CECYTE Campeche

Trabajos Colegiados Estatales Virtuales

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Ruth Alejandra Barrera Dzul
Manuel Jesús Pérez Pérez
Jonatan Gómez López

CECyTE Campeche

PRESENTACIÓN

Querido alumno:

En la familia CECyTEC tenemos un gran compromiso, la enorme tarea de que ustedes, nuestros alumnos, logren sus metas y sus objetivos. Con estos libros de trabajo estamos dándoles las herramientas que les permitan desarrollar sus conocimientos y habilidades para tener un buen desempeño académico.

Dedícate tiempo de manera inteligente para desarrollar tus habilidades y destrezas. Ten muy claras tus metas. Recuerda que solo con educación podemos construir un futuro prometedor, un mejor país, un mejor estado, un mejor municipio y una mejor familia.

Aprende a soñar. Lucha por tus sueños. Te auguro que serás siempre un triunfador.

¡Estás a muy poco de lograr el éxito!

Mtra. Margarita Nelly Duarte Quijano

Directora General del CECyTEC

Libro de Trabajo
Febrero - Julio 2022

Introducción a la Economía

Segundo Parcial

Plantel: _____

Nombre del Alumno: _____

Carrera: _____

Semestre:_____ Grupo:_____

Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Campeche

1. **Contenido central:**

1. Consumidores y empresas

2. Estado y Economía

2. **Contenido específico:**

2.2 Mercado

3. 2.2.1. Concepto y clasificación de Mercado
4. 2.2.2 Elementos del mercado (bienes, servicios, demanda, oferta y precio)
5. 2.2.3 Tipos de clasificación del mercado
6. 2.2.3.1 Según su área geográfica (local, nacional e internacional)
7. 2.2.3.2 Según su competencia (perfecta e imperfecta)
8. 2.2.3.3 según el tipo de producto (Bienes, Servicios, ideas y Lugares)
9. 2.2.3.4. Según tipo de recursos (Materia prima, Fuerza de trabajo y Mercado de dinero)
10. 2.3 Producción
11. 2.3.1 Definición de producción.
12. 2.3.2 Factores de la producción.
13. 2.3.4 Producción primaria, secundaria y terciaria
14. 3.1 Intervención del estado en la economía
15. 3.2 Ciclos económicos
16. 3.2.1 Recuperación, auge recesión y crisis
17. 3.2.2 Gráfica del ciclo económico
18. **Aprendizajes esperados:**

El alumno analizara y reflexionara sobre los conceptos y clasificación de mercado, los factores de la producción y los ciclos económicos, manteniendo una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y el dialogo de acuerdo la situación social en que vive.

Apertura

Ejercicio 1. Valoración diagnostica

Define con tus propias palabras los siguientes conceptos.

¿Qué es el mercado?

_____

_____

_____

_____

Para ti, ¿Cuántos tipos de mercado hay?

_____

_____

_____

¿Cuáles son los elementos del mercado?

_____

_____

_____

¿Cuáles son los factores de la producción?

_____

_____

_____

_____

Menciona cómo interviene el estado en la economía.

¿Qué es recuperación, auge, recesión y crisis?

¿Qué es un ciclo económico?

Desarrollo

Lee con mucha atención los siguientes textos, posteriormente responde y realiza lo que se te indica.

2.2 MERCADO.

La palabra mercado tiene varios significados. En ocasiones se aplica a un lugar específico donde se compran y venden productos o servicios a través del intercambio. También se llama así a un área geográfica amplia. A veces significa la relación entre la oferta y la demanda de un producto determinado. En ocasiones se refiere a la población total, o mercado masivo, que compra productos en general.
Desde el punto de vista de mercadotecnia, la palabra mercado también abarca varios conceptos. Por un lado, se usa para definir al conjunto de consumidores que compran o pueden llegar a comprar el producto ofrecido por la empresa, es decir, los consumidores actuales y potenciales. Por otro lado, el mercado de otra compañía, además de estar constituido por los consumidores, lo está por los proveedores, distribuidores y la competencia.

Aunque el mercado en realidad son todos los consumidores, conviene que las empresas tengan definidos sus mercados específicos para saber a quienes les venden. Kotler los divide en 6 tipos.

- Consumidores.
- Productores.
- Revendedores.
- Gobierno
- Mercados institucionales
- Mercado internacional.

Una vez que se tiene definido o detectado el mercado al cual se va a servir mediante un producto o servicio, conviene que se limite todavía más siguiendo estos criterios:

1. Se separa a los que no tienen necesidad.
2. Se excluye a los que no tienen la capacidad de compra.

El resto del mercado constituye el mercado potencial, que a su vez se subdivide en: Mercado de consumo. Integrado por aquellos individuos, familia, organizaciones privadas o gubernamentales, con necesidades y deseos que tienen el dinero para gastar y la voluntad para gastarlo y que se encuentran actualmente consumiendo el producto o servicio que ofrece la empresa.

