

## UNIDAD 1: Ofertas de productos industriales

### ACTIVIDADES-PÁG. 9

1. **Yolanda ha decidido empezar de cero y obviar todos los conocimientos que tiene sobre economía para poder encauzar su trabajo desde el principio. Define los conceptos de producción y consumo mediante un ejemplo.**

La producción es el medio por el cual se obtienen o elaboran bienes y servicios encaminados a satisfacer las necesidades humanas. Un ejemplo de producción de un bien es la fabricación de una copa de cristal, mientras que ejemplo de la producción de un servicio puede ser la organización de un evento.

El consumo es considerado como la fase final de la actividad económica, es decir, el momento en el que se satisface la necesidad para la que el bien o servicio se ha producido. Un ejemplo de consumo sería beber en la copa de cristal producida para satisfacer la necesidad de calmar la sed.

### ACTIVIDADES-PÁG. 10

2. **La protagonista del caso práctico inicial está intentando establecer una diferenciación entre los diversos tipos de consumo. Indica los tipos de consumo en función de su incidencia en el mercado.**

El comportamiento de los consumidores marca las pautas del mercado, en este sentido se pueden establecer los tipos de consumo atendiendo a diferentes criterios:

- Tipo de consumidor: consumo privado o público.
- Finalidad: consumo final o intermedio.

3. **¿Qué son los códigos CNAE y para qué se utilizan? La respuesta la puedes encontrar en el artículo siguiente:**

Los códigos CNAE son una clasificación para obtener estadísticas de las unidades productoras en función de la actividad que desarrollan. La Clasificación Nacional de Actividades Económicas describe de forma específica cada empresa española según su actividad empresarial. Esta agrupación por actividades permite realizar estudios, análisis, comparaciones a partir de los diferentes códigos de actividad.

4. **Entra en internet y busca las secciones de los códigos CNAE que se corresponden con el sector secundario ([http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/cnae\\_2009\\_rd.pdf](http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/cnae_2009_rd.pdf)).**

- SECCIÓN B: industrias extractivas.
- SECCIÓN C: industria manufacturera.
- SECCIÓN D: suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado.
- SECCIÓN E: suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación.
- SECCIÓN F: CONSTRUCCIÓN.

### ACTIVIDADES-PÁG. 12

5. **La diferenciación en sectores económicos es un tema ampliamente conocido por Yolanda, pero para su trabajo de investigación lo más importante es ver cómo dichos sectores inciden en la división del mercado. Explica esta división.**

Las actividades económicas inciden en los mercados estableciendo la siguiente división:

- Mercado de bienes de consumo: comercializa los productos destinados al cliente final.
- Mercado de bienes industriales: comercializa productos que serán utilizados para la fabricación de otros productos.
- Mercado de servicios: comercializa servicios.

**6. Explica a quién se dirige el sector primario, ilustra la explicación con un ejemplo.**

El sector primario está formado por los productos procedentes de la agricultura, la ganadería y la pesca, los cuales distribuyen sus productos principalmente a distribuidores y productores industriales. Pero también se dirigen en menor medida a los consumidores finales y una parte de la producción puede destinarse al autoconsumo.

Un ejemplo representativo es el caso de una pequeña explotación agrícola, la cual destina gran parte de su producción a la industria alimentaria, dejando un pequeño porcentaje de la misma para el consumo de los propietarios y para vender sus productos a los consumidores en un puesto del mercadillo de la localidad donde se localiza la explotación.

**ACTIVIDADES-PÁG. 14**

**7. Lee el artículo atentamente y estableced un debate en el aula sobre la importancia de la innovación y la investigación en el sector industrial, intentando contestar a la siguiente pregunta: ¿cómo inciden los cambios en este campo en el mercado industrial?**

El objetivo de esta actividad es presentar a los alumnos y alumnas un artículo de prensa para que reflexionen lo que expone y apliquen los conocimientos adquiridos, al tiempo que desarrollen un espíritu crítico mediante el que sean capaces de expresar su opinión. Se trata de realizar una reflexión sobre la relación existente entre el sector secundario y la idoneidad o no de incorporar los avances tecnológicos.

