

ÍNDICE

UNIDAD 1: PRODUCTOS INDUSTRIALES	2
ACTIVIDADES-PÁG. 9	2
ACTIVIDADES-PÁG. 10	2
ACTIVIDADES-PÁG. 13	2
ACTIVIDADES-PÁG. 15	4
ACTIVIDADES-PÁG. 17	5
ACTIVIDADES-PÁG. 21	6
ACTIVIDADES-PÁG. 23	7
EVALÚO MIS CONOCIMIENTOS-PÁG. 25	7
EVALÚO MI APRENDIZAJE-PÁG. 26	8
EVALÚO MI APRENDIZAJE-PÁG. 27	11
RETO PROFESIONAL-PÁG. 28	11

UNIDAD 1: Productos industriales

ACTIVIDADES-PÁG. 9

1. Explica, con ejemplos, la diferencia entre producción y consumo.

La actividad económica implica tres procesos bien diferenciados: producción, comercialización y consumo. La diferencia entre producción y consumo radica en la finalidad de ambos conceptos. Mientras que producción alude a la obtención de bienes, el consumo hace referencia a la satisfacción de necesidades que cubren dichos bienes.

Por ejemplo, una familia compra una bombilla para tener luz en su hogar (consumo: satisface una necesidad), previamente un productor ha tenido que fabricar esa bombilla (producción: creación de un bien).

ACTIVIDADES-PÁG. 10

2. PENSAMIENTO CRÍTICO. Lee el artículo anterior, sobre consumo responsable. Analiza tus hábitos como consumidor y responde: ¿eres un consumidor responsable? Justifica la respuesta.

El objetivo de esta actividad es que los alumnos y alumnas reflexionen sobre los hábitos de consumo y saquen sus propias conclusiones respecto a qué significa el consumo responsable y cómo afecta a su rol de consumidor. Gracias a la lectura del artículo pueden reforzar el concepto de consumo y sostenibilidad. Asimismo, también se pretende que sean capaces de ver el impacto que el denominado consumismo irresponsable tiene en la sociedad y economía de su entorno.

Esta actividad, además de fomentar el pensamiento crítico, permite trabajar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3. PENSAMIENTO CRÍTICO. Elabora un listado de acciones que se pueden realizar para mejorar los hábitos de consumo de tu entorno, orientándolos a la responsabilidad y sostenibilidad.

Esta actividad pretende reforzar lo trabajado en la anterior concretando en acciones determinadas hábitos de consumo responsables, incidiendo así en la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Como ejemplo se pueden indicar las siguientes acciones:

- Valorar los envases realizados con materiales reciclables.
- Reutilizar bolsas de la compra.
- Prestar atención al origen de los productos y a su modo de fabricación.
- Obviar la presión publicitaria y centrar la atención en la calidad del producto.
- Adquirir aquello que realmente se necesita.

ACTIVIDADES-PÁG. 13

4. Explica la división del mercado a partir de los diferentes sectores económicos.

La actividad económica se divide en los denominados sectores económicos, cada uno de los cuales representa una actividad determinada. Así, se distingue entre:

- 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. INVESTIGACIÓN. Realiza un trabajo de investigación sobre alguna de las actividades del sector primario y su incidencia en el mercado. Contesta a las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué peso tiene esta actividad en el sector agropecuario?
- b) ¿Qué productos y/o servicios dependen de esta actividad?

El objetivo de esta actividad es que los alumnos y alumnas se enfrenten a un trabajo de investigación y análisis en el que sean capaces de desarrollar sus propios recursos y creatividad para sacar conclusiones. Para ello deben elegir una actividad del sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura, acuicultura, minería, pesca, caza), buscar información y responder de forma justificada a las preguntas planteadas. Se debe valorar la redacción de los contenidos, su adecuación a lo solicitado en la actividad y la claridad expositiva.

6. Leed el artículo «Las facturas del clima» (<<https://bit.ly/factclima>>; Mónica Nieto. El Progreso). En grupos, analizad cómo afecta el cambio climático a las actividades económicas y a los hábitos de consumo. Poned en común y debatid en el aula todas las conclusiones.

