



UNIDAD N°4 CIUDADANÍA Y CONSUMO RESPONSABLE

NOMBRE ESTUDIANTE			CURSO : 2° Medio C
ASIGNATURA	Historia, Geog. Y CC.SS	SEMANA N° 1 - 2-3	A020 01/ Marzo al 26/ Marzo/2021
PROFESORA	Anabella García Núñez		

Tema: El funcionamiento del Mercado

OA 20 Explicar el funcionamiento del mercado (cómo se determinan los precios y la relación entre oferta y demanda) y los factores que pueden alterarlo: por ejemplo, el monopolio, la colusión, la inflación y la deflación, la fijación de precios y de aranceles, entre otros.

Indicadores

- < Reconocen conceptos económicos fundamentales como oferta, demanda, precio y mercado, ejemplificando la relación entre ellos en situaciones de su entorno local, nacional y global.
- < Explican el impacto sobre el mercado y sobre las personas de situaciones como el monopolio, la colusión, la fijación de precios y aranceles, la inestabilidad de los ciclos económicos o las externalidades ambientales, tomando una postura reflexiva, crítica y fundada sobre ellas.
- < Problematicar, a partir del análisis de casos, el rol del mercado en la toma de decisiones cotidianas de las personas, estableciendo un juicio crítico sobre la realidad actual.
- < Evalúan el rol del Estado en la economía y su relación con el mercado en el Chile actual, reconociendo que históricamente han existido diferentes sistemas económicos en los que han interactuado Estado y mercado.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE N°1

INSTRUCCIONES

La presente actividad está dividida en 3 etapas, cada una de ellas debe ser reportada en un plazo determinado, el cual está indicado en el documento.

La actividad está basada y construida a partir de los contenidos revisados en las clases.

La actividad debe ser realizada de manera individual por cada alumno(a), para lo cual dispone de las clases virtuales, presentaciones y videos.

Las dudas o consultas que pudiesen surgir durante la realización de la actividad, deben ser planteadas durante el desarrollo de las clases, en el espacio de tiempo que se dispondrá para dicha acción.

El formato para entregar la actividad podrá ser elegido por el(la) alumno(a), teniendo en cuenta las siguientes opciones: WORD-POWER POINT – FOTOGRAFÍAS DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Al momento de enviar los avances (reportes) de la actividad, el alumno(a) también deberá indicar su NOMBRE (y APELLIDO) y su CURSO.

Los avances (reportes) de la actividad deberán ser enviados al siguiente correo electrónico: igarcia@liceojavieracarrera.cl

AVANCE N° 1 EL MERCADO

PLAZO DE ENTREGA: HASTA EL VIERNES 12/03/2021

TEXTO DE TRABAJO SEMANA 1

TEMA : EL MERCADO

En economía, un **mercado** es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. ... Una definición de **mercado** según la mercadotecnia: Conjunto de consumidores que quieren, pueden y están dispuestos a comprar o vender un producto ofertado.

El mercado, básicamente, funciona en virtud de la relación que exista entre la oferta y la demanda, es decir, el precio de los productos y servicios, está determinado por la oferta que los diversos proveedores realizan y cuál es la demanda, por parte de los consumidores, de dichos bienes y servicios, concluyéndose que a menor demanda hay más oferta y a mayor demanda hay menor oferta.

En la actualidad a veces no tenemos que desplazarnos a un lugar físico para comprar o vender, por el tema virtual de las transacciones tanto de la banca como del comercio.

Hoy en día en todo mercado identificamos tres elementos: un producto (B o S) objeto de intercambio, un vendedor (normalmente una empresa) que fabrique el producto y un comprador que satisfaga sus necesidades con la adquisición del producto.

-Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios
-Lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad.

¿Cuál es entonces el papel del dinero en este mercado?

El dinero cumple cuatro principales funciones en el mercado: es una unidad de cuenta y patrón de precios, un medio de intercambio, un medio de pago y un depósito de valor.

En la evolución y especialización de los mercados y por tanto de las sociedades, el dinero ha jugado un papel fundamental como medio de pago o intercambio.

La Demanda

La demanda es la cantidad de un bien que están dispuestos a adquirir los demandantes a un precio determinado. Desde el punto de vista económico, existe demanda cuando se desea comprar un bien o servicio determinado y oferta cuando se desea vender.