Mercado de desarrollo. Está formado por aquellos que, aunque tiene una necesidad y el poder de compra, no consume el bien o servicio de la empresa por tanto hay que dirigir los esfuerzos de la compañía para que se convierta en consumidores reales.

Precisamente la labor de mercadotecnia consiste en convertir el mercado de desarrollo en mercado de consumo, a través de una buena mezcla de mercadotecnia. La importancia de conocer a qué tipo de mercado están enfocadas las actividades de la empresa, radica en conocer las 6 O que motivan al consumidor a la compra, para hacerle frente con una buena mezcla mercadológica. Estas 6 O son las siguientes.

1. Objetos de compra: qué compra el mercado.
2. Objetivos de compra: por qué compra
3. Organización de compra: quién compra
4. Operaciones de organización de compra: cómo compra
5. Ocasiones para comprar: cuándo compra
6. Lugar de la compra: dónde compra.

Principales elementos del mercado

1- Producto o servicio.
Es el elemento que será intercambiado por los actores económicos. Un proveedor ofrece el bien o servicio a un consumidor, con la intención de satisfacer una necesidad.
2- Vendedor.
Un vendedor es quien identifica una necesidad en los consumidores y trata de satisfacer dicha necesidad a través de la prestación de un bien o un servicio.
3- Comprador.
El comprador es la persona que paga para adquirir un producto o servicio. Es aquel que tiene una necesidad que cubrir y busca hacerlo a través del mercado.
4- Precio.
El precio es la cantidad monetaria que el comprador deberá pagar al vendedor para obtener el producto o servicio que desea.
Si bien el dinero es la principal forma de pago en la actualidad, hay ocasiones en las que se utiliza el intercambio de un bien por otro.
A pesar de ser simple en teoría, habrá casos en los que un solo vendedor tenga un producto que muchos compradores necesiten, o viceversa.

También pueden darse circunstancias en las que un mismo producto sea vendido a diferentes precios. Estas variaciones son dictaminadas por el tipo de mercado, la competencia, la oferta y la demanda.

5- Oferta.

En economía, la oferta es la cantidad de bienes que los productores están dispuestos a vender bajo ciertas condiciones de mercado.

Es decir, si se eleva el valor de un producto, este por consecuencia se producirá en mayor cantidad. Por otro lado, si en un mercado estable baja el precio de un producto o servicio este será menos ofertado.

Un ejemplo es la producción de aguacates: su popularidad ha crecido súbitamente en los países desarrollados. Por ello cada vez más personas están dispuestas a pagar más por el fruto, lo que lleva a los agricultores a producir en mayor cantidad y así obtener mayores ganancias. La oferta se determina por factores como el precio en el mercado, la tecnología disponible para su producción, cuántos productores hay o las expectativas de consumo, es decir, si se prevé que muchas personas vayan a demandar un producto determinado.

Asimismo, la oferta se puede modificar por diversos factores ajenos al precio, principalmente por los gastos de producción.

6- La demanda.

A diferencia de la oferta, la demanda funciona desde la perspectiva del consumidor, no del productor. La demanda es la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a comprar basados en su precio.

La ley de la demanda establece que, si un producto es más barato, este será más demandado; un producto más caro encontrará un menor número de consumidores. En un supermercado, por ejemplo, las manzanas más compradas serían las de menor precio.

La demanda se determina por factores como el precio de los productos en el mercado, las preferencias del consumidor o el precio de los bienes sustitutivos

Un bien sustitutivo para un bolígrafo sería un lápiz; si los lápices son mucho más baratos y también sirven para escribir, esto puede afectar la demanda de bolígrafos.

La renta (el dinero con que cuentan los consumidores) es también un fuerte determinante de demanda.

Si aumenta la renta, aumentan los precios; si esta disminuye, el precio también se verá afectado. Por ello, si un país decidiera imprimir más dinero, aumentaría la renta y en consecuencia, todo subiría de precio.

Tipos de mercados según su ámbito geográfico.

En este caso, la variable que se utiliza para clasificar los mercados es la localización geográfica de los consumidores, que nos permite distinguir entre mercados locales, regionales, nacionales, internacionales y globales.

* Mercado local. Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción cuyo ámbito de actuación se limita a la provincia.

* Mercado regional. El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad.

* Mercado nacional. Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país.

* Mercado internacional. El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades. Cualquier empresa multinacional opera en este mercado.

* Mercado global. Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.

Tipos de mercados según su competencia.

