



---

**Universidad de Valladolid**

# **UNIDAD DIDÁCTICA: TIPOS DE MERCADO**

**Jesús Álvarez Ducoms**

Trabajo Fin de Máster

Master en Profesor de Educación Secundaria  
Obligatoria y Bachillerato,  
Formación Profesional y Enseñanzas  
de Idiomas

Tutor: María del Pilar Pérez González

Valladolid, 22 de Julio de 2025

# ÍNDICE

1.	Introducción.....	1
2.	Contexto .....	2
2.1.	El centro.....	2
2.2.	Legislación .....	4
3.	Programación didáctica .....	6
3.1.	Conceptualización y características de la materia .....	7
3.2.	Objetivos generales y contribución a los objetivos de etapa .....	7
3.3.	Contribución al desarrollo de las competencias clave. ....	10
3.4.	Competencias específicas y vinculaciones con los descriptores operativos: mapa de relaciones competenciales. ....	13
3.5.	Contenidos específicos y transversales.....	15
3.6.	Criterios de evaluación e indicadores de logro.....	18
3.7.	Metodología didáctica.....	21
3.8.	Las situaciones de aprendizaje .....	23
3.9.	Secuencia de unidades temporales de programación .....	24
3.10.	Evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado .....	26
3.11.	Materiales y recursos de desarrollo curricular .....	30
3.12.	Concreción de planes, programas y proyectos del centro vinculados con el desarrollo del currículo de la materia.....	30
3.13.	Actividades complementarias y extraescolares.....	31
3.14.	Atención a las diferencias individuales del alumnado .....	32
3.15.	Procedimiento para la evaluación de la programación didáctica y de la práctica docente.....	33
4.	Unidad didáctica. Tipos de mercado .....	35
4.1.	Fundamentación curricular.....	36
4.2.	Metodología.....	41
4.3.	Materiales y recursos. ....	43
4.4.	Evaluación.....	43
4.5.	Temporalización. Situación de aprendizaje, actividades y tareas.....	47
4.6.	Atención a la diversidad .....	86

5. Conclusiones.....	88
Referencias.....	90
Anexo I. Competencias clave y descriptores operativos.....	92
Anexo II. Instrumentos de evaluación.....	100
Lista de cotejo evaluación inicial .....	100
Lista de cotejo actividades .....	101
Exámen 102	
Rúbrica examen .....	109
Respuestas tipo para las preguntas abiertas .....	110
Rúbrica píldora educativa.....	112
Diana de autoevaluación.....	113
Diana de coevaluación .....	114
Cuestionario de evaluación de la práctica docente .....	115

## INDICE DE FIGURAS

<b>Fura 1.</b> Mapa de relaciones criterioles.....	14
<b>Figura 2.</b> Calendario escolar 2025-2026. Junta de Castilla y León .....	255

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Criterios de evaluación, contenidos e indicadores de logro.....	19
<b>Tabla 2.</b> Unidades didácticas y temporalización.....	26
<b>Tabla 3.</b> Pautas de Diseño Universal de Aprendizaje .....	32
<b>Tabla 4.</b> Evaluación de la programación didáctica .....	34
<b>Tabla 5.</b> Fundamentación curricular I. Objetivos de etapa, competencias específicas, criterios de evaluación e indicadores de logro. ....	37
<b>Tabla 6.</b> Fundamentación curricular II. Contenidos específicos y transversales .....	38
<b>Tabla 7.</b> Descriptores operativos.....	39
<b>Tabla 8.</b> Indicadores de logro, instrumentos de evaluación y agentes evaluadores. ....	46
<b>Tabla 9.</b> Situación de aprendizaje.....	48
<b>Tabla 10.</b> Actividad 1. Rutina de pensamiento “1-2-3 Puente” .....	51
<b>Tabla 11.</b> Actividad 2. Verdadero o falso.....	57
<b>Tabla 12.</b> Actividad 3. Identificación de mercados competitivos .....	61
<b>Tabla 13.</b> Actividad 4. La liberalización del transporte ferroviario .....	68
<b>Tabla 14.</b> Actividad 5. La importancia de la diferenciación.....	74
<b>Tabla 15.</b> Actividad 6. Los oligopolios.....	79
<b>Tabla 16.</b> Actividad 7. Creando significado .....	81

# 1. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo Fin de Máster constituye la culminación del proceso formativo del Máster en Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas, integrando los conocimientos adquiridos tanto en el módulo genérico como en el específico de la especialidad de Economía. Este trabajo se presenta como un ejercicio de síntesis que permite aplicar de manera práctica las competencias desarrolladas durante la formación académica y la experiencia del Prácticum.

La elección de diseñar una programación y unidad didáctica para la asignatura de Economía de 1º de Bachillerato responde a la convicción de que esta materia desempeña un papel fundamental en la formación integral del alumnado. En un mundo cada vez más interconectado y complejo, donde las decisiones económicas impactan directamente en la vida cotidiana de las personas, resulta esencial proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para comprender, analizar y participar activamente en la realidad económica que los rodea.

La propuesta pedagógica que vertebra este trabajo se fundamenta en un enfoque competencial que sitúa al estudiante como protagonista activo de su aprendizaje. La incorporación de metodologías activas responde a la necesidad de crear experiencias educativas significativas que trasciendan la mera transmisión de contenidos. El diseño se articula en torno a los principios del Diseño Universal de Aprendizaje, garantizando múltiples formas de representación, acción y expresión, y de implicación que permitan atender a la diversidad del aula. Especial relevancia adquiere la integración de las TIC como herramienta no solo de acceso a la información, sino de creación y divulgación del conocimiento, materializada en el producto final de la unidad didáctica: una píldora educativa audiovisual. Esta orientación metodológica busca formar ciudadanos críticos y competentes, capaces de comprender las dinámicas económicas y de contribuir activamente a la democratización del conocimiento económico en su entorno.

El trabajo se articula en cuatro secciones. La primera establece el contexto educativo, describiendo las características del centro y el marco normativo vigente. La segunda presenta una programación didáctica para la asignatura de Economía, que proporciona el marco general en el que se inserta y cobra sentido la propuesta específica. El núcleo central del trabajo lo constituye la tercera sección: el desarrollo exhaustivo de una unidad didáctica sobre los tipos de mercado, donde se materializan

y concretan todos los principios pedagógicos y metodológicos en una propuesta práctica detallada. Finalmente, las conclusiones recogen las reflexiones derivadas del proceso de diseño y los aprendizajes adquiridos.

## **2. CONTEXTO**

En esta sección se describen, en primer lugar, las características del centro educativo para el que se plantea la programación y unidad didáctica que se presentan en este trabajo de fin de máster. Las características del alumnado y los recursos disponibles condicionarán indudablemente el planteamiento llevado a cabo.

Por otro lado, la legislación vigente establece los principios, derechos y deberes que rigen la práctica docente, así como los criterios para la organización y funcionamiento de los centros educativos. Por ello, a continuación, se analizarán las normativas que afectan a la docencia en el nivel de bachillerato en el marco educativo actual.

### **2.1. EL CENTRO**

El centro educativo en el que se enmarca el presente trabajo es el Instituto de Educación Secundaria Juan de Juni. Este centro, con una rica historia y una ubicación geográfica privilegiada, situado entre el barrio de la Rondilla y la ciudad antigua, sirve a una población estudiantil diversa proveniente de variados contextos socioeconómicos y culturales.

La mayor parte de las familias del alumnado se identifican como trabajadores manuales en sectores industriales y de servicios, aunque también hay una representación menor de funcionarios. Un aspecto notable es la presencia elevada de desempleados o jubilados anticipadamente, lo que sugiere desafíos económicos en la comunidad escolar.

En cuanto al nivel educativo de las familias, los estudios primarios predominan, aunque se observa una presencia gradual y creciente de titulaciones profesionales medias, bachillerato, y especialmente, un incremento en la cantidad de titulados universitarios. Este cambio sugiere una evolución positiva en el nivel de formación de la comunidad escolar a lo largo del tiempo.

La diversidad en el alumnado se ve también en la creciente matrícula de estudiantes inmigrantes de origen hispanoamericano, eslavo y magrebí, que, aunque no superan el 7% del total, marcan una tendencia hacia un cambio en la composición social

tanto del entorno urbano como del periurbano en el Valle del Pisuerga. Asimismo, fruto del conflicto ruso-ucraniano, el centro ha acogido alumnado ucraniano habilitando un aula exclusiva para ellos, así como profesores de apoyo. El alumnado ucraniano que es capaz de desenvolverse con el idioma y el devenir rutinario de las clases, participa en los grupos regulares junto con el resto de los alumnos.

Además de esto, el IES Juan de Juni se diferencia de otros centros por su adaptación y apoyo a tres grupos de alumnos, siendo centro de referencia para los mismos: deportistas de alto rendimiento, alumnos con barreras auditivas y alumnos con barreras visuales.

Respecto a sus instalaciones, el centro cuenta con un edificio histórico con 24 aulas (con pizarra digital), 4 laboratorios, 16 despachos, 6 aulas con cañón proyector, 3 aulas de informática, aula de audiovisuales, 2 aulas de música, 2 aulas de dibujo, un gimnasio, 2 canchas exteriores, una biblioteca, 2 aulas de tecnología y enorme zona verde.

Entre los servicios que presta, se encuentran:

- Orientación académica y profesional.
- Difusión y tramitación de las ayudas y becas ofertadas por la Administración Educativa.
- Biblioteca escolar atendida por un profesor encargado.
- Atención a la diversidad, en las modalidades de apoyo de Educación Especial, Compensatoria y Programas de Mejora del Aprendizaje y el Rendimiento en 2º y 3º de ESO.
- Apertura de las instalaciones al entorno.
- Transporte escolar.
- Control diario de faltas y del absentismo con consolas electrónicas y comunicación inmediata con los padres.
- Participación en Programas Europeos de Aprendizaje Permanente.
- Intercambios en países de la UE (Acreditación Erasmus Plus)
- Educación para la Salud
- Deporte externo, con la Fundación Municipal de Deportes.
- Deporte interno, torneos de fútbol y baloncesto.
- Numerosas actividades extraescolares y salidas de estudio al ámbito local, regional y nacional.
- Planes de mejora, en el marco de la Junta de Castilla y León.

## 2.2. LEGISLACIÓN

En lo respectivo a la normativa reguladora en la que se enmarca este trabajo se debe señalar, en primer lugar, la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOMLOE)<sup>1</sup>.

La LOMLOE está compuesta por dos líneas estratégicas básicas. Por un lado la vuelta a la Ley Orgánica 2/2006<sup>2</sup>, en la medida en que la sucesiva legislación educativa “representó una ruptura del equilibrio que se había alcanzado, en la L.O.2/2006, entre diferentes visiones y planteamientos acerca de la educación que deben necesariamente convivir en un sistema democrático y plural” (Marrodán Gironés & Asegurado Garrido, 2021, pág. 28) y que se manifiesta “en la organización curricular, la organización de las etapas educativas, la participación y gobierno de los centros públicos, la recuperación de la Educación en valores Éticos y los ejes transversales, así como en la evaluación del sistema educativo con finalidad diagnóstica, la cooperación entre Administraciones y el acceso único a la universidad” (págs. 29-30).

Su segunda línea estratégica aborda la modernización del sistema educativo con el fin último, según se señala en la Exposición de Motivos del Proyecto de la Ley 3/2020, de “establecer un renovado ordenamiento legal que aumente las oportunidades educativas y formativas de toda la población, que contribuya a la mejora de los resultados educativos del alumnado, y satisfaga la demanda generalizada en la sociedad española de una educación de calidad para todos”.

De esta forma la LOMLOE se alinea con las recomendaciones europeas que vienen expresadas en la Recomendación del Consejo, de 22 de mayo de 2018, relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, situando la equidad y la inclusión en el centro de su estrategia educativa. En un contexto marcado por profundas transformaciones sociales y económicas, la ley busca garantizar que todo el alumnado tenga éxito mediante un enfoque transversal que promueve la mejora continua de los centros educativos y una personalización del aprendizaje, asegurando que todos los estudiantes, independientemente de su origen socioeconómico, puedan desarrollar plenamente su potencial. Este enfoque es clave para responder a los retos que plantea la digitalización, la globalización y los cambios en el mercado laboral, que exigen una formación más flexible y adaptada a las necesidades individuales de los estudiantes.

---

<sup>1</sup> Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/lo/2020/12/29/3/con>

<sup>2</sup> Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/05/03/2/con>

La reducción del abandono escolar temprano y el aumento de la escolarización en edades no obligatorias, especialmente en formación profesional, son prioridades de la nueva normativa. Estos objetivos se alinean con el marco europeo que subraya la necesidad de una fuerza laboral altamente cualificada para enfrentar los desafíos de la economía digital. En este sentido, la formación profesional adquiere un papel relevante para proporcionar a los jóvenes las habilidades técnicas y profesionales necesarias para insertarse en un mercado laboral en constante transformación.

El desarrollo sostenible es otro pilar central de la LOMLOE, en consonancia con la Agenda 2030 y las prioridades europeas. La educación para el desarrollo sostenible, la ciudadanía mundial, la paz y los derechos humanos son componentes fundamentales de la ley. En un mundo marcado por la emergencia climática y los desafíos globales, la LOMLOE integra la educación intercultural y la educación para la transición ecológica como herramientas clave para formar ciudadanos comprometidos con la sostenibilidad y el bienestar global

La integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el ámbito educativo, tal como subraya la Comisión Europea, es otro de los elementos destacados en la LOMLOE. El uso generalizado de las TIC ha transformado la forma en que los estudiantes acceden al conocimiento y participan en la sociedad, por lo que la ley aborda la necesidad de fomentar una competencia digital avanzada que prepare a los estudiantes para enfrentar los retos de la sociedad digital. Este enfoque no solo permite mejorar el acceso al conocimiento, sino que también promueve la igualdad de oportunidades, reduciendo la brecha digital entre los estudiantes.

El enfoque de igualdad de género es otro eje transversal en la LOMLOE, que se vincula con las políticas europeas de inclusión social y respeto por la diversidad. A través de la coeducación y la promoción de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en todas las etapas del aprendizaje, la ley pretende prevenir la violencia de género y fomentar el respeto a la diversidad afectivo-sexual.

Además de la citada ley, se encuentran los siguientes documentos normativos de carácter estatal que regulan la enseñanza y el aprendizaje en relación con el presente trabajo:

- Real Decreto 243/2022 por el que se establece el currículo básico de Bachillerato<sup>3</sup>.
- Real Decreto 286/2023, de 18 de abril, por el que se regula la asignación de materias en Educación Secundaria Obligatoria y en Bachillerato a las especialidades de distintos cuerpos de funcionarios docentes, y se modifican diversas normas relativas al profesorado de enseñanzas no universitarias<sup>4</sup>.

De igual manera, los siguientes documentos normativos de carácter autonómico, supeditados a la legislación estatal, complementan y concretan la regulación específica de la enseñanza y el aprendizaje en Castilla y León:

- Decreto 40/2022 de 29 de septiembre donde se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León<sup>5</sup>.
- Orden EDU/1152/2010, de 3 de agosto, por la que se regula la respuesta educativa al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo escolarizado en el segundo ciclo de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Enseñanzas de Educación Especial, en los centros docentes de la Comunidad de Castilla y León<sup>6</sup>, corregida por la Orden EDU/371/2018, de 2 de abril.<sup>7</sup>

### 3. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

En esta sección se propone una programación didáctica de la materia Economía de primer curso de bachillerato en la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales para el centro descrito en la sección 2.1 y de acuerdo con la normativa recogida en la sección 2.2, tomando como base la Guía para la elaboración de la programación didáctica elaborada por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León<sup>8</sup>.

---

<sup>3</sup> Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/04/05/243/con>

<sup>4</sup> Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/04/18/286/con>

<sup>5</sup> Disponible en: <https://bocyl.jcyl.es/boletines/2022/09/30/pdf/BOCYL-D-30092022-4.pdf>

<sup>6</sup> Disponible en: <https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/orden-edu-1152-2010-3-agosto-regula-respuesta-educativa-alu>

<sup>7</sup> Disponible en: <https://bocyl.jcyl.es/eli/es-cl/o/2018/04/02/edu371/>

<sup>8</sup> Disponible en: [https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-lomloe\\_bachillerato.ficheros/1619150-Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente\\_BACHILLERATO.pdf](https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-lomloe_bachillerato.ficheros/1619150-Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente_BACHILLERATO.pdf)

### **3.1. CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA**

La conceptualización y características de la materia Economía se establecen en el Anexo III del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León.

La importancia creciente que tienen los asuntos económicos en los distintos ámbitos de nuestra sociedad y la forma tan directa en que nos afectan individual y colectivamente plantean la necesidad de una formación específica que proporcione al alumnado las claves necesarias para comprender la economía como aspecto básico de la realidad actual, y para promover actitudes críticas y éticas orientadas a tomar decisiones financieras y económicas informadas.

El fundamento del estudio de esta materia lo constituyen los procesos por los cuales cada sociedad busca el bienestar material de sus miembros. La producción como actividad mediante la cual los bienes naturales se transforman para servir a las necesidades humanas, el crecimiento como proceso que permite aumentar en el tiempo la cantidad y calidad de los bienes, y la distribución de lo producido entre quienes han contribuido en el proceso.

La materia Economía persigue un objetivo principal: proporcionar al alumnado conocimientos económicos necesarios para entender el contexto en el que vive, despertar su interés y promover iniciativas dirigidas a actuar sobre la propia realidad, tras un análisis crítico de la misma, y tomar sus propias decisiones con repercusión económica y financiera de manera razonada y responsable.

Todo ello servirá de base no solo a aquellos alumnos que estudien Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en segundo de bachillerato, sino también para quienes orienten su itinerario académico en otra dirección y deseen adquirir una cultura económica general necesaria para ser ciudadanos activos, formados e informados en este ámbito.

### **3.2. OBJETIVOS GENERALES Y CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE ETAPA**

Los objetivos generales de etapa del bachillerato se encuentran recogidos en el Artículo 33 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y el Artículo 7 del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato y son los siguientes:

- a) Ejercer la ciudadanía democrática, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución

española, así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa.

b) Consolidar una madurez personal, afectivo-sexual y social que les permita actuar de forma respetuosa, responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever, detectar y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales, así como las posibles situaciones de violencia.

c) Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades de mujeres y hombres, analizar y valorar críticamente las desigualdades existentes, así como el reconocimiento y enseñanza del papel de las mujeres en la historia e impulsar la igualdad real y la no discriminación por razón de nacimiento, sexo, origen racial o étnico, discapacidad, edad, enfermedad, religión o creencias, orientación sexual o identidad de género o cualquier otra condición o circunstancia personal o social

d) Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.

e) Dominar, tanto en su expresión oral como escrita, la lengua castellana y, en su caso, la lengua cooficial de su Comunidad Autónoma.

f) Expresarse con fluidez y corrección en una o más lenguas extranjeras.

g) Utilizar con solvencia y responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación.

h) Conocer y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo, sus antecedentes históricos y los principales factores de su evolución. Participar de forma solidaria en el desarrollo y mejora de su entorno social.

i) Acceder a los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales y dominar las habilidades básicas propias de la modalidad elegida.

j) Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y de los métodos científicos. Conocer y valorar de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida, así como afianzar la sensibilidad y el respeto hacia el medio ambiente.

k) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.

l) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria, así como el criterio estético, como fuentes de formación y enriquecimiento cultural.

m) Utilizar la educación física y el deporte para favorecer el desarrollo personal y social. Afianzar los hábitos de actividades físico-deportivas para favorecer el bienestar físico y mental, así como medio de desarrollo personal y social.

n) Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la movilidad segura y saludable.

o) Fomentar una actitud responsable y comprometida en la lucha contra el cambio climático y en la defensa del desarrollo sostenible.

Además de estos, el artículo 6 del Decreto 40/2022 de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, incluye:

a) Investigar y valorar los aspectos de la cultura, tradiciones y valores de la sociedad de Castilla y León.

b) Reconocer el patrimonio natural de la Comunidad de Castilla y León como fuente de riqueza y oportunidad de desarrollo para el medio rural, protegiéndolo y mejorándolo, y apreciando su valor y diversidad.

c) Reconocer y valorar el desarrollo de la cultura científica en la Comunidad de Castilla y León indagando sobre los avances en matemáticas, ciencia, ingeniería y tecnología y su valor en la transformación, mejora y evolución de su sociedad, de manera que fomente la investigación, eficiencia, responsabilidad, cuidado y respeto por el entorno.

Este mismo Decreto, en el Anexo III, señala que la asignatura Economía en el bachillerato es fundamental para desarrollar en los estudiantes las capacidades necesarias para alcanzar los objetivos ya mencionados, e indica cómo contribuye a su logro.

La asignatura Economía fomenta una conciencia cívica responsable y el ejercicio de una ciudadanía democrática a través del estudio de la actividad económica, los sistemas económicos y las políticas del sector público. Además, al analizar el funcionamiento de los mercados y las desigualdades en el empleo y los salarios, así como las contribuciones de economistas de diversos géneros, se promueve una valoración crítica de las desigualdades en derechos y oportunidades.