El debate debe desarrollarse como un espacio de comunicación y participación a partir del cual cada alumno o alumna pueda forjarse su propia opinión.

**ACTIVIDADES-PÁG. 16**

**8. Yolanda está intentando realizar una clasificación de los productos industriales, pero le está resultando una tarea bastante difícil. Explica los diferentes tipos de productos y sus características.**

Materias primas, componentes y materiales:

- Materias primas:
  - Se refieren a los materiales básicos que se adquieren para formar parte del producto.
  - Proceden del sector primario.
  - Se convierten en parte del producto.
- Componentes:
  - Productos terminados o casi terminados que forman parte del producto final.
  - Son perfectamente identificables como integrantes del producto final.
- Materiales:
  - Forman parte del producto, pero no se pueden identificar con facilidad.
  - Se clasifican en tres grupos: materiales inorgánicos, orgánicos y compuestos.

Bienes de producción:

- Bienes que se destinan a la producción de otros bienes.
- Máquinas y grandes herramientas utilizadas en la producción.
- Equipos auxiliares: necesarios para las actividades de producción.
- Instalaciones.

- Propiedad intelectual, representada por las patentes, marcas registradas, licencias...

Suministros:

- No forman parte del producto final.
- Son imprescindibles para el proceso productivo.

Servicios:

- Bienes intangibles que son utilizados en la producción.
- Se caracterizan por su valor estratégico.

**9. ¿Cuáles son las ventajas de la seguridad de los productos industriales?**

La principal ventaja de la seguridad de los productos industriales es su capacidad de generar confianza en el cliente. Además de garantizar la seguridad para los trabajadores del sector, los destinatarios de los productos y para la propia población ante posibles accidentes que supongan un riesgo para la salud.

**ACTIVIDADES-PÁG. 19**

**10. Yolanda está intentando saber qué buscan los clientes industriales en los productos. Elabora un esquema indicando brevemente cuáles son estas demandas.**

Los clientes industriales demandan: información, eficiencia del diseño, versatilidad, beneficios adicionales y demostraciones.

**11. Leer atentamente el artículo y, en grupo, discutid sobre la importancia de realizar demostraciones de productos industriales. Posteriormente, decid qué os parece el caso de Fagor descrito en el texto.**

El objetivo de esta actividad es que el alumnado valore la importancia de las demostraciones para la venta de los productos industriales. Las reflexiones se deben realizar en un espacio de trabajo colaborativo donde se fomente la participación y la escucha activa, siempre desde el respeto a la opinión de los otros.

**ACTIVIDADES-PÁG. 20**

**12. Yolanda tiene claro que existen diferentes tipos de clientes. Explica quiénes son los clientes industriales desde el punto de vista de quién compra, por un lado, y de qué hacen con los productos por otro.**

Los productos industriales son adquiridos por diferentes tipos de clientes, variando también el uso para el que se destinan:

- Clientes que utilizan los productos.
- Clientes que incorporan los productos a los que fabrican.
- Intermediarios: mayoristas o instaladores.

Los intereses que cada uno de estos grupos tiene en los productos son diferentes, ya que no tienen las mismas necesidades.

**ACTIVIDADES-PÁG. 22**

**13. Lee atentamente el artículo y explica cómo afecta la venta a granel tanto a los clientes industriales como a los consumidores.**

El objetivo de esta actividad es que el alumnado reflexione sobre la venta a granel y cómo afecta tanto a los clientes industriales como a los consumidores finales. Se pretende que cada alumno y alumna desarrolle sus conclusiones a partir de sus propios conocimientos y experiencias. A modo de ejemplo estas pueden ser algunas de las conclusiones: idoneidad o no de prescindir del envase, repercusión del envase en el precio del producto y cómo afecta a la protección del medioambiente.