1. Mercado de competencia perfecta:
Se trata de mercados en los cuales interactúan tal cantidad de consumidores, ofertas y marcas, que ninguno de ellos es capaz de influir por sí solo en el precio de los productos. La competencia siempre está a la orden del día y los bienes y servicios son, por lo general, iguales o similares.
2. Mercado monopolista:
Son espectros comerciales en los que una sola marca se encarga de la venta de un producto o servicio. Esta situación se explica básicamente por el alto número de barreras de entrada que se imponen a las empresas que aspiran a competir.
3. Mercado de competencia imperfecta:
Es el mercado intermedio entre el de monopolio y el de competencia perfecta. Se puede presentar en dos variantes: o bien cuando existen muchas empresas que ofrecen productos similares (no idénticos), o bien cuando se presenta un alto número de compradores, pero pocos vendedores.
4. Mercado de monopsonio:
Hablamos en este caso de mercados en los que los consumidores tienen un rol protagónico. Es decir, tras sus decisiones comerciales, son capaces de cambiar, o al menos de influir, en el precio de los productos. Obviamente, para que esto sea así la demanda debe ser muy superior a la oferta. Los clientes, pues, tienen un altísimo poder de negociación en este modelo

Tipos de Mercado según el Tipo de Producto:
Atendiendo al producto que se compra y vende, los mercados pueden ser de los siguientes tipos:
1. Mercado de productos de consumo
Por una parte, el mercado de bienes o productos de consumo representa el mercado donde se comercializan productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que son productos son utilizados para cubrir una necesidad, pero luego que se resuelve la necesidad el producto desaparece.

Podemos poner de ejemplo un pedazo de pizza que se usa para resolver la necesidad del hambre, pero al cubrir la necesidad el producto desaparece completamente.

2. Mercado de productos de uso o inversión
Por el contrario, en el mercado de productos de uso (también llamados bienes de inversión o bienes de equipo), se intercambian productos que son usados para cubrir una necesidad, pero luego de cubrirla el bien no se extingue, sino que permanece.
No obstante, estos productos pueden ser de uso duradero como el caso de una computadora o de uso no duradero como el caso de un lapicero.

3. Mercado de productos industriales
Claro que, el mercado de productos industriales incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima para poder producir otros bienes o servicios. Este puede ser el caso de un producto como el acero que puede ser utilizado para producir aviones o automóviles.

4. Mercado de servicios
En efecto, este mercado abarca la comercialización de productos denominados servicios, en los cuáles el consumidor no puede adquirir propiedad del bien, ya sea porque sólo compra la prestación del servicio; por ejemplo, si usa para comunicarse un teléfono público. También se puede dar el caso porque se recibe un servicio de forma intangible como el caso de los servicios educativos.

5. Mercados financieros
Los mercados financieros son un espacio físico o virtual, a través del cual se intercambian activos financieros entre diferentes agentes económicos cuyas transacciones definen los precios de dichos activos.

Tipos de Mercado según el Tipo de Recurso:

Según Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia", el mercado de recursos, se divide en: 1) Mercado de materia prima, 2) mercado de fuerza de trabajo, 3) mercado de dinero y otros.
Mercado de Materia Prima: Está conformado por empresas u organizaciones que necesitan de ciertos materiales en su estado natural (madera, minerales u otros) para la producción y elaboración de bienes y servicios.

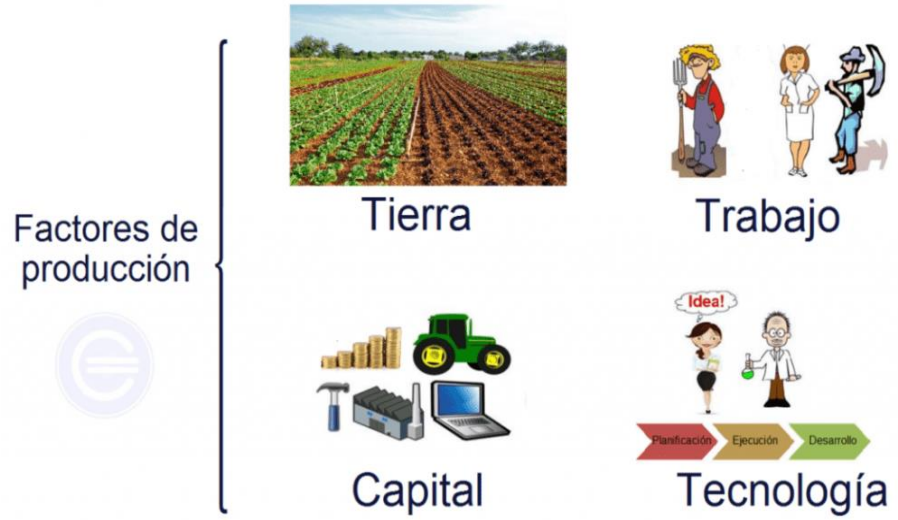
Mercado de Fuerza de Trabajo: Es considerado un factor de producción, por tanto, está formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir bienes o servicios.

Mercado de Dinero: Está conformado por empresas, organizaciones e individuos que necesitan dinero para algún proyecto en particular (comprar nueva maquinaria, invertir en tecnología, remodelar las oficinas, etc.) o para comprar bienes y servicios (una casa, un automóvil, muebles para el hogar, etc...), y que además, tienen la posibilidad de pagar los intereses y de devolver el dinero que se han prestado

2.3 PRODUCCIÓN.

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo

Factores de la producción.



