

Economía en Acción: Proyecto para Entender y Analizar el Mercado Local

Economía, Administración & Contaduría | Economía | Aprendizaje Basado en Proyectos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para que los estudiantes universitarios comprendan los principios fundamentales de la economía a través del diseño y desarrollo de un proyecto basado en un problema real: analizar el mercado local para identificar oportunidades y retos económicos. Los estudiantes aprenderán a aplicar conceptos clave como oferta, demanda, competencia y precios en un contexto tangible y cercano a su vida cotidiana. Esta experiencia les permitirá conectar la teoría económica con situaciones reales, fomentando habilidades analíticas, trabajo colaborativo y autonomía. Al concluir la sesión, los estudiantes habrán producido un análisis económico inicial de un mercado local específico, desarrollando competencias relevantes para su formación profesional y su participación activa en la sociedad.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar los conceptos de oferta, demanda y precios en un mercado real.
- Diseñar un diagnóstico económico del mercado local seleccionado mediante la recolección y análisis de datos.
- Colaborar eficazmente en equipo para desarrollar un proyecto que responda a un problema económico real.
- Argumentar propuestas fundamentadas para mejorar la competitividad o resolver problemas detectados en el mercado local.

Recursos Necesarios

- Pizarrón o pizarra digital para anotaciones y esquemas.
- Computadoras o dispositivos móviles con acceso a internet (mínimo 1 por grupo).
- Plantillas impresas para diagnóstico del mercado (una por grupo).
- Material para toma de notas (cuadernos, bolígrafos).
- Proyector y computadora para presentación inicial (opcional).
- Calculadora o aplicaciones para análisis básico de datos.
- Rúbrica de evaluación impresa para cada grupo.

Requisitos Previos

- Conocimiento básico de conceptos económicos fundamentales (oferta, demanda, precio).
- Habilidades básicas en trabajo colaborativo y comunicación.

- Experiencia previa con búsqueda y análisis de información en fuentes digitales.
- Capacidad para interpretar gráficos y datos estadísticos sencillos.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado:

10 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: Explica que el objetivo es comprender cómo funciona un mercado real usando conceptos económicos, para desarrollar un proyecto que analice el mercado local y proponga soluciones o mejoras. Destaca la importancia de aplicar la teoría a situaciones concretas.

Estudiantes: Escuchan y se preparan para conectar sus conocimientos previos con la actividad práctica.

Activación de conocimientos previos:

Docente: Plantea la pregunta detonadora: “¿Qué factores creen que influyen en el precio y la disponibilidad de un producto común en su comunidad, por ejemplo, el pan o la fruta?”

Estudiantes: En grupos de 3-4, discuten brevemente sus ideas durante 4 minutos y anotan sus respuestas.

Motivación y enganche:

Docente: Presenta un dato curioso: “En muchas ciudades, los precios de los productos pueden variar hasta un 30% según la oferta y demanda local. ¿Se han preguntado por qué ocurre esto y cómo afecta a los consumidores y comerciantes?”

Invita a los estudiantes a imaginarse como economistas que resolverán este misterio.

Contextualización:

Docente: Conecta el tema con la vida cotidiana indicando que entender la economía local ayuda a tomar mejores decisiones como consumidores, emprendedores o ciudadanos.

Estudiantes: Reflexionan sobre cómo la economía impacta su entorno y preparan preguntas para la siguiente fase.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado:

40 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Introduce brevemente los conceptos de oferta, demanda, competencia y precio, con ejemplos claros y relevantes. Explica que utilizarán estos conceptos para analizar un mercado real mediante un proyecto colaborativo.

Actividad 1: Selección y diagnóstico del mercado local

- **Objetivo:** Analizar conceptos económicos aplicados a un mercado local real.
- **Instrucciones:**
 - Organizar a los estudiantes en grupos de 3-4.
 - Cada grupo elige un mercado local cercano (mercado de alimentos, transporte, tecnología, etc.).
 - Entregar plantilla para diagnóstico con preguntas guía: ¿Qué productos se venden? ¿Cómo varía la oferta y demanda? ¿Qué factores influyen en los precios? ¿Qué retos enfrentan los comerciantes y consumidores?
 - Los grupos discuten y buscan información rápida en internet o con sus conocimientos previos para completar la plantilla.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Plantilla de diagnóstico inicial del mercado local.
- **Tiempo:** 20 minutos.
- **Rol del docente:** Circular entre grupos, hacer preguntas orientadoras tales como “¿Cómo creen que la competencia entre vendedores afecta los precios?”, “¿Qué pasa cuando hay más demanda que oferta?”, “¿Qué datos podrían buscar para apoyar sus respuestas?”.

