

Guía 3

EL PROCESO PRODUCTIVO Y EL MERCADO



INDICADORES DE LOGROS

- ✓ Caracteriza cada una de las etapas del proceso productivo.
- ✓ Asimila los conceptos de mercado, oferta y demanda, entiende las leyes que los rigen y comprueba la manera cómo éstas determinan del precio de los bienes y servicios.
- ✓ Identifica los factores que determinan la oferta y la demanda en el mercado.
- ✓ Diferencia las clases de competencias que participan en el mercado.
- ✓ Asume una actitud crítica frente a las necesidades de su entorno (**GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN**)
- ✓ Identifica métodos para reconocer problemas y necesidades en su entorno escolar, familiar y social.

-
- ✓ Identifica las etapas para plantear una idea de negocio.
 - ✓ Plantea acciones para resolver una situación.
 - ✓ Organiza los recursos disponibles para alcanzar los objetivos previamente determinados
 - ✓ Dirige responsablemente las diferentes acciones involucradas en los procesos
 - ✓ Evalúa los resultados para evaluar procesos
 - ✓ Formula su idea de negocio aplicando los respectivos análisis
 - ✓ _____





IDENTIFIQUEMOS LAS CARACTERÍSTICAS DE UN MERCADO

Con los compañeros del subgrupo leemos y comentamos la siguiente reflexión:



La competencia **GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN** nos permite adelantar un proceso a través del cual se facilita la administración de unidades productivas, en busca de un desarrollo individual y social.

TRABAJO EN EQUIPO

1. Con base en nuestra propia experiencia y la de nuestra familia damos respuesta en el cuaderno a las siguientes preguntas:
 - a. ¿Cuáles son los lugares preferidos para ir de compras? ¿Por qué?
 - b. ¿Cuáles son los productos que más se compran y cuáles los que menos se compran en nuestra casa? ¿Por qué razón se darán estas diferencias?
 - c. ¿Existen épocas o períodos de año en los cuales se haga más notoria la presencia de un producto en el mercado? ¿Por qué razón ocurrirá esto?
 - d. ¿Qué pasa con el precio de un bien, cuando éste abunda en el mercado y qué pasa si dicho bien se escasea en el mercado?
 - e. ¿En nuestras casas se compra mayor cantidad de un bien cuando éste se encuentra muy barato? ¿Por qué?
 - f. ¿Los precios de los bienes, en el mercado, son constantes o cambian permanentemente? ¿Por qué razones ocurrirá esto?
 - g. ¿Cuándo nuestros padres llevan un producto al mercado, lo hacen en cualquier época del año o prefieren esperar hasta que dicho bien alcance su mejor precio? Damos ejemplos.



-
- h. ¿Cuando necesitamos un bien se lo compramos a la primera persona que nos lo ofrezca o buscamos varias alternativas antes de tomar la decisión final? ¿Por qué?
 - i. ¿En qué consiste el regateo? ¿Por qué se hace? ¿Alguna vez lo hemos hecho para la adquisición de un producto?
 - j. ¿Se puede regatear el precio para todos los productos? ¿Por qué?

- 2. Después de haber respondido las anteriores preguntas, formulamos una conclusión sobre las características más significativas del mercado en nuestra región.
- 3. Socializamos el trabajo realizado hasta el momento con nuestra maestra o maestro y aprovechamos la oportunidad para que nos de su Visto Bueno en el cuaderno.



CONOZCAMOS LAS ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Leamos y tengamos en cuenta la siguiente información, la cual nos será de gran importancia cuando tengamos que realizar cualquier actividad.

La competencia **GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN** es la integración de una serie de actividades, donde se aplican los criterios de planeación, organización, integración, dirección y control en los procesos.



TRABAJO EN EQUIPO

Leemos con mucha atención el siguiente contenido, aclarando con los compañeros y/o con el maestro o la maestra las diferentes dudas que se nos presenten. A medida que vayamos avanzando relacionamos el tema con la realidad económica de nuestra región y asumimos una actitud crítica frente a las necesidades del entorno. El ayudante del subgrupo dirige responsablemente las diferentes acciones involucradas en este proceso.



ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Todos los días disfrutamos de los bienes y servicios que necesitamos para hacer más cómoda nuestra vida. Sin embargo, alguna vez nos hemos preguntado: ¿De dónde viene el cuaderno que en este momento estamos utilizando? ¿Qué proceso tuvo que seguir, hasta llegar a nuestras manos? ¿Quiénes más intervinieron en su producción? ¿Quiénes lo venden? ¿Cuántas personas más, utilizan cuadernos? En fin... serían muchos los interrogantes que podrían surgir alrededor de cada uno de los bienes que satisfacen nuestras necesidades.

Para dar respuesta a tantos interrogantes, tenemos que entender que la producción de cualquier bien o servicio requiere de un proceso que consta de tres etapas que son: producción, distribución y consumo. A continuación veremos cada una de ellas.



Producción

Es la primera etapa del proceso económico, a través de la cual se busca elaborar un producto específico, como por ejemplo un cuaderno, unos zapatos, un pantalón, un reloj,..., mediante la combinación de los factores de producción, que ya hemos visto. También se entiende por producción todo proceso de agregación de valor a los bienes, hasta llevarlos al consumo.

Distribución

Es la segunda etapa del proceso y cumple la misión de llevar el producto a los consumidores a cambio del pago de un precio que depende de las condiciones del mercado. Es a través de la distribución que se determinan los niveles de riqueza, de ingreso y de consumo de una sociedad o de un país.

Consumo

La última etapa del proceso corresponde a la satisfacción que nos produce la utilización o el uso que le damos a un bien o servicio. Con el consumo, desaparece la producción. Cuando el consumo es inferior a nuestros ingresos, se afirma que hay un ahorro, por el contrario cuando hay un consumo superior a los ingresos, se produce un desahorro.

Cuando un empresario decide elaborar un producto, de antemano ha identificado quién lo va a consumir. Ese grupo de individuos, de familias o de instituciones, a quienes va orientado el bien o el servicio en cuestión, constituyen una Unidad de Consumo. Por otra parte, como lo veremos más adelante, el consumo está asociado a los dos componentes del mercado: la oferta y la demanda.

EL MERCADO

Se entiende por mercado toda acción de compra y venta, a la cual concurren muchas personas dispuestas a comprar o a vender bienes y servicios de toda clase. Para que exista el mercado es necesario que haya productores que fabriquen o transformen los productos y consumidores que estén dispuestos a adquirirlos. En muchas ocasiones, sin embargo, aparece en el mercado un tercer grupo de personas o instituciones que se conocen con el nombre de intermediarios.

Cuando en economía se habla de mercado no se hace referencia exclusiva a un espacio físico, como una plaza de mercado, sino que existen otros medios para realizarlo, como por ejemplo vía telefónica, a través de títulos valores⁴ o vía Internet.

Es el mercado el que determina el QUÉ PRODUCIR, el CÓMO PRODUCIR y el PARA QUIÉN PRODUCIR, dependiendo de las necesidades y la capacidad de compra que tengan las personas para satisfacerlas. En este sentido el productor debe analizar muy bien las expectativas del mercado, no sea que produzca bienes o servicios que la sociedad no esté dispuesta a comprarle.

⁴ **Títulos Valores:** Son documentos (papeles) que representan un valor y que se negocian en entidades financieras o en bolsas de valores.

La oferta y la demanda en el mercado

Los términos oferta y demanda están necesariamente ligados al mercado, pues de ellos depende en gran medida los precios de los bienes y servicios.

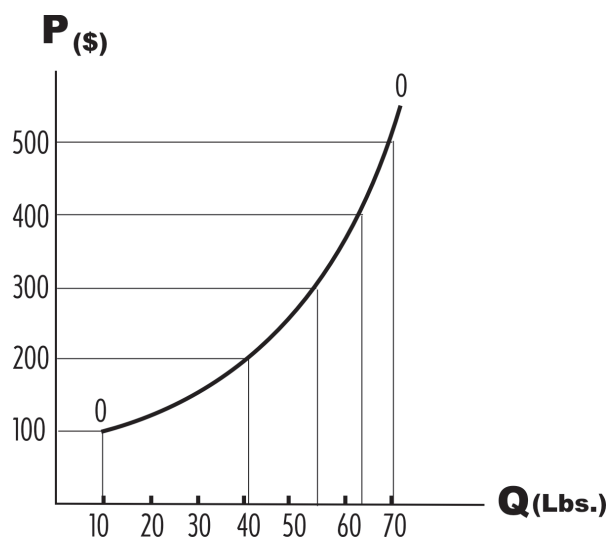
- **Ley de oferta:** Es la relación que existe entre el precio de un producto y la cantidad del mismo que se está dispuesto a ofrecer en el mercado. Dicha relación es directamente proporcional, lo que significa que a menor precio, menor será la cantidad de bienes y servicios que los productores estarán dispuestos a llevar al mercado, y a mayor precio, mayor será la cantidad ofrecida.