Las facturas del clima

El impacto de la meteorología cada vez más extrema ha saltado del sector primario a la industria, hasta paralizar fábricas y, al turismo.

Cada vez más episodios de sequía, temperaturas en tierra y en el agua más altas de lo normal, lluvias torrenciales, una tendencia mayor a grandes tormentas de granizo... la meteorología adversa que trae el **cambio climático** hace ya tiempo que pasa factura a sectores productivos como el **agroganadero** y el **pesquero**, pero el problema ha empezado a saltar del sector primario al secundario -la **industria**- e incluso al terciario -el **turismo**-. Hay grandes empresas que pueden ver condicionada su actividad por cuestiones como la falta de agua y, de hecho, ya le ha ocurrido a la factoría de **Ence** en Lourizán. Una escasez de recurso que también puede espantar a los visitantes en caso de afectar a los principales destinos turísticos, lastrando una actividad que en verano multiplica la población de zonas como A Mariña o Sanxenxo.

Estos fenómenos cada vez **más frecuentes** y evidentes, como el cambio en el régimen de lluvias o en los mercurios, abocarán a los sectores afectados a adaptarse al **nuevo paradigma** e, inevitablemente, dejarán huella en la **economía gallega**.

En la pesca y el marisqueo, las alteraciones provocadas por el cambio climático hace años que empezaron a manifestarse. Una de las que más impacto tiene es la variación en la **temperatura** y la **salinidad** del agua por las olas de calor y los episodios de **precipitaciones intensas**. Tanto que amenaza las poblaciones de **moluscos** al comprometer el crecimiento y desove de almejas y berberechos.

La última evidencia la tenemos en la **campana marisquera** en la **ría de Noia**, la peor de la historia. Y también la más corta. Se ha cerrado apenas diez días después de su inicio, cuando lo habitual era que durase unos seis meses. Las **1.600 familias** que viven del sector se han quedado sin su fuente de ingresos.

La apertura de las compuertas del **embalse del Tambre** para liberar agua acumulada por la lluvia provocó la mortandad del marisco al reducir el nivel de salinidad, algo a lo que también contribuyeron las **intensas riadas** del invierno [...].

En tierra, el campo también sufre los giros en los patrones climáticos. La **vendimia** cada vez se adelanta más por el calor y la sequía, y la cantidad y la calidad de la uva se ven mermadas por la meteorología. Los viñedos también sufren con las cada vez más comunes tormentas de **granizo** a las puertas del verano, enemigas de la fruta. Este año, el tiempo ha contribuido, además, a que la cosecha de **castaña** sea nefasta al propiciar los ataques de hongos e insectos. Y será una amenaza cada vez mayor para la **producción** de setas, de forrajes o para cultivos de huerta.

Y también para la actividad de determinadas industrias. La escalada en la intensidad del problema se ve con un ejemplo: el año pasado Ence tuvo que suspender por completo la producción de su fábrica en Lourizán durante tres meses y medio entre julio y septiembre por el **descenso del caudal** del río Lérez. La anterior vez que había tomado una medida similar había sido en 2017, pero entonces la reducción de la producción fue parcial y se aplicó en octubre. Este año paró al menos en una semana. La pastera se ha marcado como objetivo rebajar su dependencia del Lérez ante posibles **nuevos escenarios de sequía**, una situación cada vez más frecuente que esta y otras empresas tendrán que tener en cuenta en sus previsiones [...]

Fuente: <https://www.elprogreso.es/blog/monica-nieto/facturas-clima/202311011802471704620.html>

El objetivo de esta actividad es presentar a los alumnos y alumnas un artículo de prensa para que reflexionen sobre 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 importancia del clima en el sector primario y cómo el cambio climático afecta a la economía.

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

Con esta actividad se trabajan los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

7. Explica a quién se dirige el sector secundario.

El sector secundario satisface, principalmente, necesidades indirectas, pues en muchos casos los productos industriales se adquieren para obtener otros bienes y servicios. Por lo tanto, no se dirige al cliente final (consumidores), sino a mayoristas, minoristas e instituciones. Siendo su público menor que el de los productos de consumo masivo, pero tiene un volumen de ventas mayor.