Factores que condicionan la Demanda

-El precio del bien en cuestión (Px): cuanto más caro sea un producto, menor cantidad estará dispuesto a adquirir el demandante y cuanto más barato sea, mas comprará

-El precio de los bienes relacionados (Py): Complementarios (no es posible consumir uno si no se consume el otro) y Sustitutivos (aquello cuya utilización excluye a los que satisfacen la misma necesidad que ellos)

-Renta disponible (Y): Bienes inferiores y Normales

-Gustos (G): dependiendo de las preferencias hacia un producto aumentará o disminuirá la demanda.

La función de la Demanda refleja la variación que experimenta la cantidad demandada de un bien en función de los cuatro factores estudiados.

La Oferta

La oferta es la cantidad de un bien que las empresas están dispuestas a producir a un precio determinado

Los factores que influyen sobre la Oferta

-El precio del bien en cuestión: cuanto mayor sea el precio que pueden cobrar por sus productos, mayor será la cantidad que estarán dispuestas a producir las empresas, ya que sus expectativas de beneficios serán mayores

- Los costes de producción: las posibilidades de producción de un país o de una empresa depende de la cantidad de recursos y de su tecnología: Costes de F.P - Tecnología

-Expectativa empresarial: el número de unidades que una empresa oferta en el mercado también puede depender de las expectativas, lo cual a su vez condiciona los objetivos empresariales.

El Equilibrio del Mercado

El equilibrio de mercado puede conseguirse de dos formas:

A. Exceso de Demanda: Al haber escasez, las empresas, atraídas por las expectativas de beneficio, ofertan mayor cantidad de producto y suben el precio, porque los consumidores insatisfechos estarán dispuestos a comprar a un precio mayor, como no todos los consumidores insatisfechos aceptarán comprar a ese precio disminuirá la demanda.

B. Exceso de Oferta: Al haber exceso de oferta, hay abundancia de productos, por lo que las empresas al no vender los productos bajan los precios, pero no todas las empresas pueden permitirse las bajadas, por lo que abandonan el mercado

ACTIVIDADES.

1. En tu cuaderno de Asignatura crea con tus palabras un significado para: a) mercado- b) oferta c) demanda.
2. Luego de dar lectura al texto de trabajo 1, cree un listado con 5 conceptos que desconozca, busque su significado y cópielas en su cuaderno
3. Explique con sus propias palabras “¿cómo funciona el mercado?”
4. ¿Qué factores pueden alterar el normal funcionamiento del mercado?
5. Crea un Cuestionario con 5 preguntas y sus respectivas respuestas tomando como base el contenido de la Guía.

AVANCE N° 2: Tipos de Mercado

PLAZO DE ENTREGA: HASTA EL VIERNES 19/03/2021

TEXTO DE TRABAJO SEMANA 2

TEMA :EL MERCADO Y LA COMPETENCIA

a) Los Mercados de competencia perfecta

Mercado ideal o perfecto es aquel en la que todos los bienes y servicios se intercambian voluntariamente por dinero al precio fijado, como consecuencia del libre funcionamiento de las leyes de la oferta y la demanda.

-Producción Barata: En el mercado de competencia perfecta producir no es caro: las inversiones en bienes de producción son pequeñas y la tecnología suele ser accesible.

-Mercados homogéneos: No hay diferencias en la calidad, el diseño o las prestaciones de los productos de los distintos fabricantes.

Esta libertad de entrada hace que muchas pequeñas empresas se sientan atraídas por estos mercados cuando hay beneficios, aunque dado su pequeño tamaño, no pueden influir significativamente en los precios. Estas empresas sólo pueden decidir qué cantidad producir en función del precio que los consumidores están dispuestos a pagar.

b) Los Mercados de competencia imperfecta:

Una o más empresas pueden influir sobre el precio en mayor o menor medida, de tal forma que cuanto menor sea el número de empresas existentes, mayor será su capacidad para influir sobre el precio. Los distintos modelos se clasifican en función del número de empresas que participan en él.

-Monopolio: Es el caso extremo de competencia. Una única empresa produce todo el bien o servicio existente, por lo que tiene plena capacidad para influir sobre el precio o la cantidad que hay que producir.

-Oligopolio: En este tipo de mercado operan pocas empresas, pero con el tamaño suficiente para incidir en el precio si alguna de ellas decide variar su oferta.