El uso de medios de comunicación actuales como herramientas de conocimiento y fuente de información crítica fomenta el hábito lector, la expresión oral y escrita, y el uso responsable de las tecnologías de la información. Estudiar los desafíos contemporáneos desde una perspectiva económica ayuda a comprender el

comportamiento individual y colectivo y a promover decisiones informadas en ámbitos financieros, económicos y ambientales.

La aplicación del método científico en ciencias sociales, mediante investigaciones locales, permite la práctica de los conocimientos adquiridos y el desarrollo de la sensibilidad artística y literaria.

Finalmente, la materia de Economía, por sus características, contenido y metodología, contribuye significativamente al fomento del espíritu emprendedor, la creatividad, la flexibilidad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la autoconfianza y el sentido crítico.

### **3.3. CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS CLAVE.**

La Comisión Europea (2018), en el Anexo de la Propuesta de Recomendación del Consejo relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente<sup>9</sup> define las competencias como “una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes, en las que:

- a) los conocimientos se componen de hechos y cifras, conceptos, ideas y teorías que ya están establecidos y apoyan la comprensión de un área o tema concretos;
- b) las capacidades se definen como la habilidad para realizar procesos y utilizar los conocimientos existentes para obtener resultados;
- c) las actitudes describen la mentalidad y la disposición para actuar o reaccionar ante las ideas, las personas o las situaciones.”

Las competencias clave son necesarias para que cualquier individuo logre su desarrollo personal, profesional y social, así como para su participación activa en la sociedad. Todas son igualmente valiosas, ya que cada una contribuye de manera esencial a una vida plena dentro de la comunidad y pueden aplicarse en diversos contextos y combinaciones estando, además, interrelacionadas.

La definición de cada competencia clave, así como sus descriptores operativos, que suponen una división y concreción de dichas competencias, pueden verse en el Anexo I de este trabajo.

En el Anexo III del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León se indica

---

<sup>9</sup> Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))

que la materia Economía contribuye a la adquisición de las distintas competencias clave en el bachillerato en la siguiente medida:

#### *Competencia en comunicación lingüística*

Dada la necesidad de ejercitarse en la lectura, la escucha, la exposición y la argumentación, la competencia en comunicación lingüística se fomenta a través de todo el desarrollo curricular. El empleo recurrente de fuentes de información como la prensa o de obras audiovisuales para reforzar los conocimientos ayudará al alumnado a interpretar, analizar y elaborar desde la reflexión crítica los textos, las imágenes y los mensajes.

#### *Competencia plurilingüe*

Cada vez es más habitual el uso de términos y nuevos conceptos en otros idiomas, así como el empleo de textos científicos, lo que permitirá al alumnado ampliar esta competencia.

#### *Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería*

Se contribuye a esta competencia mediante el análisis de magnitudes macroeconómicas y microeconómicas, o los estudios estadísticos, tablas y gráficos como instrumentos básicos para interpretar la realidad económica. Externalidades, economía circular, escasez de recursos, cambio climático, eficiencia en la producción, resultados, I+D+i, nuevos yacimientos de empleo, criptomonedas, patentes, son algunos de los conceptos recurrentes.

#### *Competencia digital*

El tratamiento de la información a través de las tecnologías de la información y la comunicación, el uso de las redes sociales, el empleo de herramientas digitales para la elaboración de informaciones económicas y su divulgación, o de aplicaciones audiovisuales para diseñar documentos creativos estimula la competencia digital.

#### *Competencia personal, social y aprender a aprender*

Por otro lado, esta materia permite una visión más amplia y detallada de la sociedad actual que fomentará la competencia personal, social y de aprender a aprender, al facilitar al alumnado la comprensión de problemas como la escasez, la inflación, el desempleo, el agotamiento de los recursos naturales, el subdesarrollo, el consumismo, la distribución de la renta o las consecuencias de la globalización. Juega además un papel central en la configuración de valores y actitudes, de forma especial aquellos relacionados con la solidaridad, la

conservación del medio natural, o el papel de la Unión Europea en el progreso económico y social.

#### *Competencia ciudadana*

La comprensión de los conceptos y estructuras sociales, económicas, jurídicas y políticas, así como el conocimiento de los grandes problemas económicos a los que se enfrenta la sociedad actual, contribuirán al ejercicio de una ciudadanía responsable, crítica y activa, fomentando un estilo de vida sostenible acorde con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la Agenda 2030. La valoración de la actividad de la Unión Europea en el progreso económico y social local, nacional y global, impulsará entre los jóvenes el sentido de la ciudadanía europea.

#### *Competencia emprendedora*

Será habitual el análisis del entorno para detectar necesidades y oportunidades, el planteamiento y análisis de ideas nuevas, la gestión de la incertidumbre, la toma de decisiones informadas, la planificación y gestión de proyectos sostenibles, el empleo de la imaginación y la creatividad y el trabajo de forma colaborativa a través de proyectos, investigaciones o debates. Todo ello contribuirá a reforzar esta competencia.

#### *Competencia en conciencia y expresión culturales*

A través de la creatividad en producciones escritas, orales o audiovisuales, se puede hacer una aportación interesante a esta competencia. Por otro lado, el patrimonio artístico y cultural es un elemento esencial de desarrollo económico y presenta importantes oportunidades para evaluar nuevas necesidades y afrontar nuevos retos.

Asimismo, el Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato, señala que esta asignatura se fundamenta en la adquisición de todas las competencias clave por parte del alumnado durante las etapas de Educación Primaria y Educación Secundaria Obligatoria, con un énfasis particular en la competencia emprendedora, la competencia ciudadana y la competencia personal, social y de aprender a aprender. Estas competencias se complementan al proporcionar elementos que permiten comprender la economía, identificar oportunidades sociales y económicas, y reconocer las dificultades que enfrentan tanto las organizaciones como la sociedad en general. Asimismo, fomentan la reflexión crítica y constructiva y la propuesta de soluciones a problemas y desafíos contemporáneos.

### **3.4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y VINCULACIONES CON LOS DESCRIPTORES OPERATIVOS: MAPA DE RELACIONES COMPETENCIALES.**

Según señala el Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato, en su Anexo I:

La consecución de las competencias y objetivos del Bachillerato está vinculada a la adquisición y desarrollo de dichas competencias clave. Por este motivo, los descriptores operativos de cada una de las competencias clave constituyen el marco referencial a partir del cual se concretan las competencias específicas de las diferentes materias. Esta vinculación entre descriptores operativos y competencias específicas propicia que de la evaluación de estas últimas pueda colegirse el grado de adquisición de las competencias clave esperadas en Bachillerato y, por tanto, la consecución de las competencias y objetivos previstos para la etapa.

Las competencias específicas de la materia Economía vienen establecidas en el Anexo III del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, y son las siguientes:

- CE1** Valorar el problema de la escasez y la importancia de adoptar decisiones en el ámbito económico, analizando su repercusión en los distintos sectores, comparando soluciones alternativas que ofrecen los diferentes sistemas, para comprender el funcionamiento de la realidad económica.
- CE2** Reconocer y comprender el funcionamiento del mercado, analizando sus fallos, para estudiar la repercusión de estos en el entorno y facilitar la toma de decisiones en el ámbito económico.
- CE3** Distinguir y valorar el papel de los distintos agentes económicos que intervienen en el flujo circular de la renta, comprendiendo sus interacciones y reconociendo, con sentido crítico, los beneficios y costes que genera, para explicar cómo se produce el desarrollo económico y su relación con el bienestar de la sociedad.
- CE4** Conocer y comprender el funcionamiento del sistema financiero y de la política monetaria, valorando sus efectos sobre la economía real y analizando los elementos que intervienen en las decisiones financieras,

para planificar y gestionar con responsabilidad y autonomía los recursos personales y adoptar decisiones financieras fundamentadas.

**CE5** Identificar y valorar los retos y desafíos a los que se enfrenta la economía actual analizando el impacto de la globalización económica, la nueva economía y la revolución digital, para proponer iniciativas que fomenten la equidad, la justicia y la sostenibilidad.

**CE6** Analizar los problemas económicos actuales mediante el estudio de casos, la investigación y la experimentación, utilizando herramientas del análisis económico y teniendo en cuenta los factores que condicionan las decisiones de los agentes económicos, para facilitar la comprensión de esos problemas y plantear soluciones innovadoras y sostenibles que respondan a necesidades individuales y colectivas.

En el Anexo IV del mismo documento se establece el mapa de relaciones criterios (Figura 1), que vincula los descriptores operativos con las competencias específicas de la materia.

**Figura 1. Mapa de relaciones criterios**

	CCL					CP			STEM					CD					CPSAA					CC				CE				CCEC						
	CCL1	CCL2	CCL3	CCL4	CCL5	CP1	CP2	CP3	STEM1	STEM2	STEM3	STEM4	STEM5	CD1	CD2	CD3	CD4	CD5	CPSAA1.1	CPSAA1.2	CPSAA2	CPSAA3.1	CPSAA3.2	CPSAA4	CPSAA5	CC1	CC2	CC3	CC4	CE1	CE2	CE3	CCEC1	CCEC2	CCEC3.1	CCEC3.2	CCEC4.1	CCEC4.2
Competencia Específica 1	✓								✓														✓	✓														
Competencia Específica 2	✓	✓						✓	✓														✓	✓														
Competencia Específica 3	✓	✓						✓															✓	✓														
Competencia Específica 4	✓	✓				✓	✓				✓								✓				✓	✓			✓											
Competencia Específica 5	✓	✓	✓				✓				✓			✓					✓				✓	✓			✓									✓		
Competencia Específica 6		✓		✓				✓			✓		✓										✓				✓	✓	✓	✓								

*Nota.* Obtenida del Anexo IV del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León.

Las competencias específicas de la materia Economía no son meros constructos teóricos, sino herramientas esenciales para la formación integral del alumnado en un mundo cada vez más complejo. En la sociedad actual, donde los fenómenos económicos impactan directamente en la vida cotidiana, estas competencias

representan el puente necesario entre el conocimiento abstracto y la realidad tangible que nuestros estudiantes experimentarán como ciudadanos y profesionales.

Desarrollar la capacidad para valorar el problema de la escasez, comprender el funcionamiento del mercado, distinguir el papel de los agentes económicos, conocer el sistema financiero, identificar los retos económicos actuales y analizar problemas económicos mediante la investigación, permite al alumnado no solo adquirir conocimientos técnicos, sino desarrollar un pensamiento crítico y ético imprescindible para tomar decisiones informadas en su vida personal y profesional.

Estas competencias específicas trascienden la mera formación académica para convertirse en herramientas de ciudadanía activa. En un contexto marcado por desafíos como la digitalización, la globalización y la sostenibilidad, dotar al alumnado de estas capacidades contribuye a formar personas capaces de entender la economía como una ciencia social al servicio del bienestar común, y no como un fin en sí misma.

### **3.5. CONTENIDOS ESPECÍFICOS Y TRANSVERSALES**

Los contenidos específicos de la materia Economía vienen recogidos en el Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, y se organizan en los siguientes bloques:

#### **A. Las decisiones económicas.**

**A.1** La economía, las necesidades, los bienes y la escasez. El contenido económico de las relaciones sociales. La modelización como herramienta para entender las interacciones económicas.

**A.2** El proceso de toma de decisiones económicas. La racionalidad. El coste de oportunidad. Los costes irrecuperables. El análisis marginal. Los incentivos y las expectativas. Teoría de juegos. La eficiencia. Riesgo e incertidumbre.

**A.3** La organización económica y los sistemas económicos; valoración y comparación.

**A.4** Planificación y gestión de las decisiones financieras: la inversión, el ahorro y el consumo. Dinero y transacciones.

**A.5** Economía del comportamiento. Desviaciones de la racionalidad económica. Decisiones económicas y éticas.

**A.6** Métodos para el análisis de la realidad económica: el método científico, la modelización y experimentos o ensayos económicos.

**B. La realidad económica. Herramientas para entender el mundo con una visión microeconómica.**

**B.1** Agentes económicos y flujo circular de la renta. La empresa y la actividad productiva.

**B.2** Intercambio y mercado. Tipos y funcionamiento de los mercados. Representación gráfica.

**B.3** La elasticidad. Los fallos de mercado. El análisis coste-beneficio.

**C. La realidad económica. Herramientas para entender el mundo con una visión macroeconómica.**

**C.1** La macroeconomía. Agregados macroeconómicos básicos. La demanda agregada, la oferta agregada y su funcionamiento.

**C.2** Crecimiento económico y desarrollo. Los factores del crecimiento. La distribución de la renta y la acumulación del capital. Relación entre eficiencia y equidad. Indicadores del desarrollo social. Bienestar y calidad de vida.

**C.3** Economía laboral. El funcionamiento y las tendencias de los mercados de trabajo. Tipos de desempleo. Efectos y medidas correctoras. La brecha salarial.

**C.4** El sistema financiero, su funcionamiento y sus efectos. Evolución del panorama financiero. El dinero. Tipología del dinero y su proceso de creación. Funciones del dinero y formas de dinero. Riesgo y beneficio. El papel de los bancos en la economía. Funcionamiento de los productos financieros como préstamos, hipotecas, y sus sustitutos. Los seguros.

**C.5** El comercio internacional, los procesos de integración económica y sus efectos. Proteccionismo y libre comercio. La Unión Europea y Monetaria. El mercado de divisas y los tipos de cambio

**D. Las políticas económicas.**

**D.1** Economía positiva y economía normativa. La intervención del Estado y su justificación. La política económica y sus efectos.

**D.2** La política fiscal. El estado del bienestar y su financiación. El principio de solidaridad y los impuestos. El déficit público, la deuda pública y sus efectos. La economía sumergida.

**D.3** La política monetaria y la estabilidad de precios. Funcionamiento del mercado monetario. La inflación: teorías explicativas. Efecto de las políticas monetarias sobre la inflación, el crecimiento y el bienestar.

**D.4** Políticas de rentas.

**E. Los retos de la economía española en un contexto globalizado.**

**E.1** La globalización: factores explicativos, oportunidades y riesgos. La reducción de las desigualdades. Pobreza relativa y pobreza absoluta en un mundo global.

**E.2** Los recursos naturales y los efectos de la producción y el consumo en la sostenibilidad ambiental. La economía ecológica y la economía circular.

**E.3** La nueva economía y la revolución digital. La economía colaborativa. El impacto de la revolución digital sobre el empleo y la distribución de la renta. La adaptación de la población activa ante los retos de la revolución digital.

**E.4** Democracia y estado del bienestar. El futuro del estado del bienestar y su relación con la democracia. Sostenibilidad de las pensiones. Los flujos migratorios y sus implicaciones socioeconómicas.

**E.5** Teorías sobre el decrecimiento económico.

**E.6** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los retos económicos actuales. Estudio de casos.

Por otro lado, los contenidos transversales vienen explicitados en los apartados 1 y 2 del artículo 9 del mismo Decreto y pueden dividirse en los siguientes:

**CT1** Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y su uso responsable.

**CT2** Educación para la convivencia escolar proactiva, orientada al respeto de la diversidad como fuente de riqueza.

**CT3** Técnicas y estrategias propias de la oratoria que proporcionen al alumnado confianza en sí mismo, gestión de sus emociones y mejora de sus habilidades sociales.

**CT4** Actividades que fomenten el interés y el hábito de lectura.

**CT5** Actividades que fomenten destrezas para una correcta expresión escrita.

El Proyecto Educativo del Centro del IES Juan de Juni (2018) señala lo siguiente acerca de la inclusión de los elementos transversales en las programaciones didácticas:

- Su tratamiento se hará desde programas interdisciplinares, que abarquen intervenciones directamente relacionadas con los valores que pretendemos fomentar (programas de Sexualidad, Tabaquismo y Alcoholismo, Lectura, etc.).
- La educación en valores se tratará desde el Plan de Acción Tutorial, por considerar idóneo el marco que aquél facilita.
- Por último, los elementos transversales serán tratados y trabajados en las diferentes áreas por medio de su presencia a través de los contenidos de las mismas.

Los contenidos propios de Economía contribuyen a la adquisición de las competencias específicas de la materia, señaladas anteriormente y que, a continuación, serán descompuestas en criterios de evaluación.

### **3.6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN E INDICADORES DE LOGRO**

Los criterios de evaluación suponen un nivel mayor de concreción de las competencias específicas. Dichos criterios son el referente principal para valorar los aprendizajes del alumnado. El Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León señala que “estos criterios permitirán diseñar las situaciones de evaluación, la selección de los instrumentos y procedimientos de evaluación y la definición de los indicadores de logro con los que realizar una mejor observación y medición de los niveles de desempeño que se espera que el alumnado alcance.”

Estos indicadores de logro, si bien son una subdivisión de los criterios de evaluación, pueden integrar otros aspectos como contenidos específicos o transversales, u otros aprendizajes competenciales que el docente considere pertinentes.

A continuación, se presentan los criterios de evaluación tal como están establecidos en el Decreto ya mencionado, junto a los contenidos de la materia, los contenidos transversales y los indicadores de logro asociados (Tabla 1).

**Tabla 1. Criterios de evaluación, contenidos e indicadores de logro**

<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Contenidos de materia</b>	<b>Contenidos transversales</b>	<b>Indicadores de logro</b>
1.1 Comprender la realidad económica actual, analizando la repercusión de las decisiones adoptadas en el ámbito económico, valorando los procesos de integración económica y estableciendo comparaciones sobre las soluciones alternativas que ofrecen los distintos sistemas. (CCL2, STEM2, CPSAA4, CPSAA5, CC3, CE1, CE2, CCEC3.2)	A D	CT1 CT3 CT4 CT5	1.1.1 Analiza la repercusión de las decisiones adoptadas en el ámbito económico.
			1.1.2 Compara las soluciones alternativas que ofrecen los distintos sistemas económicos y valora los procesos de integración económica.
1.2 Comprender el problema de la escasez identificando los motivos y comparando, de manera justificada, diferentes estrategias económicas de resolución del mismo. (CCL2, STEM2, CC3, CE1, CE2, CCEC3.2)	A	CT1 CT3 CT4 CT5	1.2.1 Identifica los motivos detrás del problema de la escasez económica.
			1.2.2 Compara diferentes estrategias económicas para resolver la escasez, justificando cada opción.
1.3 Conocer los procesos que intervienen en la toma de las decisiones económicas de manera individual y colectiva, analizando el impacto que tienen en la sociedad. (STEM2, CPSAA4, CPSAA5, CC3, CCEC3.2)	A	CT1 CT3 CT4 CT5	1.3.1 Analiza los procesos involucrados en la toma de decisiones económicas.
			1.3.2 Evalúa el impacto de las decisiones económicas en la sociedad.
2.1 Valorar la repercusión de los fallos del mercado a nivel microeconómico y facilitar el proceso de toma de decisiones en este ámbito, reconociendo y comprendiendo el funcionamiento del mismo. (CCL2, STEM2, CPSAA4, CC3, CE1)	A B	CT1 CT3 CT4 CT5	2.1.1 Valora la repercusión de los fallos del mercado a nivel microeconómico
			2.1.2 Comprende y facilita el proceso de toma de decisiones en el ámbito de los fallos de mercado.
2.2 Entender el funcionamiento del mercado y la naturaleza de las transacciones que tienen lugar en él, analizando elementos como la oferta, la demanda, los precios, los tipos de mercado y los agentes implicados y reflexionado sobre su importancia como fuente de mejora económica y social. (STEM1, STEM2, CPSAA4, CC3, CE2)	B	CT1 CT3 CT4 CT5	2.2.1 Entiende y analiza la naturaleza y funcionamiento del mercado, así como de sus elementos.
			2.2.2 Reflexiona sobre la importancia del mercado como fuente de mejora económica y social.
2.3 Analizar con espíritu crítico los fallos del mercado, evaluando sus consecuencias y reflexionando sobre sus posibles soluciones. (CCL2, CCL3, STEM2, CPSAA4, CC3, CE1)	A B C	CT1 CT3 CT4 CT5	2.3.1 Analiza críticamente los fallos del mercado
			2.3.2 Evalúa las consecuencias de los fallos de mercado y reflexiona sobre sus posibles soluciones
3.1 Conocer cómo se produce el desarrollo económico y el bienestar social valorando, con sentido crítico, el papel de los distintos agentes económicos que intervienen en el flujo circular de la renta. (CCL2, CCL3, CPSAA4, CPSAA5, CC3, CC4, CE1, CE2)	B C D	CT1 CT3 CT4 CT5	3.1.1 Conoce cómo se produce el desarrollo económico y el bienestar social
			3.1.2 Valora, con sentido crítico, el papel de los distintos agentes económicos que intervienen en el flujo circular de la renta.