### ACTIVIDADES-PÁG. 28

- 14. La certificación de los productos genera confianza en los clientes gracias a la sensación de seguridad que transmite. Yolanda está intentando profundizar más en el tema, para ello está buscando información sobre los Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001. Entra en internet y realiza una pequeña investigación sobre los Sistemas de Calidad ISO.**

El objetivo de esta actividad es fomentar el aprendizaje autónomo de los alumnos y alumnas. Se trata de que realicen un trabajo de investigación partiendo de los conocimientos adquiridos y utilizando internet como herramienta para obtener información. Se debe valorar la capacidad de analizar el caso expuesto, sintetizar la información encontrada y la forma de presentar lo aprendido. Asimismo se pretende que profundicen en los sistemas de gestión de la calidad valorando su importancia en las organizaciones.

### ACTIVIDADES-PÁG. 31

- 15. Para concluir su trabajo, Yolanda quiere realizar un guion que muestre de manera general las características de los productos industriales y su relación con las ventas, para su uso como argumentario de los vendedores. Elabora estas conclusiones.**

- Especificaciones técnicas.
- Responden a necesidades concretas.
- Tienen gran valor en la producción.
- Respetar los plazos de entrega.
- Cumplen con los estándares de calidad.
- Servicio técnico.
- Seguridad.
- Diferentes tipos de envasado y distribución.
- Certificaciones.

- 16. Dadas las características de la venta de productos industriales realiza una clasificación de aquellos elementos que de algún modo contribuyen en el proceso de venta.**

- Entidades aseguradoras.
- Entidades financieras.
- Homologaciones.

- 17. Leed el siguiente artículo y debatid sobre la importancia que tiene para las empresas contar con certificados de calidad.**

El objetivo de esta actividad es que el alumnado sea capaz de reflexionar sobre la importancia de contar con un certificado de calidad tanto para el proceso de venta como medio de generar confianza en el cliente, como para la propia organización. Pues el proceso de certificación realiza una auditoría verificando que el proceso es el correcto y no se produce ninguna anomalía durante el mismo. Se trata de que los alumnos desarrollen un espacio de discusión en el que todos participen y mediante el cual sean capaces de llegar a conclusiones comunes.

### ACTIVIDADES FINALES-PÁG. 34 -35

- 1. Define los siguientes conceptos y pon un ejemplo de cada uno de ellos:**

- **Producción.** La producción es el medio por el cual se obtienen o elaboran bienes y servicios encaminados a satisfacer las necesidades humanas. Engloba a todos aquellos procesos que

contribuyen a que un objeto se transforme en un producto válido para el consumo o para iniciar otro proceso productivo. Un ejemplo puede ser la fabricación de una calculadora.

- **Consumo.** Es la fase final de la actividad económica, se da en el momento en el que se satisface la necesidad para la que el bien o servicio se ha producido. Ejemplo: encender una lámpara.
- **Comercialización.** Tiene como finalidad conseguir que se den todas las condiciones necesarias para que se produzca una venta. Ejemplo: una caja de lápices en un centro comercial para su venta a los clientes.

**2. Indica la clasificación de los bienes en función de su procedencia, duración y su relación con otros bienes.**

- Procedencia:
  - Naturaleza
    - Materias primas
    - Recursos energéticos
    - Elaborados
    - Mercancías
- Duración
  - No fungibles
  - Duraderos
  - Fungibles
  - Un único uso
- Relación
  - Sustitutivos
    - Satisfacen la misma necesidad
  - Complementarios
    - El consumo de uno estimula el otro

**3. Indica el código CNAE de las siguientes actividades.**

| Actividad  | Sección | División | Grupo | Clase                  |
|--|---------|----------|-------|------------------------|
| Extracción de gas natural  | B       | 06       | 06.2  | 06.20 (CNAE: 06.20)    |
| Fabricación de aceite de oliva                                   | C       | 10       | 10.4  | 10.43 (CNAE: 10.41)    |
| Fabricación de alfombras y moquetas                              | C       | 13       | 13.9  | 13.93<br>(CNAE:13.93)  |
| Fabricación de elementos de yeso para la construcción            | C       | 23       | 23.6  | 23.62<br>(CNAE: 23.62) |
| Fabricación de artículos cerámicos de uso doméstico y ornamental | C       | 23       | 23.4  | 23.41<br>(CNAE: 23.41) |

