SOPA DE LETRAS: MERCADO Y SUS TIPOS

Emprendimiento • Actividad Didáctica

Estudiante: _____ **Fecha:** _____

Grado / Curso: _____ **Calificación:** _____

Instrucciones: Encuentra las 16 palabras clave relacionadas con la teoría del mercado y sus distintas clasificaciones. Las palabras pueden estar dispuestas en sentido **horizontal, vertical o diagonal** (de izquierda a derecha y de arriba a abajo)

ENVIAR EVIDENCIA SOLO A LA PLATAFORMA.

O	F	E	R	T	A	K	L	M	O	N	O	P	S	O	N
M	O	N	O	P	O	L	I	O	X	Z	B	C	V	C	I
D	A	S	I	U	T	R	E	P	R	E	C	I	O	O	
E	N	P	L	R	U	T	R	O	U	Y	S	A	F	M	S
M	A	I	I	N	F	I	N	A	N	C	I	E	R	O	U
A	C	O	G	M	R	B	C	D	E	W	M	B	A	L	M
N	I	L	A	C	O	U	T	O	E	C	N	I	G	I	O
D	O	P	P	L	T	R	A	A	I	N	P	E	S	G	R
A	N	O	O	E	S	S	B	T	L	B	E	N	I	O	E
P	I	L	L	O	F	A	L	D	T	G	A	E	N	P	S
E	T	I	I	M	S	T	I	A	D	H	A	S	E	O	E
R	R	O	O	B	N	I	G	B	L	U	J	E	T	L	L
F	A	L	L	M	B	L	A	M	I	N	O	I	S	I	C
E	N	I	G	A	M	I	D	S	E	R	V	I	C	I	O
C	S	R	A	E	I	D	O	F	E	R	T	A	R	T	P
T	A	C	O	M	P	E	T	E	N	C	I	A	E	A	S

1. ELEMENTOS BÁSICOS

☐ MERCADO ☐ DEMANDA

☐ OFERTA ☐ PRECIO

2. EINES SEGÚN COMPETENCIA

☐ COMPETENCIA ☐ PERFECTA

☐ MONOPOLIO ☐ OLIGOPOLIO

3. SEGÚN EL PRODUCTO / BIEN

☐ BIENES ☐ SERVICIOS

☐ FINANCIERO ☐ INSUMOS

4. ÁREA GEOGRÁFICA

☐ LOCAL ☐ REGIONAL

☐ NACIONAL ☐ GLOBAL

ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA: APLICACIÓN DE CONCEPTOS

1. Relación de Términos: Conecta mediante una línea el tipo de mercado con su característica principal.

Tipo de Mercado	Característica Principal
A. Monopolio	( ) Existen pocos vendedores que dominan el mercado y fijan precios.
B. Competencia Perfecta	( ) Existe un único comprador que controla la demanda del producto o servicio.
C. Oligopolio	( ) Un solo productor o vendedor controla la totalidad de la oferta.
D. Monopsonio	( ) Gran número de compradores y vendedores con productos homogéneos.

2. Pregunta Abierta: Explica brevemente la diferencia entre un **mercado local y un **mercado global** con un ejemplo de cada uno.**

Nota Pedagógica: Este taller evalúa la comprensión de los mecanismos de interacción entre compradores y vendedores, las estructuras de competencia (perfecta e imperfecta) y la clasificación geográfica de los mercados.