En economía, se conoce como factores de producción a los insumos y recursos, tanto humanos como de otra naturaleza, de cuya disponibilidad y correcto manejo depende la generación de riquezas en un sistema económico cualquiera. Es decir, se llama así a las “entradas” de cualquier proceso productivo, sin las cuales no se puede obtener una “salida”: la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios del ser humano. Se entiende como factores de producción especialmente a aquellos insumos cuya abundancia no es absoluta, como pueden ser ciertos recursos naturales (el aire atmosférico, por ejemplo). Y en líneas generales, se consideran siempre cuatro grandes factores en todo proceso productivo: tierra, trabajo, capital y organización/conocimiento.

Como se comprenderá, de estos factores depende, en principio, la producción, y por ende también la renta y el gasto de cualquier empresa humana. Sin embargo, es posible que estos cuatro factores varíen en su significado puntual conforme el mundo cambia y nuestros procesos industriales y de consumo también. Es así que, por ejemplo, el factor “tierra” era vital en una consideración agrícola del mundo y representaba exactamente eso: la tenencia de tierras para la siembre; algo que ha debido resignificar luego del advenimiento de la sociedad industrial.

La tierra

La comprensión actual de la necesidad de la tierra se da en un sentido más amplio que simplemente ser dueño de terrenos. Esto último es particularmente válido para la producción agropecuaria, pero en el caso de los modelos industriales o postindustriales de producción se refiere más bien a los recursos que se hallan en la corteza terrestre, y que pueden ser de origen mineral, orgánico, biológico, etc.

Es decir, desde el petróleo, los distintos minerales, la madera de los bosques o los frutos cultivados en un sembradío se consideran parte del factor tierra, y suelen ser considerados el factor básico elemental, el insumo material primario, a partir del cual se da el proceso de cambios que es la producción.

Esto, claro, dependerá de la actividad económica a la que nos refiramos. Por ejemplo, una empresa de software no requerirá ningún tipo de tierra, más allá del espacio físico en el que asienta sus oficinas. En cambio, una empresa de bienes raíces considerará la tierra como su insumo único y primordial.

En particular los recursos no renovables (como los combustibles fósiles) tienen un mercado muy agresivo en su competencia, y los países que disponen de estos recursos en abundancia suelen verse favorecidos en sus términos de intercambio. El pago al factor tierra es el que se debe abonar por la utilización de los recursos naturales

El trabajo

El trabajo se refiere a los diversos esfuerzos que un individuo enfrenta para llevar un producto o servicio hasta el mercado de consumo, lo cual puede bien darse de muchas maneras. Es trabajo la labor de producción misma en la que, por ejemplo, un agricultor cultiva ciertos frutos; pero también la recolección y conducción de dichos frutos al lugar donde se procesan, y de allí hacia la industria que los convierte en alimentos. Lo mismo ocurre con el encargado de distribuir estos alimentos, y de venderlos a los potenciales compradores. Son trabajo también los servicios, de modo que una empresa de este sector ofrece a sus clientes, esencialmente, un tipo especializado de trabajo.
En el sistema capitalista, a los trabajadores se les recompensa por este esfuerzo laboral con un salario, calculado en base a las horas de trabajo realizadas y al nivel de profesionalización o de especialización que dicha labor represente. A los trabajadores altamente calificados se les conoce como capital humano y su generación en un país o una sociedad es lo que motiva la existencia de un sistema educativo, sobre todo el orientado hacia los saberes prácticos.

El capital

Por capital se entiende, típicamente, al dinero, o sea, a los recursos monetarios y financieros que permiten poner a andar un proceso productivo, ya sea dotándolo de sus insumos básicos o bien sirviendo para el pago de sus trabajadores.

Sin embargo, el dinero no está directamente involucrado en la producción de un bien o un servicio, por lo que suele entenderse por capital la adquisición de los recursos materiales indispensables para que la producción se dé. Por ejemplo, un tractor es necesario para la producción agrícola, lo mismo que escritorios y computadores para la producción de una empresa de software.
Similarmente, se habla de capital humano para referirse a la cantidad y calidad de los trabajadores de una organización, así como al dinero que ésta invierte en su educación y mejoramiento profesional, para gozar de una mano de obra más apta y de mayor valor.
A este tipo de recursos se les conoce como inversión y se les descuenta de las rentas producidas por la empresa para distinguir entre el capital requerido para la continuación del proceso o inclusive para su expansión, de las ganancias arrojadas por el proceso productivo**.**

La organización del conocimiento

Este último factor se refiere a la metodología de producción empleada, o sea, al modo en que los otros factores se coordinan y se orquestan en pro de una producción sostenida y rentable. De nada sirve tener capitales y tierra si no se posee el conocimiento específico para sembrar, o si se siembra de manera tal que los insumos se desperdicien y la rentabilidad sea mínima.
Hablamos pues del know-how (el saber cómo) del proceso productivo, y en eso se refiere a tanto los conocimientos básicos de la producción, hasta los métodos de gerencia utilizados y el esquema administrativo de la organización. Muchos autores prefieren llamar a este factor emprendeduría o emprendedurismo

Producción primaria, secundaria y terciaria

Toda actividad económica es muy importante porque permite obtener medios para cubrir necesidades. En la actividad económica primero se produce o se transforman los recursos para volverlos productos, luego se comercializan y finalmente se consumen.
Por lo tanto, en la economía hay actividades económicas que se clasifican en el sector primario, otras en el secundario y otras en el sector terciario; pero todas son necesarias para cubrir las necesidades de consumo de los seres humanos.