<b>Crterios de evaluaci3n</b>	<b>Contenidos de materia</b>	<b>Contenidos transversales</b>	<b>Indicadores de logro</b>
3.2 Diferenciar los costes y beneficios que se generan en el flujo circular de la renta para cada uno de los agentes econ3micos, estableciendo relaciones entre ellos y determinando su repercusi3n en el desarrollo econ3mico y bienestar social. (CCL2, STEM1, CC4, CE1)	B C	CT1 CT3 CT4 CT5	3.2.1 Diferencia los costes y beneficios en el flujo circular de la renta para cada agente econ3mico y establece relaciones entre los mismos.
			3.2.2 Determina la repercusi3n de estos costes y beneficios en el desarrollo econ3mico y el bienestar social.
4.1 Conocer y comprender el funcionamiento del sistema financiero valorando sus efectos sobre la econom3a real y analizando los elementos que intervienen en las decisiones financieras relacionadas con la inversi3n, el ahorro, los productos financieros y la b3squeda de fuentes de financiaci3n. (CCL2, CP1, CPSAA4, CC2, CE1,CE2)	C	CT1 CT3 CT4 CT5	4.1.1 Comprende el funcionamiento del sistema financiero y sus efectos sobre la econom3a real.
			4.1.2 Analiza los elementos que intervienen en las decisiones financieras relacionadas con la inversi3n, el ahorro y la financiaci3n.
4.2 Planificar y gestionar con responsabilidad y progresiva autonom3a las finanzas personales y adoptar decisiones fundamentadas a partir del conocimiento y compresi3n del sistema financiero y de los elementos que intervienen en las decisiones financieras, valorando los efectos que estas pueden provocar en la econom3a real. (CCL3, STEM4, CD4, CPSAA1.2, CPSAA4, CPSAA5, CE1)	A C	CT1 CT3 CT4 CT5	4.2.1 Planifica y gestiona las finanzas personales de manera responsable y aut3noma.
			4.2.2 Adopta decisiones financieras fundamentadas en el conocimiento del sistema financiero y sus efectos en la econom3a real.
4.3 Adquirir conocimientos financieros a partir del an3lisis del sistema financiero, su funcionamiento y los efectos que se derivan de las decisiones adoptadas en 3l y estableciendo conexiones entre estos aprendizajes y las decisiones financieras personales que afectan a la vida cotidiana. (CCL2, CCL3, CP2, CD4, CPSAA1.2, CPSAA4, CC2)	A C	CT1 CT3 CT4 CT5	4.3.1 Adquiere conocimientos sobre el funcionamiento del sistema financiero y las decisiones adoptadas en 3l.
			4.3.2 Establece conexiones entre los conocimientos financieros y las decisiones personales que afectan la vida cotidiana.
5.1 Proponer iniciativas que fomenten la equidad, la justicia y la sostenibilidad a partir de la identificaci3n de los retos y desaf3os que plantea la econom3a actual, analizando, con sentido cr3tico, el impacto que provocan la globalizaci3n, la nueva econom3a y la revoluci3n digital en el bienestar econ3mico y social de los ciudadanos y ciudadanas. (CCL1, CCL2, CCL3, STEM4, CD1, CD5, CPSAA1.2, CPSAA5, CC3, CE1, CCEC3.2)	C D E	CT1 CT3 CT4 CT5	5.1.1 Propone iniciativas que fomenten la equidad, la justicia y la sostenibilidad econ3mica.
			5.1.2 Analiza cr3ticamente el impacto de la globalizaci3n, la nueva econom3a y la revoluci3n digital en el bienestar econ3mico y social, as3 como los retos actuales.

<b><i>Crterios de evaluaci3n</i></b>	<b><i>Contenidos de materia</i></b>	<b><i>Contenidos transversales</i></b>	<b><i>Indicadores de logro</i></b>
5.2 Comprender los retos econ3micos actuales analizando, de forma crtica y constructiva, el entorno, identificando aquellos elementos que condicionan y transforman la econom3a y fomentando iniciativas que respondan a las necesidades que plantean estos retos. (CCL2, CCL3, CP2, CD1, CPSAA1.2, CPSAA4, CPSAA5, CC3, CE1)	D E	CT1 CT3 CT4 CT5	5.2.1 Identifica elementos que condicionan y transforman la econom3a actual.
			5.2.2 Fomenta iniciativas que respondan a las necesidades planteadas por los retos econ3micos actuales.
6.1 Plantear soluciones socioecon3micas que respondan a necesidades individuales y colectivas investigando y explorando la realidad econ3mica teniendo en cuenta diversos factores y aplicando las herramientas propias del 3mbito de la econom3a. (CCL3, CCL5, STEM2, STEM5, CD1, CPSAA5, CC3, CC4, CE1, CE2, CE3)	B C D E	CT1 CT3 CT4 CT5	6.1.1 Investiga y explora la realidad econ3mica teniendo en cuenta diversos factores.
			6.1.2 Aplica herramientas econ3micas para plantear soluciones socioecon3micas a necesidades individuales y colectivas.

### **3.7. METODOLOG3A DID3CTICA**

De Miguel (2005) define el m3todo docente como "un conjunto de decisiones sobre los procedimientos a emprender y sobre los recursos a utilizar en las diferentes fases de un plan de acci3n que, organizados y secuenciados coherentemente con los objetivos pretendidos en cada uno de los momentos del proceso, nos permiten dar una respuesta a la finalidad 3ltima de la tarea educativa" (p. 36).

Este sigue una serie de pasos temporales y l3gicos cuya justificaci3n racional se deriva de las necesidades de cada componente del proceso did3ctico, con un 3nfasis particular en su finalidad (p. 36).

El m3todo did3ctico, por tanto, puede entenderse como una orientaci3n especifica hacia el proceso enseanza-aprendizaje que "se concreta en una variedad de modos, formas, procedimientos, estrategias, t3cnicas, actividades y tareas de enseanza y aprendizaje" (p. 37) configuradas en base a los objetivos. En consecuencia, un mismo m3todo puede adoptar m3ltiples formas y generalmente es necesario el empleo de m3ltiples metodolog3as para alcanzar los objetivos did3cticos.

Cabe destacar que los objetivos que gu3an esta programaci3n did3ctica han sido detallados anteriormente, lo que proporciona una base clara para la selecci3n metodol3gica. Adem3s, la labor docente en este aspecto se ve significativamente facilitada gracias a que la Consejer3a de Educaci3n de Castilla y Le3n ha realizado el trabajo de concretar orientaciones metodol3gicas especificas, garantizando as3 su

coherencia con los objetivos establecidos oficialmente. Esto libera al docente de gran parte del trabajo de toma de decisiones, permitiéndole enfocarse en la implementación efectiva de estrategias de enseñanza-aprendizaje.

El Anexo II.A del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, presenta los principios metodológicos de la etapa; en el Anexo III del mismo documento se concretan estos principios para la materia Economía.

El hecho de que la economía sea una ciencia en continua evolución y transformación condiciona la forma en que deben trabajarse sus contenidos en el aula. La economía se enfrenta a constantes y permanentes teorías contrapuestas, y que afectan a muchos otros aspectos de la organización social (por ejemplo, cuál debe ser el papel del Estado en la actividad económica, cómo debe intervenir en momentos de crisis o recesiones, cuál debe ser su política redistributiva de recursos, cuál es su papel en la eliminación de desequilibrios territoriales, y así un largo etcétera). Esta pluralidad de opciones favorecerá que el alumnado, partiendo de su conocimiento personal, se acostumbre a investigar sobre ellas, a prever consecuencias sobre su aplicación y a comprender el carácter global de esta ciencia social.

En esta línea, y como estrategia metodológica básica, se impulsará el trabajo autónomo del alumnado, estimulando a su vez sus capacidades para el trabajo en equipo, potenciando las técnicas de indagación e investigación, aprovechando las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación, y las aplicaciones de lo aprendido a la vida real. No debemos olvidar que esta materia adquiere todo su sentido cuando le sirve al alumnado para entender el mundo y la compleja y cambiante sociedad.

El desarrollo de las experiencias de trabajo en el aula buscará la alternancia entre los dos grandes tipos de estrategias: expositivas y de indagación personal y en grupo. Estas estrategias se materializarán en técnicas como los cuestionarios escritos, comentarios de gráficas, estadísticas, mapas, tablas, exposiciones orales, análisis de textos, simulaciones, debates y coloquios e investigaciones.

La prensa periódica, el cine o el teatro, la fotografía, las redes sociales, los programas de televisión, los organizadores gráficos y los mapas de pensamiento, o aplicaciones informáticas actualizadas, son algunos de los recursos didácticos que facilitan el desarrollo metodológico. Las visitas a instituciones públicas y privadas o

exposiciones, y la elaboración de infografías, vídeos, podcast por el profesorado o por el alumnado, pueden convertirse en un recurso didáctico de gran valor y motivación.

Respecto al agrupamiento y organización del espacio, Mario de Miguel (2005) señala seis formas distintas de organizar y llevar a cabo los procesos de enseñanza-aprendizaje, a las que denomina modalidades organizativas: clases teóricas, seminarios y talleres, clases prácticas, tutorías, prácticas externas, trabajo en grupo y trabajo autónomo. Por otro lado, dependiendo de las actividades que se pretenda realizar en cada momento, el trabajo individual puede coordinarse con el trabajo de pequeñas agrupaciones flexibles.

En cuanto a los métodos concretos, resultan especialmente relevantes las **metodologías activas** que posibilitan el desarrollo de competencias específicas a través de la **elaboración de proyectos** que den respuesta a problemas de la vida real. De igual modo, cobran importancia aquellas metodologías que parten de necesidades previamente identificadas en el entorno, como el **aprendizaje servicio**, permitiendo al alumnado responder a carencias reales observadas en su comunidad. También resultan de gran interés los enfoques que potencian el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo, como el **design thinking** y el **estudio de casos** basados en situaciones reales o simuladas, metodologías que favorecen el análisis profundo y la toma de decisiones fundamentadas.

Por su parte, la **clase magistral participativa** y la **resolución de problemas** constituyen métodos de contrastada eficacia que se emplearán frecuentemente, dada su utilidad para la transmisión estructurada de contenidos y la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. Finalmente, los **juegos educativos** se incorporarán como recurso didáctico para dinamizar el ambiente de aprendizaje y favorecer la participación activa del alumnado, especialmente en sesiones de mayor densidad conceptual.

### **3.8. LAS SITUACIONES DE APRENDIZAJE**

El Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León define las situaciones de aprendizaje como un conjunto de circunstancias, momentos, disposiciones y escenarios que se plantean en forma de situación-problema dentro de un contexto concreto. Estas situaciones incluyen tareas de complejidad progresiva, adaptadas al nivel psicoevolutivo del alumnado, y su resolución creativa requiere integrar los conocimientos adquiridos en las diferentes materias de la etapa educativa, promoviendo así la construcción de nuevos aprendizajes. Además, implican el uso de procesos

mentales profundos y la movilización de diversos recursos, combinando saberes, conectando con el entorno y fomentando la participación de la comunidad educativa.

También se señala que, en la etapa de bachillerato y a través de las situaciones de aprendizaje, “debe pretenderse reforzar tres líneas propias del nivel de desarrollo que se supone adquirida en esta etapa: por un lado, deben diferenciarse por potencia, especialmente, el trabajo autónomo del alumnado, su iniciativa y creatividad, la reflexión crítica y el sentido de la responsabilidad. En segundo lugar, deben ser secuencias complejas de actividades que entrenen al alumnado en la construcción del conocimiento y les prepare para contextos propios de su futuro personal, académico y profesional. Y, finalmente, deben potenciar su competencia para aprender a aprender y sentar las bases para el aprendizaje a lo largo de la vida.”

De igual forma, en la elaboración de las situaciones de aprendizaje se considerarán diferentes ámbitos adaptados a la etapa de bachillerato, siendo estos los ámbitos personal, profesional, social y educativo; y se favorecerá la elaboración de situaciones que incluyan varios ámbitos de manera que no se consideren exclusivos.

Dado que el principal objetivo de este trabajo es el diseño de una unidad didáctica, se desarrollará con detalle la situación de aprendizaje correspondiente a la unidad didáctica objeto de este trabajo de fin de máster en la sección 4.5.

### **3.9. SECUENCIA DE UNIDADES TEMPORALES DE PROGRAMACIÓN**

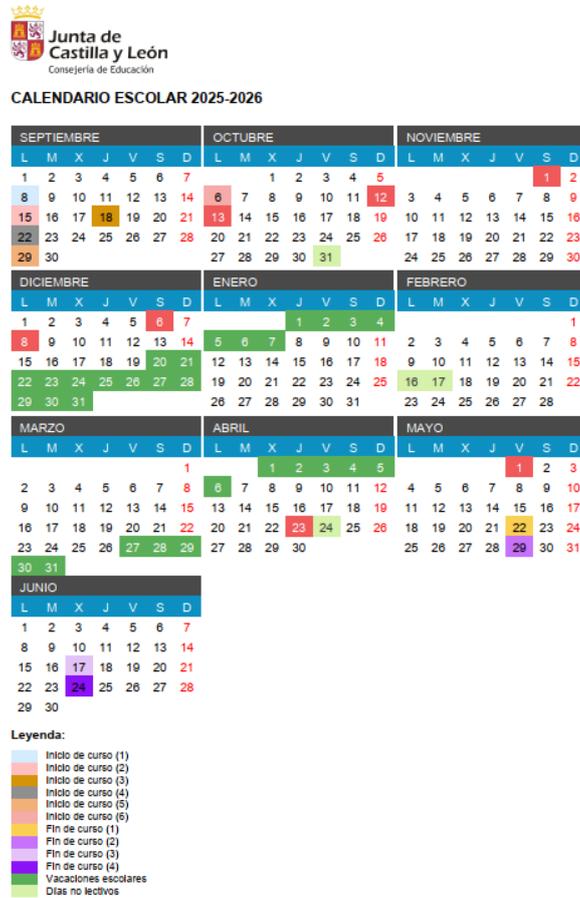
La materia Economía cuenta con 4 sesiones semanales y se imparte a lo largo de todo el curso, que viene caracterizado por el calendario escolar de Castilla y León para el curso 2025-26 de la siguiente forma:

**Primer trimestre:** del 18 de septiembre al 20 de diciembre, con 63 días lectivos y **51 sesiones.**

**Segundo trimestre:** del 8 de enero al 11 de abril, con 66 días lectivos y **52 sesiones.**

**Tercer trimestre:** del 24 de abril al 13 de junio, con 35 días lectivos y **28 sesiones.**

Figura 2. Calendario escolar 2025-2026. Junta de Castilla y León



Fuente.

La distribución de las unidades didácticas a lo largo de las 131 sesiones del curso se configura de la forma mostrada en la Tabla 2.

El número de sesiones por unidad didáctica responde a la cantidad de contenidos teórico-prácticos así como su relevancia en la consecución de los objetivos de la materia. Por otro lado, su distribución entre los tres trimestres responde al número de sesiones disponibles en cada uno, dejando un total de 13 sesiones sin asignar para poder realizar ajustes y adaptaciones según sea necesario durante el desarrollo del curso.

**Tabla 2. Unidades didácticas y temporalización**

	<b>Título</b>	<b>Sesiones</b>
<b>PRIMER TRIMESTRE</b>	<i>1: La Economía</i>	10
	<i>2: Sistemas económicos</i>	10
	<i>3: La empresa</i>	9
	<i>4: El mercado</i>	12
	<i>5: Tipos de mercado</i>	9
<b>SEGUNDO TRIMESTRE</b>	<i>6: Fallos de mercado</i>	8
	<i>7: El mercado de trabajo</i>	10
	<i>8: Indicadores económicos</i>	12
	<i>9: El Estado y la política fiscal</i>	10
<b>TERCER TRIMESTRE</b>	<i>10: El sistema financiero y la política monetaria</i>	10
	<i>11: Comercio internacional, cooperación y la Unión Europea</i>	8
	<i>12: Desarrollo sostenible y erradicación de la pobreza</i>	10

### **3.10. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE DEL ALUMNADO**

La evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado se configura como un elemento esencial para garantizar la adquisición de las competencias específicas y el logro de los objetivos establecidos para la etapa de Bachillerato. En consonancia con lo establecido en el artículo 31 del Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, la evaluación será continua, diferenciada y competencial. A continuación se presenta el sistema de evaluación que se desarrolla en plena conformidad con dicho decreto y las orientaciones metodológicas establecidas por la Consejería de Educación, garantizando así el cumplimiento de la normativa vigente.

El diseño del sistema de evaluación responde a la necesidad de valorar de forma integral el desarrollo competencial del alumnado, atendiendo no solo a la adquisición de conocimientos económicos, sino también al desarrollo de destrezas y actitudes que permitan al estudiante comprender e interpretar la realidad económica desde una perspectiva crítica y fundamentada. Como señala el Anexo II.B del citado decreto, la evaluación tendrá un carácter continuo y formativo, proporcionando información relevante para reorientar el proceso de enseñanza-aprendizaje y maximizar el logro de las competencias previstas.

#### **¿Qué evaluar?**

La evaluación competencial requiere la definición clara de qué elementos del aprendizaje deben ser valorados para garantizar el desarrollo de las competencias específicas de la materia. Los criterios de evaluación constituyen el referente principal

para valorar los aprendizajes del alumnado, representando un nivel mayor de concreción de las competencias específicas y permitiendo diseñar las situaciones de evaluación, la selección de instrumentos y procedimientos de evaluación más adecuados.

Estos criterios de evaluación se complementan con los indicadores de logro, que permiten realizar una mejor observación y medición de los niveles de desempeño esperados, concretando los criterios en conductas observables y medibles. Los indicadores de logro pueden integrar, además del criterio de evaluación correspondiente, otros aspectos como contenidos específicos o transversales, así como otros aprendizajes competenciales que se consideren pertinentes para una evaluación integral del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los criterios de evaluación e indicadores de logro específicos de la materia Economía, junto con su vinculación a los contenidos de la materia y contenidos transversales correspondientes, han sido detallados en el punto 3.6 de esta programación didáctica.

### **¿Cómo evaluar?**

Las técnicas a emplear serán variadas para facilitar y asegurar la evaluación integral del alumnado y permitir una valoración objetiva de todo el alumnado. Estas técnicas incluirán propuestas contextualizadas y realistas, propondrán situaciones de aprendizaje de carácter funcional y admitirán su adaptación a la diversidad del alumnado.

La selección de instrumentos responde a la necesidad de evaluar tanto los procesos de aprendizaje como los productos finales, priorizando aquellos que permitan valorar el desarrollo competencial del alumnado. Se utilizará para cada técnica los siguientes instrumentos de evaluación:

#### *Observación*

Se empleará la **guía de observación** para el seguimiento sistemático del trabajo en el aula y la participación activa, así como la **lista de cotejo** para verificar el cumplimiento de tareas y actividades específicas.

#### *Desempeño*

El **cuaderno del alumno** servirá como registro del trabajo diario y la evolución del aprendizaje, mientras que los **proyectos o investigaciones** permitirán evaluar de manera más profunda el proceso de aprendizaje y los productos finales en momentos clave del curso.

### *Rendimiento*

Se emplearán **prueba escritas** con preguntas de diversa tipología para valorar la comprensión y aplicación de la teoría. Así mismo, las **pruebas orales** y presentaciones servirán para evaluar la capacidad de expresión y argumentación, tal como establece el artículo 31.4 del Decreto 40/2022.

Cabe señalar que, si se detecta el uso de dispositivos electrónicos u otros elementos que permitan copiar durante los exámenes, se calificará con un cero. Además, en caso de haber suspendido la asignatura en alguno de los trimestres se podrán recuperar las partes suspensas; si la media de los tres trimestres es igual o superior a cinco no será obligatorio recuperar.

Para garantizar la objetividad en la calificación del aprendizaje, una vez aplicados los diversos instrumentos de evaluación, se utilizarán herramientas específicas de calificación que permitan sistematizar y homogeneizar el proceso evaluativo. Entre estas herramientas se emplearán **rúbricas** de evaluación que definan claramente los niveles de desempeño esperados, **escalas de valoración** que gradúen los logros alcanzados, y **dianas de evaluación** que ofrezcan una visión global del progreso del estudiante. Todas estas herramientas incorporarán los criterios de corrección específicos para cada instrumento de evaluación, asegurando así la transparencia, coherencia y equidad en el proceso de calificación del alumnado. Además, estas herramientas servirán como referente para facilitar los procesos de **autoevaluación** y **coevaluación**, proporcionando al alumnado criterios claros y objetivos para reflexionar sobre su propio aprendizaje y evaluar el trabajo de sus compañeros de manera constructiva.

### **¿Cuándo evaluar?**

La evaluación será continua y las técnicas e instrumentos deberán aplicarse de forma sistemática y continua a lo largo de todo el proceso educativo. La unidad temporal de programación será la unidad didáctica, lo que permitirá un seguimiento pormenorizado del progreso del alumnado.

Se distinguen tres momentos fundamentales en el proceso evaluativo:

#### *Evaluación inicial o diagnóstica*

Se realizará al comienzo del curso para conocer el punto de partida del alumnado, sus conocimientos previos sobre conceptos económicos básicos y sus experiencias relacionadas con la economía. Esta información permitirá adaptar el proceso de enseñanza a las características y necesidades del grupo.

### *Evaluación continua o formativa*

A lo largo del desarrollo de las situaciones de aprendizaje, se aplicarán de forma sistemática los diferentes instrumentos de evaluación, proporcionando retroalimentación constante al alumnado sobre su progreso y permitiendo la introducción de ajustes en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

### *Evaluación sumativa*

Al finalizar cada período evaluativo, se realizará una valoración global del grado de consecución de los criterios de evaluación, determinando el nivel de logro alcanzado en las competencias específicas de la materia.

