo establecimiento.
- b. Determine el número de mujeres que realizarán sus compras en el nuevo establecimiento y lleve a cabo la correspondiente previsión de ventas si se dispone de la siguiente información:

Población femenina que reside en la zona	A: 10.000	B: 12.000
Promedio de gasto anual en zapatos	A: 350 euros	B: 400 euros

5. Un empresario quiere abrir una nueva peluquería en Santander, para lo cual tiene que elegir entre 4 posibles establecimientos que reúnen las características mínimas que él exige para su nuevo establecimiento. Con los datos aportados en la tabla siguiente y aplicando el método del listado, decida cuál es el establecimiento más adecuado para establecer la nueva peluquería de este empresario.

Factores	Importancia	Local 1	Local 2	Local 3	Local 4
Dimensiones del local	0,20	7	10	9	8
Tráfico peatonal	0,35	8	10	9	8
Dotación de servicios	0,05	8	6	8	7
Competencia	0,30	5	6	6	7
Dimensiones del escaparate	0,10	7	8	8	10