
	INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ		
	Proceso: CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: Planes de Mejoramiento		Versión 01	Página 1 de 1
ASIGNATURA /AREA	EMPRENDIMIENTO	GRADO:	601-602
PERÍODO	I	AÑO:	2022
NOMBRE ESTUDIANTE	DEL		

LOGROS /COMPETENCIAS: * Comprender qué es el mercado y el cliente y su relación con el emprendimiento.	
ACTIVIDADES PRÁCTICAS Completa las actividades a continuación	
METODOLOGIA DE LA EVALUACIÓN Valoración a cada uno de los aspectos relacionados en las actividades prácticas de este plan Acompañamiento individual si lo requiere para despejar inquietudes. Valoración al taller evaluativo del cierre del plan de mejoramiento	
RECURSOS: Internet, textos, biblioteca, cuaderno, etc.	
REFERENCIAS www.aboutspanol.com	
OBSERVACIONES:	
FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO	FECHA DE SUSTENTACIÓN Y/O EVALUACIÓN
NOMBRE DEL EDUCADOR(A)	FIRMA DEL EDUCADOR(A)
FIRMA DEL ESTUDIANTE	FIRMA DEL PADRE DE FAMILIA

LEE EL TEXTO Y RESPONDE LAS PREGUNTAS

1. ¿En qué piensas cuando escuchas la palabra mercado?
2. ¿Qué encuentras en un mercado?
3. Representa con una imagen el concepto de mercado.

El mercado está conformado por consumidores y clientes, y es alrededor del consumidor que debe girar toda la actividad empresarial. El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase.

Definición de mercado

Por lo general al oír la palabra “mercado” la asociamos con un lugar físico donde se venden productos semejantes entre sí: verduras y hortalizas, pescados y mariscos, abarrotes, repuestos de autos, etc.

Desde el punto de vista económico, se define al mercado como el encuentro entre las fuerzas de la oferta (productores o proveedores) y de la demanda (clientes o consumidores) para realizar transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Entonces un mercado tiene oferentes, que son las empresas o personas que tienen un producto o servicio que pueden satisfacer las necesidades de los demandantes. Si tienes un negocio, es decir ofreces un producto y/o un servicio, eres un “oferente”.

Por su parte los demandantes (clientes o consumidores) son las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades que satisfacer, quieren hacerlo y tienen los medios económicos para satisfacer esas necesidades con los productos de los oferentes.

Los demandantes pueden estar físicamente cerca y ellos concurren al negocio, por ejemplo, los compradores de verduras en la feria, los vecinos de la tienda o almacén, los clientes de una peluquería, etc. En otros casos, pueden estar lejos y hay que salir a buscarlos, por ejemplo, venta de cosméticos a domicilio, entrega de comida en una oficina, etc.

4. De acuerdo al texto ¿Qué es un mercado y compara con la respuesta que diste al inicio?
5. ¿Cuáles son las semejanzas y diferencias entre un mercado tradicional y un mercado virtual?
6. Consulta de qué forma se pueden clasificar los mercados.
7. Con la anterior información elabora una cartelera.
8. Redacta un escrito de media página donde relaciones el concepto de mercado con el emprendimiento.