Para una mejor comprensión de la ley de oferta estudiemos el siguiente ejemplo, del comportamiento del trigo en el mercado:

TABLA DE OFERTA

P (Precio en \$)	Q (Cantidad en libras)
500	70
400	64
300	55
200	42
100	10

CURVA DE OFERTA



La curva de oferta se marca con las letras OO y se muestra ascendente de izquierda a derecha indicándonos que entre más alto sea el precio del trigo, mayor será la cantidad que se sacará al mercado.



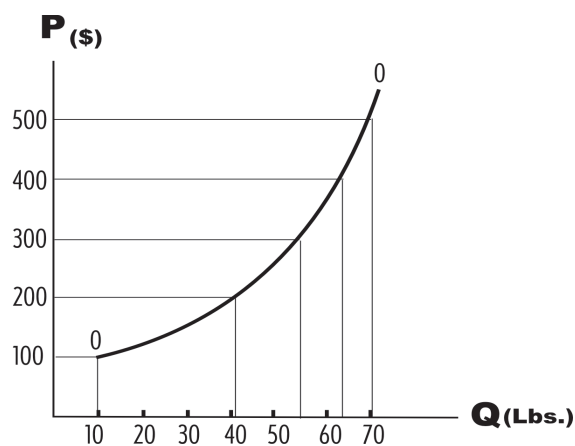
- Ley de demanda:** Es la relación que existe entre el precio de un producto y la cantidad del mismo que se está dispuesto a comprar en el mercado. Dicha relación es inversamente proporcional, lo que significa que a menor precio, mayor será la cantidad de bienes y servicios que los consumidores estarán dispuestos a demandar en el mercado, y a mayor precio, menor será la cantidad demandada.

Continuemos con el ejemplo del trigo:

TABLA DE DEMANDA

P (Precio en \$)	Q (Cantidad en libras)
500	24
400	30
300	40
200	55
100	85

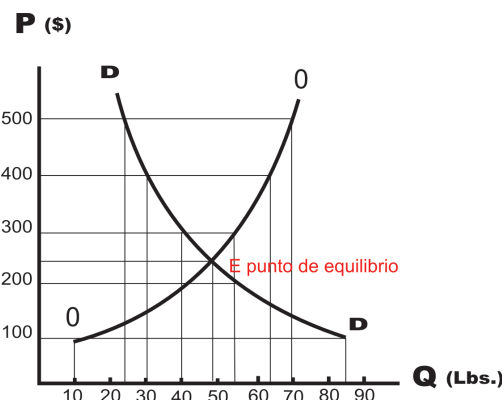
CURVA DE DEMANDA



La curva de demanda se marca con las letras DD y se muestra descendente de izquierda a derecha indicándonos que entre más bajo sea el precio del trigo, mayor será la cantidad que se comprará al mercado.

De la relación que se dé entre la oferta y la demanda nace un "acuerdo" entre compradores y vendedores, que se conoce como el **punto de equilibrio**.

Para nuestro caso ese punto se logra cuando se cortan las curvas de oferta y demanda en el punto **E**, es decir que se ofrecen y se compran 50 libras de trigo a un precio de \$240 cada una, tal como se muestra en la ilustración.



Por otra parte, es importante tener en cuenta que la oferta y la demanda están determinadas por algunos factores, que son:

Factores determinantes de la oferta:

- Número de oferentes o productores en el mercado.
- Precios de las diferentes materias primas que se requirieron para la producción del bien o servicio.
- Las variaciones en el nivel de tecnología empleada por los productores.
- Expectativas sobre el comportamiento de la demanda.

Factores que determinan la demanda:

- El tamaño del mercado.
- La capacidad adquisitiva de los consumidores.
- Expectativas sobre la evolución de la oferta.
- El precio de otros bienes o servicios sustitutos.

LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

Para garantizar la permanencia en el mercado los productores tienen que crear estrategias de ventas que sean muy atractivas, ofreciendo productos de calidad y buenos precios o promociones especiales, es decir compitiendo con otras personas o empresas que producen bienes similares al suyo. Es por ello que existen dos clases de competencia en el mercado:

Competencia perfecta

Existe competencia perfecta cuando hay muchos compradores, muchos vendedores y el producto es homogéneo. Por ejemplo lo que ocurre con la industria del calzado o de la ropa.

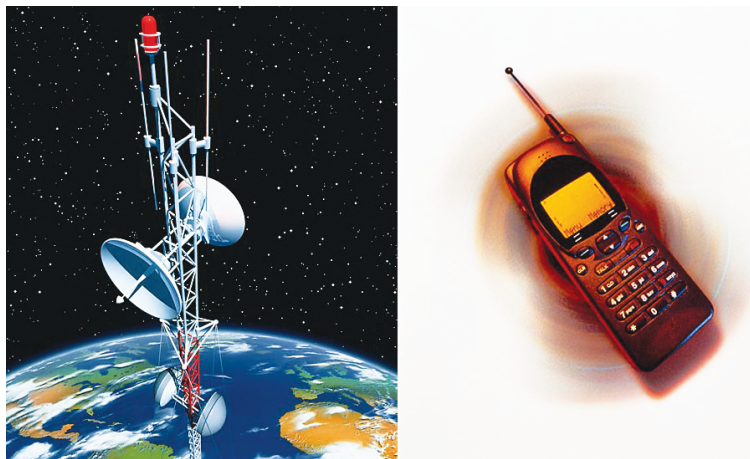
Competencia imperfecta

Es la que más predomina en el mercado, aquí los productores, en algunos casos, no son tan numerosos, lo cual influye en el precio de los bienes y servicios, a través de las cantidades ofrecidas. Los productos pueden ser homogéneos y heterogéneos. Este tipo de competencia presenta tres modalidades, que son:

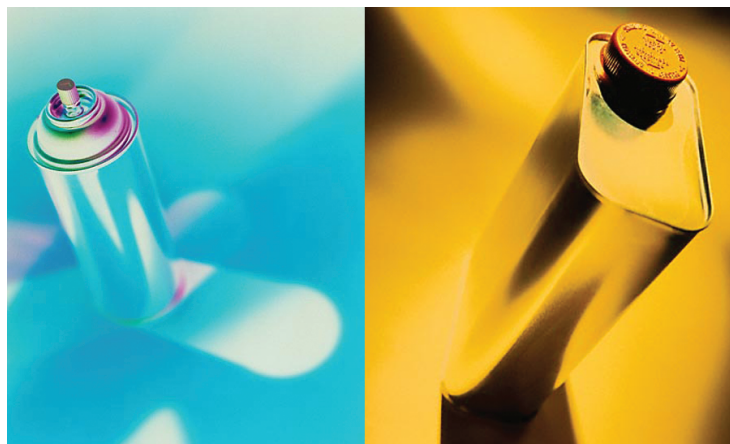


Monopolios: Es el tipo de mercado en el cual existe un solo productor y numerosos compradores. Como no se tiene contrapeso en el mercado, el monopolista tiene la oportunidad de fijar unilateralmente los niveles de producción y los niveles de precios. En Colombia, por ejemplo, la producción de cervezas y de gaseosas, son un monopolio.

Competencia monopolística: En este tipo de mercado existen pocos vendedores que ofrecen productos similares a muchos consumidores y cada uno busca las mejores estrategias de ventas para ganarse el mercado. Este beneficia al consumidor ya que las ofertas propuestas por los productores tienden a rebajar el precio y a mejorar la variedad y calidad del producto. Un buen ejemplo lo constituyen las empresas de telefonía celular: Comcel, Bellsouth y Ola.



El oligopolio: En este tipo de mercado existen pocos productores y muchos compradores y los productos ofrecidos pueden ser homogéneos o heterogéneos. Las empresas que forman oligopolios, con frecuencia firman contratos para comprometerse a vender sus productos a precios fijos y a limitar su producción para repartirse el mercado. Un ejemplo son los productos de aseo para el hogar.