-Competencia monopolística: ofrecen productos similares con la misma función o utilidad. En este caso las empresas confieren a sus productos una diferenciación específica que fideliza (lealtad de un cliente a una marca determinada) a su clientela. Analizaremos ahora a cada uno.

El Monopolio

En un mercado monopolista una única empresa cubre toda la demanda. Dicha empresa goza de plena capacidad para decidir cuánto produce y a qué precio. El origen de este mercado se debe a sus peculiares barreras de entrada.

-Acceso exclusivo a un recurso: la empresa que controle un factor de producción imprescindible para obtener un bien o servicio será la única capaz de ofertarlo.

-Existencia de derechos legales tales como:

Patentes: es una protección legal mediante la cual reconoce a quien haya realizado un nuevo invento aplicable a la industria, tiene el derecho en exclusiva de explotarlo durante un tiempo. Este derecho pertenece al inventor que podrá vender, donar o legar libremente su invento. Si una empresa goza en exclusiva de la patente actuará en régimen de monopolio

Concesiones Administrativas: consiste en que, a cambio de una cantidad de dinero y de que se cumpla una serie de condiciones que garanticen el buen funcionamiento de la actividad en cuestión, el sector público cede temporalmente la explotación de ese derecho a una empresa pública.

-Naturaleza al servicio prestado: A veces las características de algunos servicios desaconsejan la presencia de varias empresas en un mismo mercado. La existencia de una única empresa reduce los costes del suministro. Este tipo de monopolios se denominan monopolios naturales.

-Ventaja en costes: Si una empresa produce a un coste inferior que sus competidoras, dominará el mercado. Por ejemplo, la compañía informática Intel, que vende el 80% de los microprocesadores de los ordenadores personales, funciona en la práctica como un monopolio gracias a sus bajos costes.

El funcionamiento de los monopolios

Las empresas monopolistas producen menor cantidad de los que el mercado demanda. Lo único que tiene que hacer la empresa monopolista es calcular la cantidad exacta en la cual maximiza sus beneficios.

El poder de mercado que ejercen las empresas monopolistas puede llegar a ser abusivo en claro perjuicio de los consumidores de sus productos. Para evitarlo los países se defienden con las leyes antimonopolio y los tribunales para la defensa de la libre competencia.

El Oligopolio

-Pocas empresas: Unas pocas empresas abarcan la suma total del mercado.

-Mercado homogéneo: los productos de este tipo de mercado no sólo satisfacen la misma necesidad sino que además son intercambiables entre sí.

-Fuertes inversiones de capital: la producción en los mercados oligopolistas requieren inversiones y tecnologías que solo están al alcance de las grandes empresas.

Sin Colusión (no cooperan, solo compiten)

-Política comercial de anticipación: Cada empresa trata de adivinar las estrategias de sus competidoras para actuar en consecuencia.

-Guerra de precios: Si una empresa oligopolista reduce su precio de venta y las demás no lo hacen, su cuota de mercado y sus ingresos aumentarán a costa de las otras

-Liderazgo de precios: Con esta estrategia la empresa líder del mercado fija el precio y las demás condiciones de la oferta; éstas son aceptadas sin necesidad de negociación por las restantes empresas.

Con Colusión

-Competencia sin precios: Las empresas compiten en diseño, calidad o cualquier otro factor, pero respetando un precio acordado conjuntamente.

-Reparto de mercado: El mercado puede dividirse en partes iguales o por zonas geográficas. También pueden pactarse cuotas de producción para cada empresa

Competencia Monopolística

-Muchas empresas: La actuación individual de una empresa en el mercado de competencia monopolística puede influir en el precio.

-Diferenciación del producto: los productos satisfacen las mismas necesidades pero no son sustitutivos perfectos los unos de los otros, hay diferentes calidades, diseños, marcas...etc. Cuando no es homogéneo y tiene alguna característica que lo distingue de otros productos, se habla de diferenciación del producto.

El Funcionamiento de los Mercados de Competencia Monopolística

A través de la publicidad, las empresas intentan diferenciar sus productos. Una vez que el consumidor distingue los productos, los esfuerzos publicitarios se dirigen a mantener su fidelidad y a captar nuevos clientes.

Al gozar de la fidelidad del consumidor. Estas empresas pueden variar algo las condiciones del producto o de los precios, por este motivo se dice que son pequeños monopolistas que actúan dentro de un mercado de competencia.