El sector primario de la economía se refiere a la actividad en la cual el ser humano se dedica a la extracción de recursos naturales para que sirvan posteriormente como materia prima para producir otros bienes o los consume directamente como alimentos.
Los principales sectores del sector primario de la economía son:

a) Agricultura.
b) Ganadería.
c) Pesca.
d) Explotación de los recursos forestales.
e) Minería.

Por consiguiente, podemos mencionar a muchos países subdesarrollados que tienen como actividad principal la agricultura, por eso sabemos que se enfocan en el sector primario de la economía y este sector se vuelve un componente muy importante de su producto interno bruto (PIB).

Por su parte el sector secundario, es el sector en el cual se realiza la transformación de los recursos naturales o las materias primas para convertirlos en productos que serán usados para cubrir necesidades de consumo.
De manera que la actividad de transformación puede ser de forma artesanal cuando la elaboración de bienes se realiza de forma sencilla y sólo se puede producir en pocas cantidades. Mientras que, la transformación de forma industrial ya implica utilizar una infraestructura de bienes de capital que permiten producir los productos utilizando

modernas técnicas y formas de producción, que ayudan a que los productos sean más elaborados, es decir que tengan mayor valor agregado y a que se puedan producir en grandes cantidades; dándose el aprovechamiento de la economía de escala.
Por eso, al sector secundario también lo conocemos como la actividad industrial. Se puede decir que son países altamente industrializados, países como Alemania, Japón y Estados Unidos entre tantos que se podrían mencionar.
Generalmente los países subdesarrollados tienen más producción de productos artesanales y muy poco grado de producción industrial, porque su inversión de capital es muy incipiente.
Finalmente, el sector terciario es el que se caracteriza por producir productos conocidos como servicios, que, aunque no son específicamente bienes tangibles, igualmente ayudan a cubrir necesidades de las personas.
De modo que, entre los servicios más importante podemos mencionar las actividades financieras, las actividades de transporte, las actividades comerciales y cualquier actividad que realizan los profesionales como los médicos, los maestros, los abogados, entre muchos de los que se pueden listar.
Todas las actividades de la economía son necesarias para que los seres humanos podamos cubrir nuestras necesidades de consumo. Sin embargo, dependiendo del grado de desarrollo de cada país, cada país se especializa más en un sector que otro.
Por lo regular los países subdesarrollados se dedican más a la agricultura y a la producción artesanal; y los países a mayor grado de desarrollo se enfocan más en la actividad industrial y de servicios.

INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA

La participación del Estado y del gobierno en la economía es fundamental. Las tareas o funciones del Estado en la economía son al menos: redistribución de la renta, estabilización de la economía, asignación de recursos, promoción del crecimiento, y regulación económica.
La intervención del Estado en la economía tiene como propósito no solo compensar por las múltiples fallas de los mercados sino también enfrentar los procesos de concentración del ingreso.
Cuando los mercados operan de manera competitiva, algo que en muy pocas ocasiones sucede en la realidad, es posible optimizar el uso de los recursos y lograr mayor eficiencia en el sistema económico.
No obstante, aun funcionando en condiciones de competencia, la dinámica propia de la oferta y la demanda conduce a la acumulación de la riqueza en pocas manos. Esto se debe a que la propiedad de los factores de producción se encuentra desigualmente repartida entre las personas.
Es por esta razón que resulta indispensable la intervención del Estado para lograr una más equitativa distribución del esfuerzo productivo, que es denuedo compartido entre el capital y el trabajo, de tal manera que garantice niveles de vida decorosos para las familias y facilite una mayor cohesión social.
La aceptación de un modelo de desarrollo basado en la libertad irrestricta de los mercados y la mínima intervención del Estado implica renunciar al uso de los instrumentos de política económica que permiten afectar la distribución del ingreso y la riqueza.

En consecuencia, la democracia, que como régimen político debe tener por finalidad no solo la libertad sino también el bien común, exige que el Estado tenga la opción de intermediar en el accionar de los mercados para cumplir al menos cuatro funciones cardinales:

Distribuir el ingreso y la riqueza. Se puede lograr mediante diferentes mecanismos, pero uno de los más eficaces es la política fiscal. La conformación de un sistema impositivo progresivo cuyo propósito sea una mayor justicia y equidad, así como la planificación del gasto público con el fin de atender tanto las necesidades de la producción como la de los sectores sociales más débiles, constituye una herramienta medular de una política pública democrática.

Garantizar la prestación de servicios universales. Hay servicios que por su importancia y trascendencia representan derechos ciudadanos: la salud, la educación, la seguridad, el medio ambiente, el agua potable y las telecomunicaciones, son algunos de ellos. Esos servicios no pueden ser tratados como mercancías. El Estado tiene la obligación de afanarse por hacer realidad que todos los habitantes tengan acceso a estos para que sus derechos puedan materializarse.

