

Guía docente

## La actividad comercial en la Argentina

### Título:

**Área disciplinar:** Geografía

**Nivel:** Secundario

**Año:** 3°



### Contenido:

Las actividades económicas y la organización del espacio geográfico argentino. El sector terciario: los circuitos comerciales, el comercio interno y externo, y el impacto de las dinámicas macroeconómicas en las economías regionales (con énfasis en la provincia de Corrientes).

### ► Presentación

Este video introduce de forma dinámica la actividad comercial en Argentina, analizando su evolución histórica y el impacto de variables macroeconómicas —como la inflación, la devaluación y las barreras arancelarias— en el PBI y el empleo. A partir de este marco general, se propone que los alumnos apliquen los conceptos globales del video directamente en el análisis de los circuitos productivos y la realidad económica de su propia provincia.

### Actividades sugeridas

La clase comienza con la proyección del video "La actividad comercial en la Argentina". Al finalizar, se abrirá un debate rápido para conectar la macroeconomía nacional con sus vidas cotidianas en Corrientes. El dilema: en el video se habla de que la inflación, la devaluación y las barreras a la importación complican el comercio en el país. Ahora piensen en esto: si ustedes fueran los dueños de un negocio acá en Corrientes, ¿se cruzan de brazos y cierran o el comercio se transforma?

Vamos a descubrir cómo se mueve la economía real de nuestra provincia frente a estos desafíos.

Dividimos el curso en 5 equipos.

- Cada grupo asumirá el rol de un "Agente Comercial" real y específico de la provincia de Corrientes.
- Cada equipo recibirá una ficha de identidad y una tarjeta de crisis
- Consigna: deberán resolver debatiendo ese problema.

Distribución de roles:

**Grupo 1: Los productores citrícolas** (Bella Vista / Monte Caseros)

- Identidad: Son una cooperativa que cultiva, empaqueta y comercializa naranjas y mandarinas.
- Tarjeta de crisis: El video menciona que las restricciones a la importación dificultan el comercio. A ustedes les aumentó muchísimo el precio en pesos de los fertilizantes importados que necesitan para la quinta. Brasil les ofrece comprar toda su producción en dólares. Sin embargo, si aceptan la propuesta, las verdulerías de Corrientes se quedarían sin naranjas locales.

¿Qué decisión comercial tomarían para evitar pérdidas económicas sin desabastecer a la provincia?

**Grupo 2: El sector forestal** (Paso de los Libres / Gobernador Virasoro)

- Identidad: son dueños de un gran aserradero que procesa madera de pino y eucalipto para la construcción y fabricación de muebles.
- Tarjeta de crisis: Argentina firmó un nuevo acuerdo comercial y hay empresas de Asia interesadas en nuestra madera. Pero la devaluación local hace que el transporte en camión hasta el puerto de Buenos Aires sea carísimo. ¿Cómo pueden asociarse con otros comercios de Corrientes para vender la madera dentro de la región y abaratar costos de traslado?

**Grupo 3: Los feriantes y pequeños comercios**

- Identidad: son un colectivo de pequeños emprendedores que venden alimentos, artesanías y manufacturas textiles en las plazas y mercados de la ciudad de Corrientes.
- Tarjeta de crisis: la inflación es una preocupación constante y sus clientes del barrio cada vez tienen menos dinero en efectivo. No pueden usar aplicaciones digitales por falta de señal en la plaza. ¿Qué estrategia comercial innovadora y analógica inventan para sostener las ventas? (Ejemplo: combos de productos familiares, cuponerías de intercambio de servicios, el regreso de la clásica libreta de 'fiado' pero con acuerdos comunitarios).

**Grupo 4: Operadores de ecoturismo** (Esteros del Iberá / Portales de Acceso)

- Identidad: son una agencia local que vende servicios de guiado, lanchas, gastronomía típica y hospedaje en la región de los Esteros.
- Tarjeta de crisis: la devaluación del peso argentino hace que viajar al exterior sea carísimo para los argentinos, pero vuelve a Corrientes un destino muy barato para los extranjeros. Sin embargo, las regulaciones comerciales les impiden cobrar directamente en dólares a los turistas internacionales. ¿Cómo armar una estrategia comercial para atraer al turismo de otras provincias argentinas que ya no puede viajar afuera?"

**Grupo 5: El sindicato de consumidores**

- Identidad: representan a los ciudadanos comunes que van al supermercado o al almacén a abastecerse.
- Tarjeta de crisis: ustedes no venden nada, pero sufren los cambios de precio. Tienen que armar "la canasta básica inteligente". Deben recorrer los stands de los otros 4 grupos (los citrícolas, los feriantes, etc.), negociar precios con ellos y elegir a quién comprarle para optimizar el presupuesto familiar de un mes."

**El mapeo económico provincial**

Mientras debaten las soluciones a sus tarjetas de crisis, irán realizando el mapeo económico provincial, para lo cual cada grupo trabajará sobre un afiche. Deberán dibujar o trazar con marcadores el mapa de su circuito comercial:

- Origen: dónde se produce o nace su actividad dentro del mapa de Corrientes.
- Trayecto: por qué rutas o caminos viaja su producto (identificando el transporte necesario).

- El bache: dibujar un obstáculo en el camino que represente la crisis que les tocó (un cartel que diga "Inflación", "Peaje caro" o "Insumo importado trabado").
- La solución: escribir al lado del obstáculo la estrategia comercial creativa que idearon como grupo para esquivar el problema.

Así llegamos al "**Foro de estabilización comercial de Corrientes**"

Cada equipo pega su afiche en el pizarrón. Un vocero por grupo tiene 3 minutos para exponer ante la clase la situación de su sector: qué problema macroeconómico los golpeó y qué salida comercial encontraron.

Por último: miren los mapas de los otros grupos y analicen ¿Qué pasaría si el grupo de 'Consumidores' decide dejar de comprar cítricos porque aumentó el precio?

- ¿Cómo afectaría esa decisión al grupo de los 'Productores citrícolas' y al de 'Transporte'?
- ¿El comercio en Corrientes funciona con negocios aislados o estamos todos conectados en una gran red donde lo que hace uno afecta al resto?
- ¿El espacio comercial es algo fijo que solo se sufre de forma pasiva, o las personas, los comerciantes y las comunidades de nuestra provincia tienen poder de decisión y adaptación frente a los problemas económicos?

Miren todo el recorrido que hicieron desde que empezó el video. Comenzaron con los problemas de la Argentina y terminaron debatiendo sobre las decisiones de los comercios de los barrios en Corrientes. Si tuvieran que resumirlo en una sola idea: ¿qué aprendieron hoy sobre cómo funciona la actividad comercial en nuestra provincia en tiempos de crisis?, ¿se llevan la idea de una economía frenada o de un territorio vivo que busca estrategias para salir adelante?