Actividad 2: Desarrollo de propuesta para mejorar el mercado

- **Objetivo:** Argumentar propuestas fundamentadas para mejorar el mercado local.
- **Instrucciones:**
 - Con base en el diagnóstico, cada grupo identifica un problema o oportunidad en el mercado.
 - Diseñan una propuesta concreta para mejorar la competitividad, reducir costos o incrementar beneficios en ese mercado.
 - Preparan un argumento breve que justifique su propuesta usando los conceptos económicos aprendidos.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Propuesta escrita y argumentada.
- **Tiempo:** 15 minutos.
- **Rol del docente:** Facilita la reflexión, pregunta “¿Cómo su propuesta afecta la oferta, la demanda o los precios?”, “¿Qué beneficio tendría para los consumidores o vendedores?”, “¿Qué datos sustentan su propuesta?”.

Actividad 3: Presentación rápida y retroalimentación entre pares

- **Objetivo:** Colaborar y comunicar ideas económicas de forma clara y efectiva.
- **Instrucciones:**
 - Cada grupo presenta su diagnóstico y propuesta en 2 minutos frente a otro grupo (pares).

- Los grupos oyentes hacen preguntas o comentarios constructivos, enfocándose en fundamentos económicos y viabilidad.
- Luego, grupos intercambian roles para escuchar y retroalimentar.
- **Organización:** Grupos en parejas para presentación y retroalimentación.
- **Producto:** Presentación oral y notas de retroalimentación entre pares.
- **Tiempo:** 5 minutos.
- **Rol del docente:** Observa interacciones, apoya con preguntas guía y apunta aspectos para discutir en el cierre.

Diferenciación

- **Para estudiantes que terminan antes:** Se les invita a investigar datos adicionales o ejemplos de mercados similares en otras ciudades para enriquecer su propuesta.
- **Para estudiantes que requieren más apoyo:** El docente proporciona ejemplos claros, preguntas guiadas y acompañamiento cercano para completar la plantilla y diseñar la propuesta.

Transiciones

El docente conecta la discusión del diagnóstico con la necesidad de proponer soluciones, reforzando la importancia de aplicar los conceptos económicos para generar impacto real, facilitando así el paso a la actividad de desarrollo de propuestas.

Fase de Cierre

Tiempo estimado:

10 minutos

Síntesis:

Docente: Solicita a cada grupo escribir en una hoja tres ideas clave que aprendieron sobre cómo la economía afecta el mercado local y sus propuestas.

Estudiantes: Elaboran su resumen y luego comparten en plenaria las ideas más relevantes.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Cómo los conceptos de oferta y demanda ayudaron a entender mejor el mercado que analizaron?
- ¿Qué aspectos del trabajo en equipo facilitaron o dificultaron el desarrollo del proyecto?
- ¿Cómo podrían aplicar lo aprendido en su vida diaria o futura carrera profesional?

Retroalimentación:

Docente: Proporciona retroalimentación inmediata destacando fortalezas de los diagnósticos y propuestas, puntualizando áreas de mejora en el análisis económico y argumentación.

Transferencia:

Docente: Explica que este proyecto es un primer paso para profundizar en análisis económicos más complejos y los invita a observar con más atención los mercados que los rodean.

Tarea o reto:

Opcionalmente, los estudiantes pueden realizar una breve encuesta en su comunidad para validar o enriquecer su diagnóstico y traer los resultados para la próxima clase o discusión.

Evaluación

Tipo de evaluación: Formativa durante la fase de desarrollo y sumativa en la fase de cierre con síntesis y reflexión.

Criterios de evaluación:

- Capacidad para analizar y aplicar los conceptos de oferta, demanda y precios al diagnóstico del mercado (relacionado con objetivo 1).
- Diseño claro y coherente de un diagnóstico económico del mercado local (relacionado con objetivo 2).
- Participación activa y trabajo colaborativo en equipo (relacionado con objetivo 3).
- Argumentación fundamentada y propuesta viable para mejorar el mercado (relacionado con objetivo 4).

Instrumentos sugeridos:

- Rúbrica de evaluación para el diagnóstico y propuesta escrita.
- Lista de cotejo para participación y trabajo en equipo.
- Observación directa durante presentaciones y discusiones.
- Autoevaluación y coevaluación al final de la sesión mediante preguntas de reflexión.

Evidencias de aprendizaje:

- Plantilla de diagnóstico económico completada.
- Propuesta escrita y argumentada.
- Notas y aportaciones en presentaciones y retroalimentación entre pares.
- Resumen de ideas clave y respuestas a preguntas de reflexión.