8. Define y busca ejemplos de los diferentes tipos de industria.

De modo general, se distinguen dos tipos de industria: la industria extractiva y la industria 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 que la industria pesada. Un ejemplo de industria extractiva son las petroleras, que se encargan de extraer el crudo y refinarlo. Por su parte, las industrias químicas constituyen un modelo de industria de transformación.

ACTIVIDADES-PÁG. 15

9. Clasifica los siguientes productos industriales:

- a) **Cámara frigorífica.** Bien de producción.
- b) **Plotter.** Bien de producción.
- c) **Varillas de acero.** Componente.
- d) **Tornillos de rosca-metal.** Componente.
- e) **Desinfectante sin lejía.** Suministro.
- f) **Pellet.** Suministro.

10. Explica las ventajas de la seguridad de los productos industriales para los clientes del sector. ¿Contribuye a las ventas?

La seguridad de los productos industriales es una de las cuestiones más importantes de cara a la venta, pues generan confianza en el cliente. La documentación técnica debe incluir un análisis de riesgo realizado a tres niveles:

- De los trabajadores.
- De los usuarios.
- De la población en general.

Que un producto industrial cumpla con la normativa garantiza su comercialización y ofrece al cliente garantías de que no va a tener problemas tras su adquisición.

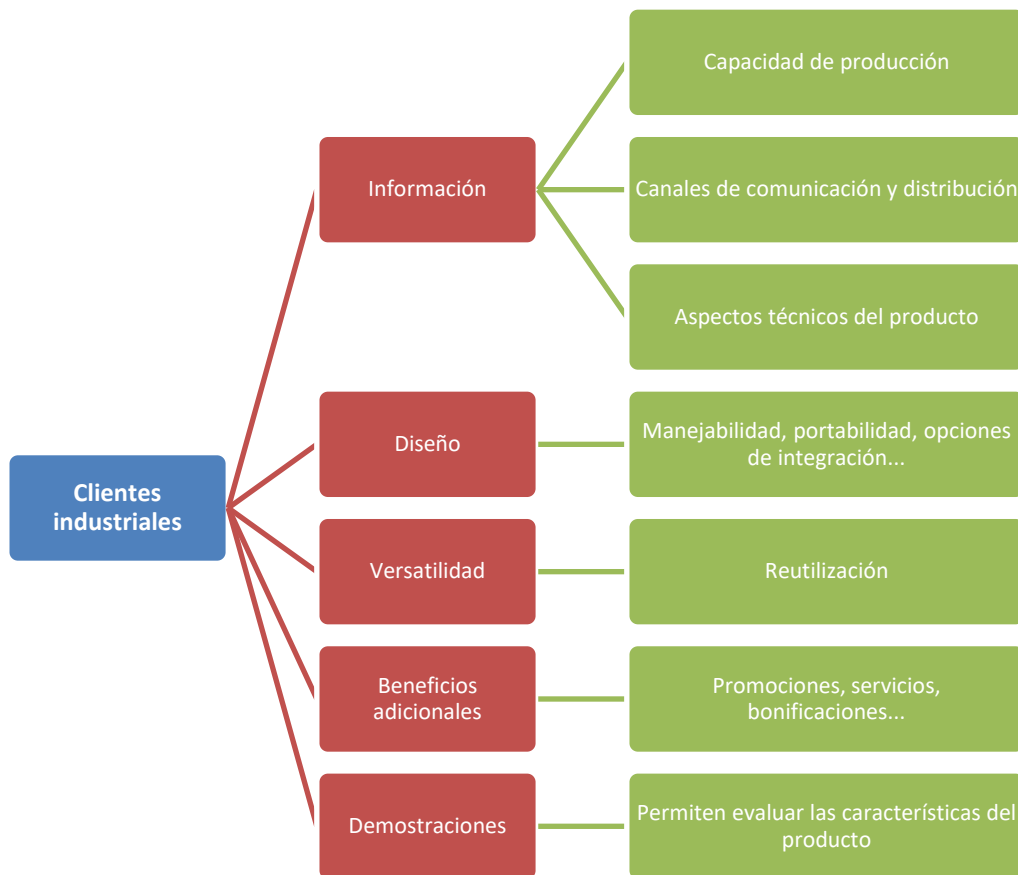
11. ¿Cómo afecta el mercado CE a la comercialización de los productos industriales?

