



FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Documento Docente N°7

Enseñando Economía desde lo Cotidiano:

Práctica docente con Metodologías de Aprendizaje Activo

Gabriela Ahumada Theoduloz

Universidad Andrés Bello

Enero 2014

Resumen

En este documento se da a conocer la experiencia de la práctica docente de desarrollar trabajos de investigación grupal con los alumnos de la asignatura de Teoría de Precios de Ingeniería Comercial de la Unab, utilizando libros de Tim Harford y Metodologías de Aprendizaje activo. Conjuntamente se analiza su utilidad como herramienta de aprendizaje para cursos introductorios de microeconomía.

**Enseñando Economía desde lo Cotidiano:
Práctica docente con Metodologías de Aprendizaje Activo**

Gabriela Ahumada Theoduloz

JEL classification: A22 (Enseñanza de la Economía para pregrado).

Keywords: Introducción a la Economía, Educación de pregrado, Docencia,
Enseñanza de la Economía.

Sector Board: Educación

1. Introducción

Los cursos de introducción a la microeconomía suelen comenzar enseñando la racionalidad económica, para luego abordar la teoría del consumidor, continuar con la teoría de la empresa y, finalmente arribar a las estructuras de mercado de la competencia perfecta y el monopolio. Basta con abrir cualquier texto de microeconomía básica para comprobarlo. Los alumnos son sometidos a curvas de indiferencia, restricciones presupuestarias, funciones de producción, curvas de costo, puntos de equilibrio y ejemplos en que existen sólo dos bienes. ¿Les importa a los alumnos el punto de intersección entre una isocuanta y una isocosto? ¿Les importa lo que sucede entre el punto mínimo de la curva de costo variable medio y la curva de costo total medio? ¿Les interesará el equilibrio en el mercado de las langostas o de las semillas de caléndulas? ¿Qué pasa con lo que les enseñamos y no le encuentran utilidad? ¿Dónde quedan esos gráficos dibujados en la pizarra, tratando de ilustrar los casos posibles del punto de producción de una firma en el corto plazo? Probablemente un gráfico que muestre los excedentes del consumidor y productor en el mercado de las langostas o el cálculo de la elasticidad precio de las semillas de caléndula sea olvidado. Son ejemplos ajenos a la realidad de la mayoría de los estudiantes.

Como profesora de cursos introductorios de microeconomía y macroeconomía, me gustaría que mis alumnos aprendieran los objetivos de aprendizaje declarados al principio de la asignatura, pero sobretodo que se motivaran por continuar profundizando en el conocimiento de la economía. Ojalá que el tiempo en clases se les pasara rápido, que pensarán “sí, esto tiene que ver conmigo” y que recordaran las prácticas de aprendizaje que realizamos en

clases y las conclusiones a las que arribamos. ¿Cómo hacer que los alumnos recuerden? ¿Cómo captar los diez minutos de atención iniciales y que dicha atención continúe a lo largo de la clase?

¿Y si en lugar de teoría del consumidor y teoría del productor, competencia perfecta y monopolio, los títulos fueran: dónde vivir, buscar pareja, casarse, divorciarse, trabajar, desarrollarse en el trabajo, comprar un auto, manejar, buscar estacionamiento, ir al supermercado o a qué precio comprar determinado producto? Todas decisiones a las que los estudiantes se han enfrentado o se enfrentarán en su vida diaria. ¿Si en lugar de langostas y semillas de caléndulas los ejemplos fueran productos que el alumno compra habitualmente?

Durante el año 2013, dicté por tercera vez la asignatura introductoria de Microeconomía, correspondiente al segundo semestre de la malla de Ingeniería Comercial de la Unab. Siguiendo la metodología de aprendizaje activo que propicia el modelo educativo de la universidad, propuse como trabajo grupal, ejemplos de la vida diaria aplicados a la microeconomía. Para ello utilicé como detonante inicial capítulos de los libros de Tim Harford, “El Economista Camuflado” y “La Lógica oculta de la vida”. En este documento se describe dicha experiencia y se analiza su utilidad como herramienta de aprendizaje para cursos introductorios de microeconomía.

