

Mercado Quest: La Aventura de las Variables del Mercado

Gamificación Estructural | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | Tema: Las Variables del Mercado

Contexto Narrativo

Contexto Narrativo: La Ciudad Comercial de Mercapolis

En un mundo dinámico y competitivo, existe una ciudad llamada **Mercapolis**, donde prosperan diferentes negocios y emprendedores que buscan conquistar el mercado con estrategias innovadoras. Mercapolis es conocida por ser un centro comercial vibrante, lleno de oportunidades y desafíos, donde el éxito depende del entendimiento preciso de las *Variables del Mercado* — factores que influyen directamente en la oferta, la demanda, el comportamiento del consumidor y la competencia.

Roles de los Estudiantes

Los estudiantes asumen el papel de **Jóvenes Emprendedores y Analistas de Mercado** que acaban de abrir una startup en Mercapolis. Cada equipo representa una empresa emergente que debe desarrollar estrategias de marketing efectivas para posicionar su producto o servicio en el mercado. Para lograrlo, deberán identificar y analizar las variables del mercado que afectan su negocio, tomando decisiones fundamentadas que les permitan crecer y superar a la competencia.

Misión Principal

La misión de cada equipo es convertirse en el **Negocio Líder de Mercapolis** para el final del ciclo formativo. Para ello, deberán completar una serie de retos y actividades que ponen a prueba su capacidad para reconocer y aplicar las variables del mercado — tales como el precio, la competencia, la segmentación, las tendencias, el comportamiento del consumidor y los canales de distribución — en diversas situaciones reales o simuladas. Además, deberán colaborar, negociar y liderar para superar obstáculos y adaptarse a cambios inesperados en el entorno.

Conexión con el Tema de Aprendizaje

Esta narrativa conecta directamente con los objetivos de la asignatura de **Marketing y Publicidad** en el área de Economía, Administración y Contaduría, brindando un espacio donde los estudiantes no solo aprenden teóricamente sobre las variables del mercado, sino que las experimentan en un contexto lúdico y realista. La ambientación en Mercapolis permite que las actividades giren en torno a situaciones cotidianas y casos prácticos, favoreciendo la transferencia de conocimiento y el desarrollo de competencias clave del siglo XXI, como la creatividad, el pensamiento crítico, la colaboración y la adaptabilidad.

Ambientación y Desarrollo de la Historia

La aventura comienza con la llegada de los equipos a Mercapolis, quienes reciben un *kit de emprendedor* con su producto inicial, un presupuesto base y un mapa con diferentes zonas comerciales: el distrito tecnológico, el mercado artesanal, el sector ecológico y la plaza central. Cada zona tiene características demográficas y preferencias

particulares que influirán en las decisiones de marketing.

A lo largo del curso, los equipos enfrentan desafíos que simulan cambios en el mercado: aparición de un competidor agresivo, fluctuaciones en el poder adquisitivo, tendencias emergentes, campañas publicitarias exitosas y crisis económicas locales. Para superarlos, deben analizar las variables, ajustar su estrategia, negociar recursos y presentar soluciones creativas, siempre respaldadas por un análisis crítico y fundamentado.

Al final de la experiencia, los equipos presentarán un **Plan de Marketing Integral** que refleje su aprendizaje y estrategias aplicadas, defendiendo su posición en la tabla de clasificación de Mercapolis y demostrando su preparación para enfrentar los retos reales del mercado.

Inclusión de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

El mundo de Mercapolis es diverso y multicultural. Los roles y personajes con quienes interactúan los estudiantes reflejan diferentes contextos sociales, culturales y económicos. Las actividades promueven la empatía y el respeto hacia diversas perspectivas, incluyendo adaptaciones para estudiantes con diferentes estilos de aprendizaje, apoyos visuales y auditivos, y espacios para la expresión autónoma. La colaboración se estructura para que todos los miembros del equipo participen activamente, reconociendo y valorando las habilidades individuales.

Mecánicas de Juego

Mecánicas de Juego Detalladas

Sistema de Puntos

Los estudiantes ganan puntos por completar actividades, acertar en análisis de variables, colaborar efectivamente y presentar soluciones innovadoras. Los puntos se dividen en categorías:

- **Puntos de Conocimiento (PC):** Por respuestas correctas y análisis acertados.
- **Puntos de Colaboración (PCo):** Por participación activa y apoyo a compañeros.
- **Puntos de Innovación (PI):** Por propuestas creativas y originales.
- **Puntos de Liderazgo (PL):** Por la gestión efectiva del equipo y toma de decisiones.