### **¿Quién evalúa?**

En los procedimientos de evaluación, el docente buscará la participación del alumnado a través de su propia evaluación y de la evaluación entre iguales, tal como establece el artículo 31.6 del Decreto 40/2022. Se utilizará la heteroevaluación, la autoevaluación y la coevaluación.

### *Heteroevaluación*

Realizada por el profesorado, constituye la evaluación principal del proceso de aprendizaje. Permite una valoración profesional basada en criterios pedagógicos objetivos y en el conocimiento experto de la materia.

### *Autoevaluación*

Se fomentará la reflexión del alumnado sobre su propio proceso de aprendizaje, desarrollando la metacognición y la capacidad de autorregulación. Se implementará especialmente en actividades de análisis económico y trabajos de investigación.

### *Coevaluación*

La evaluación entre iguales se aplicará en actividades colaborativas y presentaciones, permitiendo al alumnado desarrollar el pensamiento crítico constructivo y aprender de las aportaciones de sus compañeros.

En síntesis, el sistema de evaluación diseñado para la materia constituye un proceso integral y sistemático que atiende a las cuatro dimensiones fundamentales del proceso evaluativo: qué, cómo, cuándo y quién evalúa. Este enfoque multidimensional garantiza una valoración completa y objetiva del desarrollo competencial del alumnado, proporcionando información valiosa tanto para el estudiante como para el docente en la mejora continua del proceso de enseñanza-aprendizaje.

### 3.11. MATERIALES Y RECURSOS DE DESARROLLO CURRICULAR

Los materiales y recursos de desarrollo curricular se organizan en las siguientes categorías:

1. **Impresos:** Se utilizan fotocopias y artículos de economía y empresa como material de apoyo para reforzar los contenidos teóricos del curso.
2. **Digitales e informáticos:** Se emplean presentaciones digitales, prensa digital, Microsoft Teams, OneDrive y diversas páginas web relevantes, con el objetivo de facilitar el acceso a información actualizada y promover la interacción en línea entre estudiantes y docentes.
3. **Medios audiovisuales y multimedia:** Se integran presentaciones audiovisuales, así como el uso de películas, vídeos o servicios de streaming audiovisual, para ilustrar conceptos clave y fomentar el aprendizaje visual y auditivo.
4. **Manipulativos:** Se utilizan juegos de repaso que permiten consolidar el conocimiento de manera lúdica y activa.

Además de estos materiales y recursos, también están a disposición los propios del centro, los cuales han sido mencionados anteriormente. Estos recursos adicionales complementan la variedad de herramientas disponibles para garantizar una enseñanza integral y adaptada a las necesidades del alumnado.

### 3.12. CONCRECIÓN DE PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL CENTRO VINCULADOS CON EL DESARROLLO DEL CURRÍCULO DE LA MATERIA

Los centros tienen la obligación de incorporar a sus proyectos educativos una serie de planes, programas y proyectos sobre cuestiones específicas, entre ellos el Plan de Lectura y el Plan de Digitalización o Plan TIC. A continuación, se concreta la implicación en estos planes.

#### *Plan de Lectura*

En esta materia, se fomenta la **lectura de distintos contenidos de carácter económico**, lo cual permite a los estudiantes desarrollar habilidades de comprensión lectora y análisis crítico de textos especializados. Algunos ejemplos incluyen la lectura de artículos sobre la actualidad económica, informes financieros o fragmentos de libros de autores reconocidos en el ámbito económico. Este plan se trabaja en todas las unidades didácticas garantizando la exposición constante a textos que profundicen en los temas abordados en clase.

### *Plan TIC*

Se incentiva la **elaboración de contenidos digitales de carácter económico**, utilizando herramientas tecnológicas para desarrollar competencias digitales aplicadas al campo de la economía. Por ejemplo, los estudiantes pueden crear presentaciones en Microsoft PowerPoint o Prezi sobre tendencias económicas, infografías con herramientas como Canva para explicar conceptos clave o documentos colaborativos en Microsoft Teams o Google Docs que analicen estudios de casos económicos. Además, Microsoft Teams también se utiliza para la gestión cotidiana de la asignatura, sirviendo como plataforma para avisos, entrega de tareas, discusiones de grupo o cualquier tipo de comunicación entre el alumnado y el docente. Este plan también se implementa en todas las unidades didácticas integrando el uso de las TIC de manera continua en el proceso educativo.

### **3.13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

Las actividades complementarias y extraescolares constituyen un elemento enriquecedor del proceso educativo que permite conectar los contenidos curriculares con la realidad económica y social del entorno. Estas actividades, integradas de manera coherente con los objetivos didácticos de la materia, favorecen el desarrollo de competencias específicas mediante experiencias de aprendizaje significativas y contextualizadas.

Para el presente curso académico, se ha planificado una actividad complementaria que, aunque única, resulta especialmente relevante por su capacidad para vincular directamente los contenidos teóricos con la realidad institucional. La limitación a una sola actividad responde a las restricciones organizativas del centro y a la necesidad de coordinación con organismos externos, si bien se busca maximizar su impacto educativo.

#### *Charla: "El sistema tributario y la ciudadanía responsable"*

Esta actividad consiste en una **charla informativa** impartida por un representante de la Agencia Tributaria, quien explicará al alumnado la importancia de pagar impuestos y el destino que se da al dinero recaudado por las administraciones públicas. La exposición abordará de manera accesible los aspectos fundamentales del sistema tributario español, haciendo énfasis en la función social de los impuestos y su papel en el mantenimiento de los servicios públicos esenciales como sanidad, educación e infraestructuras.

Esta actividad tiene como objetivo principal fomentar la cultura tributaria entre el alumnado, conectando los contenidos teóricos sobre política fiscal con la realidad práctica del funcionamiento institucional. Metodológicamente, se desarrollará mediante una exposición participativa que permitirá al alumnado interactuar directamente con el especialista, planteando dudas y estableciendo conexiones entre la teoría económica y su aplicación real. La actividad contribuye directamente al desarrollo de las competencias específicas de la materia, especialmente aquellas relacionadas con la comprensión del papel del sector público en la economía y el desarrollo del pensamiento crítico y la ciudadanía responsable.

### 3.14. ATENCIÓN A LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES DEL ALUMNADO

El sistema educativo reconoce que cada estudiante presenta características únicas en términos de capacidades, ritmos, estilos de aprendizaje, motivaciones, intereses y contextos socioculturales. Esta diversidad convierte las aulas en espacios heterogéneos donde todos los estudiantes, independientemente de sus particularidades, tienen derecho a recibir una educación inclusiva y de calidad adaptada a sus necesidades específicas.

La normativa establece que se deben implementar medidas orientadas a responder a las necesidades concretas del alumnado, con el objetivo de desarrollar al máximo su potencial y permitirles alcanzar los objetivos establecidos para la etapa. A tal fin, se emplearán las pautas del Diseño Universal de Aprendizaje (DUA), que proporcionan múltiples formas de representación, acción y expresión, e implicación, garantizando así una experiencia educativa accesible y equitativa para todos los estudiantes.

**Tabla 3.** Pautas de Diseño Universal de Aprendizaje

<b>Formas de representación</b>	<b>Formas de acción y expresión</b>	<b>Formas de implicación</b>
<p><i>Pauta 1: Proporcionar diferentes opciones para la percepción</i></p> <p><i>Pauta 2: Proporcionar múltiples opciones para el lenguaje, las expresiones matemáticas y los símbolos</i></p> <p><i>Pauta 3: Proporcionar opciones para la comprensión</i></p>	<p><i>Pauta 4: Proporcionar opciones para la interacción física</i></p> <p><i>Pauta 5: Proporcionar opciones para la expresión y la comunicación</i></p> <p><i>Pauta 6: Proporcionar opciones para las funciones ejecutivas</i></p>	<p><i>Pauta 7: Proporcionar opciones para captar el interés</i></p> <p><i>Pauta 8: Proporcionar opciones para mantener el esfuerzo y la persistencia</i></p> <p><i>Pauta 9: Proporcionar opciones para la autorregulación</i></p>

### **3.15. PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y LA PRÁCTICA DOCENTE**

La Orden EFP/755/2022, de 31 de julio, por la que se establece el currículo y se regula la ordenación del Bachillerato en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación y Formación Profesional, en su artículo 23, indica que las programaciones didácticas incluirán el procedimiento de evaluación de la programación didáctica, del proceso de enseñanza y de la práctica docente.

La evaluación de la programación didáctica constituye un elemento fundamental para garantizar la calidad del proceso educativo y la mejora continua de la práctica docente. Este procedimiento evaluativo no solo permite valorar la eficacia de las decisiones pedagógicas adoptadas, sino que también proporciona información valiosa para la toma de decisiones futuras y la optimización de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

El procedimiento de evaluación de la presente programación didáctica se articula en torno a cuatro dimensiones fundamentales que, al igual que en la evaluación del alumnado, responden a las cuestiones esenciales del proceso evaluativo y garantizan la coherencia metodológica del sistema de valoración empleado:

**¿Qué evaluar?** Los indicadores de logro establecidos permitirán valorar aspectos cruciales como la flexibilidad de las clases para adaptarse a las necesidades del alumnado, la claridad de los criterios de evaluación, la adecuada planificación de las actividades, la variedad metodológica empleada, la distribución temporal, el ambiente de clase generado y los procedimientos de recuperación implementados.

**¿Cómo evaluar?** Se empleará como instrumento principal un cuestionario estructurado dirigido al alumnado, que constituye una fuente de información directa y valiosa sobre la percepción estudiantil del proceso educativo desarrollado.

**¿Cuándo evaluar?** La evaluación se realizará al final del curso académico, momento que permite una valoración global e integral de todo el proceso educativo desarrollado a lo largo del año.

**¿Quién evalúa?** El proceso será llevado a cabo por el profesor responsable de la materia, quien analizará las respuestas del alumnado y realizará una reflexión crítica sobre su propia práctica docente.

La Tabla 4 recoge los indicadores de logro que servirán como referencia para valorar la práctica docente, mientras que en el Anexo II se puede consultar el cuestionario que se administrará al alumnado. Este instrumento, estructurado mediante

una escala de valoración del 1 al 5, permitirá obtener información cuantitativa y cualitativa sobre diferentes aspectos del desarrollo curricular, facilitando la identificación de fortalezas y áreas de mejora en la implementación de la programación.

**Tabla 4.** *Evaluación de la programación didáctica*

<b>Indicadores de logro</b>	<b>Valoración del 1 al 5</b>
<i>La programación ha facilitado la flexibilidad de las clases para ajustarse a las necesidades e intereses de los alumnos</i>	
<i>Los criterios de evaluación y calificación han sido claros y conocidos de los alumnos y han permitido hacer un seguimiento del progreso de los alumnos</i>	
<i>Antes de iniciar una actividad se ha expuesto y justificado el plan de trabajo y han sido informados los alumnos sobre los criterios de evaluación</i>	
<i>Se ha ofrecido a los alumnos un mapa conceptual de la unidad didáctica para que estén orientados en el proceso de aprendizaje</i>	
<i>Las actividades propuestas han sido variadas en su tipología y tipo de agrupamiento y han favorecido la adquisición de competencias clave</i>	
<i>La distribución del tiempo en el aula es adecuada</i>	
<i>El ambiente de la clase ha sido adecuado y productivo</i>	
<i>Se han proporcionado actividades y procedimientos para recuperar la materia</i>	

Las conclusiones derivadas de este proceso evaluativo se incorporarán a la memoria final de curso y servirán como base para la revisión y mejora de la programación didáctica y práctica docente del siguiente curso académico, garantizando así un proceso de mejora continua en la calidad educativa ofrecida.

## **4. UNIDAD DIDÁCTICA. TIPOS DE MERCADO**

La unidad didáctica "Tipos de mercado" permite comprender cómo la organización del mercado influye directamente en la competencia, en la fijación de precios y en la distribución de recursos, conceptos esenciales para interpretar el comportamiento económico. Además, estudiar las diferentes estructuras de mercado es crucial para que los estudiantes puedan identificar las ineficiencias que surgen en ciertos tipos de mercado, lo que tiene importantes implicaciones en el análisis económico y social, y en la toma de decisiones empresariales.

Al estudiar el mercado de una manera más detallada y realista, los estudiantes desarrollan una comprensión más profunda de cómo funcionan los mercados en la práctica. Esto les permite aplicar sus conocimientos de manera más efectiva en el mundo real, tanto en el análisis de empresas y sectores como en la toma de decisiones económicas. Al tener una visión crítica sobre las ineficiencias y el papel de la intervención estatal, estarán mejor preparados para enfrentar y resolver problemas económicos en contextos de política pública. Además, les capacita como ciudadanos responsables que comprenden los mecanismos que impactan en la economía y en la sociedad, permitiéndoles tomar decisiones más informadas y contribuir activamente al bienestar común.

La unidad didáctica 5, "Tipos de Mercado", se sitúa en un punto clave del curso. En la unidad didáctica 4, "El Mercado", los estudiantes han adquirido una base sólida sobre los fundamentos del mercado, entendiendo los conceptos de oferta, demanda y el equilibrio de mercado, así como el papel de los agentes económicos (empresas y consumidores). También se han familiarizado con el funcionamiento del mercado en términos generales, centrándose en cómo los precios y la cantidad de bienes se determinan en un entorno competitivo.

La unidad didáctica 5 amplía este conocimiento al analizar las diferentes estructuras de mercado que existen en la economía, como la competencia perfecta, el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística. Cada una de estas estructuras tiene características particulares que influyen en la manera en que las empresas fijan precios y deciden las cantidades a producir, y en cómo se distribuye el bienestar entre los distintos agentes económicos. Además, sirve de puente hacia la unidad didáctica 6, "Fallos de Mercado", ya que se estudiarán las ineficiencias que pueden surgir en algunos tipos de mercado, como los monopolios y los oligopolios, y se introducirá la intervención estatal como una herramienta para corregir dichas ineficiencias.

Aunque en esta unidad didáctica se estudiarán los fallos relacionados con las estructuras de mercado, en la unidad didáctica 6 se tratarán otros fallos más complejos, como el monopolio natural, que no será abordado en detalle en esta unidad, así como otros tipos de ineficiencias y problemas que los mercados no pueden resolver por sí mismos, como la existencia de externalidades, bienes públicos y la información asimétrica. De esta forma, la unidad didáctica 5 ofrece una base fundamental para que los estudiantes comprendan cómo los mercados pueden fallar y por qué, en muchos casos, se considera necesaria la intervención del Estado para garantizar una mayor eficiencia y equidad económica.

#### **4.1. FUNDAMENTACIÓN CURRICULAR**

Esta unidad contribuye significativamente al desarrollo de las competencias específicas de la materia Economía, en particular aquellas relacionadas con el reconocimiento y comprensión del funcionamiento del mercado (CE2) y el análisis de problemas económicos actuales (CE6). A través del estudio de las diferentes estructuras de mercado, el alumnado podrá analizar críticamente el impacto que estas tienen en la formación de precios, la eficiencia económica y el bienestar social, lo que conecta directamente con los objetivos de la etapa relacionados con el desarrollo del pensamiento crítico, la comprensión del mundo contemporáneo y el afianzamiento del espíritu emprendedor.

En la Tabla 5, se detallan los objetivos de etapa a los que se contribuye, los descriptores operativos que se desarrollan, las competencias específicas que se trabajan, así como los criterios de evaluación e indicadores de logro que se utilizarán para valorar el aprendizaje del alumnado, todo ello vinculado con los contenidos específicos de la materia y los contenidos transversales que es necesario movilizar para un aprendizaje significativo y competencial (Tabla 6).

Dada la vinculación entre los descriptores operativos y las competencias específicas y, por tanto, también de los criterios de evaluación, es posible evaluar el grado de desarrollo de las competencias clave a partir de estos últimos. En la Tabla 7 se presentan los descriptores operativos de esta unidad, su descripción puede consultarse en el Anexo I.

**Tabla 5. Fundamentación curricular I. Objetivos de etapa, competencias específicas, criterios de evaluación e indicadores de logro.**

<b>Competencias Específicas</b>	<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Indicadores de logro</b>	<b>Objetivos de etapa</b>
CE2	2.1	2.1.1 Identifica los tipos de competencia imperfecta y explica cómo afectan a la eficiencia económica y la distribución de recursos.	A, D, E, G, H.
		2.1.2 Relaciona las características de los mercados con competencia imperfecta con la necesidad de intervención estatal o regulatoria para corregir ineficiencias.	
	2.2	2.2.1 Distingue entre los distintos tipos de mercado identificando sus características clave.	D, E, G, H.
		2.2.2 Explica cómo la interacción entre oferta, demanda y precios varía según el tipo de mercado.	
		2.2.3 Reflexiona sobre la importancia de los mercados competitivos como motores de eficiencia y bienestar económico.	
	2.3	2.3.1 Evalúa las consecuencias de la competencia imperfecta sobre el bienestar social.	D, E, G, H.
2.3.2 Propone soluciones para mitigar las ineficiencias de la competencia imperfecta, evaluando el papel de la regulación y la intervención del Estado.			
CE6	6.1	6.1.1 Investiga la realidad económica y selecciona los elementos relevantes, aplicando herramientas propias de la economía para construir un discurso claro y fundamentado que comunique efectivamente los conceptos económicos.	B, E, G, H, K.
		6.2.2 Utiliza el vídeo como una solución socioeconómica aplicada, divulgando de forma accesible y creativa conceptos económicos relevantes para la comunidad educativa, contribuyendo a la comprensión colectiva de temas económicos clave y respondiendo a una necesidad educativa real.	

**Tabla 6. Fundamentación curricular II. Contenidos específicos y transversales**

<b>Contenidos de la materia</b>
<p><b>1. Características de las estructuras de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. El número de vendedores</li> <li>1.2. La diferenciación de productos</li> <li>1.3. Barreras de entrada y salida</li> <li>1.4. La información</li> </ul> <p><b>2. Competencia perfecta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Definición y características de la competencia perfecta                             <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.1. Muchos vendedores y compradores</li> <li>2.1.2. Homogeneidad de productos</li> <li>2.1.3. Libre entrada y salida del mercado</li> <li>2.1.4. Información perfecta para todos los agentes</li> </ul> </li> <li>2.2. Funcionamiento de la competencia perfecta</li> </ul> <p><b>3. El monopolio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Definición y características de un mercado monopolístico                             <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.1. Único vendedor en el mercado</li> <li>3.1.2. Barreras de entrada</li> <li>3.1.3. Ausencia de sustitutos cercanos</li> <li>3.1.4. Información imperfecta</li> </ul> </li> <li>3.2. Funcionamiento de un monopolio</li> <li>3.3. Regulación de monopolios                             <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1. Fomento de la competencia mediante leyes antimonopolio</li> <li>3.3.2. Regulación de precios en monopolios naturales</li> <li>3.3.3. Propiedad y gestión estatal</li> </ul> </li> </ul> <p><b>4. La competencia monopolística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Definición y características principales                             <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1.1. Gran número de empresas en el mercado</li> <li>4.1.2. Diferenciación de productos y poder de mercado limitado</li> </ul> </li> <li>4.2. Funcionamiento del mercado de competencia monopolística                             <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. Diferenciación e innovación</li> </ul> </li> </ul> <p><b>5. El oligopolio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Definición y características de los mercados oligopolísticos                             <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.1. Pequeño número de grandes empresas dominantes</li> <li>5.1.2. Interdependencia estratégica entre empresas</li> <li>5.1.3. Barreras de entrada significativas</li> </ul> </li> <li>5.2. Funcionamiento del oligopolio: cooperación o competencia</li> </ul>
<b>Contenidos transversales</b>
<p><b>CT1 (Plan TIC)</b>  <b>CT3</b>  <b>CT4 (Plan de Lectura)</b>  <b>CT5</b></p>

**Tabla 7. Descriptores operativos**

<b>Descriptores operativos</b>	<b>Criterios de Evaluación vinculados</b>
STEM2	2.1, 2.2, 2.3, 6.1
CC3	2.1, 2.2, 2.3, 6.1
CPSAA4	2.1, 2.2, 2.3
CE1	2.1, 2.3, 6.1
CCL2	2.1, 2.3
CCL3	2.3, 6.1
CE2	2.2, 6.1
CCL5	6.1
STEM1	2.2
STEM5	6.1
CPSAA5	6.1
CD1	6.1
CC4	6.1

Las competencias clave que se van a desarrollar son las siguientes:

***Competencia en comunicación lingüística***

A lo largo de la unidad, la competencia en comunicación lingüística se desarrolla principalmente a través de actividades que implican la comprensión, el análisis crítico y la exposición de contenidos, por ejemplo, la lectura de noticias. El producto final de la unidad, un vídeo en formato píldora, requiere que el alumnado sintetice información económica de manera clara y estructurada. Esta competencia se ve reforzada en actividades de discusión y análisis como la rutina de pensamiento "1-2-3 Puente" que se llevará a cabo en la sesión 1, donde el alumnado construye argumentos y reflexiona de manera colaborativa.

***Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería***

Esta competencia se trabaja mediante el análisis de conceptos económicos cuantificables, como las estructuras de mercado, y con el uso de herramientas

estadísticas para interpretar fenómenos económicos. La exposición teórica sobre el monopolio y la competencia perfecta introduce al alumnado en el análisis de los gráficos y magnitudes económicas relacionadas con estos modelos, mientras que, por ejemplo, el estudio de caso sobre la liberalización del transporte ferroviario desarrollado en la sesión 3 permite aplicar el pensamiento científico para analizar un fenómeno real, formulando hipótesis y evaluando su impacto en el mercado. Estas actividades fomentan el desarrollo de un pensamiento crítico basado en datos.