Este es un documento dirigido a los profesores de asignaturas introductorias a la Economía, con ellos quiero compartir prácticas de aprendizaje que han resultado efectivas en los cursos que he dictado.

En el primer punto de este documento se introduce las metodologías de aprendizaje activo, y en particular los denominados Trabajos de Investigación

Grupal, herramienta fundamental utilizada en la carrera Ingeniería Comercial de la Unab. En el segundo punto, se presenta el trabajo de investigación grupal basado en ejemplos de la vida diaria. En el tercer punto, se muestran los resultados de esta experiencia, para finalmente terminar con las conclusiones.

2. Metodologías de Aprendizaje Activo

La forma tradicional de aprendizaje, con la cual se han educado muchas generaciones de estudiantes, se ha basado en un aprendizaje abstracto, individual y silencioso. En contraposición, las metodologías de aprendizaje activo se basan en un aprendizaje concreto, grupal y muchas veces bullicioso. Se utiliza retroalimentación y se enfatiza el aprendizaje volcado a la realidad. Esto significa que el alumno tiene que hacerse consciente de su propio aprendizaje. Para ello cuenta con la retroalimentación entregada por el profesor y también –a diferencia de la enseñanza tradicional- con los comentarios que le brindan sus pares. Con dicha información podrá visualizar la brecha entre los objetivos de aprendizajes planteados en la asignatura y los efectivamente logrados, de manera de adoptar las acciones que se desprenden de esta evaluación. También significa, que dado que existen distintas formas y ritmos de aprendizaje, las metodologías de aprendizaje activo entregan espacios para que el alumno tome iniciativas con respecto al ritmo y profundidad de su aprendizaje, y al trabajo con sus pares. La motivación del estudiante es el detonante de su aprendizaje, y los pares juegan un rol primordial en su reforzamiento. Según la evidencia empírica, uno de los principales elementos a considerar en la efectividad del aprendizaje, es la motivación del estudiante¹,

¹ Ver John Hattie (2009), "Visible Learning: A Synthesis of over 800 Meta-Analyses relating to achievement", Routledge.

en especial la motivación intrínseca, la cual no depende de incentivos externos o controles. Asimismo, que sea un aprendizaje volcado a la realidad incide positivamente en su motivación. Todo lo anterior conduce a que el alumno tenga un rol fundamental en su aprendizaje.

En la carrera de Ingeniería Comercial de la Unab, se aplica en cada asignatura – desde el primer semestre- la herramienta de aprendizaje denominada Trabajo de Investigación Grupal (TIG). Este tiene una ponderación de 25% de la nota de presentación a examen y consiste en el desarrollo de una investigación aplicada, relacionada a la disciplina – de acuerdo al nivel de la asignatura- y realizada en grupo. Tiene como objetivo aplicar lo enseñado en las clases y relacionarlo con la realidad, estimulando la creatividad, el talento, la colaboración, la interacción social y la habilidad de auto aprendizaje del estudiante. Además de desarrollar su capacidad reflexiva, el pensamiento crítico y la capacidad de síntesis.

Cabe señalar que el 25% de evaluación correspondiente al TIG, es complementado con dos pruebas solemnes de desarrollo de 25% cada una, más un 25% de controles.

El TIG se considera una herramienta de aprendizaje activo, ya que cumple con las características de dicho aprendizaje. Es decir es un aprendizaje grupal, volcado a la realidad y a la acción, para lo cual el alumno deberá buscar información significativa, analizarla, aplicar las materias y reconocer nuevas formas de aprender. El TIG permite evaluar al alumno en el ámbito de los conocimientos teóricos y prácticos, ya que considera la entrega de informes escritos y presentaciones. Por lo tanto, en cuanto a la retroalimentación, el TIG no sólo considera una retroalimentación más directa, sino que también más

temprana, con un avance inicial, el cual el alumno puede mejorar a lo largo del semestre. De acuerdo a la evidencia empírica de países líderes en educación, para una mayor efectividad del proceso enseñanza aprendizaje es fundamental la retroalimentación temprana².