El mercado CE garantiza que el fabricante ha evaluado los productos y puede asegurar que cumplen con los requisitos de seguridad, sanidad y protección medioambiental exigidos por la Unión Europea.

El mercado CE es obligatorio para aquellos productos que se comercialicen en la Unión Europea, independientemente de su origen.

ACTIVIDADES-PÁG. 17

12. Realiza un esquema explicando cuáles son las necesidades de los clientes industriales. ¿Son las mismas que las de los consumidores finales? Razona la respuesta.



13. Leed el artículo final de esta página. En grupos, explicad cómo organizó la empresa el espacio para hacer demostraciones en el certamen.

El objetivo de esta actividad es que el alumnado sea capaz de extraer la información del texto y valorar la importancia de las demostraciones para la venta de los productos industriales. La actividad se debe 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.

14. Debatid en el aula cómo las demostraciones contribuyen a la venta de productos industriales. Valorad la importancia de las demostraciones tanto a nivel general, celebrando un evento, como a nivel particular a un cliente concreto. ¿Cuáles son las más adecuadas?

El debate pretende desarrollar una conversación en el aula en la que todos los participantes puedan expresar su opinión y escuchar las de los demás, creando un espacio de reflexión donde se valore la importancia de las demostraciones de los productos industriales en el proceso de venta. Es importante ser capaces de explicar diferentes tipos de demostraciones (realizadas de forma general en eventos, específicas para un cliente en concreto, en las instalaciones del cliente o en la propia empresa...) y llegar a conclusiones en las que en función de las circunstancias es más adecuado realizar una u otra, sin restar valor a los diferentes tipos, pues todas contribuyen a facilitar la venta de productos industriales.

ACTIVIDADES-PÁG. 21

15. Como vendedor de máquinas de retractilado, ¿qué estrategia seguirías para incitar a la acción a un cliente?

Esta actividad tiene como objetivo que los alumnos y alumnas sean capaces de desarrollar estrategias de venta que inciten a los potenciales clientes a interesarse por los productos.

Asimismo, pretende suscitar su interés por el aprendizaje autónomo, esperando que investiguen sobre las máquinas de retractilado, para qué sirven y cómo se pueden promocionar.

Teniendo en cuenta que las máquinas de retractilado constituyen un sistema de embalaje con papel termoplástico, una posible opción es promocionar estas máquinas en los aeropuertos para precintar las maletas de los viajeros. Otra estrategia puede ser ofrecer demostraciones a empresas que necesitan estos sistemas.

16. Explica con ejemplos los intereses de los clientes que actúan como intermediarios (mayoristas e instaladores que adquieren productos industriales para su actividad).

Los clientes industriales que actúan como intermediarios necesitan que los productos permanezcan en el mercado y no se agoten o descataloguen rápidamente, pues la falta de disponibilidad y los problemas de distribución afectan a su actividad profesional e inciden negativamente en la atención que dan a sus propios clientes. Por ejemplo, un técnico de electrodomésticos necesita poder acceder fácilmente a recambios para realizar las reparaciones para las que le contratan.

17. INVESTIGACIÓN. Busca ejemplos de productos industriales que se vendan al por mayor y a granel:

Los alumnos y alumnas deben indicar ejemplos de productos industriales que se vendan al por mayor y a granel (por ejemplo, limpiadores sin lejía) y responder a las preguntas.

- a) **¿Quiénes son los clientes?** Al tratarse de productos que se venden al por mayor, los clientes serán, en la mayoría de los casos empresas e instituciones, así como distribuidores.
- b) **¿Para qué adquieren los productos y cuál es su finalidad?** Dado el perfil de clientes, es posible que los productos sean utilizados para actividades de producción.