#### *Competencia digital*

La competencia digital se promueve a lo largo de toda la unidad mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación para investigar y presentar información económica. El producto final, un vídeo educativo, no solo exige competencias tecnológicas para su producción, sino también la capacidad de buscar, seleccionar y utilizar información digital relevante de manera ética y segura. Además, la búsqueda y lectura de noticias económicas fomenta el uso crítico de los motores de búsqueda y la evaluación de la calidad y fiabilidad de las fuentes de información, aspectos fundamentales en esta competencia.

#### *Competencia personal, social y aprender a aprender*

Esta competencia se ve reflejada en el diseño de actividades que promueven el aprendizaje autorregulado y colaborativo. La planificación del producto final y la reflexión constante sobre los conceptos económicos que se tratan en la unidad ayudan al alumnado a desarrollar su capacidad de aprender a aprender de manera autónoma y crítica. Además, al abordar temas como el oligopolio eléctrico y otros problemas sociales y económicos, se fomenta la comprensión de los grandes desafíos de la sociedad contemporánea, promoviendo una conciencia crítica y responsable.

#### *Competencia ciudadana*

El enfoque de esta unidad permite al alumnado desarrollar un juicio crítico respecto a las relaciones entre la economía y los problemas sociales y ambientales. La competencia ciudadana se trabaja a través del análisis crítico de los aspectos éticos vinculados a las estructuras de mercado y la competencia. En actividades como el estudio de casos o las rutinas de pensamiento se invita al alumnado a reflexionar sobre cómo los diferentes tipos de mercado, como el monopolio o el oligopolio, influyen en la sociedad y afectan el bienestar de los consumidores.

El producto final, un vídeo educativo sobre la importancia de la competencia en los mercados, también favorece el desarrollo de la competencia ciudadana al requerir

que los estudiantes analicen y comuniquen de manera crítica y ética los impactos de las estructuras de mercado en la sociedad. Al divulgar su trabajo a la comunidad educativa, promueven una mayor conciencia sobre la responsabilidad social y el papel de la competencia en el bienestar colectivo.

#### *Competencia emprendedora*

El espíritu emprendedor se desarrolla en actividades que requieren identificar oportunidades y generar soluciones innovadoras. La creación del producto final, un vídeo educativo, implica la toma de decisiones, la planificación y la gestión de un proyecto que aborda la importancia de la competencia en los mercados, aplicando conocimientos técnicos específicos. A lo largo de la unidad, se promueve también la reflexión sobre los modelos de mercado y su relación con el emprendimiento y la innovación, estimulando el pensamiento creativo y la capacidad de resolver problemas de forma eficaz y sostenible.

En resumen, el diseño de esta unidad didáctica facilita el desarrollo integral de las competencias clave señaladas a través de actividades diseñadas para conectar los conocimientos económicos con la realidad social y profesional, utilizando metodologías activas, el aprendizaje colaborativo y el uso de tecnologías digitales, como se señala a continuación.

#### **4.2. METODOLOGÍA**

Partiendo de lo establecido en la programación didáctica, esta unidad se fundamenta en una metodología dinámica que combina estrategias expositivas con métodos de indagación activa y reflexión grupal, alineándose con un enfoque educativo centrado en el alumno. Esta metodología está pensada para facilitar el aprendizaje significativo, permitiendo a los estudiantes conectar conceptos teóricos con la realidad económica que les rodea.

La estrategia expositiva se emplea al inicio de cada sesión para introducir conceptos clave y establecer una base teórica sólida, mientras que las estrategias de indagación y discusión grupal se aplican para profundizar y consolidar dichos conocimientos. La alternancia entre estos métodos favorece que el estudiante no solo adquiera información, sino que la cuestione, la replantee y la aplique a contextos concretos.

El uso de recursos audiovisuales, acompañado de discusiones y rutinas de pensamiento, permite a los estudiantes visualizar cómo funcionan conceptos económicos, reflexionar sobre sus impactos en el mercado y conectar la teoría con

aspectos reales de la economía. Estas actividades promueven el pensamiento crítico, la discusión fundamentada y la expresión de opiniones informadas.

Además, se emplean metodologías activas como el estudio de casos que permiten a los alumnos ponerse en el lugar de los actores económicos, favoreciendo un aprendizaje experiencial y práctico. Por ejemplo, se invita a los estudiantes a evaluar situaciones específicas del mercado —como el comportamiento de monopolios o la competencia perfecta— y a proponer soluciones desde una perspectiva regulatoria o empresarial. Esto se vincula directamente con el Plan de Lectura, ya que los estudiantes analizan noticias y textos especializados relacionados con los casos estudiados. Estas lecturas no solo aportan contexto real a los conceptos abordados en clase, sino que también desarrollan la comprensión crítica y la capacidad de extraer información relevante de fuentes económicas actuales.

El enfoque metodológico también enfatiza el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para la indagación, el análisis y el trabajo colaborativo, alineándose plenamente con los objetivos del Plan TIC del centro. Los estudiantes utilizarán herramientas digitales no solo para buscar y gestionar información relevante, sino también para desarrollar y presentar sus conclusiones de manera creativa e innovadora. Un ejemplo destacado de esta integración es la elaboración del vídeo final, en el que los alumnos divulgarán, de forma accesible, la importancia de los distintos tipos de mercado y sus implicaciones en la sociedad. Este uso de las TIC no solo facilita el acceso a fuentes actualizadas y fomenta la creatividad, sino que también desarrolla competencias digitales esenciales para el siglo XXI, como la comunicación efectiva, la colaboración en entornos virtuales y la alfabetización digital avanzada.

El aula se organizará de manera flexible para facilitar tanto la exposición de contenidos teóricos como el trabajo en grupo y la realización de actividades prácticas. Durante las sesiones de análisis y reflexión, se favorecerá la disposición del aula en círculos o pequeños grupos que fomenten la discusión abierta y la colaboración. Para las actividades que lo requieran, se utilizará el aula de informática, que proporcionará a los estudiantes acceso a los recursos tecnológicos necesarios.

En resumen, la metodología de esta unidad didáctica combina enfoques tradicionales y activos para garantizar un aprendizaje profundo y significativo. La integración de estrategias expositivas, indagación activa, análisis de casos y recursos digitales no solo facilita la comprensión teórica de los mercados, sino que también fomenta habilidades prácticas y críticas imprescindibles en el ámbito económico,

siguiendo así las orientaciones metodológicas de la materia. Este enfoque holístico prepara a los estudiantes para analizar y resolver problemas reales, conectando el aula con el mundo y equipándolos con herramientas para enfrentar los desafíos de una economía en constante transformación.

#### **4.3. MATERIALES Y RECURSOS.**

Los materiales y recursos de desarrollo curricular se organizan en las siguientes categorías:

1. **Impresos:** Se utilizan fotocopias de noticias económicas y artículos especializados como material de apoyo en las actividades 5 y 6, proporcionando a los estudiantes acceso a información actualizada y casos reales para el análisis de las estructuras de mercado.
2. **Digitales e informáticos:** Microsoft Teams constituye la plataforma principal para la comunicación, el envío de materiales y la gestión de recursos digitales. Las exposiciones teóricas se apoyan en presentaciones digitales que facilitan la comprensión de los conceptos. La actividad 2 integra la plataforma Kahoot junto con dispositivos móviles del alumnado para la gamificación del aprendizaje. Las actividades 4 y el desarrollo del producto final se realizan en el aula de informática, empleando ordenadores con acceso a internet y sitios web relevantes para la investigación. Para la creación de la píldora educativa se utiliza software de edición de vídeo.
3. **Medios audiovisuales y multimedia:** Se incorporan vídeos como elemento motivador y contextualizador en las actividades 1 y 4, sirviendo como punto de partida para la reflexión y el análisis posterior.
4. **Manipulativos:** En esta unidad no se emplean recursos manipulativos.

#### **4.4. EVALUACIÓN**

La evaluación diseñada para esta unidad didáctica responde a un enfoque pedagógico integral y alineado con los principios de la LOMLOE, asegurando que cada estudiante no solo adquiera conocimientos fundamentales, sino que también desarrolle competencias clave necesarias para afrontar los desafíos del siglo XXI. Este enfoque permite valorar el aprendizaje desde una perspectiva procesual y finalista, destacando tanto el desarrollo continuo como la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos.

El diseño se fundamenta en tres pilares: continuidad, para garantizar el seguimiento y ajuste del proceso de enseñanza-aprendizaje; diferenciación, para

atender las necesidades individuales y grupales del alumnado; y formatividad, para ofrecer retroalimentación constante y promover la autorregulación del aprendizaje. Al emplear momentos específicos de evaluación (inicial, continua y sumativa), se asegura una visión completa y dinámica del progreso y los logros de los estudiantes.

#### *Evaluación inicial (diagnóstica)*

Al comienzo de la unidad, se visualizará un vídeo y se emplearán preguntas abiertas y actividades introductorias para identificar los conocimientos previos del alumnado relativos a la nueva unidad. Esta evaluación permitirá ajustar las estrategias pedagógicas y focalizar las áreas de mayor necesidad.

#### *Evaluación continua (formativa)*

Durante el desarrollo de las sesiones, se aplicarán técnicas de observación y análisis del desempeño para monitorizar el progreso de los estudiantes. El docente usará instrumentos como listas de cotejo para registrar la participación en actividades grupales y el desarrollo de tareas individuales. Estas herramientas permiten identificar logros parciales y dificultades, favoreciendo una retroalimentación constante.

#### *Evaluación final (sumativa)*

La evaluación sumativa se centrará en medir la consecución de los objetivos de aprendizaje mediante el análisis del producto final (la píldora educativa) y la realización de una prueba final. Esta etapa combinará técnicas de análisis del rendimiento, como pruebas escritas y rúbricas, para valorar tanto el resultado como la profundidad de los aprendizajes.

La evaluación inicial permite al docente adaptar las estrategias pedagógicas mediante la identificación de los conocimientos previos y las áreas de mejora, asegurando que cada alumno inicie el aprendizaje desde una base sólida. Durante la evaluación continua, se emplean técnicas de observación y análisis del desempeño que fomentan el seguimiento sistemático y la retroalimentación inmediata, elementos esenciales para un aprendizaje activo y reflexivo. Finalmente, la evaluación sumativa combina la valoración del rendimiento individual y grupal mediante instrumentos como el cuaderno del alumno, pruebas escritas y el análisis del producto final (la píldora educativa). Este último no solo mide conocimientos, sino que también evidencia habilidades como la comunicación, la creatividad y la capacidad de aplicar conceptos económicos en contextos reales.

En la evaluación de esta unidad didáctica se emplean diferentes técnicas e instrumentos, todos ellos recogidos en el Anexo II.

### *Observación*

En el desarrollo de las actividades, se utilizarán **guías de observación o listas de cotejo** para registrar observaciones sobre el proceso de participación y realización por parte del alumnado. Estas listas permiten identificar incumplimientos en aspectos clave, como completar las tareas asignadas, seguir instrucciones, respetar turnos de palabra o mantener una actitud activa. Aunque las listas de cotejo no forman parte directa de la calificación, se ha establecido un sistema progresivo de penalización: los estudiantes que acumulen más de 5 puntos de incumplimientos podrán ver reflejadas dichas infracciones en su nota final, con una penalización máxima de 1 punto al superar los 30 puntos acumulados. Este enfoque fomenta el cumplimiento de normas básicas de trabajo y el compromiso en el aula, alineándose con el modelo de evaluación formativa y continua.

### *Análisis del desempeño*

El **cuaderno del alumno** recopilará las actividades realizadas a lo largo de la unidad. Este instrumento permitirá observar la evolución individual y grupal en el manejo de conceptos económicos, conectando teoría y práctica, y será evaluado a través de una **rúbrica**.

### *Análisis del rendimiento*

El producto final será evaluado mediante una **rúbrica** que considerará aspectos como la claridad del mensaje, la creatividad, la fundamentación teórica y la relevancia del contenido para la comunidad educativa. De igual forma, los alumnos evaluarán el trabajo en grupo de sus compañeros, fomentando la reflexión crítica y el aprendizaje colaborativo, también a través de una **rúbrica de coevaluación**.

Para finalizar, se realizará una **prueba escrita** que incluirá preguntas abiertas y cerradas para valorar la comprensión y análisis de los tipos de mercado, así como la capacidad de reflexionar sobre el papel de la regulación estatal.

La diversidad de técnicas e instrumentos seleccionados asegura una evaluación equitativa, integradora y centrada en el desarrollo competencial. Por ejemplo, las listas de cotejo permiten observar cómo los alumnos interactúan y aplican los conocimientos en actividades colaborativas, mientras que las rúbricas del producto final y la coevaluación fortalecen el aprendizaje crítico y la responsabilidad compartida.

La Tabla 8 muestra la relación entre indicadores de logro, instrumentos de evaluación y agentes evaluadores.

**Tabla 8.** *Indicadores de logro, instrumentos de evaluación y agentes evaluadores.*

<b>Indicador de logro</b>	<b>Peso</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Agente</b>
2.1.1 Identifica los tipos de competencia imperfecta y explica cómo afectan a la eficiencia económica y la distribución de recursos.	0,1	Examen	Heteroevaluación
2.1.2 Relaciona las características de los mercados con competencia imperfecta con la necesidad de intervención estatal o regulatoria para corregir ineficiencias.	0,1	Cuaderno	Heteroevaluación
2.2.1 Distingue entre los distintos tipos de mercado identificando sus características clave.	0,1	Examen	Heteroevaluación
2.2.2 Explica cómo la interacción entre oferta, demanda y precios varía según el tipo de mercado.	0,1	Examen	Heteroevaluación
2.2.3 Reflexiona sobre la importancia de los mercados competitivos como motores de eficiencia y bienestar económico.	0,1	Cuaderno	Heteroevaluación
2.3.1 Evalúa las consecuencias de la competencia imperfecta sobre el bienestar social.	0,1	Cuaderno	Heteroevaluación
2.3.2 Propone soluciones para mitigar las ineficiencias de la competencia imperfecta, evaluando el papel de la regulación y la intervención del Estado.	0,1	Examen	Heteroevaluación
6.1.1 Investiga la realidad económica y selecciona los elementos relevantes, aplicando herramientas propias de la economía para construir un discurso claro y fundamentado que comunique efectivamente los conceptos económicos.	0.15	Rúbrica	Heteroevaluación
6.2.2 Utiliza el vídeo como una solución socioeconómica aplicada, divulgando de forma accesible y creativa conceptos económicos relevantes para la comunidad educativa, contribuyendo a la comprensión colectiva de temas económicos clave y respondiendo a una necesidad educativa real.	0.15	Rúbrica	Coevaluación

En virtud del peso de cada indicador de logro, la importancia relativa de cada instrumento es la siguiente:

- Examen: 40%
- Cuaderno: 30%
- Rubrica: 30%

Este enfoque evaluativo fomenta la metacognición y el compromiso activo del alumnado, elementos esenciales para su desarrollo integral. La integración de instrumentos que permiten analizar procesos y resultados asegura que la evaluación no solo certifique el aprendizaje alcanzado, sino que también contribuya a la mejora continua del proceso educativo. En este sentido, la evaluación trasciende su función tradicional para convertirse en un motor de aprendizaje, alineado con la perspectiva competencial y transformadora que promueve la LOMLOE.

#### **4.5. TEMPORALIZACIÓN. SITUACIÓN DE APRENDIZAJE, ACTIVIDADES Y TAREAS**

El diseño de la situación de aprendizaje y las actividades de esta unidad didáctica se fundamenta sólidamente en los principios metodológicos articulados por la LOMLOE. Las actividades propuestas integran estrategias metodológicas activas y participativas, lo cual se alinea con la necesidad de combinar enfoques expositivos con técnicas de indagación personal y grupal, tal como se recomienda en las orientaciones metodológicas para la materia de Economía.

La unidad didáctica incorpora una variedad de métodos que fomentan el desarrollo integral de las competencias específicas y clave. Entre ellos, el aprendizaje cooperativo, las rutinas de pensamiento destacan por enseñar al alumnado a reflexionar de manera crítica y el estudio de casos contribuye no solo al desarrollo del Plan de Lectura, sino también a la conexión entre teoría y práctica, clave en el enfoque competencial que establece la LOMLOE.

Además, la integración de las TIC, como en la elaboración de la píldora educativa o el uso de plataformas interactivas en dinámicas de juegos, responde al mandato legal de incorporar herramientas digitales en el aula para potenciar la alfabetización tecnológica del alumnado. Esta práctica no solo estimula la creatividad, sino que también prepara a los estudiantes para responder a las demandas de un entorno socioeconómico en constante evolución.

El diseño también contempla una organización flexible de los espacios de aprendizaje, favoreciendo la alternancia entre trabajo individual, en parejas y en grupo. Esto se traduce en la promoción de habilidades sociales, autonomía y cooperación, tal como establece la metodología recomendada para esta asignatura. Por otro lado, la sencillez y accesibilidad de los recursos utilizados (papel, bolígrafos, dispositivos móviles y software básico) aseguran que las actividades sean viables desde el punto de vista material, a la vez que mantienen su potencial didáctico.

Cabe destacar que estas actividades integran recursos variados como vídeos, discusiones y análisis de casos reales, lo que fomenta la motivación y el interés del alumnado al conectar los aprendizajes con su entorno cotidiano. La prensa, los medios audiovisuales y las dinámicas interactivas son herramientas recomendadas en la metodología para Economía y se han incorporado aquí para enriquecer la experiencia educativa.

En suma, las actividades de esta unidad no solo reflejan los principios metodológicos que subyacen a la LOMLOE, sino que también ponen en práctica una pedagogía inclusiva, activa y adaptada a las necesidades del alumnado del siglo XXI.

**Tabla 9.** *Situación de aprendizaje: ¿Por qué importa la competencia?*

Título
<i>¿Por qué importa la competencia?</i>
Descripción
Esta situación de aprendizaje aborda el análisis de las estructuras de mercado y su impacto en la competencia, precios y distribución de recursos. Los estudiantes comprenden las ineficiencias del mercado y la justificación de la intervención estatal, desarrollando pensamiento crítico sobre el funcionamiento económico real. Mediante metodologías activas y la creación de un producto audiovisual, se fomenta la capacidad de análisis económico y la formación de ciudadanos responsables capaces de tomar decisiones informadas y promover la conciencia social sobre cuestiones económicas.
Objetivos de etapa
A, B, D, E, G, H, K.
Competencias específicas
CE2, CE6.
Descriptor Operativos
STEM1, STEM2, STEM5, CCL2, CCL3, CCL5, CC3, CC4, CPSAA4, CPSAA5, CE1, CE2, CD1.

Indicadores de logro					
2.1.1, 2.1.2, 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3, 2.3.1, 2.3.2, 6.1.1, 6.1.2.					
Elementos transversales					
CT1, CT3, CT4, CT5.					
Evaluación					
Examen, cuaderno y producto final.					
Actividades	Método	Espacio	Agrupación	Tiempo	Materiales
<b>Actividad 1</b> "1-2-3 Puente" <i>Sesión 1</i>	Rutina de pensamiento	Aula	Individual y grupal	20 minutos	Papel y bolígrafo Vídeo
<b>Actividad 2</b> Verdadero o Falso <i>Sesión 2</i>	Juegos TIC	Aula	Individual	10 minutos	Móvil
<b>Actividad 3</b> Identificar mercados competitivos <i>Sesión 2</i>	Aprendizaje cooperativo	Aula	Parejas	10 minutos	Papel y bolígrafo
<b>Actividad 4</b> La liberalización del transporte ferroviario <i>Sesión 3</i>	Estudio de caso TIC Aprendizaje cooperativo	Aula de informática	Grupal	20 minutos	Ordenador Papel y bolígrafo Vídeo
<b>Actividad 5</b> La importancia de la diferenciación <i>Sesión 4</i>	Lectura de noticias Aprendizaje cooperativo	Aula	Individual y grupal	25 minutos	Papel y bolígrafo Noticias impresas
<b>Actividad 6</b> Los oligopolios <i>Sesión 5</i>	Estudio de caso Lectura de noticias Aprendizaje cooperativo	Aula	Individual y grupal	20 minutos	Papel y bolígrafo Noticias impresas
<b>Actividad 7</b> "Creando significado" <i>Sesión 6</i>	Rutina de pensamiento Aprendizaje cooperativo Metacognición	Aula	Individual y grupal	30 minutos	Papel y bolígrafo
<b>Producto final</b>			Grupal		Ordenador

Píldora educativa	Aprendizaje cooperativo TIC	Aula de informática		100 minutos	Internet Software de edición
Sesión 7 y 8					

SESIÓN 1	
10 minutos	Introducción a la unidad didáctica. Lluvia de ideas.
10 minutos	Visualización vídeo “ <i>Oligopoly – El juego de la energía</i> ” ( <a href="https://www.youtube.com/watch?v=1nUt16EnsU4">https://www.youtube.com/watch?v=1nUt16EnsU4</a> )
20 minutos	Actividad 1. <b>Rutina de pensamiento “1-2-3 Puente”</b>
10 minutos	Explicación de objetivos, trabajo final y evaluación de la unidad didáctica

Se comenzará (**10 minutos**) recordando conceptos vistos anteriormente como los fundamentos del mercado, la oferta y la demanda, y la determinación de precios. Se plantearán las siguientes cuestiones:

“¿Cómo se determinan los precios en un mercado según la oferta y la demanda?  
¿Cómo influyen los distintos actores del mercado en este proceso?”