Cabe destacar que las metodologías de aprendizaje activo, y el TIG en particular, están en línea con las tendencias mundiales en educación, en que el foco es aprender a aprender (versus el pasado que primaban los conocimientos disciplinares) y se preocupa de implementarlas en coherencia con las características específicas de sus alumnos y la competencias explicitadas de su perfil de egreso.

Dentro de este contexto, en la asignatura Teoría de Precios, los alumnos utilizan esta herramienta para aplicar el instrumental conceptual y gráfico de la microeconomía a un tema específico, llevando el conocimiento adquirido durante el semestre a un formato distinto, sin perder rigurosidad en el análisis económico.

3. Trabajo de Investigación grupal para la asignatura de introducción a la microeconomía

3.1 Tema

Los objetivos de aprendizaje de Introducción a la Microeconomía, son conocer, comprender y aplicar los conceptos básicos de la teoría de la conducta del consumidor, de la producción, de la empresa y de los mercados en competencia perfecta y monopolio.

² Ver Sahlberg, P. (2013), "El cambio educativo en Finlandia: ¿qué puede aprender el mundo?", editorial Paidós.

El trabajo de investigación grupal contribuye al logro de dichos objetivos, además de tributar a las habilidades transversales de la malla curricular de Ingeniería Comercial, las cuales son: habilidades generales de comunicación, razonamiento cuantitativo, pensamiento crítico, utilización eficiente de la tecnología y una comprensión del contexto social y cultural que los rodea.

En la experiencia que origina este documento, se añadió el objetivo explícito de motivar a los alumnos a profundizar en el estudio de la Microeconomía. Por eso se trató de llevar la economía a un ámbito mucho más amplio, realista y de interés para el alumno, más cercano a lo que ellos efectivamente viven.

La característica común de los temas indicados a los alumnos, es que cada uno constituye eventos comunes de la vida diaria que el propio alumno ha vivido, o vivirá en algún momento de su vida. La diferencia al retomar estos eventos de la vida en un curso introductorio de microeconomía, es mirar estos temas aplicando principios económicos, focalizándose en las decisiones a que se ven enfrentadas las personas en dichas situaciones. Los temas trabajados por los alumnos, durante el segundo semestre del 2013, fueron:

- ir a tomar un café
- comprar en el supermercado
- a qué precio comprar
- andar en auto
- buscar pareja, casarse, divorciarse
- trabajar
- dónde vivir
- votar.

El punto de partida para iniciar la investigación lo constituye un capítulo seleccionado de un libro de Tim Harford, el cual se les indicaba a los alumnos según el tema. Los libros de Tim Harford se caracterizan por tomar temas comunes y corrientes y analizarlos desde una perspectiva económica, sin necesariamente introducir los conceptos, ni tampoco utilizar instrumental gráfico. Simplemente, recreando a través de cada uno de esos ejemplos, en un lenguaje coloquial, preguntas que incorporan una lógica económica, y luego el correspondiente análisis para intentar responderlas. Como el mismo Tim Harford le señala al lector al inicio de su libro “El Economista Camuflado”: “La vida diaria está llena de rompecabezas que muchas personas ni siquiera pueden ver; entonces, por sobre todas las cosas, espero que seas capaz de encontrar la diversión que se esconde detrás de los secretos cotidianos.”³

3.2 Contenidos

Una vez constituidos los grupos y asignados los temas y capítulos correspondientes, los alumnos se ven enfrentados – en primer lugar - a explicitar las preguntas económicas que se plantea el autor en el capítulo correspondiente y los conceptos económicos subyacentes al planteamiento de dichas preguntas. En segundo lugar, identifican los mercados y agentes económicos involucrados. Analizan las variables que explican la demanda y oferta en dichos mercados y su comportamiento con respecto al problema planteado.

En el cuadro 1, se observa los mercados y conceptos analizados por los alumnos, a partir del tema y capítulo correspondiente.

³ Ver Harford, T. (2007), “El Economista Camuflado”, Introducción, página 16, Editorial Planeta Chilena.