18. INVESTIGACIÓN. Busca ejemplos de productos industriales que se vendan a granel a los consumidores y contesta a las siguientes preguntas:

Los alumnos y alumnas deben indicar ejemplos de productos industriales que se vendan a granel a los consumidores (por ejemplo, limpiahogar) y responder a las preguntas.

- a) **¿Cómo se realiza la venta?** Al tratarse de un producto a granel para los consumidores, la venta se realiza en función del volumen o peso del producto, en un envase aportado por el cliente o adquirido en el lugar donde se compra el producto y que puede ser reutilizado.
- b) **¿Son los mismos productos que se venden al por mayor a los clientes industriales? En caso de ser diferentes, ¿cuáles son las diferencias?** Algunos productos pueden ser iguales, pero otros, dadas sus características no suelen ser accesibles a los consumidores (por ejemplo, algunos productos químicos). La diferencia también radica en la cantidad a adquirir, no es lo mismo comprar 1 litro de detergente para la lavadora a granel para un uso doméstico, que 1 000 litros para ser utilizados a nivel industrial, evidentemente el precio también es diferente.

19. En grupos, realizad una presentación sobre los diversos envases y qué debe hacer un consumidor con ellos cuando ya no los necesita.

Con esta actividad se pretende trabajar la expresión oral, la comunicación y el trabajo colaborativo. Los alumnos y alumnas deben explicar los diferentes tipos de envases y qué debe hacer un consumidor con ellos para desecharlos. Es importante que sean capaces de ilustrar la presentación con ejemplos concretos.

20. Explica la diferencia entre envase *reciclable* y *retornable*.

El envase reciclable es procesado tras su uso para convertirse en un nuevo producto, mientras que el envase retornable es devuelto al envasador que se encarga de limpiarlo y realizar las tareas necesarias para su reutilización.

21. Explica la diferencia entre la *certificación de calidad*, la *medioambiental* y la de *control de riesgos laborales*, y por qué son importantes para las empresas del sector secundario.

La certificación es clave para la competitividad de la empresa y constituye una buena herramienta de marketing. Se distinguen tres tipos: de calidad, medioambiental y de control de riesgos laborales:

- De calidad: acredita que los productos y servicios cumplen las especificaciones y estándares.
- Medioambiental: certifica que determinados productos, servicios, procesos o sistemas de gestión se han realizado de forma respetuosa con el medioambiente.
- De control de riesgos laborales: certifica que se cumplen las normas de seguridad de riesgos laborales.

ACTIVIDADES-PÁG. 23

22. UTILIZA LAS TIC E INVESTIGACIÓN. Busca en internet diferentes seguros para un fabricante de puertas frigoríficas. ¿Qué coberturas ofrecen?

La actividad pretende que los alumnos y alumnas realicen un trabajo de investigación utilizando las TIC, adquieran conocimientos relativos a las diferentes ofertas de seguros, analicen las coberturas y, sobre todo, sean capaces de depurar fuentes, es decir, de la información mostrada por el buscador, discriminar cuál es relevante y cuál no.

23. ¿Es una homologación el mercado CE? Justifica tu respuesta.

El mercado CE no es una homologación, garantiza la conformidad del producto con los requisitos de la Unión Europea y prueba que el fabricante lo ha evaluado y cumple con los requisitos de seguridad, sanidad y protección medioambiental. Homologar consiste en verificar que los productos y servicios cumplen con las especificaciones técnicas y la normativa, siendo la Administración la encargada de realizar las verificaciones y expedir la correspondiente homologación, que es realizada en laboratorios y centros especializados, donde los productos se someten a pruebas y evaluaciones.