ACTIVIDADES

Conteste las siguientes preguntas relativas al Texto:

1. Con sus propios términos cree un significado para “monopolio” y “ oligopolio”
2. Señale un ejemplo de mercado de competencia perfecta en Chile
3. De un ejemplo de monopolio, oligopolio y competencia monopolística en Chile.

AVANCE N° 3

PLAZO DE ENTREGA: HASTA EL VIERNES 26/03/2021

TEXTO DE TRABAJO SEMANA 3

TEMA: AHORRO, INVERSIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Muchas veces se utiliza el ahorro y la inversión como sinónimos. Sin embargo, aunque están fuertemente relacionados, en realidad son muy diferentes.

La diferencia entre los dos conceptos, fundamentalmente, es el destino del dinero. El punto común entre ambos es que no podemos disponer de nuestro dinero en ese instante.

Concepto de Ahorro: Por un lado, llamamos ahorro a aquél dinero que guardamos para poder disponer de él en el futuro. Renunciamos a gastarlo en el presente, poniéndolo en un lugar seguro y sin riesgo, pero que suele generar intereses. Estamos ahorrando cuando mantenemos nuestro dinero en efectivo, cuando lo mantenemos en una cuenta bancaria o cuando lo guardamos en un depósito, por ejemplo.

Concepto de Inversión: Llamamos inversión a aquél dinero que renunciamos a gastar en el presente para que en el futuro nos aporte un dinero extra. Asociamos la inversión con la compra de un bien o un activo financiero, con la esperanza de obtener una ganancia. Esta ganancia extra que nos aporta la inversión con respecto al ahorro se debe a que con la inversión estamos arriesgando nuestro dinero, y por ello recibimos una compensación. Podemos invertir nuestro dinero en un sinnúmero de cosas, desde algo inmateral como la educación hasta activos financieros como las acciones, los bonos o los fondos de inversión.

Por tanto, la diferencia principal entre el ahorro y la inversión es que con la inversión, en vez de guardar el dinero, renuncias a él para que te de una rentabilidad, es decir, para sacar provecho de ese dinero e incrementar su valor.

Por tanto, económicamente hablando, si tenemos una determinada cantidad de dinero y decidimos ahorrarlo en vez de invertirlo, estamos dejando de ganar dinero, pues estamos renunciando a un dinero extra que tendríamos si eligiéramos invertir. Sin embargo, la rentabilidad de la inversión es incierta y en algunos casos se corren riesgos de perderlo todo o parte de la inversión.

Factores que debemos tener en cuenta en una Inversión.

Cuando hacemos una inversión, existen tres factores a tomar en consideración: riesgo, liquidez y tiempo. Los tres factores tienen directa relación con la rentabilidad. Cuanto mayor sea el riesgo de perder el dinero invertido, mayor será la rentabilidad que esperamos de esa inversión. Por otro lado, las inversiones a largo plazo son más rentables porque renunciamos más tiempo a tenerlo disponible para nosotros.

Para elegir la mejor opción necesitamos tener en cuenta nuestras preferencias. Con el ahorro tenemos el mismo dinero siempre pero lo disponemos cuando queramos y con la inversión, tenemos que esperar para poder disponer de nuestro dinero pero finalizado ese período tendremos más dinero del que teníamos en un principio, además, la inversión conlleva cierto riesgo de pérdida de dinero.

	AHORRO	INVERSIÓN
Definición	Guardar el dinero para prevenir futuros gastos	Poner el dinero ahorrado en productos para obtener rentabilidad y aumentar su valor
Tiempo	Corto plazo(normalmente)	Largo plazo (normalmente)
Riesgo	Sin riesgo o riesgo muy bajo	Bastante riesgo, depende del producto
Rentabilidad	Poca rentabilidad o nula	Incierta, pero generalmente alta
Liquidez	Muy líquidos	Poco líquidos, depende del producto

ACTIVIDADES

Responda las siguientes interrogantes: desde su perspectiva:

- 1) Qué porcentaje del sueldo o salario de una persona debería ahorrarse según los expertos? ¿Por qué?
- 2) ¿En qué negocios a futuro invertiría Usted, si contara con el capital necesario? ¿Por qué?
- 3) Investiga: ¿Qué instituciones del Estado en Chile entregan ayuda o aportes para poder crear negocios o emprendimientos?