Cuadro 1: Mercados y conceptos por tema

<i>Tema</i>	<i>Capítulo Tim Harford</i>	<i>Mercados involucrados</i>	<i>Conceptos involucrados</i>
Ir a tomar un café	Cap.1 ¿Quién paga tu café? "El Economista Camuflado"	Mercado del café Mercado de los insumos del café Mercado de arriendos de local Mercado de las cafeterías	Escasez Determinantes de la demanda Costos variables y fijos Elasticidad precio Estructura de mercado Utilidades de la empresa
Comprar en el supermercado	Cap.2 Lo que los supermercados no quieren que sepas "El Economista Camuflado"	Mercado de las cafeterías Mercado de los supermercados	Escasez Determinantes de la demanda Excedente del consumidor Elasticidad precio Competencia Perfecta Estructura de Mercado Fijación de Precios
A qué precio comprar	Cap.3 Los mercados perfectos y "el mundo de la verdad". "El Economista Camuflado"	Mercado del café Mercado de los insumos del café Mercado inmobiliario Mercado de los computadores	Racionalidad Económica Preferencias del consumidor Costos fijos y costos variables Equilibrio del productor Precio de equilibrio Excedente del consumidor Excedente del productor Precio como asignador de recursos Competencia Perfecta Impuestos
Andar en auto, buscar estacionamiento	Cap.4 El tráfico urbano "El Economista Camuflado"	Mercado de los automóviles Mercado de los combustibles Mercado de la contaminación	Competencia Perfecta Costo Marginal Precio de Equilibrio Fallas del Mercado Externalidades Impuesto
Buscar pareja, Casarse, Divorciarse	Cap.3 ¿Se ha subestimado el divorcio? "La lógica oculta de la vida"	Mercado de las citas arregladas Mercado de los matrimonios Mercado de los divorcios	Escasez Racionalidad económica División del trabajo Determinantes de la demanda Determinantes de la oferta Precio de equilibrio
Trabajar, desarrollarse en el trabajo	Cap.4 ¿Por qué tu jefe cobra más de lo que debería? "La lógica oculta de la vida"	Mercado de trabajo no calificado Mercado de trabajo calificado	Función de producción Demanda de trabajo Oferta de trabajo Salarios Productividad Incentivos monetarios y no monetarios
Lugar dónde vivir	Cap.5 En el vecindario Cap.7 El mundo es puntiagudo "La lógica oculta de la vida"	Mercado inmobiliario (casas versus departamentos, barrios céntricos versus barrios en la periferia, ciudades	Racionalidad Económica Externalidades positivas y negativas Precio de equilibrio

		grandes versus ciudades pequeñas)	
Votar	Cap. 8 Revoluciones racionales <i>“La lógica oculta de la vida”</i>	Mercado de los votos Mercado de la publicidad	Racionalidad Económica Costo de oportunidad Preferencias del consumidor Determinantes de la demanda y de la oferta Elasticidad precio de la demanda Estructuras de Mercado

En tercer lugar, cada grupo identifica la(s) hipótesis planteadas por el autor con respecto al funcionamiento de los mercados involucrados. Luego plantea una hipótesis alternativa. Es responsabilidad del grupo de trabajo introducir otros elementos que el autor no haya considerado, de manera de fundamentar la hipótesis alternativa. Para ello será necesario recolectar y analizar otras fuentes de información que permitan validar o rechazar las hipótesis planteadas y realizar posibles asociaciones con situaciones que le sean cercanas a los alumnos integrantes del grupo.

Junto con analizar el funcionamiento de cada uno de los mercados involucrados, cada grupo debe graficar la problemática desarrollada en dichos mercados. Finalmente debe arribar a conclusiones basadas directamente en los análisis realizados, con respecto al funcionamiento de cada uno de los mercados identificados.

3.3 Retroalimentación

Como se mencionó en el punto de Metodologías de aprendizaje activo, la retroalimentación temprana es fundamental en la efectividad del proceso enseñanza aprendizaje. El TIG considera evaluaciones intermedias. El seguimiento del TIG que origina este documento, se realizó en base a informes escritos, el primero de avance al mes de comenzado, entrevistas con la

profesora durante el semestre, reforzamiento en clases, informe final y presentación e interrogación al final del semestre.

A principios del semestre se entregó los términos de referencia del trabajo a realizar, así como de la pauta de evaluación (ver anexo).