Estos puntos se acumulan para alcanzar niveles y desbloquear recompensas.

Niveles

El avance de los equipos se mide en niveles que representan su progreso dentro de Mercapolis:

- *Nivel 1: Emprendedores Novatos*
- *Nivel 2: Competidores Emergentes*
- *Nivel 3: Innovadores del Mercado*
- *Nivel 4: Líderes Comerciales*

Para subir de nivel, los equipos deben alcanzar una cantidad mínima de puntos en cada categoría y completar retos específicos.

Insignias

Las insignias se otorgan por logros específicos que reconocen habilidades y comportamientos:

- **Analista Experto:** Por identificar correctamente todas las variables en un caso complejo.
- **Colaborador Destacado:** Por demostrar excelente trabajo en equipo.
- **Innovador:** Por presentar una idea creativa que aporte valor.
- **Líder Inspirador:** Por liderar eficazmente el equipo en actividades.
- **Adaptador Ágil:** Por manejar bien situaciones de cambio o crisis.

Retos y Recompensas

Durante la experiencia, los equipos enfrentan retos que pueden ser:

- Simulaciones de mercado donde aplican variables para tomar decisiones.
- Casos de estudio con problemas a resolver en equipo.
- Competencias de presentación y defensa de estrategias.

Superar retos otorga puntos extra, desbloquea insignias y permite acceso a recursos adicionales (como asesorías breves, pistas estratégicas o ampliación de presupuesto virtual).

Progresión y Retroalimentación Inmediata

Al cierre de cada actividad, los equipos reciben retroalimentación inmediata a través de:

- Un tablero visible en el aula con la tabla de clasificación.
- Comentarios constructivos del docente que destacan aciertos y áreas de mejora.
- Autoevaluaciones y evaluaciones entre pares para fomentar la reflexión.

Esto permite ajustar estrategias y motivar la mejora continua.

Actividades Gamificadas

Actividades Gamificadas Paso a Paso

1. Exploradores del Mercado

Descripción: Introducción al concepto de variables del mercado mediante una actividad de descubrimiento en equipo.

Instrucciones:

- Formar equipos de 4-5 estudiantes.
- Cada equipo recibe un kit con tarjetas que describen diferentes variables del mercado (precio, competencia, demanda, segmentación, tendencias, canales de distribución).
- Se les presenta un escenario de mercado ficticio con un producto específico.
- Los equipos deben identificar y clasificar las variables presentes en el escenario, argumentando su relevancia.
- Entregar una breve presentación (oral o escrita) con su análisis.

Tiempo estimado: 60 minutos.

Materiales: Tarjetas impresas, hojas para presentación, pizarra o rotafolio.

Integración con mecánicas: Ganan Puntos de Conocimiento y Puntos de Colaboración al identificar correctamente y trabajar en equipo. Además, pueden obtener la insignia *Analista Experto* si logran identificar todas las variables correctamente.

2. Simulación: Mercapolis en Movimiento

Descripción: Simulación dinámica donde los equipos gestionan su negocio enfrentando cambios en las variables del mercado.

Instrucciones:

- Se asigna a cada equipo un producto y un presupuesto inicial.
- El docente va presentando escenarios inesperados o cambios en variables (ejemplo: aumento de competencia, cambio de preferencia del consumidor, fluctuación de precios).
- Los equipos deben tomar decisiones rápidas para ajustar su estrategia de marketing y justificar sus elecciones.
- Después de cada ronda, se evalúan decisiones y se otorgan puntos.

Tiempo estimado: 90 minutos (dividido en 3 rondas de 30 minutos).

Materiales: Fichas de escenario, hojas de decisión, calculadora, dispositivo para mostrar resultados.

Integración con mecánicas: Se otorgan Puntos de Innovación y Liderazgo, además de progresar hacia el siguiente nivel. La retroalimentación inmediata permite a los equipos mejorar en cada ronda.

3. Taller de Creatividad: Diseño de Campañas

Descripción: Crear una campaña publicitaria que considere las variables del mercado identificadas.

Instrucciones:

- Los equipos diseñan una campaña para su producto, incluyendo slogan, propuesta de valor, canales de difusión y segmentación.
- Deben presentar un cartel o folleto digital (puede ser en Canva, PowerPoint o papel impreso) que refleje su estrategia.
- Presentan su campaña ante el grupo y responden preguntas sobre las variables que consideraron.

Tiempo estimado: 120 minutos (dos sesiones).