De forma grupal, con el profesor escribiendo en la pizarra, se discutirán estas preguntas para conectar estos conceptos básicos con la nueva materia.

Es crucial que los alumnos comprendan la relevancia de estudiar las estructuras de mercado, ya que estas condicionan el comportamiento de las empresas y, por extensión, la economía y las vidas de los consumidores. Se destacará cómo el tipo de mercado puede influir en aspectos cotidianos como los precios de los productos que compran, la disponibilidad de opciones y la calidad de los bienes y servicios.

Acto seguido se visualiza un extracto de **10 minutos** de duración del programa de televisión Salvados titulado “*Oligopoly – El juego de la energía*” (<https://www.youtube.com/watch?v=1nUt16EnsU4>) que servirá para reforzar la importancia de estudiar los diferentes tipos de mercado, particularmente el oligopolio, al poner de relevancia su influencia sobre la vida de los alumnos. Asimismo, al tratarse de un reportaje televisivo crítico con el oligopolio eléctrico, hace alusión a muchas ideas compartidas por la ciudadanía y con las que es posible que los alumnos hayan estado en contacto.

A continuación se realiza **(20 minutos)** la actividad 1, “Rutina de pensamiento 1-2-3 Puente” detallada en la Tabla 10.

**Tabla 10. Actividad 1. Rutina de pensamiento “1-2-3 Puente”**

<b>Actividad 1 – Rutina de pensamiento “1-2-3 Puente”</b> (Project Zero, Harvard Graduate School of Education, 2015)
<b>Duración:</b> 20 minutos.
<ol style="list-style-type: none"><li>De forma individual contestarán a las siguientes preguntas:<ul style="list-style-type: none"><li>¿Qué opinas sobre la participación de bancos y agentes financieros en la especulación con los precios de la electricidad? ¿Crees que esto debería ser permitido o regulado de manera más estricta? Explica tu razonamiento.</li><li>¿Conoces otros sectores parecidos? ¿Qué similitudes y diferencias encuentras con el mercado eléctrico descrito en el vídeo?</li><li>¿Qué ha sido lo que más te ha impactado del vídeo? ¿Por qué?</li></ul></li><li>Por parejas pondrán en común sus respuestas.</li><li>En grupos de tres vuelven a poner en común sus opiniones y, deben alcanzar una opinión consensuada respecto a la situación expuesta en el vídeo.</li><li>Para finalizar el profesor guiará una discusión grupal entorno a las tres cuestiones planteadas, de forma que los distintos grupos ofrezcan sus perspectivas.</li></ol>

Para finalizar la primera sesión se explicará a los estudiantes los siguientes puntos **(10 minutos)**:

### **1. Los objetivos de aprendizaje de la unidad.**

Al final de esta unidad, los alumnos habrán logrado varios objetivos clave. Primero, serán capaces de distinguir entre los diferentes tipos de mercado, como la competencia perfecta, el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística, e identificar sus características principales (Indicador de Logro 2.2.1). A partir de esto, también podrán explicar cómo varía la interacción entre la oferta, la demanda y los precios en función del tipo de mercado. (IL 2.2.2)

Además, los estudiantes identificarán las formas de competencia imperfecta y analizarán cómo estas afectan tanto la eficiencia económica como la distribución de recursos en la economía (IL 2.1.1). Habrán desarrollado la capacidad de evaluar las consecuencias de la competencia imperfecta sobre el bienestar social, reconociendo cómo estos mercados influyen en los precios y el poder de mercado (IL 2.3.1).

Finalmente, comprenderán la necesidad de intervención estatal o regulatoria en los mercados con competencia imperfecta, proponiendo soluciones para corregir las ineficiencias presentes y evaluando el papel de la regulación para mejorar el bienestar social y la equidad en la economía (IL 2.1.2 y 2.3.2).

## **2. El trabajo que tendrán que hacer al final.**

El producto final de esta unidad será la creación de un vídeo en formato píldora, con una duración de entre 3 y 5 minutos, en el que los estudiantes abordarán la importancia de la competencia en los mercados. El objetivo principal de este vídeo es divulgar de forma accesible y creativa, educar a la comunidad educativa y promover una mayor comprensión del tema entre el público general.

## **3. La evaluación del proceso de aprendizaje.**

En primer lugar, se les indicará que cada actividad que realicen en clase formará parte de su evaluación. El **cuaderno del alumno**, donde plasmarán su trabajo, será una herramienta clave para observar su progreso personal. Les permitirá mostrar no solo qué han aprendido, sino también cómo han aplicado los conceptos trabajados en clase.

Además, se enfatizará la importancia del **vídeo final** como el producto estrella de la unidad. Se les explicará que, más adelante, cuando llegue el momento de comenzar con su creación, se les darán todos los detalles necesarios sobre cómo se desarrollará el proceso y en qué consistirá la evaluación. Por ahora, el objetivo es que entiendan que este vídeo será una oportunidad para demostrar su aprendizaje de manera práctica y creativa.

Por último, al finalizar la unidad se realizará una **prueba escrita**, diseñada para valorar su comprensión general del contenido de la unidad. Para que tengan una mayor claridad, se les comunicará que el peso de cada parte en la calificación será:

- Examen: **40%**
- Cuaderno del alumno: **30%**
- Vídeo y coevaluación: **30%**

Se les animará a participar activamente durante toda la unidad, recordándoles que la evaluación no es solo un examen al final, sino un proceso que abarca todo el aprendizaje y que refleja tanto sus esfuerzos como los resultados obtenidos.

<b>SESIÓN 2</b>	
15 minutos	Exposición teórica: Características de los mercados
5 minutos	<b>Actividad 2 – Verdadero o Falso</b>
5 minutos	Ejercicio de role-play
15 minutos	Exposición teórica: La competencia perfecta
10 minutos	<b>Actividad 3 – Identificación de mercados competitivos</b>

### **Exposición teórica: Características de los mercados (15 minutos)**

Las estructuras de mercado son fundamentales para entender cómo operan las empresas y cómo se determinan los precios en la economía. No todos los mercados son iguales ni funcionan de la misma manera. Dependiendo de sus características, el comportamiento de las empresas puede variar significativamente. A continuación, se exponen las cuatro características principales de los mercados y cómo estas influyen en la capacidad de las empresas para determinar los precios.

#### 1. Número de vendedores

La cantidad de empresas que participan en un mercado tiene un efecto directo sobre la competencia y la formación de precios. En mercados con una gran cantidad de vendedores, como el de productos agrícolas (por ejemplo, el de patatas, manzanas o tomates), la oferta está tan fragmentada que ningún productor tiene suficiente poder para influir significativamente en el precio. Esto se traduce en un entorno de intensa competencia, donde las empresas deben mantener precios bajos y ajustarse a las preferencias de los consumidores para no perder cuota de mercado. Aquí, el consumidor puede fácilmente cambiar de proveedor, lo que promueve la estabilidad de los precios y asegura que ningún agente económico pueda ejercer control sobre el mercado.

En contraste, los mercados con pocos vendedores dominantes presentan una estructura diferente. Un ejemplo claro es el mercado de refrescos, donde dos grandes empresas, Coca-Cola y Pepsi, controlan la mayor parte del mercado global con marcas populares como Fanta, Nestea, 7up y Sprite. En este contexto, las empresas pueden coordinar sus estrategias de precios, dado que la competencia es limitada y las barreras para que nuevas empresas compitan a gran escala son altas. Estas compañías, al ser

pocas y de gran tamaño, tienen un mayor control sobre la fijación de precios, lo que les permite mantener márgenes de beneficio elevados. De forma similar, en el mercado de sistemas operativos, dominado por Microsoft, la falta de alternativas efectivas reduce la presión competitiva, permitiendo precios elevados que reflejan el poder de mercado de una empresa dominante.

## 2. Diferenciación del producto

La diferenciación del producto influye en la capacidad de las empresas para fijar precios. En mercados con productos diferenciados, como el de automóviles, las empresas pueden cobrar precios muy distintos debido a las características únicas y el valor percibido de cada producto. Por ejemplo, un Mercedes-Benz puede fijar un precio más alto que un Peugeot porque los consumidores perciben que están obteniendo mayor calidad, mejor diseño, más prestigio y mejores prestaciones. Además, las marcas pueden segmentar el mercado ofreciendo diferentes modelos a distintos precios, capturando así a diferentes segmentos de consumidores con diferentes necesidades y capacidades de pago.

En contraste, en mercados con productos homogéneos o poco diferenciados, como el del azúcar u otros productos agrícolas, las diferencias de precio entre empresas son mucho menores. Esto se debe a que los consumidores perciben que no hay una diferencia significativa en la calidad del producto, independientemente de la marca. Como resultado, las empresas tienen menos margen para fijar precios más altos, ya que los consumidores pueden fácilmente cambiar de un proveedor a otro sin perder valor percibido. Esta falta de diferenciación lleva a una competencia principalmente basada en el precio, obligando a las empresas a mantener precios bajos para atraer a los consumidores.

La diferenciación del producto, por tanto, determina la estrategia de precios que una empresa puede adoptar y la intensidad de la competencia en el mercado. En mercados con alta diferenciación, las empresas pueden enfocarse en estrategias de diferenciación y segmentación, mientras que en mercados con productos homogéneos, las empresas deben competir principalmente en eficiencia y costes para mantener su cuota de mercado.

## 3. Barreras de entrada y salida

Las barreras de entrada y salida desempeñan un papel crucial en la configuración del entorno competitivo de un mercado. En sectores donde las barreras

de entrada son altas, como el de servicios financieros, eléctricos o de telecomunicaciones, las empresas ya establecidas disfrutan de una protección natural frente a la competencia. Los elevados costos iniciales, la necesidad de cumplir con regulaciones estrictas o la existencia de economías de escala impiden que nuevas empresas ingresen fácilmente al mercado. Por ejemplo, en el mercado de taxis, las licencias y permisos gubernamentales actúan como barreras significativas, limitando la cantidad de competidores y protegiendo a los que ya están dentro. En estos mercados, la falta de nuevas entradas reduce la presión competitiva, lo que permite a las empresas existentes fijar precios más altos y mantener su poder de mercado a largo plazo.

A su vez, las barreras de salida también influyen en el comportamiento de las empresas. En industrias con elevados costos de salida, como las eléctricas o las aerolíneas, abandonar el mercado implica enormes pérdidas financieras, lo que obliga a las empresas a permanecer en el mercado incluso si sus operaciones no son rentables en el corto plazo. Esta rigidez puede reducir la competencia, ya que las empresas tienden a evitar comportamientos agresivos que podrían desencadenar una guerra de precios o una lucha por la supervivencia.

Por otro lado, en mercados con barreras de entrada y salida bajas, como el de panaderías o cafeterías, las empresas pueden entrar y salir con relativa facilidad. La baja inversión inicial y la falta de regulaciones estrictas permiten que nuevos competidores surjan rápidamente, incrementando la competencia y reduciendo la capacidad de las empresas para controlar los precios. Además, la facilidad para retirarse del mercado permite que las empresas respondan rápidamente a cambios en la demanda o en las condiciones del mercado, lo que genera un entorno mucho más dinámico y flexible.

#### 4. Información

La disponibilidad de información afecta significativamente la capacidad de las empresas para influir en los precios y la dinámica de la competencia en el mercado. En mercados con alta información, los consumidores conocen los precios y las características de los productos disponibles. La proliferación de internet ha incrementado la disponibilidad de comparadores de precios, buscadores y opiniones en redes sociales, facilitando la toma de decisiones informadas. Por ejemplo, al buscar un nuevo teléfono móvil, los consumidores pueden utilizar sitios web de comparación de precios y leer reseñas de otros usuarios, lo que les permite encontrar las mejores ofertas y tomar decisiones basadas en datos concretos. Esta transparencia obliga a las

empresas a mantener precios competitivos y a mejorar continuamente la calidad de sus productos y servicios para atraer a los consumidores informados.

Desde la perspectiva de las empresas, la alta disponibilidad de información también implica que deben ser más estratégicas en sus operaciones y marketing. Las empresas necesitan destacar no solo por precio sino también por calidad y características únicas de sus productos para diferenciarse en un mercado donde los consumidores tienen acceso fácil a toda la información necesaria para comparar opciones. Además, la transparencia del mercado permite a las empresas conocer las condiciones y estrategias de sus competidores, lo que las fuerza a ajustar constantemente sus propios precios y ofertas para no perder cuota de mercado. Esta monitorización constante intensifica la competencia, obligando a las empresas a innovar y ser eficientes.

En contraste, en otros mercados, la información es limitada. Un ejemplo clásico es el mercado eléctrico, donde es complicado para los consumidores entender los verdaderos costes y las razones detrás de las fluctuaciones de precios. La opacidad en los precios y la falta de información clara sobre el consumo y las tarifas hacen que los consumidores tengan dificultades para tomar decisiones informadas. Como resultado, las empresas en estos mercados pueden aprovechar la falta de transparencia para establecer precios más altos, ya que los consumidores no tienen suficientes datos para comparar opciones o cuestionar los costes.

Para las empresas en mercados con baja información, esta falta de transparencia puede ser ventajosa en términos de márgenes de beneficio, ya que enfrentan menos presión competitiva para mantener precios bajos o mejorar la calidad del servicio. Sin embargo, también implica que estas empresas pueden ser menos innovadoras y eficientes. Además, la falta de información entre las empresas limita su capacidad para conocer las estrategias y condiciones del mercado, reduciendo la presión para ajustar sus precios y mejorar sus ofertas.

Finalizada la exposición teórica de las características de los mercados, se realiza **(5 minutos)** la actividad 2, “Verdadero o falso”, detallada en la Tabla 11.

**Tabla 11. Actividad 2. Verdadero o falso**

<b>Actividad 2 – Verdadero o Falso</b>	
<b>Duración:</b> 5 minutos.	
<p>Tras haber visto las características entorno a las cuales se define la estructura de un mercado, se realiza un test (<b>Kahoot</b>) de verdadero o falso, para reforzar e identificar posibles errores en la comprensión.</p>	
1.	En mercados con muchos vendedores como el de frutas y hortalizas, los precios tienden a ser más bajos y estables debido a la competencia. ( <i>Verdadero</i> )
2.	En mercados dominados por pocos vendedores, como el de refrescos, las empresas pueden establecer precios más altos debido a la falta de alternativas. ( <i>Verdadero</i> )
3.	En mercados con productos diferenciados, las empresas pueden cobrar precios muy distintos debido a las características únicas y el valor percibido de cada producto. ( <i>Verdadero</i> )
4.	En mercados con productos homogéneos como el azúcar, hay grandes diferencias de precio entre empresas. ( <i>Falso</i> )
5.	Las altas barreras de entrada en mercados como el de taxis y bancos permiten a las empresas existentes mantener precios altos debido a la limitada competencia. ( <i>Verdadero</i> )
6.	En mercados con bajas barreras de entrada, las empresas pueden fácilmente subir precios debido a la falta de competencia. ( <i>Falso</i> )
7.	La alta disponibilidad de información sobre productos y precios en un mercado implica que las empresas pueden fácilmente aumentar sus precios sin perder clientes. ( <i>Falso</i> )
8.	En mercados con información limitada, como el eléctrico, las empresas pueden establecer precios más altos aprovechando la falta de transparencia. ( <i>Verdadero</i> )

Para finalizar la exposición sobre las características de los mercados, se señalará cómo el funcionamiento de cada uno depende de la combinación de estas: el número de vendedores, la diferenciación del producto, las barreras de entrada y la información disponible. A continuación, se planteará a los alumnos la siguiente cuestión: si tuvieran un negocio y quisieran maximizar sus beneficios, ¿qué situación preferirían en cada una de estas características?

Mediante este breve ejercicio de role-play (**5 minutos**), los alumnos podrán reflexionar desde la perspectiva de una empresa y, al hacerlo, reconocerán que para maximizar beneficios les interesaría operar en un entorno donde existieran pocos

competidores, sus productos fueran muy diferenciados, hubiera grandes dificultades para que otras personas montaran negocios similares, y donde los consumidores no estuvieran completamente informados (por ejemplo, que no supieran que otra empresa ofrece un producto más barato).

A través de esta reflexión, los estudiantes llegarán a comprender que estas características, propias de mercados de competencia imperfecta, otorgan a las empresas un mayor poder de mercado, permitiéndoles fijar precios más altos y limitar la competencia. Por otro lado, también identificarán que, en un entorno con muchos vendedores, productos homogéneos, bajas barreras de entrada y alta disponibilidad de información, las empresas tienen menor capacidad de influir en el mercado, características propias de un entorno competitivo o de competencia perfecta. Este análisis servirá como introducción para profundizar en los tipos de mercado, comenzando con la competencia perfecta.

### **Exposición teórica: La competencia perfecta (15 minutos)**

La competencia perfecta es un tipo de mercado ideal en el que se cumplen una serie de condiciones estrictas que aseguran un entorno altamente competitivo. Para que exista competencia perfecta, deben cumplirse cuatro supuestos fundamentales: un gran número de vendedores y compradores, productos homogéneos, libre entrada y salida de empresas, y acceso completo a la información por parte de todos los participantes.

1. Muchos vendedores y compradores. En un mercado de competencia perfecta, hay una gran cantidad de vendedores y compradores. Por ejemplo, en el mercado agrícola de patatas, hay miles de agricultores que producen y miles de fruterías y supermercados que compran patatas. Ningún agricultor individual puede influir en el precio del mercado porque su producción es una fracción muy pequeña del total. Si un agricultor intentase vender sus patatas a un precio más alto, los compradores simplemente optarían por adquirirlas de otros agricultores.
2. Productos homogéneos. Los productos ofrecidos por las diferentes empresas deben ser homogéneos, es decir, idénticos. En nuestro ejemplo, las patatas que produce Carlos son iguales a las de los otros agricultores. Si Carlos tuviera patatas de mejor calidad, podría justificar un precio más alto. Sin embargo, al ser homogéneos, todos los agricultores deben vender al mismo precio, ya que no hay diferencia en la calidad del producto.

3. Libre entrada y salida. No deben existir barreras de entrada o salida en el mercado. La ausencia de barreras de entrada garantiza que nuevas empresas puedan ingresar fácilmente si el mercado es rentable, lo que mantiene la competencia y evita que las empresas existentes obtengan poder de mercado. De igual forma, la ausencia de barreras de salida permite que las empresas no rentables abandonen el mercado sin grandes costes adicionales, asegurando que solo las empresas más eficientes permanezcan activas. Esta condición asegura que siempre habrá muchos vendedores en el mercado, manteniendo la competencia y la imposibilidad de influir en el precio.
4. Información perfecta. Todos los participantes en el mercado tienen acceso a información completa sobre los precios y las características de los productos. En nuestro ejemplo, todos los compradores saben exactamente cuánto cuestan las patatas de cada agricultor y conocen sus características. Así, si Carlos intenta vender a un precio más alto, los compradores se decantarán por otros agricultores que ofrecen el mismo producto a un precio menor.

Estas cuatro características de los mercados de competencia perfecta garantizan que ninguna empresa tenga el poder suficiente para influir en el precio del mercado, determinándose este exclusivamente por la interacción entre la oferta y la demanda agregadas. En consecuencia, las empresas se ven obligadas a aceptar el precio que fija el mercado, actuando como precio-aceptantes.

Funcionamiento a corto plazo y largo plazo.

A corto plazo, y al estar en un entorno con una competencia extremadamente intensa y numerosos competidores que ofrecen productos homogéneos, las empresas ajustan su producción hasta que el ingreso marginal (precio) es igual al coste marginal. En este escenario, algunas empresas pueden lograr beneficios extraordinarios cuando el ingreso medio supera al coste medio. Estos beneficios se deben a eficiencias operativas o menores costes en comparación con otras empresas en el mercado.

Esta situación no se mantendrá mucho tiempo ya que, a largo plazo, la dinámica del mercado cambia debido a la entrada de nuevas empresas, atraídas por los beneficios extraordinarios. La ausencia de barreras para la entrada y la información perfecta sobre las condiciones del mercado permiten que las empresas sepan de esta situación y puedan entrar a competir. Como resultado, aumenta la cantidad de empresas en el mercado, lo que provoca un desplazamiento de la oferta hacia la derecha y una reducción en el precio hasta que los beneficios extraordinarios se eliminan

completamente. Eventualmente, el ingreso medio se iguala al coste medio, y las empresas solo obtienen beneficios normales. En este punto de equilibrio a largo plazo, cada empresa produce en el punto donde el coste medio es mínimo, lo que también asegura que el precio del mercado es igual al coste marginal, alcanzando así una eficiencia productiva y asignativa óptima. La eficiencia productiva se logra porque las empresas operan en el punto de mínimo coste, utilizando recursos de la manera más efectiva posible, mientras que la eficiencia asignativa se alcanza porque el precio refleja el valor del bien para los consumidores. Gráficamente, esto se traduce en un ajuste en las curvas de ingreso y demanda de cada empresa hacia niveles donde solo es posible obtener beneficios normales.