4. Resultados

El trabajo fue aplicado en dos secciones paralelas de la asignatura, una con 56 alumnos y otra con 33. Se desarrollaron 19 trabajos en total.

Como se señaló previamente, el trabajo de investigación grupal complementa objetivos de aprendizaje transversales a la malla y objetivos de aprendizaje propios de la disciplina. En el cuadro 2 se presentan ambos tipos de objetivos de aprendizaje y su logro. Se considera como objetivo logrado, si la evaluación promedio de dicho objetivo – alcanzada por los alumnos- es igual o mayor al 65%. El insumo para obtener dichos indicadores de logro fueron las evaluaciones finales del informe escrito y la presentación, cada una desagregada de manera de poder visualizar su contribución al logro de un objetivo específico.

Si analizamos los objetivos de aprendizaje propios de la disciplina (ver cuadro 2), vemos que los dos primeros objetivos, “aplicar los conceptos y lenguaje propio de la microeconomía básica” y “aplicar los conocimientos del área de la microeconomía básica a situaciones concretas utilizando el razonamiento económico”, fueron logrados. En cambio, “aplicar el instrumental gráfico de microeconomía básica”, obtuvo un 50% de logro, por lo que requiere fortalecerse. Esta última habilidad puede resultar de un nivel mayor de dificultad al alumno, especialmente en lo que se refiere a la diferencia entre

variables endógenas y exógenas y la consiguiente construcción y lectura de gráficos.

En cuanto a los objetivos transversales a la malla, el objetivo referente a la búsqueda y utilización de fuentes de información resultó más débil, con un 40% de logro. Ello se detectó en la evaluación del planteamiento de la hipótesis alternativa y su fundamentación. La limitada búsqueda de información dificultó contrastar fuentes y fundamentar adecuadamente. En un mundo en que la información ya no es escasa, sino por el contrario sobre abundante, la capacidad de organizar e interpretar información es valiosa. Por lo tanto, es una habilidad que requiere ser reforzada a lo largo de las siguientes asignaturas de la malla, al igual que la aplicación del instrumental gráfico.

Cuadro 2: Mercados y conceptos por tema

Objetivos de aprendizaje	Insumo	Indicadores de logro
Transversales a la malla		
Comunicarse oralmente con cohesión, coherencia y argumentación.	Presentar el trabajo ante el curso, responder preguntas de la profesora y/o compañeros.	Logrado
Utilizar lenguaje escrito en forma clara, precisa y de acuerdo al contexto.	Escribir el informe de acuerdo a las instrucciones entregadas, utilizando el idioma correctamente.	Logrado
Trabajar en equipo.	Constituir un equipo de trabajo y arribar al final del trabajo en conjunto.	Logrado
Utilizar las fuentes de información y herramientas tecnológicas disponibles, de manera ética y eficaz.	Recoger información para la hipótesis alternativa (solicitado en informe escrito)	Por mejorar
Enfrentar un problema desde un abordaje metodológico, sistemático y desprejuiciado, desarrollando la capacidad de pensamiento analítico y crítico.	Explicitar la hipótesis del autor, plantear una hipótesis alternativa, arribar a conclusiones (solicitado en informe escrito)	Logrado
Propios de la asignatura		
Aplicar los conceptos y lenguaje propio de microeconomía básica.	Explicitar conceptos económicos subyacentes en la lectura, asociar con otras situaciones (solicitado en informe escrito y en la interrogación oral a continuación de la exposición)	Logrado
Aplicar los conocimientos del área de la microeconomía básica a situaciones concretas utilizando el razonamiento económico.	Asociar con otras situaciones (solicitado en informe escrito y en la interrogación oral a continuación de la exposición)	Logrado
Aplicar el instrumental gráfico de microeconomía básica.	Aplicar el instrumental gráfico a la problemática planteada en los mercados identificados (solicitado en informe escrito y en la interrogación oral a continuación de la exposición)	Por mejorar