Materiales: Computadoras/tabletas, acceso a internet, materiales para diseño gráfico, papelería.

Integración con mecánicas: Obtienen Puntos de Innovación y Puntos de Comunicación. Se otorga la insignia *Innovador* a campañas especialmente creativas y bien fundamentadas.

4. Debate Estratégico: Negociando en Mercapolis

Descripción: Debate estructurado donde los equipos defienden sus decisiones estratégicas y negocian alianzas o recursos.

Instrucciones:

- Se asignan roles dentro de los equipos: líder, negociador, analista, comunicador.
- Cada equipo expone su estrategia y recibe preguntas de los demás.
- Se realizan rondas de negociación donde pueden proponer alianzas, intercambios de recursos o colaboraciones.
- El docente evalúa la calidad del argumento, la negociación y la colaboración.

Tiempo estimado: 90 minutos.

Materiales: Hojas de roles, lista de recursos, espacio para debate.

Integración con mecánicas: Se otorgan Puntos de Negociación, Liderazgo y Colaboración. El equipo ganador recibe la insignia *Líder Inspirador*.

5. Crisis en Mercapolis: Adaptabilidad y Resolución

Descripción: Simulación de una crisis económica o social que afecta las variables del mercado.

Instrucciones:

- El docente presenta un escenario de crisis (ejemplo: pandemia, recesión, cambio regulatorio).
- Los equipos deben analizar el impacto en sus negocios y diseñar un plan de contingencia.
- Presentan su plan y reciben retroalimentación.

Tiempo estimado: 60 minutos.

Materiales: Documento con escenario, hojas para diseño de plan, dispositivos para presentación.

Integración con mecánicas: Se otorgan Puntos de Adaptabilidad y Resolución de Problemas. Se entrega la insignia *Adaptador Ágil* a quienes mejor gestionen la crisis.

6. Presentación Final: Plan Integral de Marketing

Descripción: Los equipos integran todo lo aprendido para presentar un plan de marketing completo y defendible.

Instrucciones:

- Elaborar un documento y presentación que incluya análisis de variables, estrategia, campañas, presupuestos y plan de contingencia.
- Presentar ante el docente y compañeros.
- Responder preguntas y reflexionar sobre el proceso.

Tiempo estimado: 2 sesiones de 90 minutos.

Materiales: Computadoras, proyectores, documentos impresos.

Integración con mecánicas: Puntos acumulados para el nivel final, otorgamiento de insignias por desempeño global y culminación de la experiencia con reconocimiento especial para el equipo líder en la tabla de clasificación.

Reglas y Condiciones

Reglas Claras del Juego

Condiciones de Victoria

- El equipo que al final del ciclo alcance el nivel 4 (Líderes Comerciales) con la mayor suma ponderada de puntos en las categorías de Conocimiento, Innovación, Colaboración y Liderazgo, será declarado ganador.
- Se valorará especialmente la calidad del Plan Integral de Marketing final, la defensa de su estrategia y la capacidad de adaptación demostrada en la crisis.

Penalizaciones

- Pérdida de puntos por incumplimiento de roles o falta de participación.
- Reducción de puntos si no entregan actividades en el tiempo establecido o con baja calidad.
- Penalizaciones específicas en simulaciones por decisiones que no respeten el marco ético o que dañen la colaboración.

Turnos y Roles

- Las actividades grupales se desarrollan en turnos asignados para garantizar orden y participación.
- Los roles dentro de cada equipo (líder, analista, negociador, comunicador) deben rotar para promover la autonomía y el desarrollo integral.

Restricciones

- Se debe respetar el tiempo asignado para cada actividad.
- Las decisiones deben fundamentarse en las variables del mercado y evidencias aportadas.
- El plagio o copia de trabajos anula la participación para esa actividad y genera penalización.

Tabla de Puntos

Categoría	Acción	Puntos
Conocimiento	Identificación correcta de variables	10 puntos por variable
Colaboración	Participación activa en equipo	5 puntos por sesión
Innovación	Propuestas creativas y originales	15 puntos por propuesta
Liderazgo	Gestión eficaz y toma de decisiones	10 puntos por actividad
Negociación	Éxito en acuerdos y alianzas	10 puntos por negociación exitosa
Adaptabilidad	Respuesta efectiva ante crisis	20 puntos en simulación de crisis

Sistema de Logros

El docente documenta las insignias otorgadas y las comunica públicamente para motivar la participación. La acumulación de insignias permite desbloquear ventajas en simulaciones posteriores, como recursos adicionales o pistas estratégicas.