EVALÚO MIS CONOCIMIENTOS-PÁG. 25

1. **El contacto entre productores y consumidores se realiza a través de...**
 - a) La producción.
 - b) La comercialización.**
 - c) El consumo.
 - d) La certificación.
2. **Los productos semielaborados son...**
 - a) Bienes de equipo.
 - b) Bienes de consumo.
 - c) Bienes de producción intermedios.**
 - d) Ninguna es correcta.
3. **El mercado del sector industrial satisface necesidades...**
 - a) Básicas.
 - b) Directas.
 - c) Indirectas.**
 - d) No satisface ninguna necesidad.
4. **La responsabilidad de un producto industrial recae sobre...**
 - a) La Administración.
 - b) El fabricante.**
 - c) El encargado de la comercialización.
 - d) El distribuidor.
5. **Las demostraciones...**
 - a) No se realizan en el mercado industrial.
 - b) Pueden ser solicitadas por los clientes.**
 - c) Solo se efectúan para obtener una homologación.
 - d) Son el paso previo a la certificación.

6. **La información que demandan los clientes de los productos industriales es relativa a...**
 - a) La capacidad de producción de la empresa.
 - b) Los canales de comunicación y distribución.
 - c) Los aspectos técnicos del producto.
 - d) Todas las anteriores son correctas.**
7. **Los mayoristas...**
 - a) Se dirigen directamente a los consumidores.
 - b) Distribuyen directamente.
 - c) Conocen perfectamente al cliente final.
 - d) Cuentan con una infraestructura que les permite almacenar, transportar y conservar los productos.**
8. **Los envases no retornables...**
 - a) Sirven para un solo uso.**
 - b) Son procesados tras su utilización.
 - c) Tienen una vida prolongada.
 - d) Se devuelven al envasador tras su utilización.
9. **La certificación de calidad acredita...**
 - a) La viabilidad económica de la empresa.
 - b) Que los productos cumplen las especificaciones y estándares.**
 - c) Que el sistema de gestión se ha realizado respetando el medioambiente.
 - d) Que se cumplen las normas de seguridad de riesgos laborales.
10. **Las pruebas y ensayos para las homologaciones se realizan...**
 - a) En la empresa solicitantes.
 - b) En las oficinas de la Administración pública competente.
 - c) En laboratorios y centros especializados.**
 - d) En ningún lugar; para las homologaciones no se efectúan pruebas y ensayos.

EVALÚO MI APRENDIZAJE-PÁG. 26

1. **Define los conceptos *producción*, *comercialización* y *consumo* 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 un reloj.
 - **Comercialización.** Tiene como finalidad conseguir que se den todas las condiciones necesarias para que se produzca una venta. Ejemplo: un perfume en un centro comercial para su venta a los clientes.
 - **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.
2. **Explica el término *consumismo* e indica ejemplos de conductas consumistas.**

El término *consumismo* hace referencia al consumo desenfrenado, mediante el cual se adquieren bienes y servicios no necesarios de forma excesiva. Algunos ejemplos de este tipo de conducta pueden ser:

 - Comprar todos los años ropa nueva, cuando se tienen prendas de temporadas pasadas que pueden ser utilizadas.
 - Adquirir productos que no son necesarios, simplemente porque se ha visto un anuncio.
 - Gastar energía al dejar la luz encendida en una habitación en la que no hay nadie.
 - Dejar el grifo del agua abierto sin necesidad.
3. **«Fin de la pobreza» es el primer Objetivo de Desarrollo Sostenible.**

Una de sus metas plantea *Garantizar una movilización importante de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación al desarrollo, a fin de proporcionar medios*

suficientes y previsibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminadas a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones. En grupos, realizad una presentación en el aula explicando qué es la cooperación al desarrollo y explicad qué iniciativas existen al respecto en vuestro entorno para contribuir a este objetivo y debatid sobre ellas.

La finalidad de esta actividad es trabajar el primer objetivo de desarrollo sostenible a través de una de sus metas, concretamente la relativa a la cooperación internacional para erradicar la pobreza. Para ello, se propone un trabajo colaborativo que permita reflexionar e investigar en grupo sobre esta cuestión. Posteriormente se debe realizar un debate en el aula para crear un espacio común donde todos puedan expresar su opinión y escuchar las de los demás, trabajando así el respeto a las opiniones de los otros y la importancia del turno de palabra en el debate.

4. Indica en qué consisten y a qué sector pertenecen las siguientes actividades:

- a) Explotación electrónica por terceros.
- b) Pesca submarina.
- c) Fabricación de productos farmacéuticos.