La obtención de positivos indicadores de logro – de la mayoría de los objetivos- se relaciona con la motivación que despertaron los temas y la retroalimentación temprana. Como se enfatizó en el punto referente a las Metodologías de aprendizaje activo, cualquier proceso de aprendizaje efectivo comienza con la motivación y continúa con una retroalimentación temprana. Pude visualizarlo a lo largo del desarrollo del semestre, al ver a los alumnos

activos en realizar preguntas al finalizar la clase o solicitar entrevista para comprobar si iban bien encaminados. Muchos llegaban con el capítulo rayado, preguntando qué significaba algún punto específico o una frase determinada. Tuve la certeza, tanto en dichas conversaciones como en las preguntas que realicé en las presentaciones orales, que la mayor parte había leído el capítulo asignado más de una vez. El autor, Tim Harford cuenta distintas situaciones, pero la sistematización de ello en conceptos y gráficos económicos fue una tarea del alumno, la cual no podía extraer de otros trabajos. Leer en profundidad fue una actividad realizada por los alumnos hasta comprender y aplicar los ejemplos de la lectura al instrumental gráfico y conceptual de la microeconomía básica. El interés demostrado por los alumnos en recibir retroalimentación y comprender qué aspectos tenían que mejorar constituye un indicador de la motivación por el trabajo desarrollado durante el semestre.

Otro indicador de la motivación de los alumnos, la constituyeron los debates que surgieron a partir de los temas. Por ejemplo, si bien el tema ético no estaba entre los objetivos de aprendizaje explícitos, éste surgió espontáneamente tanto en los trabajos escritos como en las presentaciones y posterior debate. Los alumnos demostraron gran interés por la productividad, la determinación de las remuneraciones a pagar a los trabajadores y el sentido de los incentivos. Cuando se expuso el mercado de los matrimonios y divorcios, pudieron visualizar que el instrumental de demanda, oferta, precio de equilibrio puede aplicarse a “productos” que a primera vista pareciera no ser posible aplicar. El tema del impacto de estímulos externos como los métodos anticonceptivos, los electrodomésticos y la mayor educación e incorporación de la mujer al mercado del trabajo, en los mercados del matrimonio y del divorcio

fue seguido con interés. Lo mismo sucedió con las externalidades del uso de los vehículos y las ventajas de vivir en ciudades grandes o pequeñas, surgiendo espontáneamente posturas de parte de los alumnos frente a estos temas.

En el caso de los temas de ir al supermercado y a cafeterías, las asociaciones con ejemplos de su vida diaria fueron inmediatas, sobre todo en la interrogación oral, mencionando situaciones adicionales a las planteadas en el informe escrito.

5. Conclusiones

A lo largo de este documento se han ido decantando algunos puntos, con respecto a la práctica del trabajo de investigación grupal. En primer lugar, la importancia de la **motivación** como detonante en la efectividad del proceso enseñanza-aprendizaje. Es por ello que la práctica de aprendizaje expuesta considera temas cercanos a la actividad cotidiana del estudiante. La experiencia llevada a cabo demuestra que efectivamente, la selección de los temas incide en la motivación de los estudiantes, quienes –en general– persistieron a pesar de las dificultades con que se pudieron encontrar.

El segundo punto es la **retroalimentación temprana**, la que implica evaluaciones intermedias que permitan al estudiante mejorar y lograr el objetivo de aprendizaje planteado. El trabajo de investigación grupal descrito, considera estas evaluaciones intermedias, las cuales las obtiene el alumno a través de instancias formales, como la entrega del avance del informe; o a través de instancias menos formales, como la posibilidad de entrevistas y preguntas al profesor, como también a partir de sus pares.

