

Guía de trabajo autónomo # 7

I Parte. Administrativa

Nombre del docente: JOSÉ FRANCISCO CALDERÓN VARGAS

Especialidad Técnica: AGROECOLOGÍA

Subárea: ELEMENTOS DE ADMINISTRACION

Unidad de estudio: Gestión Empresarial

Nivel: DÉCIMO

Horario de atención: A distancia

Centro educativo: C.T.P . LA SUIZA, TURRIALBA

Escenario: 1 () 2 () 3 () 4 ()

Nombre del Estudiante:

Período establecido para el desarrollo de la guía:

Período establecido para el desarrollo de la guía:

SETIEMBRE

Medio para enviar las evidencias:

Correo: francisco.calderon.vargas@mep.go.cr o por WhatsApp al 86059632 y por Teams.

II Parte. Planificación Pedagógica

Espacio físico, materiales o recursos didácticos que voy a necesitar:	<ul style="list-style-type: none">• Cuaderno de Comunicación.• Lápiz o lapicero, hojas rayadas o blancas, otros Computadora (si tiene)
Indicaciones generales:	<ul style="list-style-type: none">• Lea detenidamente toda la guía.• Una vez, concluida la lectura, realice cada una de las actividades que se plantean.• Cuide su caligrafía y ortografía.• Trabaje en forma ordenada. <p>Si tiene computadora y desea resolver los ejercicios en este mismo documento lo puede hacer y lo guarda o lo puede imprimir <u>si está a su alcance</u>, o puede resolver las actividades en hojas aparte o en su cuaderno de Comunicación.</p>

Detalle de la planificación de las actividades que realiza el estudiante.

Resultado (s) de aprendizaje/Objetivo (s):

- Elaborar un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.

Actividades de aprendizaje para la implementación de la mediación pedagógica en educación combinada	Ambiente de Aprendizaje	Evidencias
<p>CONEXIÓN : Utilizando una serie de acertijos o preguntas El docente introduce el tema, Mencionando conceptos para Elaborar un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.</p> <p>CLARIFICACIÓN:</p> <p>En este apartado El docente aclara las dudas que se pudieran presentarse en torno al tema de Elaborar un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.</p> <p>COLABORACIÓN :</p> <p>Los jóvenes realizarán un trabajo de investigación sobre el tema mencionado.</p> <p>Construcción/Aplicación:</p> <p>Los estudiantes resolverán el siguiente Cuestionario, relacionado con el tema introductorio.</p>	<p>Hogar (X)</p> <p>Centro educativo ()</p>	<p>Tipo:</p> <p>(X) Conocimiento:</p> <p>Reconoce las características del plan de negocios.</p> <p>(X) Desempeño:</p> <p>Utiliza las estrategias para la formulación del plan de negocios.</p> <p>(X) Producto:</p> <hr/> <p>Plan de negocios sencillo para un actividad productiva determinada.</p> <hr/>

Mercado mayorista y minorista

Las ventas mayoristas son aprovechadas para vender en menor escala.

Del mismo modo se habla de dos modalidades de venta en los mercados, a juzgar por los volúmenes de mercancía ofrecida, y que son:

- **La mayorista.** Venta al mayor o por grandes cantidades, usualmente a precios más bajos, por lo que este tipo de ventas son aprovechadas por otros distribuidores para vender a menor escala y añadir su ganancia al nuevo precio por unidad.
- **La minorista.** La venta al menor o por pequeñas cantidades, usualmente unidades, es todo lo contrario: ventas a pequeña escala, usualmente directo al consumidor final, quien consume una unidad o unas pocas.

Nicho de mercado

Se habla de un nicho de mercado para referir a **un segmento específico o puntual de la demanda de un bien específico o de un área**, que puede ser satisfecho por una o más empresas con una competencia mínima. Un nicho pueden ser cierto tipo de prendas de vestir, cierto tipo de bebidas, etc.

Ciclo de mercado de un producto

Todo producto atraviesa un ciclo de producción y consumo que consta de las siguientes etapas:

- Extracción de la materia prima.
- Manufacturación del producto.
- Distribución del producto a la cadena comercializadora.
- Venta del producto y posterior compra por el consumidor final.

