

Guía docente

La influencia de la moda

Área disciplinar: Economía

Nivel: Secundario / Orientado

Año: 5°

Contenido

- Factores que condicionan la demanda

Presentación

El objetivo de esta guía es que los estudiantes identifiquen los diferentes factores que influyen en la cantidad demandada.

En el video referido al tema se muestra cómo la demanda de productos, específicamente en el contexto de la moda, está influenciada por varios factores como precio, ingresos, gustos y preferencias, población, tendencia, entre otros. Se utiliza el ejemplo de una marca de zapatillas urbanas para ilustrar estos conceptos.

Se recomienda utilizar el video luego de desarrollar conceptos claves: *demanda, ley de demanda, factores*.

Actividades sugeridas

Actividad 1 Individual – “Mi propio caso de demanda”

Cada estudiante debe elegir un producto o servicio que consuma habitualmente (por ejemplo, ropa deportiva, comidas rápidas, servicios de streaming) y:

Describir brevemente el producto.

Identificar un factor que podría modificar su demanda.

Explicar cómo y por qué ese cambio afectaría la cantidad demandada.

Presentar un ejemplo o situación real o ficticia que lo ilustre.

Actividad 2 "El Mercado Inesperado" – Simulación y Debate

1) El docente presenta una situación, por ejemplo:

“Corrientes fue seleccionada para producir en masa un nuevo producto: helado de yerba mate. Pero antes de lanzar al mercado, el gobierno quiere entender qué pasará con la demanda”.

Se forman grupos de 4 o 5 estudiantes.

2) Simulación de Mercado (30 min aprox):

Cada grupo recibe un kit de situación que incluye:

Una ficha del producto.

Una carta sorpresa que modifica un factor de la demanda (ej: suben ingresos, cambia el gusto, cae el precio de un sustituto, etc.).

Datos de contexto (zona, público, competencia, etc.).

Tarea: Analizar qué ocurrirá con la demanda del producto y justificarlo. Luego deben crear:

Un breve spot publicitario (Para enriquecer la presentación y análisis de casos, se propone el uso de Canva o Genially para la elaboración de los spots publicitarios o presentaciones gráficas) adaptado a su situación.

Un argumento económico que explique el comportamiento de la demanda según el cambio del factor recibido.

3) Cierre – Feria y Debate (35 min aprox):

Se realiza una feria breve en la que cada grupo expone su producto y explica su decisión. Luego:

Se hace una ronda de preguntas cruzadas entre grupos.

Se reflexiona colectivamente:

¿Qué factor tuvo mayor impacto?

¿Puede un producto tener mucha demanda pero no ser rentable?

¿Qué relación hay entre percepción social y decisiones económicas?

“Pensando sobre lo aprendido”

Luego de finalizar las actividades, cada estudiante responde de forma escrita:

¿Qué aprendí hoy sobre los factores que condicionan la demanda?

¿Cuál fue el concepto que más fácil me resultó comprender?

¿Cuál me resultó más difícil y por qué?

¿En qué situaciones de mi vida puedo aplicar lo aprendido?

Bibliografía

Apolinar, E. (2014) *Micro y Macroeconomía, unidad introductoria*. Alpha Editorial.

Besil, A. (2003). *Economía. Manual Introductorio*. Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste.

Mochón Morcillo, F. - Beker V. (2008). *Economía. Principios y Aplicaciones*. Editorial McGraw-Hill.

Maas, P., Castillo, J. (2004). *Economía*. Editorial Aique.

Angrisani, R., Medina, C. y Rubbo, M. (2020). *Economía. Estudio Micro y Macroeconomía*. Editorial A & L.

Créditos (equipo docente): Karen Flores, Lorena Quiñonez, Claudio Sena, Leonor Sosa.