Promoción social. El desarrollo social no puede sustentarse en el asistencialismo ni dejarse al azar o a la buena fortuna. No se generará de manera espontánea. El Estado tiene la responsabilidad de fomentarlo. Debe enfrentar de manera decidida la marginación y la exclusión, combatir la indigencia y apoyar a los grupos desvalidos, es decir, debe hacer efectivo el respeto a la dignidad humana.

Crear ciudadanía. Implica concebir al ciudadano como un ser social y no solo como un actor en el mercado. Conlleva cimentar valores que permitan la convivencia en un marco de respeto, tolerancia y solidaridad. Significa, por una parte, que las personas conozcan sus derechos y tengan la posibilidad de exigir su cumplimiento y, por otra, que sean conscientes de sus deberes como miembros de la comunidad y estén dispuestas a asumir los compromisos que eso supone.

Crear ciudadanía es también abrir espacios de participación a los individuos y a las organizaciones e instaurar mecanismos prácticos de rendición de cuentas y transparencia en la función pública.

Cierre

Actividades de aprendizaje

Ejercicio 2. REFORZAMIENTO (realiza una tabla comparativa con el tema de mercados y sus tipos)

Ejercicio 3. REFORZAMIENTO (elabora un resumen con los elementos del mercado)

Actividad 1. Realiza un ESQUEMA (cuadro sinóptico, mapa conceptual, mapa mental) con el tema de Mercado.

Para ello no olvides consultar a tu instrumento de evaluación para que puedas cubrir todos los aspectos que te señala.

INSTRUMENTO DE EVALUACION
COLEGIO DE ESTUDIOS CIENTIFICOS Y TECNOLOGICOS DEL ESTADO DE CAMPECHE.

REFORMA INTEGRAL DE LA EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SEGUNDO PARCIAL
ASIGNATURA DE ECONOMÍA
RÚBRICA
ACTIVIDAD 1

NOMBRE DEL ALUMNO:	
PLANTEL:	EVIDENCIA: Esquema Tema: Mercado (conceptos, tipos, elementos, etc.)
GRUPO:	
GRADO:	ENTE EVALUADOR: ***HETEROEVALUACIÓN***

COMPETENCIA GENÉRICA (CG): 10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales
Atributos: 10.2 Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.
10.3Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.
COMPETENCIA BÁSICA: 3. Interpreta su realidad social a partir de los procesos históricos locales, nacionales e internacionales que la han configurado.
COMPETENCIA BÁSICA EXTENDIDA: 2. Argumenta las repercusiones de los procesos y cambios políticos, económicos y sociales que han dado lugar al entorno socioeconómico actual.

PLAN DE EVALUACIÓN			
NOMBRE	**TIPO**	**MOMENTO**	**PONDERACIÓN**
ESQUEMA	**SUMATIVA**		**50%**

ASPECTOS A EVALUAR	EXCELENTE NIVEL 3.5	NUY BUENO NIVEL 2	BUENO NIVEL 1	DEFICIENTE NIVEL .5	
Portada	La portada cuenta con datos del colegio, Asignatura, nombre del maestro, título del tema, datos del alumno y fecha del trabajo en forma ordenada y limpia.	La portada está ordenada y limpia, y solo le faltó un dato.	La portada cuenta con la mayoría de los datos, solo le faltaron dos. Esta ordenada y limpia.	El trabajo cuenta con portada legible y limpia pero los datos no están bien ordenados.	
Esquema	El esquema muestra una estructura lógica de acuerdo a la clasificación de los mercados eligiendo el concepto	El esquema tiene estructura, menciona los tipos de mercados de manera general y elige	El esquema se ve bien.	Carece de estructura lógica.	

	clave y lo puso como raíz del esquema.	adecuadamente el concepto principal.			
	El esquema permite visualizar rápidamente el tema en cuestión de manera precisa. Seleccionó las ideas secundarias o temas que debían ser ampliados.	El esquema permite visualizar el tema en cuestión de manera general y seleccionó correctamente las ideas secundarias.	El esquema permite visualizar bien el tema en cuestión aunque le falto identificar todas las ideas secundarias o temas que debían ser ampliados.	El esquema es confuso.	
	La información manejada en el esquema es de calidad, y expresada de manera coherente.	La información es específica y objetividad y muy coherencia.	La información se basó en fuentes fiables.	La información e s vaga y confusa	
	Eligió el esquema adecuado y utilizó correctamente los conectores y niveles para relacionar los conceptos o ideas.	Eligió el esquema adecuado, utilizó los conectores adecuadamente aunque le faltó relacionar algunos conceptos.	El esquema presenta buena jerarquización.	Le faltó elegir bien el tipo de esquema.	
Ortografía y márgenes	Elaboró el trabajo sin faltas ortográficas así como márgenes indicados por el docente.	Elaboró el trabajo cumpliendo con los márgenes, pero presenta una falta ortográfica.	Elaboró el trabajo respetando los márgenes, pero presenta dos faltas ortográficas.	Elaboró el trabajo respetó los márgenes, pero presenta 3 faltas ortográficas	