**4. Enumera y explica brevemente los sectores económicos.**

- **Sector primario o agropecuario.** Obtiene los productos directamente de la naturaleza, sin necesidad de realizar ningún proceso de transformación. Los productos primarios son utilizados como materia prima en las producciones industriales.
- **Sector secundario o industrial.** Se encarga de la transformación industrial de los productos como base para la fabricación de nuevos productos. Es el sector de la economía que transforma la materia prima, que es extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo, o en bienes de equipo.
- **Sector terciario o de servicios.** Hace referencia a aquellas actividades importantes en el contexto económico, pero que no producen bienes tangibles. Las empresas del sector terciario se dedican a la satisfacción de diferentes necesidades de las personas.

**5. Indica a qué sector pertenecen las siguientes actividades**

| Actividad             | Sector     | Actividad              | Sector     |
|-----------------------|------------|------------------------|------------|
| Explotación forestal  | Primario   | Operaciones bancarias  | Terciario  |
| Envasado de refrescos | Secundario | Pesca                  | Primario   |
| Extracción de hierro  | Secundario | Transporte de viajeros | Terciario  |
| Cultivo de tomates    | Primario   | Fabricación de papel   | Secundario |

**6. Explica a quiénes se dirigen los bienes de consumo, de bienes industriales y de servicios.**

Los bienes de consumo se dirigen a los clientes finales, los bienes industriales son destinados para la fabricación de otros productos y los servicios no son bienes tangibles, se encargan de satisfacer necesidades.

**7. Indica a qué se destina la producción del sector primario.**

La gran mayoría de la producción del sector primario se destina a distribuidores y productores industriales, en menor medida directamente a los consumidores y una parte para el autoconsumo.

**8. Enumera las características del mercado industrial.**

- Comercialización larga y compleja.
- Grandes inversiones en I+D+i.
- Procesos de fabricación y vida de los productos largos.
- Ofertas concretas para pedidos y clientes concretos.
- Organización de las ventas.
- Las compras se realizan directamente a los productores.
- Demanda derivada de los bienes de consumo.
- Concentración geográfica de los clientes.

**9. Indica las diferencias esenciales de los mercados industriales con respecto a otros mercados.**

Las diferencias esenciales de los mercados industriales con otros mercados son las siguientes:

- Grandes volúmenes de negocio.
- Distribución selectiva.
- Relativa importancia de la publicidad.

**10. Establece las diferencias entre la industria extractiva y la de transformación.**

La industria extractiva, también llamada pesada, se dedica a extraer y explotar los recursos naturales (minerales, gas, petróleo...), mientras que la industria de transformación o ligera tiene como cometido procesar las materias primas y transformarlas en productos, orientándose más al consumo final.

**11. Enumera las características de los productos industriales que deben tener en cuenta los vendedores para el proceso de venta.**

- Especificaciones técnicas.
- Responden a necesidades concretas.
- Tienen gran valor en la producción.
- Respetar los plazos de entrega.
- Cumplen con los estándares de calidad.
- Servicio técnico.
- Seguridad.
- Diferentes tipos de envasado y distribución.
- Certificaciones.

**12. Indica qué tiene que contener una oferta comercial de un producto químico para cada uno de los siguientes casos:**

Todas las ofertas comerciales deben adecuarse a las necesidades del cliente, pero de modo general debe contener los siguientes aspectos:

- Introducción o análisis de la situación.
- Presentación de los productos o servicios como solución de las necesidades del cliente.
- Características específicas del producto o servicio.
- Metodología o pasos a seguir para obtener el producto.
- Temporalización que contenga las fechas de entrega e instalación en caso necesario.
- Condiciones de venta.
- Presupuesto.