En el caso de tener pérdidas, muchas empresas optarán por salir del mercado, debido a la ausencia de barreras de salida y a la información perfecta, lo que tendrá un efecto inverso al descrito anteriormente para los beneficios extraordinarios. La salida de empresas reducirá la oferta total del mercado, desplazando la curva de oferta hacia la izquierda. Este ajuste en la oferta provoca un aumento en el precio del producto, acercando el precio al coste medio de las empresas restantes.

En resumen, aunque la competencia perfecta permite que a corto plazo existan beneficios extraordinarios temporales o pérdidas, esto se eliminan a largo plazo precisamente por las características de este tipo de mercado. La entrada de nuevas empresas, atraídas por los beneficios extraordinarios, incrementa la oferta y reduce el precio hasta el punto en que los beneficios extraordinarios desaparecen. La salida de muchas empresas, debido a no poder cubrir el coste variable promedio, reduce la oferta y aumenta el precio hasta el punto en que las pérdidas desaparecen. En este equilibrio, las empresas solo obtienen beneficios normales, el ingreso medio se iguala al coste medio. Esto asegura que los precios siempre reflejen los costes de producción y maximiza la eficiencia del mercado.

La sesión finaliza con la actividad 3, “Identificación de mercados competitivos”, detallada en la Tabla 12, a la que se dedicarán los últimos **10 minutos**.

**Tabla 12. Actividad 3. Identificación de mercados competitivos**

<b>Actividad 3 – Identificación de mercados competitivos</b>
<p style="text-align: center;"><b>Duración: 10 minutos</b></p>
<p>Por parejas, los alumnos deberán comentar si cumplen o no, las características del mercado de competencia perfecta los siguientes mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Mercado de la moda</b> El mercado de la moda no cumple con las características de un mercado de competencia perfecta. Los productos en este mercado están altamente diferenciados por estilo, marca y calidad, lo que impide que se consideren homogéneos. Aunque hay muchos vendedores y la entrada al mercado puede ser relativamente fácil para nuevas marcas, las grandes marcas establecidas pueden ejercer una influencia considerable sobre los precios y tendencias, limitando la competencia.</li><li>• <b>Mercado de electrodomésticos</b> El mercado de electrodomésticos no cumple con las características de un mercado de competencia perfecta. Aunque hay muchos compradores, los vendedores son relativamente pocos y están dominados por grandes marcas que pueden influir en los precios. Los productos son altamente diferenciados por marca, funcionalidad y diseño. Las barreras de entrada son altas debido a los costes de desarrollo y producción, marketing y distribución. La información sobre la calidad y eficiencia de los productos puede ser opaca, lo que limita la capacidad de los consumidores para tomar decisiones totalmente informadas.</li><li>• <b>Mercado del maíz</b> De los cuatro mercados planteados es el que más se acerca a un mercado de competencia perfecta. Se caracteriza por tener muchos productores y consumidores, donde ningún participante individual tiene suficiente poder de mercado como para influir en los precios. El producto, el maíz, es bastante homogéneo, con pocas diferencias entre el producido por distintos agricultores. Las barreras de entrada y salida son relativamente bajas en comparación con otros sectores, y la información sobre precios y volúmenes suele ser transparente y accesible.</li><li>• <b>Mercado de telecomunicaciones</b> El mercado de telecomunicaciones tampoco encaja en un mercado de competencia perfecta. Es un sector dominado por un número limitado de grandes operadores debido a las enormes barreras de entrada, que incluyen la necesidad de infraestructura extensiva y costosa, y regulaciones gubernamentales. Los servicios ofrecidos son diferenciados, incluyendo variedades en la cobertura, velocidad del internet y paquetes de servicios, lo que impide que los productos sean homogéneos. Además, la información acerca de los planes y tarifas a menudo es compleja y no transparente, dificultando que los consumidores hagan comparaciones precisas.</li></ul>

<b>SESIÓN 3</b>	
25 minutos	Exposición teórica: El monopolio
25 minutos	<b>Actividad 4 – La liberalización del transporte ferroviario</b>

Esta sesión se realiza en el aula de informática.

**Exposición teórica: El monopolio (25 minutos)**

Mientras que en la competencia perfecta las empresas no tienen poder de mercado y son precio-aceptantes, en el monopolio solo existe una empresa que produce para todo el mercado. En esta estructura, la única empresa productora puede poner el precio que quiera, aunque sigue estando sujeta a la ley de la demanda. Si bien un monopolio es una única empresa a menudo también se emplea para describir un mercado donde una empresa tiene una gran cuota de mercado.

Características del monopolio

1. Único vendedor. En un monopolio, solo existe una empresa que produce y vende un bien o servicio específico, sin competencia directa en el mercado. Esto significa que la empresa tiene un control absoluto sobre la oferta del bien, lo que le permite influir significativamente en el precio. Ejemplo: Microsoft en los años 90 tenía un dominio casi completo del mercado de sistemas operativos para PC con Windows, lo que le otorgaba una gran capacidad de fijación de precios y limitaba la entrada de competidores.
2. Barreras de entrada. Existen barreras significativas que impiden que otras empresas ingresen al mercado y compitan con el monopolista. Estas barreras pueden ser de tipo legal, económico, tecnológico o incluso relacionadas con el control de recursos clave. Ejemplo: La empresa De Beers, que controlaba el acceso a las minas de diamantes, mantuvo barreras para que otras empresas no pudieran entrar al mercado de diamantes, garantizando así su posición dominante y el control sobre los precios.

3. Ausencia de sustitutos cercanos. No existen bienes sustitutos cercanos que los consumidores puedan comprar en lugar del bien monopolístico. Esto implica que los consumidores tienen una capacidad muy limitada para cambiar de proveedor, lo que refuerza el poder del monopolista. Ejemplo: Un proveedor de electricidad en una región remota puede no tener ningún competidor o sustituto cercano, lo cual obliga a los consumidores a aceptar las condiciones del monopolista, incluyendo precios y calidad del servicio.
4. Información imperfecta. En un mercado monopolístico, la empresa tiene una ventaja debido al desconocimiento de las condiciones de mercado por parte de los consumidores y otros posibles competidores. Esta falta de información sobre precios, calidad y disponibilidad de bienes o servicios alternativos impide que los consumidores puedan tomar decisiones plenamente informadas y dificulta la entrada de nuevos competidores.

La capacidad de una empresa monopolista para aumentar los precios depende en gran medida de la cantidad de sustitutos o alternativas disponibles para su producto. En un mercado monopolístico con alternativas, el precio no puede subir tanto. Un ejemplo de esto es el mercado de trenes en España antes de la liberalización del sector, donde Renfe ha sido el único proveedor durante muchos años. Aunque Renfe era un monopolio en el sector ferroviario, los consumidores tenían otras opciones de transporte, como coches, aviones o autobuses. Esto significa que Renfe no puede subir sus precios indiscriminadamente, ya que los consumidores optarían por otros medios de transporte si los precios del tren se volvieran excesivamente altos.

Sin embargo, existen monopolios en los que hay pocos o ningún sustituto, como es el caso de la distribución de agua. En la mayoría de los lugares, una única empresa gestiona el suministro de agua. Dado que no hay alternativas al agua, que es esencial tanto para beber como para la higiene, la empresa de suministro de agua podría potencialmente subir los precios sin perder clientes, ya que los consumidores no tienen otra opción. Debido a esta falta de sustitutos y la naturaleza esencial del agua, el Estado suele regular estas empresas, que a menudo son públicas, para mantener los precios accesibles y evitar abusos.

Otro aspecto fundamental de los monopolios es la existencia de altas barreras de entrada que pueden deberse a diferentes factores:

1. **Control exclusivo de un factor productivo.** Si para producir un determinado producto se necesita un recurso específico que solo una empresa posee, esa

empresa tendrá el monopolio del mercado. Un ejemplo histórico es el de la empresa De Beers, que durante casi todo el siglo XX controló las minas de diamantes, siendo la única empresa que podía extraer y vender diamantes. Este control exclusivo le permitió a De Beers influir en la oferta y, por ende, en el precio de los diamantes a nivel mundial. La empresa podía limitar la cantidad de diamantes que se extraían y vendían, manteniendo así los precios altos. Sin embargo, este tipo de monopolio es poco común debido a la rareza de controlar completamente un recurso natural crucial para la producción de un bien.

2. **Barreras legales.** Otra razón importante del surgimiento de monopolios es la existencia de barreras legales, como las patentes y las concesiones administrativas.
  - a. **Patentes.** Una patente otorga a su titular el derecho exclusivo a explotar un invento durante un tiempo determinado. En España, las patentes tienen una duración de 20 años. Por ejemplo, la empresa Boots patentó el ibuprofeno en 1963, lo que le permitió ser la única vendedora de este medicamento durante muchos años y obtener grandes beneficios. Durante el período de vigencia de la patente, ninguna otra empresa podía producir ni vender ibuprofeno sin el permiso de Boots. Esto permitió a Boots recuperar la inversión realizada en la investigación y desarrollo del medicamento. Sin embargo, al expirar la patente, otras empresas pudieron entrar al mercado y vender medicamentos similares, eliminando el monopolio y aumentando la competencia, lo que generalmente resulta en precios más bajos para los consumidores.
  - b. **Concesiones administrativas.** Las concesiones administrativas son permisos otorgados por el gobierno a una empresa para explotar un recurso o prestar un servicio en exclusividad durante un periodo determinado. Por ejemplo, una empresa puede obtener una concesión para operar una autopista de peaje o recoger los residuos de una localidad. Estas concesiones crean un monopolio legal, ya que otras empresas no pueden entrar en el mercado mientras dure la concesión. Este tipo de barrera asegura que la empresa concesionaria recupere su inversión y obtenga beneficios, aunque también suele estar sujeto a regulación gubernamental para evitar abusos en los precios y asegurar un servicio adecuado.

3. **Monopolios naturales.** Los monopolios naturales surgen cuando es más eficiente que una sola empresa produzca el bien o servicio. Un ejemplo clásico es la distribución de agua, ya mencionado. En estos casos, es más lógico y eficiente que una sola empresa se encargue de la distribución. La duplicación de infraestructuras esenciales, como tuberías de agua, redes eléctricas o vías férreas, implicaría altos costes y una infraestructura redundante, lo que no es económicamente viable. Por lo tanto, se permite que una sola empresa opere en el mercado para asegurar la eficiencia en la provisión del servicio, aunque estas empresas suelen estar sujetas a una regulación estricta para evitar el abuso de su posición dominante y proteger a los consumidores.
4. **Superioridad Tecnológica.** Si una empresa desarrolla una tecnología superior que le permite producir productos de mejor calidad o a menor coste, puede dominar el mercado. Un ejemplo es Intel, que durante décadas tuvo el monopolio de los microprocesadores, vendiendo los conocidos Intel Pentium. La capacidad de Intel para innovar y producir microprocesadores de alta calidad le permitió capturar una gran parte del mercado y establecerse como el líder indiscutible. Sin embargo, esta ventaja tecnológica no es permanente. Con el tiempo, competidores como AMD han desarrollado tecnologías competitivas y han capturado una parte significativa del mercado de microprocesadores. Esto demuestra que, aunque una empresa pueda tener una ventaja tecnológica y disfrutar de un monopolio temporal, el mercado puede cambiar con la innovación continua y la entrada de nuevos competidores.

#### Funcionamiento a corto y largo plazo

En un monopolio, la empresa es la única proveedora y enfrenta toda la curva de demanda del mercado, que es descendente. Para vender más unidades, debe bajar el precio, lo que implica que el ingreso adicional por cada unidad vendida es menor que el precio al que se vende (es decir, el ingreso marginal es menor que el precio). La empresa maximiza sus beneficios produciendo hasta el punto donde su ingreso marginal iguala su coste marginal. Como el ingreso marginal es menor que el precio y se iguala al coste marginal en este punto, resulta que el precio que cobra siempre es superior al coste marginal, lo que resulta en beneficios extraordinarios. Esto crea una situación donde la cantidad ofrecida es menor que la cantidad óptima desde una perspectiva social, afectando así el bienestar de los consumidores, quienes enfrentan precios altos

y menor disponibilidad de bienes o servicios. La empresa monopolista se ha adueñado de parte del excedente del consumidor.

En el **largo plazo**, las características del monopolio tienden a permanecer estables, especialmente si las barreras de entrada siguen siendo elevadas por factores estructurales, tecnológicos o legales. Estas barreras alivian cualquier presión competitiva que pudiera surgir y aseguran que los beneficios extraordinarios del monopolio puedan mantenerse. Los monopolios, al no enfrentar competencia, tienen menos incentivos para innovar o mejorar su eficiencia, dado que la ausencia de competidores reduce la necesidad de adaptación o mejora en los precios o servicios ofrecidos. Sin embargo, los altos beneficios continuados ofrecen al monopolio los recursos para invertir en investigación y desarrollo. Esto podría llevar a innovaciones que, aunque podrían beneficiar al monopolio, no necesariamente se traducen en beneficios para la sociedad si los precios se mantienen altos y la producción limitada.

### **La regulación del monopolio**

Como dijimos, los monopolios son ineficientes en relación con los mercados de competencia perfecta. Los consumidores son los grandes perjudicados, ya que suelen soportar precios más altos y una menor cantidad y variedad de opciones. Los gobiernos pueden intervenir para reducir estas ineficiencias y proteger a los consumidores mediante distintas formas de regulación.

Los gobiernos pueden actuar con los monopolios de tres maneras diferentes:

1. **Fomentar la competencia con leyes antimonopolio.** Imagina que varias empresas grandes, como las compañías de telecomunicaciones Vodafone, Orange y Movistar, quisieran unirse. Si se fusionaran, podrían controlar una gran parte del mercado, generando un monopolio. Para evitar estas situaciones, existen leyes antimonopolio que buscan limitar la formación de monopolios a través de fusiones y adquisiciones. En España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se encarga de supervisar y evitar estas prácticas para asegurar la competencia y proteger a los consumidores.
2. **Regulación de precios de monopolios naturales.** En ciertos sectores, como la distribución de agua o la electricidad, es más eficiente que haya una sola empresa debido a los altos costes de infraestructura. Sin embargo, esto genera un monopolio natural que podría abusar de su posición aumentando los precios. Para evitar estos abusos, el gobierno suele regular los precios que estas

empresas pueden cobrar, garantizando así que los servicios esenciales sean accesibles para todos los ciudadanos. Además, en el caso de que estas empresas tengan pérdidas, los gobiernos suelen subvencionarlas para asegurar la continuidad del servicio, ya que estos servicios son fundamentales para el bienestar de la población.

3. **Propiedad y gestión estatal de la empresa.** Otra forma de regular un monopolio es mediante la propiedad estatal. En lugar de dejar que una empresa privada gestione el monopolio, el gobierno puede decidir ser el propietario y gestor. Esto convierte al monopolio en una empresa pública, y permite al gobierno establecer precios justos que beneficien a los consumidores. Un ejemplo de ello es la empresa pública de transporte en algunas ciudades, como AUVASA en Valladolid. Aunque esta forma de regulación puede tener ventajas, como precios más bajos y un acceso universal al servicio, también puede ser menos eficiente debido a la falta de incentivos para la mejora continua y la reducción de costes.

La regulación del monopolio es fundamental para proteger a los consumidores y garantizar que los servicios esenciales sean accesibles. Sin embargo, cada método de regulación tiene sus ventajas e inconvenientes, y es importante encontrar un equilibrio entre proteger a los consumidores y asegurar que las empresas tengan incentivos para operar eficientemente.

Finalizada la explicación teórica del monopolio, se realiza **(25 minutos)** la actividad 4, “La liberalización del transporte ferroviario”, detallada en la Tabla 13.

Después de responder a las preguntas en grupos, se plantean las siguientes cuestiones para discutir lo explorado en la actividad y poner en común lo aprendido:

- “¿Creéis que la liberalización ha sido positiva para los consumidores? ¿Por qué sí o por qué no?”
- “¿Qué más podría hacerse para mejorar la competencia en el sector ferroviario en España?”

**Tabla 13. Actividad 4. La liberalización del transporte ferroviario**

<b>Actividad 4 – La liberalización del transporte ferroviario</b>
<b>Duración: 25 minutos</b>
<p>1. Una vez explorado el monopolio, se plantea el estudio de un caso real reciente. Primero se visualiza un vídeo de <b>3 minutos</b> de la CNMC titulado “Un año de la liberalización ferroviaria” (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CRM-VdIYQK8">https://www.youtube.com/watch?v=CRM-VdIYQK8</a>). Donde presenta brevemente el proceso de liberalización de este sector y se mencionan algunos datos, como su impacto en el número de usuarios y los precios.</p> <p>2. Una vez introducido el caso, se introducen las preguntas a contestar, que guiarán la investigación. Asimismo, se señala a la CNMC como una fuente fiable de información y se aconseja buscar noticias e ir explorando a través de los hipervínculos de las mismas, pudiendo así reconstruir la historia detrás del proceso de liberalización.</p> <p>Preguntas para contestar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Historia del monopolio de Renfe:<ul style="list-style-type: none"><li>o ¿Cuándo y por qué se estableció el monopolio de Renfe en el transporte ferroviario?</li></ul></li><li>- Proceso de liberalización:<ul style="list-style-type: none"><li>o ¿Cuándo comenzó el proceso de liberalización del transporte ferroviario en España?</li><li>o ¿Qué razones llevaron al gobierno a liberalizar este sector?</li><li>o ¿Cuáles fueron los principales pasos y etapas en el proceso de liberalización?</li></ul></li><li>- Nuevos competidores:<ul style="list-style-type: none"><li>o ¿Qué empresas entraron en el mercado ferroviario tras la liberalización?</li><li>o ¿Qué rutas y servicios comenzaron a ofrecer estos nuevos competidores?</li></ul></li><li>- Impacto en Renfe:<ul style="list-style-type: none"><li>o ¿Cómo afectó la entrada de nuevos competidores a Renfe en términos de precios, calidad del servicio y cuota de mercado?</li></ul></li><li>- Beneficios y desafíos de la liberalización:<ul style="list-style-type: none"><li>o ¿Cuáles han sido los principales beneficios para los consumidores tras la liberalización del transporte ferroviario?</li><li>o ¿Qué desafíos o problemas han surgido como resultado de la liberalización?</li></ul></li></ul>

SESIÓN 4	
25 minutos	Exposición teórica: La competencia monopolística
25 minutos	<b>Actividad 5 – La importancia de la diferenciación</b>

### **Exposición teórica: La competencia monopolística. (25 min)**

La competencia monopolística es un tipo de estructura de mercado que combina elementos de la competencia perfecta y el monopolio. Se caracteriza por la presencia de muchas empresas que ofrecen productos similares, pero no idénticos. Esta diferenciación de productos otorga a cada empresa cierto poder de mercado, permitiéndole influir en los precios de sus productos. A continuación, se detallan los aspectos clave de este tipo de mercado:

1. **Productos heterogéneos.** En un mercado de competencia monopolística, cada empresa ofrece un producto ligeramente diferente al de sus competidores. A diferencia de la competencia perfecta, donde los productos son homogéneos, esta diferenciación permite que las empresas puedan fijar precios que no sean idénticos a los de sus rivales sin perder todos sus clientes. Ejemplo: Los teléfonos móviles de marcas como Apple y Samsung son productos diferenciados; aunque cumplen funciones similares, cada uno tiene características únicas que lo hacen distinto a los ojos del consumidor.
2. **Muchos oferentes.** Existen muchas empresas en el mercado, lo que implica que ninguna empresa tiene una cuota de mercado lo suficientemente grande como para dominarlo. Sin embargo, cada una tiene cierto poder sobre su producto específico debido a la diferenciación. Ejemplo: En el mercado de cafeterías, Starbucks compite con muchas cafeterías locales, pero ninguna tiene un poder absoluto sobre todo el mercado.
3. **Libertad de entrada y salida.** Las barreras de entrada y salida en este mercado son bajas, permitiendo que nuevas empresas ingresen al mercado si consideran que pueden obtener beneficios, y que las empresas salgan si enfrentan pérdidas. Ejemplo: Las heladerías artesanales pueden abrirse fácilmente en una ciudad cuando la demanda es alta, y cerrar si no logran generar suficientes ganancias.

4. **Buena información de las condiciones de mercado.** Aunque la información disponible para los consumidores y las empresas no es perfecta, es lo suficientemente buena como para permitir una competencia razonable. Los consumidores pueden comparar productos y precios, y las empresas saben aproximadamente las estrategias de sus competidores. Ejemplo: En el mercado de moda, los consumidores tienen acceso a información sobre tendencias y precios a través de internet, lo que les permite comparar entre marcas como Zara y H&M, aunque esta información no siempre sea perfecta ni completamente exhaustiva.

Consideremos un centro comercial con una variedad de restaurantes: hamburguesas (McDonald's y Burger King), pollo frito (KFC), tacos (Taco Bell), pizzas (Telepizza y Domino's) y un restaurante WOK que ofrece comida china. Aunque el WOK es el único que ofrece comida china, compite indirectamente con los otros restaurantes. Si el WOK decidiera aumentar su precio, no perdería todos sus clientes, ya que algunos consumidores están dispuestos a pagar más por comida china. Sin embargo, no puede aumentar el precio excesivamente, ya que los consumidores tienen alternativas como hamburguesas o pizzas a precios más bajos.