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN EVALUÓ:	**OBSERVACIONES:**

Apertura

3.2 CICLOS ECONÓMICOS

Desarrollo

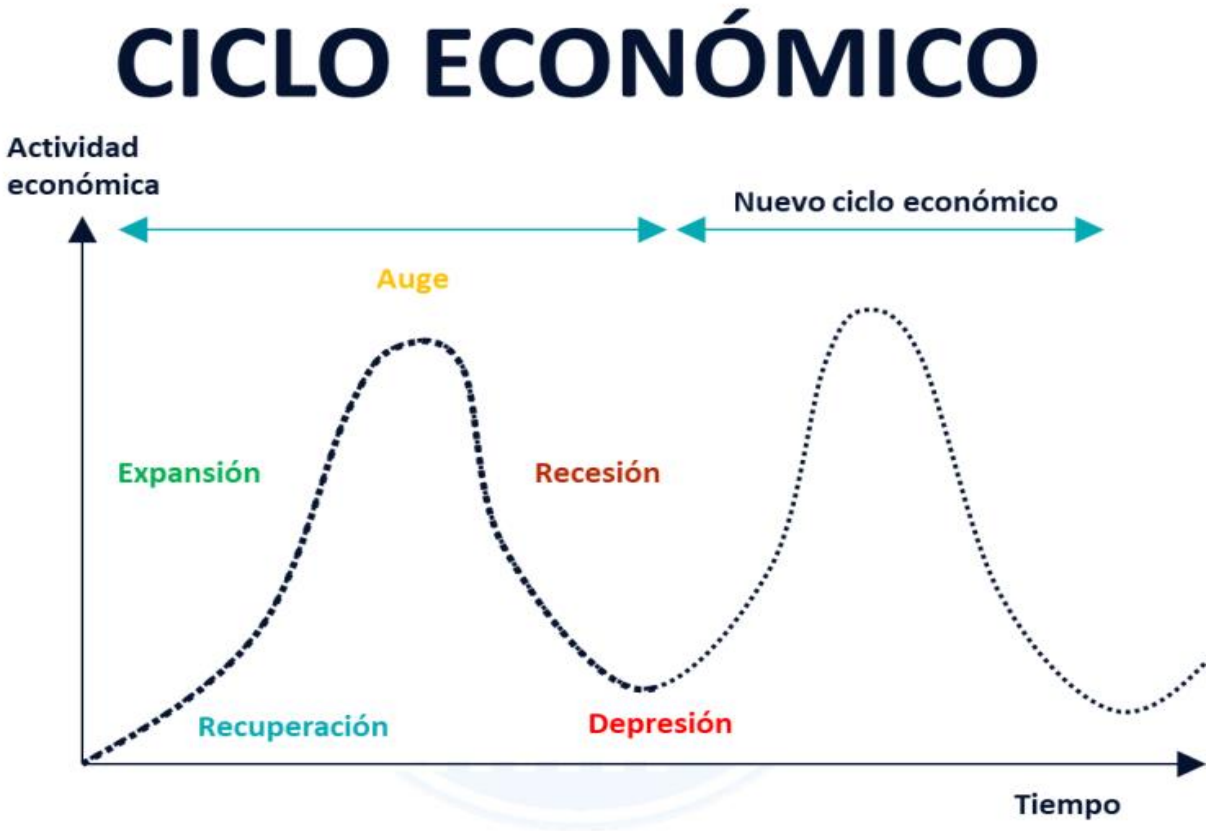
El ciclo económico es una serie de fases por las que pasa la economía y que suceden en orden hasta llegar a la fase final en la que el ciclo económico comienza de nuevo.
Cada ciclo pasa por periodos de recesión y periodos de expansión. Este fenómeno ha sido común a lo largo de la historia económica, conociéndose con otras denominaciones como “ciclos comerciales” o “fluctuaciones cíclicas”.
Se le conoce como ciclo debido a que una vez terminado comienza de nuevo desde el inicio formando una rueda continua. Sin embargo, debido a su imprevisibilidad no se puede tomar esto como una regla formal.
En las fases alcistas la economía mejora y se crea empleo, mientras que en las bajistas la economía decrece. Es en los periodos de contracción cuando se desatan las crisis económicas. Cuando ocurren oscilaciones de gran intensidad se pueden llegar a ver burbujas económicas.

FASES DE LOS CICLOS ECONÓMICOS

Suele dividirse la vida del ciclo económico en diferentes partes:

- *Recuperación:* Fase del ciclo en que la economía está estancada o crece ligeramente.
- *Expansión:* Fase de mayor crecimiento económico.
- *Auge:* Fase en que el crecimiento económico empieza a mostrar señales de agotamiento.
- *Recesión:* La actividad económica se reduce. Conlleva una disminución del consumo, de la inversión y de la producción de bienes y servicios, lo cual provoca a su vez que se despidan trabajadores y por tanto, aumente el desempleo.
- *Depresión:* Cuando nos encontramos en una fase de recesión continúa en el tiempo y sin previsión de mejora.