El tercer punto es la importancia de **objetivos de aprendizaje claros y medibles**, lo que permite obtener indicadores de logro y reflexionar sobre esta experiencia de aprendizaje de los alumnos y mejorar nuestras prácticas docentes. El TIG planteado define los objetivos de aprendizaje en función de los objetivos transversales a la malla curricular y los objetivos propios de la disciplina, y permite medir en función de los objetivos de aprendizaje declarados. Puede señalarse que si bien, los objetivos de aprendizaje fueron logrados en su mayoría, existe necesidad de reforzar la capacidad de búsqueda y utilización de información, y la aplicación de herramientas gráficas. Por último, está el punto de **aprender a partir de lo concreto**. En este ámbito, el TIG resultó una excelente herramienta. El trabajo permitió a los alumnos aplicar el instrumental económico conceptual y gráfico a ejemplos de la vida diaria. El hecho de que los mismos estudiantes identificaran los mercados a analizar y los comportamientos económicos asociados a partir de un texto de divulgación general y avanzar hacia otros ejemplos que ellos mismos proponían, constituyó una ventaja para un aprendizaje activo. Esta experiencia de trabajo de investigación grupal, permitió al alumno asociar fácilmente con lo que ya sabe y visualizar las interconexiones entre los conceptos y los mercados.

6. Bibliografía

- Frank, R. (2005), “Microeconomía y Conducta”, Editorial Mc Graw Hill.
- Harford, T. (2008), “La lógica oculta de la vida”, Editorial Planeta.
- Harford, T. (2007), “El Economista Camuflado”, Editorial Planeta.
- Hattie, J. (2009), “Visible Learning: A Synthesis of over 800 Meta-Analyses relating to achievement”, Routledge.
- Wolfers, J. (2013), “Teaching Useful Economics”, Conference on Teaching and Research on Economic Education, American Economic Association, Chicago, del 29 al 31 de mayo.
- Sahlberg, P. (2013), “El cambio educativo en Finlandia: ¿qué puede aprender el mundo?”, editorial Paidós.

ANEXO: Términos de referencia entregados a los alumnos para la realización del TIG

Trabajo de Investigación Grupal (TIG), Teoría de Precios

Ingeniería Comercial, UNAB

Profesora Gabriela Ahumada Theoduloz

Segundo Semestre 2013

1. Objetivos de Aprendizaje

1.1 Objetivos de Aprendizaje transversales a la malla de Ingeniería Comercial (habilidades generales):

- Evidenciar la capacidad de comunicación oral y escrita del alumno.
- Evidenciar la capacidad de trabajar en equipo del alumno.
- Evidenciar que el alumno es capaz de utilizar las fuentes de información y herramientas tecnológicas disponibles, de manera ética y eficaz.
- Evidenciar la capacidad del alumno de enfrentar un problema desde un abordaje metodológico, sistemático y desprejuiciado, desarrollando la capacidad de pensamiento analítico y crítico.

1.2 Objetivos de Aprendizaje específicos de la asignatura Teoría de Precios (conocimientos disciplinarios):

- Evidenciar que el alumno incorpora a su léxico natural los conceptos y lenguaje propio de microeconomía básica.

- Evidenciar que el alumno es capaz de aplicar los conocimientos del área de la microeconomía básica a situaciones concretas aplicando el razonamiento económico.
- Evidenciar que el alumno es capaz de utilizar el instrumental gráfico de microeconomía básica.

2. Etapas y plazos

Etapa	Característica	Producto	Plazo
Etapa 0	Configuración de Equipos, dependiendo del tamaño del curso, máximo 4 -6 personas.	Formulario Equipos de trabajo con tema asignado por la profesora	3 octubre 2013
Etapa 1	Avance del informe	Informe escrito 1	29 octubre 2013
Etapa 2	Informe final	Informe escrito 2	12 noviembre 2013
Etapa 3	Presentación del trabajo	PowerPoint	12 -21 noviembre, de acuerdo a calendario de presentaciones.

3. Temas a elegir

A cada grupo la profesora le asignará un tema, basado en un capítulo de uno de los siguientes libros:

- Tim Harford (2008), “La lógica oculta de la vida”, Editorial Planeta.
- Tim Harford (2007), “El Economista Camuflado”, Editorial Planeta.