Evaluación Gamificada

Evaluación Integrada en el Sistema Gamificado

Criterios de Evaluación

- **Identificación y análisis de variables:** Precisión y profundidad en la comprensión.
- **Trabajo en equipo:** Participación activa, respeto y colaboración.
- **Creatividad e innovación:** Originalidad y aplicabilidad de las ideas.
- **Comunicación:** Claridad y efectividad en presentaciones y debates.
- **Resolución de problemas y adaptabilidad:** Capacidad para enfrentar y superar retos.
- **Liderazgo y negociación:** Gestión de roles y acuerdos.
- **Responsabilidad y autonomía:** Cumplimiento de tareas y autoevaluación.

Rúbricas Integradas

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Necesita Mejorar (1)
Identificación de variables	Identifica y explica todas las variables con ejemplos.	Identifica la mayoría de variables con explicación básica.	Identifica algunas variables con poco detalle.	No identifica o confunde variables.
Colaboración	Participa activamente y fomenta la cooperación.	Participa y coopera con algunos miembros.	Participa de forma pasiva o limitada.	No participa o genera conflictos.
Creatividad	Propuestas innovadoras y bien fundamentadas.	Propuestas creativas con fundamentos aceptables.	Propuestas poco originales.	No presenta propuestas creativas.
Comunicación	Presenta con claridad y responde con seguridad.	Presenta bien pero con dudas en respuestas.	Presentación poco clara o confusa.	No comunica efectivamente.
Resolución y Adaptabilidad	Resuelve problemas con soluciones efectivas y flexibilidad.	Resuelve problemas con algunas dificultades.	Resuelve parcialmente o con ayuda.	No resuelve problemas o no se adapta.

Evidencias de Aprendizaje

- Documentos y presentaciones entregados.

- Participación y desempeño en simulaciones y debates.
- Autoevaluaciones y evaluaciones entre pares.
- Registro de puntos, niveles e insignias obtenidas.

Reflexión Final y Cierre de la Narrativa

Al concluir la experiencia, se realiza una sesión de reflexión donde cada equipo comparte aprendizajes, desafíos y cómo las variables del mercado influyen en la realidad empresarial. Se conecta la narrativa de Mercapolis con experiencias reales y se motiva a los estudiantes a aplicar lo aprendido en futuros proyectos o emprendimientos.

El docente entrega un reconocimiento simbólico a los equipos según su desempeño, reforzando la motivación y el sentido de logro.

Recomendaciones Logísticas

Recomendaciones Logísticas para la Implementación

Tiempo Necesario

- La experiencia completa puede desarrollarse en 4 a 6 semanas, dependiendo de la intensidad horaria y frecuencia de sesiones.
- Se recomienda sesiones de 90 a 120 minutos para actividades más complejas.

Espacio Físico

- Aula con espacio flexible para trabajo en equipo y debates.
- Acceso a pizarra, rotafolios o pantallas para presentaciones.
- Zona para simulaciones y dinámicas grupales.

Materiales y Herramientas TIC

- Computadoras o tablets con acceso a internet para diseño y búsqueda de información.
- Herramientas digitales como Canva, PowerPoint, Google Slides para presentaciones y diseño gráfico.
- Impresiones de materiales (tarjetas, escenarios, hojas de evaluación).
- Proyector o pantalla para mostrar resultados y feedback.

Tamaño del Grupo

- Idealmente grupos de 20 a 30 estudiantes para facilitar la formación de equipos de 4-5 integrantes.
- Se pueden ajustar equipos y roles según la cantidad de estudiantes.

Preparación Previa del Docente

- Familiarizarse con los conceptos clave de las variables del mercado y la gamificación estructural.

- Preparar kits de materiales, escenarios y herramientas digitales.
- Planificar calendario y sesiones con anticipación.
- Establecer criterios claros de evaluación y comunicación con los estudiantes.

Posibles Dificultades y Cómo Superarlas

- **Desmotivación o baja participación:** Usar la retroalimentación inmediata y reconocimiento de logros para incentivar.
- **Dificultad en comprensión de conceptos:** Incorporar apoyos visuales, ejemplos prácticos y adaptaciones para diferentes estilos de aprendizaje.
- **Conflictos en equipos:** Facilitar la rotación de roles y promover habilidades socioemocionales desde el inicio.
- **Limitaciones tecnológicas:** Preparar materiales impresos y actividades alternativas sin TIC.
- **Gestión del tiempo:** Establecer tiempos claros y dividir actividades en sesiones manejables.