La duración del ciclo económico es algo muy debatido ya que raramente han tenido la misma temporalidad a lo largo de la historia. En ocasiones se han dado las cinco fases en tan solo dos años y en otras ocasiones han pasado más de 10 años para ver todas las fases de forma continuada.



El ciclo económico es una serie de fases por las que pasa la economía y que suceden en orden hasta llegar a la fase final en la que el ciclo económico comienza de nuevo.

Cierre

Actividades de aprendizaje

Actividad 2. . Realiza una GRÀFICA donde explique los ciclos económicos.

INSTRUMENTO DE EVALUACION
COLEGIO DE ESTUDIOS CIENTIFICOS Y TECNOLOGICOS DEL ESTADO DE CAMPECHE.

REFORMA INTEGRAL DE LA EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SEGUNDO PARCIAL
RÚBRICA
ACTIVIDAD 2

NOMBRE DEL ALUMNO:	
PLANTEL:	EVIDENCIA: Gráfica Tema: Ciclos económicos
GRUPO:	
GRADO:	ENTE EVALUADOR: ***HETEROEVALUACIÓN***

COMPETENCIA GENÉRICA (CG): 10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales
Atributos: 10.2 Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.
10.3Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.
COMPETENCIA BÁSICA: 3. Interpreta su realidad social a partir de los procesos históricos locales, nacionales e internacionales que la han configurado
COMPETENCIA BÁSICA EXTENDIDA: 2. Argumenta las repercusiones de los procesos y cambios políticos, económicos y sociales que han dado lugar al entorno socioeconómico actual.

PLAN DE EVALUACIÓN			
NOMBRE	**TIPO**	**MOMENTO**	**PONDERACIÓN**
GRÁFICA	**FORMATIVA**		**25%**

ASPECTOS A EVALUAR	EXCELENTE NIVEL 3.5	MUY BUENO NIVEL 2	BUENO NIVEL 1	DEFICIENTE NIVEL .5	
Portada	La portada cuenta con datos del colegio, Asignatura, nombre del maestro, título del tema, datos del alumno y fecha del trabajo en forma ordenada y limpia.	La portada está ordenada y limpia, y solo le faltó un dato.	La portada cuenta con la mayoría de los datos, solo le faltaron dos. Esta ordenada y limpia.	El trabajo cuenta con portada legible y limpia pero los datos no están bien ordenados.	
Esquema	El grafico muestra una estructura lógica de acuerdo a las etapas del ciclo económico.	El gráfico tiene una estructura, menciona muestra las etapas del ciclo económico.	El gráfico se ve bien.	Carece de estructura lógica.	
	El grafico permite visualizar rápidamente el tema en cuestión de manera precisa.	El grafico El grafico permite visualizar el tema	El gráfico permite visualizar bien el tema en cuestión aunque le falto.	El grafico es confuso.	

		en cuestión de manera general			
	La información manejada en el esquema es de calidad, y expresada de manera coherente.	La información es específica y objetiva y muy coherente.	La información se basó en fuentes fiables.	La información es vaga y confusa	
	Eligió el gráfico excelentemente para expresar el tema.	Eligió el gráfico correcto, para representar el tema.	El gráfico es adecuado para explicar el tema.	Le faltó elegir bien el tipo de gráfico.	
	Analizó y comentó de forma amplia y completa la información aportada por el gráfico, comparando los datos entre sí.	Analizó y comentó de forma general la información aportada por el gráfico, comparando los datos entre sí.	Analizó y comentó de forma resumida la información aportada por el gráfico, comparando los datos entre sí.	No analizó ni comentó la información aportada por el gráfico.	
Ortografía y márgenes	Elaboró el trabajo sin faltas ortográficas así como márgenes indicados por el docente.	Elaboró el trabajo cumpliendo con los márgenes, pero presenta una falta ortográfica.	Elaboró el trabajo respetando los márgenes, pero presenta dos faltas ortográficas.	Elaboró el trabajo respetó los márgenes, pero presenta 3 faltas ortográficas	

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN EVALUÓ:	**OBSERVACIONES:**

Referencias Bibliográficas

1-Ángulo, José, /Conde, Eric., (2010). Entorno socioeconómico de México. Editorial Éxodo.
http://coatl.cecyt9.ipn.mx/ofertaEducativa/planes/bachilleratogeneral/3er-sem/Entorno-Socioeconomico-de-Mexico.pdf

2-Graue, Ana (2009). Fundamentos de Economía. 1° edición. Pearson Educación.
https://www.pearsoneducacion.net/graue

3-Zorrilla, Arena (2008). Cómo aprender economía: conceptos básicos. 1° edición. Limusa. México.
https://www.gandhi.com.mx/como-aprender-economia-conceptos-basicos

4- Graue, Ana (2009). Fundamentos de Economía. 1° edición. Pearson Educación.
http://www.elfinanciero.com.mx/