El objetivo de esta actividad pretende que los alumnos y alumnas sean capaces de clasificar diferentes actividades en función del sector económico al que pertenecen. Desarrollando habilidades que estimulen su capacidad para solucionar problemas.

Como pauta para su resolución se les puede aconsejar consultar los códigos IAE (Impuesto de Actividades Económicas).

Actividad	Sector económico	Descripción
Explotación electrónica por terceros	Terciario	Prestación de servicios de estudio y análisis de procesos para su tratamiento mecánico, de programación de equipos electrónicos, de registro de datos en soportes de entrada para ordenadores, así como la venta de programas, el proceso de datos por cuenta de terceros y otros servicios independientes de elaboración de datos y tabulación.
Pesca submarina	Primario	Comercio de pescados y otros productos de la pesca y de la acuicultura.
Fabricación de productos farmacéuticos	Secundario	Fabricación de productos químicos.

5. Explica las diferencias entre mercado de bienes de consumo y mercado de bienes industriales.

La actividad económica incide en los mercados, por lo que la división de esta en sectores crea, a su vez, una división del mercado, diferenciando entre mercado de bienes de consumo, de bienes industriales y de servicios.

El mercado de bienes de consumo es el que comercializa los productos destinados al cliente final (consumidores), mientras que el mercado de bienes industriales comercializa los productos utilizados para la fabricación de otros productos.

6. ¿Cuáles son las diferencias del mercado industrial respecto a otros mercados?

Las diferencias esenciales del mercado industrial con respecto a otros mercados son:

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

7. INVESTIGACIÓN. En grupos, completad un trabajo de investigación sobre la industria de transformación y su incidencia en el mercado de consumo. Posteriormente, realizad una presentación en el aula.

A partir de los conocimientos adquiridos, los alumnos y alumnas deben realizar en grupo un trabajo de investigación donde desarrollen competencias de indagación sobre la industria de transformación y su incidencia en el mercado de consumo para, posteriormente, presentarlo en el aula. Se debe valorar la capacidad de establecer un discurso coherente, la expresión oral y el respeto por el trabajo de los demás.

8. PENSAMIENTO CRÍTICO. El segundo Objetivo de Desarrollo Sostenible es «Hambre cero». Su finalidad es, por tanto, poner fin a la escasez de alimentación.

Sus metas se centran en lograr este objetivo, haciendo especial énfasis en la productividad agrícola, el buen funcionamiento de los mercados y la cooperación.

En la sociedad actual se habla mucho del *desperdicio alimentario*.

En grupos, reflexionad sobre ello y proponed medidas que contribuyan a desarrollar hábitos en la vida diaria para aprovechar al máximo los alimentos y evitar desperdiciarlo, tanto a nivel personal como empresarial.

La finalidad de esta actividad es el segundo objetivo de desarrollo sostenible. Se propone trabajar en grupo sobre el denominado *desperdicio alimentario* como una cuestión a solventar para lograr el objetivo propuesto. Los alumnos y alumnas deben reflexionar sobre qué hábitos se pueden adoptar para abordar este tema y concretar sus conclusiones en una serie de medidas, especificando las que cualquier individuo puede realizar en su vida diaria y aquellas que las organizaciones pueden implementar como empresa para contribuir a una eficaz gestión de los alimentos.

9. Un fabricante de componentes electrónicos vende a:

- Una empresa industrial, que incorpora estos componentes para la fabricación de sus productos.
- Un mayorista, que los vende a minoristas que ponen los componentes a disposición de los consumidores.
- Una institución, que los utiliza para los prototipos que fabrican.

Estos clientes, por tanto, reciben una oferta comercial. Responde a las siguientes preguntas y justifica las respuestas:

- a) ¿Es la misma oferta para todos los clientes?
- b) En caso negativo, ¿cuáles son las diferencias?

Las ofertas comerciales deben adaptarse en función de las características del producto y del cliente. En la actividad se plantean tres perfiles de cliente diferentes, aunque el producto a adquirir sea el mismo, las necesidades que estos tienen y la finalidad para la que lo adquieren son diferentes. Por eso, no todos deben recibir la misma oferta. Las diferencias se basan en la cantidad de productos a recibir, el precio, los tiempos, la forma de tramitación y recepción del pedido y la forma de pago, así como en los servicios complementarios que pueden ofertarles.