AFIANCEMOS Y EJERCITEMOS LO APRENDIDO

TRABAJO EN PAREJAS

1. Para evaluar los resultados del proceso de aprendizaje que acabamos de realizar y mejorarlo, complementamos en el cuaderno los siguientes enunciados:
 - a. Las etapas del proceso productivo son: _____, _____ y _____.
 - b. La primera etapa del proceso productivo consiste en _____
_____.
 - c. La segunda etapa del proceso productivo consiste en _____
_____.
 - d. La tercera etapa del proceso productivo consiste en _____
_____.
 - e. Se entiende por mercado _____
_____.
 - f. La ley de _____ es la relación que existe entre el precio de un producto y la cantidad del mismo que se está dispuesto a ofrecer en el mercado. Dicha relación es directamente proporcional, lo que significa que _____
_____.
 - g. La ley de _____ la relación que existe entre el precio de un producto y la cantidad del mismo que se está dispuesto a comprar en el mercado. Dicha relación es inversamente proporcional, lo que significa que _____
_____.



-
- h. Se entiende como punto de equilibrio _____

- i. Los factores que determinan la oferta son: _____

- j. Los factores que determinan la demanda son: _____

- k. El mercado en el que hay muchos compradores, muchos vendedores y el producto es homogéneo, es de _____
- l. El mercado en el cual existe un solo productor y numerosos compradores, es un _____
- ll. El mercado en el cual existen pocos vendedores que ofrecen productos similares a muchos consumidores y cada uno busca las mejores estrategias de ventas para ganarse el mercado, es de _____.
- m. El mercado en el que existen pocos productores y muchos compradores y los productos ofrecidos pueden ser homogéneos o heterogéneos y sus empresas firman contratos para comprometerse a vender sus productos a precios fijos y a limitar su producción para repartirse el mercado, es un _____

2. A continuación encontraremos los datos sobre el comportamiento de la panela en el mercado. Con base en ellos realizamos las acciones necesarias para diseñar las tablas y curvas de oferta y demanda y hallamos el punto de equilibrio en el mercado:

- Los productores de panela están dispuestos a ofrecer en el mercado las siguientes alternativas: Si el atado está a \$ 900 ofrecen 100 atados, si está a \$1.200 ofrecen 300 atados, si está a \$1.500 ofrecen 500 atados, si está a \$1.700 ofrecen 600 atados, si está a \$2.000 ofrecen 700 atados, si está a \$2.500 ofrecen 750 atados.
- Los consumidores por su parte están dispuestos a comprar bajo las siguientes condiciones: Si el atado está a \$2.500 comprarían 100 atados, si está a \$2.000 comprarían 250 atados, si está a \$1.500 comprarían 500 atados, si está a \$1.200 comprarían 600 atados y si está a \$900 comprarían 750 atados.



-
3. Teniendo en cuenta las características del mercado en nuestra región, identificamos a través de ejemplos, los métodos de competencia empleados por los comerciantes, reconocemos los problemas o ventajas que de ellos se derivan y deducimos si están satisfaciendo las necesidades en el entorno escolar, familiar y social.
 4. Coordinados por el ayudante del subgrupo nos organizamos para presentar al maestro o maestra el informe del trabajo realizado. Él o ella nos evaluarán para saber hasta qué punto alcanzamos los objetivos de aprendizaje previamente determinados.



APLIQUEMOS LO QUE HEMOS APRENDIDO

TRABAJO EN FAMILIA

1. Comentamos a la familia lo importante que ha sido la clase de Economía para conocer las etapas del proceso productivo. Después que les hayamos explicado cada una de estas etapas, los invitamos a identificar en cuál de ellas se desarrolla su vida laboral.
2. Teniendo en cuenta el conocimiento que ahora tenemos de las características del mercado en nuestra región y de las clases de competencias, le proponemos a nuestra familia la idea de planear la posibilidad de montar un negocio o mejorar el que actualmente tenemos, aplicando los análisis que sean necesarios para garantizar su éxito.
3. En la próxima clase presentaremos al maestro o maestra los resultados del trabajo realizado. Para estimular nuestro trabajo, nos harán la correspondiente anotación en el Cuadro de Progreso.



ESTUDIO Y ADAPTACIÓN DE LA GUÍA