<i>Tema</i>	<i>Libro Tim Harford</i>	<i>Capítulo Tim Harford</i>
Ir a tomar un café	<i>“El Economista Camuflado”</i>	Cap.1 ¿Quién paga tu café?
Comprar en el supermercado	<i>“El Economista Camuflado”</i>	Cap.2 Lo que los supermercados no quieren que sepas
A qué precio comprar	<i>“El Economista Camuflado”</i>	Cap.3 Los mercados perfectos y “el mundo de la verdad”.
Andar en auto, buscar estacionamiento	<i>“El Economista Camuflado”</i>	Cap.4 El tráfico urbano
Buscar pareja, Casarse, Divorciarse	<i>“La lógica oculta de la vida”</i>	Cap.3 ¿Se ha subestimado el divorcio?
Trabajar, desarrollarse en el trabajo	<i>“La lógica oculta de la vida”</i>	Cap.4 ¿Porqué tu jefe cobra más de lo que debería?
Lugar dónde vivir	<i>“La lógica oculta de la vida”</i>	Cap.5 En el vecindario Cap.7 El mundo es puntiagudo
Votar	<i>“La lógica oculta de la vida”</i>	Cap. 8 Revoluciones racionales

4. Contenidos del trabajo

- I. Portada
- II. Índice
- III. Introducción: Debe establecer claramente el tema a investigar, el conocimiento que explica este problema y las razones para conducir la investigación.
- IV. Desarrollo
 - Preguntas Económicas y Conceptos subyacentes: Identificar las preguntas económicas que se plantea el autor en el capítulo correspondiente y plantear los conceptos económicos subyacentes al planteamiento de las preguntas.
 - Mercados involucrados: Determinar los mercados y agentes económicos involucrados. Analizar las variables que explican la demanda y oferta en dichos mercados y cómo se comportan en el problema planteado. Analizar el comportamiento de los agentes económicos involucrados.
 - Hipótesis del autor: Plantear la(s) hipótesis del autor. Esta se debe referir al funcionamiento de los mercados identificados. Debe ser una frase corta y afirmativa que se verificará (o rechazará) durante el desarrollo del trabajo.
 - Hipótesis alternativa: Introducir otros elementos que el autor no haya considerado. Plantear hipótesis alternativa. La

fundamentación de la hipótesis alternativa debe incorporar la recolección y análisis de otras fuentes de información que permitan validar o rechazar la hipótesis planteada. Complementariamente, es altamente deseable que el alumno realice posibles asociaciones con situaciones que sean cercanas.

- Instrumental gráfico: Graficar la problemática analizada en los mercados involucrados mediante instrumental gráfico de Teoría de Precios.

V. Conclusiones: Deben estar basadas directamente en los análisis realizados – a lo largo del trabajo- del funcionamiento de los mercados involucrados.

VI. Referencias bibliográficas: Se debe enumerar toda la bibliografía utilizada en el trabajo.

5. Pauta de evaluación

La evaluación final es el promedio ponderado de los dos informes escritos (60%) y la presentación (40%). Esta última tiene evaluación individual. Los atrasos por la entrega de los informes tienen una penalización de 0,5 puntos de la nota por día de atraso.

A continuación se detalla las características de la inscripción de los temas, los informes y la presentación:

Formulario “Inscripción de Grupos”:

Incluye tema elegido, nombre del alumno coordinador del equipo TIG, nombre del resto de los participantes con sus mails y teléfonos de contacto.

Informe escrito 1: máximo 5 páginas arial 12, excluida la portada, índice y bibliografía.

Debe contener: portada (nombre trabajo, nombre de la asignatura, nombre del profesor, nombre de los integrantes del grupo), índice, introducción, preguntas económicas y conceptos subyacentes, mercados involucrados y la hipótesis del autor.

Informe escrito 2: máximo 10 páginas arial 12, excluida la portada, índice y bibliografía. Informe anillado.

Debe contener: portada (nombre trabajo, nombre de la asignatura, nombre del profesor, nombre de los integrantes del grupo), índice, introducción, preguntas económicas y conceptos subyacentes, mercados involucrados, hipótesis del autor, hipótesis alternativa, instrumental gráfico, conclusiones, referencias bibliográficas.

Presentación: máximo 15 minutos o tres minutos por persona, dependiendo del tamaño del grupo. Máximo una lámina por minuto. Se evaluará PowerPoint, claridad de la exposición y de las respuestas entregadas y creatividad en la presentación del tema (asociación con imágenes) y manejo de conceptos e instrumental gráfico. Es importante contar una historia coherente de los fenómenos económicos que se quieren explicar a través de los gráficos.