La oferta y la demanda en el mercado

El término **demanda**, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.

La oferta y la demanda determinan el precio de un producto o servicio.

Los mercados se rigen por la ley de la oferta y la demanda, que tiene que ver con la cantidad de bienes o servicios ofertados en un área o un rubro específico, y la demanda de dichos bienes o servicios que haya en un momento dado en un mercado.

De acuerdo a dichas condiciones, los precios de estos bienes o servicios ascenderán o bajarán, conforme a la lógica siguiente:

- Si hay mucha oferta de un bien o servicio y poca demanda del mismo, los precios tenderán a la baja, ya que quienes los ofertan querrán atraer la poca demanda hacia su negocio.
- Si hay poca oferta de un bien o servicio, es decir, es escaso, y hay mucha demanda del mismo, los precios tenderán al alza, ya que los comerciantes tienen garantizada la compra.
- Si hay mucha oferta de un bien o servicio y mucha demanda del mismo, los precios tenderán a estabilizarse.

Competencia de mercado

En base a las estrategias de mercadeo y las condiciones de operación de los distintos ofertantes de un bien o servicio en un mercado específico, podemos hablar de dos tipos de competencia:

- **Competencia perfecta.** Hay quien dice que la competencia perfecta no existe; pues se trata de un mercado en el que todos los ofertantes compiten en igualdad de condiciones por la compra, sin intervenciones externas al mercado, sin actos de deslealtad competitiva y sin, por ende, necesidad de publicidad. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el cual los productos compiten entre sí por su calidad, pero nada más.
- **Competencia imperfecta.** La competencia imperfecta es aquella en la que intervienen factores externos a la propia dinámica del mercado, tales como regulaciones estatales, monopolios, grandes campañas publicitarias, estrategias desleales de mercado, etc. Estos factores alteran el funcionamiento “natural” del mercado y favorecen a unos por encima de otros.

Monopolios y oligopolios

Los oligopolios consisten en un grupo de productores que maneja el mercado.

De los regímenes de competencia imperfecta se desprende la posibilidad de que surjan monopolios u oligopolios, **formas de control e intervención en la dinámica del mercado** ejercidas por uno o por un grupo de los productores que intervienen y compiten en él, para torcer sus leyes en su exclusivo beneficio.

En el caso del monopolio, un único productor controla el mercado y le hace mucho más difícil la entrada a su competencia, ya sea controlando los precios, acaparando los espacios o contando con subvenciones y otras ventajas. Los oligopolios, semejantemente, consisten en grupos de productores que administran conjuntamente el mercado y ejercen presión para que nadie más compita con ellos.

Marketing

Dada la importancia del estudio del mercado en el mundo contemporáneo, **se ha originado una nueva rama de estudio y de teorización**, conocida como el *marketing* o mercadotecnia, que intenta entender su evolución, lógica interna y leyes fundamentales.

3. ACTIVIDADES

A continuación, se le realizará una serie de preguntas y actividades, relacionadas con el tema en estudio. También se pueden apoyar en material bibliográfico o en internet de ser necesario

Defina qué es mercado mayorista.

1. *Defina qué es mercado minorista.*
2. *Escriba la definición de nicho de mercado.*
3. *Mencione las etapas del ciclo de mercado de un producto.*
4. *Refiérase a la definición de la oferta en mercadeo.*
5. *Escriba la definición de la demanda en mercadeo.*
6. *Explique ampliamente en qué consiste la ley de la oferta y la demanda.*
7. *Describa ampliamente en qué consiste la competencia de mercados y cuáles son los tipos y defínalos.*

8. *Escriba la definición de monopolio en mercadeo.*

9. *Refiérase a la definición de marketing.*

Rúbrica de autoevaluación

“Autoevalúo mi nivel de desempeño”			
Al terminar por completo el trabajo, autoevalúo el nivel de desempeño alcanzado.			
Escribo una equis (X) en el nivel que mejor represente mi desempeño alcanzado en cada indicador			
Indicadores/competencias del aprendizaje esperado	Niveles de desempeño		
	Inicial	Intermedio	Avanzado
Elabora un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.	Reconozco un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.	Describo un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.	Elaboro un estudio de mercado sencillo para una actividad productiva determinada.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>