Todos estos aspectos deben personalizarse para cada uno de los casos expuestos, las diferencias deben manifestarse en la presentación del producto, pues son clientes distintos con necesidades específicas, y en la forma de distribución del producto químico en cuestión:

- **Una empresa industrial que va a utilizarlo para el mantenimiento de una de las máquinas que intervienen en su proceso productivo.** El producto químico se vende a granel para este tipo de clientes. La oferta debe contemplar la distribución a granel y garantizar que no afectará negativamente a la producción de dicho cliente, pues además de tener el producto indicado se garantiza el suministro tanto por la cantidad del mismo como por respetar las fechas de entrega.
- **Un laboratorio de una institución que va a utilizarlo en el desarrollo de sus tareas de investigación.** La venta para este tipo de clientes se realiza en envases unitarios. La oferta debe contemplar además de las especificaciones técnicas del producto, cómo se va a suministrar, en este caso en envases unitarios, estableciendo si existe una cantidad mínima de adquisición o no.
- **Un mayorista que distribuirá a su vez los productos a minoristas que harán llegar el producto al mercado de consumo.** El producto químico para su distribución hacia el mercado de consumo se realiza en unidades embaladas que contienen 15 envases unitarios. La oferta debe indicar el volumen a suministrar especificando el embalaje y envasado del mismo, donde se deben indicar las unidades de medida tanto para el mayorista, como para el minorista y cómo se va a presentar al mercado de consumo.

**13. Leed atentamente el artículo y posteriormente realizad un debate en el aula sobre cómo los avances tecnológicos afectan al sector industrial, contestando a las siguientes preguntas: ¿los beneficios obtenidos afectan solo al producto?, ¿cómo inciden en la organización industrial?, ¿y en el área comercial?**

El objetivo de esta actividad es que el alumnado mediante la lectura de un artículo de prensa sea capaz de desarrollar un trabajo en grupo en el que todos participen como iguales y aporten sus opiniones al tiempo que escuchan las de los demás, fomentando actitudes positivas para la comunicación. Las preguntas a partir de las cuales se debe establecer el debate deben llevar a los alumnos y alumnas a valorar la importancia de los avances tecnológicos y de la innovación en el sector industrial, considerando las ventajas que puede tener tanto para el proceso productivo, como para el producto, la propia organización y la comercialización.

**14. Entra en internet y busca información sobre el mercado CE. Explica su importancia en los productos industriales.**

El objetivo de esta actividad es que los alumnos y alumnas sean capaces de realizar búsquedas en internet, utilizando este medio como herramienta de investigación. Además, se pretende que conozcan

la importancia del mercado CE, fundamental en muchos productos, pero especialmente en los industriales. A modo de ejemplo puede visitar las siguientes páginas:

[http://europa.eu/youreurope/business/product/ce-mark/index\\_es.htm](http://europa.eu/youreurope/business/product/ce-mark/index_es.htm)

[http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG\\_CASTELLANO/ORGANOS\\_COLEGIADOS/MARCA DOCE\\_EURO CODIGOS/ce/](http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/ORGANOS_COLEGIADOS/MARCA DOCE_EURO CODIGOS/ce/)

[http://www.aenor.es/aenor/certificacion/seguridad/seg\\_marcadoce.asp](http://www.aenor.es/aenor/certificacion/seguridad/seg_marcadoce.asp)

### PRÁCTICA PROFESIONAL-PÁG. 37

- 1. Realizad un debate en el aula sobre la importancia de la calidad y la seguridad de los productos industriales y cómo afecta a las ventas tomar, tomar como referencia los artículos.**

El objetivo de esta práctica profesional es que el alumnado reflexione sobre la importancia de la calidad y cómo afecta tanto a la propia organización, como al producto y a los consumidores. Valorando además su importancia en las ventas y cómo se usa desde el punto de vista del marketing para aportar valor a la propia marca. Para ello se proponen dos textos: el primero de ellos sobre los controles de seguridad que Lego realiza de sus productos, información publicada en su propia web; y el segundo sobre el caso Volkswagen y cómo ha afectado a los resultados de la empresa.