10. «Industria, innovación e infraestructuras» es el noveno Objetivo de Desarrollo Sostenible. Una de sus metas propone *Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados.*

Visualizad el vídeo titulado «Invertir en infraestructura para evitar la emigración»: <<https://bit.ly/ODS9>> Posteriormente, en grupos, analizad cómo la falta de inversión e infraestructuras incide en el desarrollo y los cambios que se producen con el aumento de estas.

Esta actividad tiene como finalidad trabajar el noveno objetivo de desarrollo sostenible a través de una de sus metas. Se propone la visualización de un vídeo realizado por la ONU sobre la necesidad de invertir en infraestructura para evitar la emigración. Los alumnos y alumnas tras el visionado deben analizar el vídeo y sacar sus propias conclusiones valorando cómo la financiación e inversión en iniciativas empresariales puede mejorar la calidad de vida y cambiar los hábitos migratorios.

EVALÚO MI APRENDIZAJE-PÁG. 27

11. Lee el artículo «La historia de Ford»: <<https://bit.ly/Ford100años>> (Fuente: THE LOGISTICS WORLD)
PENSAMIENTO CRÍTICO.

Tras leer el texto anterior, responde a las siguientes cuestiones:

- a) **¿Se puede calificar a Ford como una empresa innovadora? ¿Por qué?**

El alumnado debe ser capaz de definir el concepto de innovación y analizar si es aplicable al caso de Ford.

- b) **Los cambios introducidos en los procesos de producción influyen en la competitividad de la empresa, pero ¿se notan estos cambios en el mercado? ¿Influyen en otros sectores y ámbitos?**

Los alumnos y alumnas deben reflexionar sobre las cuestiones planteadas partiendo del texto. En este caso concreto, se aprecian los cambios en el proceso productivo en el mercado, pues se fabricaron *“grandes cantidades y a un costo razonable”*, lo que permitió que *“el Modelo T se vendiera a un precio asequible para la clase trabajadora, lo que lo convirtió en un éxito rotundo”*. Asimismo, el alumnado debe reflexionar sobre si los cambios realizados en un determinado proceso de producción pueden influir en otros sectores y ámbitos. En este caso concreto, Ford fue pionero en la producción en masa y diferentes sectores producen hoy en día basándose en este modelo.

- c) **Debatid si un producto puede suponer un cambio en la vida de las personas e influir en la economía y la sociedad.**

Un debate siempre favorece la comunicación y la capacidad de escuchar otros puntos de vista. En este sentido, se pretende que los alumnos y alumnas sean capaces de expresar su propia opinión y escuchar las de los demás. Analizar cómo un producto puede mejorar la vida de las personas e influir en la economía y la sociedad contribuye a valorar la importancia de la innovación. Se puede tomar como ejemplo el propio texto, concretamente, el *impacto social de Ford*, así como otros productos como puede ser un smartphone, cuya creación ha supuesto un cambio a nivel personal, económico y social.

RETO PROFESIONAL-PÁG. 28

Etiqueta Ecológica Europea

El reto profesional pretende dar a conocer la Etiqueta Ecológica Europea, su finalidad y principales características y su repercusión en la venta de productos industriales.

El objetivo es que el alumnado reflexione sobre la importancia de esta distinción y cómo afecta a la presentación del producto en el mercado y al proceso de venta. Valorando el uso que se puede hacer desde el punto de vista del marketing para aportar valor al producto y a la propia marca.

Investigar y analizar los productos industriales y las cuestiones que les afectan es fundamental para la práctica profesional, pues el conocimiento del mercado y el producto a ofertar inciden directamente en el argumentario de venta.

Para ello, se plantea la necesidad de saber qué es la Etiqueta Ecológica Europea, las categorías de productos en las que se estructura, cómo se solicita y, además se propone la lectura de una publicación sobre Ecoetiquetado.