A continuación, se pide a los alumnos otros ejemplos de industrias o sectores que encajen con el mercado de competencia monopolística. Algunos de ellos podrían ser:

- Calzado deportivo (Nike, Adidas, Puma).
- Cafeterías (Starbucks vs. cafeterías locales).
- Moda (Zara, H&M).

### **Funcionamiento a corto y a largo plazo**

En el corto plazo, una empresa en competencia monopolística ajusta su producción hasta el punto en que su ingreso marginal iguala su coste marginal para maximizar el beneficio. Al igual que en el monopolio, la curva de demanda es descendente, pero esto no es debido a que se enfrente a la totalidad del mercado sino al grado de diferenciación del producto y al número de competidores. Aunque estas empresas tienen cierto poder para fijar precios, y así conseguir beneficios extraordinarios, la competencia constante de productos similares y la posible entrada de nuevos competidores limita su capacidad para ello.

En el largo plazo, estos beneficios se erosionan debido a la entrada de nuevas empresas atraídas por los beneficios extraordinarios. La libertad de entrada y la buena información sobre las condiciones del mercado permiten que nuevas empresas compitan con las ya establecidas ofreciendo productos similares. Esto se representa como un desplazamiento a la izquierda de la demanda individual de las empresas, a medida que los consumidores se distribuyen entre un mayor número de empresas, reduciendo los beneficios hasta que el ingreso medio sea igual al coste medio, es decir, hasta que solo se obtengan beneficios normales.

Sin embargo, el resultado a largo plazo en competencia monopolística dista de aquel en competencia perfecta en varios aspectos relacionados tanto con la eficiencia como con la variedad en el mercado. El resultado a largo plazo de la entrada y salida en un mercado de competencia perfecta es que todas las empresas terminan vendiendo al nivel de precio determinado por el punto más bajo de la curva de coste medio (eficiencia productiva). Sin embargo, en competencia monopolística, el resultado final de la entrada y salida es que las empresas terminan con un precio que se encuentra en la parte descendente de la curva de coste medio, pero no en el punto más bajo. Por lo tanto, la competencia monopolística no será productivamente eficiente.

En un mercado de competencia perfecta, cada empresa produce una cantidad donde el precio se iguala al coste marginal, tanto a corto como a largo plazo (eficiencia asignativa). En un mercado de competencia monopolística el precio es mayor que el ingreso marginal, no igual a él, porque la curva de demanda es descendente. Dicho con otras palabras, los beneficios para la sociedad de proporcionar cantidad adicional, medidos por el precio que la gente está dispuesta a pagar, exceden los costes marginales para la sociedad de producir esas unidades (ineficiencia asignativa). Una empresa en competencia monopolística no produce más, lo que significa que la sociedad pierde el beneficio neto de esas unidades extra. Este es el mismo argumento que hicimos sobre el monopolio, pero en este caso la ineficiencia asignativa será menor.

En resumen, los competidores monopolísticos pueden tener ganancias o pérdidas en el corto plazo, pero en el largo plazo, la libre entrada y salida de empresas llevan a un beneficio económico nulo. A diferencia de la competencia perfecta, la competencia monopolística no logra plena eficiencia, aunque proporciona una mayor variedad de productos. Los consumidores pueden estar dispuestos a pagar un precio ligeramente superior por productos que se ajusten mejor a sus preferencias, lo que justifica la existencia de este tipo de mercado. Además, la competencia dentro de este

mercado evita que las empresas ejerzan un poder de mercado excesivo, como ocurre en los monopolios.

### **La diferenciación**

Aunque la competencia monopolística no proporciona eficiencia productiva ni eficiencia asignativa, tiene beneficios propios. La diferenciación de productos se basa en la variedad y fomenta la innovación, ya que las empresas buscan constantemente nuevas formas de destacarse frente a la competencia. Este proceso impulsa el desarrollo de nuevos productos, mejoras en la calidad y la incorporación de características únicas que atraen a distintos segmentos de consumidores, lo cual contribuye al dinamismo y crecimiento del mercado. La mayoría de las personas preferirían vivir en una economía con muchos tipos de ropa, alimentos y estilos de coches; no en un mundo de competencia perfecta donde todos siempre vestirían vaqueros azules y camisas blancas, comerían solo espaguetis y conducirían un modelo idéntico de coche. La mayoría preferirían vivir en una economía donde las empresas luchan por encontrar formas de atraer a los clientes mediante métodos como un servicio más amigable, entrega gratuita, garantías de calidad, variaciones en los productos existentes y una mejor experiencia de compra.

Dado que los consumidores tienen preferencias distintas y están dispuestos a pagar más por aquella empresa que se ajuste mejor a sus necesidades, la diferenciación se convierte en una herramienta esencial para captar y fidelizar clientes específicos. Por ejemplo, Zara ajusta constantemente su oferta basándose en las preferencias de los consumidores, con ciclos de producción cortos que permiten introducir rápidamente nuevas tendencias, lo cual atrae a clientes interesados en la moda más actual y les ofrece exactamente lo que buscan. De esta forma, las empresas buscan atender a un grupo concreto de consumidores, aumentando su capacidad de influir sobre el precio y reforzando su posicionamiento en el mercado. Además, la publicidad y el marketing juegan un papel fundamental en este proceso, ya que permiten comunicar al consumidor las características que hacen único al producto y generan una percepción de valor. Un ejemplo claro de esto es la campaña 'Just Do It' de Nike, que ha logrado transmitir un mensaje de motivación y superación personal, vinculando estos valores con sus productos y creando una conexión emocional profunda con los consumidores.

La diferenciación puede lograrse a través del estilo, la localización o la calidad del producto, entre otros.

- **Diferenciación de estilo.** Los consumidores pueden preferir diferentes tipos de comida, como hamburguesas, pizzas o comida china, y dentro de cada categoría, diferentes marcas.
- **Diferenciación por localización.** La ubicación de un negocio puede permitirle cobrar precios más altos debido a la conveniencia para los consumidores.
- **Diferenciación de calidad.** Productos de mayor calidad pueden justificar precios más altos y atraer a consumidores con preferencias específicas.

Ejemplos claros son empresas como Apple o incluso marcas más pequeñas como Hawkers, que invierten significativamente en publicidad para crear una imagen de marca y mantener una base de clientes fieles, dispuestos a pagar más por sus productos. Hawkers, por ejemplo, utiliza campañas de marketing digital y colaboraciones con influencers para posicionarse en el mercado de gafas de sol, mostrando que esta estrategia no es exclusiva de grandes corporaciones. Del mismo modo, Apple utiliza el marketing para destacar la innovación y exclusividad de sus productos, lo cual hace que muchos consumidores elijan sus dispositivos a pesar de su precio más alto, percibiéndolos como productos de calidad superior y símbolo de estatus.

Finalizada la explicación teórica de la competencia monopolística, se realiza **(25 minutos)** la actividad 5, “La importancia de la diferenciación”, detallada en la Tabla 14.

Tabla 14. Actividad 5. La importancia de la diferenciación

Actividad 5 – La importancia de la diferenciación	
Duración: 25 minutos.	
<p>Los alumnos trabajarán <b>individualmente</b> para analizar una noticia proporcionada por el profesor. Cada alumno elegirá un artículo de un sector que le interese y responderá a una serie de preguntas que le ayudarán a identificar y reflexionar sobre las estrategias de diferenciación utilizadas por las empresas, así como sobre las implicaciones económicas para los consumidores y el mercado. Una vez realizado de forma individual, el profesor guía la discusión grupal sobre cada uno de los casos, de forma que los alumnos que han leído cada uno de los artículos ponen en común sus respuestas y reciben retroalimentación del docente.</p>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Lectura del artículo, a elegir:<ul style="list-style-type: none"><li>○ <i>McDonald's aprieta con las inversiones para evitar la pérdida de clientes ante Burger King</i> (<a href="https://www.merca2.es/2024/05/06/mcdonalds-clientes-burger-king-1657998/">https://www.merca2.es/2024/05/06/mcdonalds-clientes-burger-king-1657998/</a>)</li><li>○ <i>Santander se lanza a por los autónomos y microempresas con una cuenta sin comisiones</i> (<a href="https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/12863469/06/24/santander-se-lanza-a-por-los-autonomos-comercios-y-microempresas-con-una-cuenta-sin-comisiones.html">https://www.eleconomista.es/banca-finanzas/noticias/12863469/06/24/santander-se-lanza-a-por-los-autonomos-comercios-y-microempresas-con-una-cuenta-sin-comisiones.html</a> )</li><li>○ <i>Bolt contará con puntos de recogida exclusivos en los aeropuertos de Madrid, Barcelona y Málaga</i> (<a href="https://www.eleconomista.es/transportes-turismo/noticias/12838504/05/24/bolt-contara-con-puntos-de-recogida-exclusivos-en-los-aeropuertos-de-madrid-barcelona-y-malaga.html">https://www.eleconomista.es/transportes-turismo/noticias/12838504/05/24/bolt-contara-con-puntos-de-recogida-exclusivos-en-los-aeropuertos-de-madrid-barcelona-y-malaga.html</a> )</li></ul></li><li>2. Los alumnos responderán a las siguientes preguntas basadas en su lectura y análisis del artículo. Estas preguntas les ayudarán a aplicar la teoría económica y reflexionar sobre las implicaciones de la diferenciación de productos:<ul style="list-style-type: none"><li>- ¿Qué empresa es la protagonista del artículo y cuál es el producto o servicio que están lanzando?</li><li>- ¿Qué características hacen que este producto o servicio sea diferente de los de sus competidores?</li><li>- ¿Cómo afecta esta diferenciación al poder de mercado de la empresa?</li><li>- ¿Qué beneficios pueden obtener los consumidores de la diferenciación de productos en este mercado?</li><li>- ¿Qué inconvenientes pueden enfrentar los consumidores debido a la diferenciación de productos? Reflexiona sobre los posibles impactos en el precio y la variedad.</li><li>- Reflexiona sobre la sostenibilidad a largo plazo de las estrategias de diferenciación descritas en el artículo. ¿Qué desafíos podría enfrentar la empresa?</li></ul></li></ol>	

SESIÓN 5	
30 minutos	Exposición teórica: Oligopolio
20 minutos	<b>Actividad 6 – Los oligopolios</b>

### **Exposición teórica: Oligopolio (30 min)**

El oligopolio es una estructura de mercado donde unas pocas empresas dominan y tienen la capacidad de influir significativamente en el precio y la cantidad de productos disponibles. Esta situación es mucho más común que la competencia perfecta o el monopolio.

Una combinación de barreras de entrada que generan monopolios y la diferenciación de productos que caracteriza la competencia monopolística puede dar lugar a un oligopolio. Por ejemplo, si un gobierno otorga patentes a tres empresas farmacéuticas diferentes que producen medicamentos para reducir la presión arterial, esas empresas pueden formar un oligopolio.

Un monopolio natural surge cuando la demanda del mercado es suficiente para que solo una empresa opere al coste mínimo a largo plazo, lo que impide que otras empresas más pequeñas puedan competir a costos promedio bajos. En algunos casos, la demanda permite que solo dos o tres empresas oligopólicas operen, como ocurre con el duopolio de Boeing y Airbus en la producción de aviones de gran tamaño, ya que las pequeñas empresas no pueden competir con las economías de escala y si una gran empresa intentase introducirse en el mercado tendría que producir tanto que no sería capaz de ser rentable, ya que no hay suficiente demanda.

La diferenciación de productos también puede contribuir a la creación de un oligopolio. Las empresas necesitan alcanzar un tamaño suficiente para invertir en publicidad y crear una marca reconocida, como en el caso de Coca-Cola y Pepsi, donde competir no es difícil tecnológicamente, sino a nivel de marketing y reconocimiento de marca.

### **Características**

1. **Pocos oferentes.** La principal característica del oligopolio es que existen pocas empresas que dominan el mercado. Por ejemplo, en el mercado de la telefonía móvil, la mayoría de los usuarios eligen entre Vodafone, Movistar u Orange.

Incluso en mercados locales, como en un pequeño pueblo con solo dos tiendas de ultramarinos, estas empresas forman un oligopolio.

2. **Interdependencia.** En un oligopolio, las decisiones de una empresa afectan directamente a las demás. Por ejemplo, si Vodafone decide ofrecer tarifas más bajas, Movistar y Orange probablemente tendrán que reaccionar bajando también sus precios para no perder clientes. Esta interdependencia significa que las empresas deben considerar las posibles respuestas de sus competidores antes de tomar decisiones importantes.
3. **Influencia en los precios.** En un oligopolio, todas las empresas tienen la capacidad de influir sobre los precios. Por ejemplo, si una compañía aérea decide reducir sus vuelos a ciudades populares, esto puede generar una escasez y un aumento de precios, ya que los consumidores estarán dispuestos a pagar más por los pocos vuelos disponibles. Esta capacidad de influir en el mercado no existe en la competencia perfecta, donde la producción de una sola empresa tiene poco impacto en el mercado total.
4. **Barreras de entrada.** Las barreras de entrada en un oligopolio son significativas y pueden incluir la necesidad de grandes inversiones iniciales, como en el caso de las telecomunicaciones o las aerolíneas. Además, las empresas establecidas suelen tener ventajas en costes debido a economías de escala, lo que dificulta la competencia para nuevas empresas. En mercados más pequeños, las ventajas pueden inclinarse hacia las pequeñas empresas, que no enfrentan la competencia de grandes cadenas debido al tamaño reducido del mercado.

#### **Discusión de ejemplos reales de oligopolio:**

- Telecomunicaciones en España (Telefónica, Vodafone, Orange, Másmovil).
- Industria automotriz europea (Volkswagen, BMW, Renault).
- Mercado de refrescos (Coca-Cola, Pepsi).

#### **Funcionamiento del Oligopolio**

El oligopolio es una estructura de mercado compleja debido a la interdependencia estratégica entre las pocas empresas que lo componen. Las decisiones de una empresa afectan significativamente a las demás, lo que genera una dinámica única en comparación con otros tipos de mercado. El funcionamiento de los oligopolios puede dividirse en dos grandes enfoques: la cooperación y la competencia.

**Cooperación.** La cooperación en los oligopolios puede manifestarse de dos maneras: a través de acuerdos explícitos, conocidos como cárteles, o mediante la colusión tácita, que no requiere acuerdos formales. Ambos enfoques buscan maximizar los beneficios conjuntos de las empresas al evitar la competencia agresiva.

En un cártel, las empresas cooperan explícitamente para maximizar sus beneficios conjuntos. Forman acuerdos formales para fijar precios, limitar la producción o dividir el mercado. Este comportamiento es similar al de un monopolio, donde el objetivo es maximizar los beneficios totales del grupo de empresas. La cooperación permite a las empresas mantener precios más altos y restringir la oferta, perjudicando a los consumidores con precios superiores y menor cantidad de productos. Sin embargo, los cárteles enfrentan dos problemas principales:

- Cada empresa tiene un incentivo para desviarse del acuerdo y reducir sus precios para aumentar su cuota de mercado. Esta tentación de romper el acuerdo puede llevar a una competencia agresiva y, eventualmente, a la disolución del cártel.
- Los cárteles son ilegales en muchas jurisdicciones y están sujetos a fuertes sanciones por parte de las autoridades de competencia. Esto crea un riesgo significativo para las empresas involucradas, que pueden enfrentar multas u otros castigos.

Además de los cárteles, existe una forma más sutil de cooperación en los oligopolios conocida como colusión tácita. En este caso, las empresas logran una coordinación implícita sin necesidad de acuerdos formales. En la colusión tácita, las empresas entienden que es mejor no competir agresivamente para evitar una guerra de precios y, en cambio, siguen un comportamiento coordinado de manera implícita. Algunos de los mecanismos de la colusión tácita incluyen:

- **Liderazgo en precios.** Una empresa grande puede asumir el papel de líder de precios, fijando precios que las demás empresas siguen. Aunque no haya un acuerdo formal, las empresas competidoras ajustan sus precios en respuesta a los cambios del líder.
- **Estabilidad en las cuotas de mercado.** Las empresas en un oligopolio con colusión tácita tienden a mantener cuotas de mercado relativamente estables, evitando estrategias agresivas que puedan desestabilizar el mercado.

**Competencia.** Cuando las empresas en un oligopolio no cooperan, compiten entre sí, lo que puede llevar a una guerra de precios. En este escenario, cada empresa intenta aumentar su participación en el mercado reduciendo los precios. Esta competencia agresiva puede resultar en una disminución de los beneficios para todas las empresas involucradas. La guerra de precios continúa hasta que los precios alcanzan un nivel en el que las empresas apenas cubren sus costes, lo que puede ser insostenible a largo plazo.

Las empresas intentan mitigar los efectos de las guerras de precios utilizando diversas estrategias. Algunas optan por la diferenciación de productos, ofreciendo características únicas o mejor calidad que justifique un precio más alto. Otras pueden recurrir a la fidelización del cliente, utilizando programas de recompensas y servicio al cliente excepcional para mantener su base de clientes a pesar de los precios más altos.

### **La Curva de Demanda**

En un oligopolio, la demanda enfrentada por una empresa puede ser elástica o inelástica dependiendo de las acciones de sus competidores. Esto se representa con una curva de demanda quebrada, que presenta una "quiebra" o "codo" en el punto de precio actual del mercado. Por encima del precio actual, la demanda es elástica (sensible a cambios de precio). Por debajo del precio actual, la demanda es inelástica (menos sensible a cambios de precio). Esto se debe a lo siguiente:

- **Si una empresa sube su precio** los competidores no seguirán el aumento de precio. La empresa que aumentó el precio perderá una gran cuota de mercado, ya que los consumidores optarán por las alternativas más baratas. Esto hace que la demanda sea muy elástica por encima del precio actual.
- **Si una empresa baja su precio** las competidoras seguirán la reducción de precio para no perder cuota de mercado. El incremento en ventas para la empresa que bajó el precio será mínimo. Esto hace que la demanda sea inelástica por debajo del precio actual.

Debido a la asimetría en la elasticidad de la demanda, las empresas tienen poco incentivo para cambiar los precios. Los aumentos de precio reducen significativamente las ventas, mientras que las disminuciones no aumentan sustancialmente la cuota de mercado. Así, la interdependencia y las expectativas sobre las reacciones de las competidoras fomentan la estabilidad de precios. Sin embargo, las empresas pueden

competir en otros aspectos, como la publicidad, la calidad del producto o la innovación, en lugar de alterar los precios.

Finalizada la explicación teórica del oligopolio, se realiza la actividad 6, “Los oligopolios”, detallada en la Tabla 15.

**Tabla 15.** *Actividad 6. Los oligopolios*

<b>Actividad 6 – Los oligopolios</b>
<b>Duración:</b> 20 minutos.
<p>El objetivo de esta actividad es que los alumnos apliquen la teoría vista sobre los oligopolios para analizar e interpretar el caso descrito en la noticia.</p> <p>Los alumnos trabajarán <b>individualmente</b> y elegirán aquel artículo que más les interese, reflexionando sobre la situación de una forma menos pautada que en la actividad anterior. Una vez realizado de forma individual, los alumnos se agrupan en función de la noticia escogida y ponen en común sus opiniones antes de que, guiados por el profesor, la clase discuta conjuntamente los distintos casos vistos.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Lectura del artículo, a elegir:<ul style="list-style-type: none"><li>• Guerra de comercializadoras de electricidad: los bajos precios de la luz estimulan las ofertas para atraer clientes (<a href="https://archive.ph/mG3dt">https://archive.ph/mG3dt</a>)</li><li>• ¿Hay competencia en el sector bancario en España? (<a href="https://orfin.es/facts/competencia-banca-espana/">https://orfin.es/facts/competencia-banca-espana/</a>)</li><li>• Sanción histórica a Booking: la CNMC prepara una multa de 486 millones de euros (<a href="https://www.eleconomista.es/transportes-turismo/noticias/12688836/02/24/competencia-prepara-una-multa-a-booking-con-489-millones-de-euros-por-practicas-antimonopolio.html">https://www.eleconomista.es/transportes-turismo/noticias/12688836/02/24/competencia-prepara-una-multa-a-booking-con-489-millones-de-euros-por-practicas-antimonopolio.html</a>)</li><li>• Europa multa a Apple con más de 1.800 millones por “abuso de posición dominante” en la música en ‘streaming’ (<a href="https://www.newtral.es/multa-apple-comision-europea/20240304/">https://www.newtral.es/multa-apple-comision-europea/20240304/</a>)</li><li>• A vueltas con el taxi y los VTC (<a href="https://valenciaplaza.com/a-vueltas-con-el-taxi-y-los-vtc">https://valenciaplaza.com/a-vueltas-con-el-taxi-y-los-vtc</a>)</li></ul></li><li>2. Los alumnos responderán a las siguientes preguntas basadas en su lectura y análisis del artículo:<ul style="list-style-type: none"><li>• A partir del caso estudiado, identifica los aspectos que consideras positivos y/o negativos en términos de competencia y argumenta el porqué.</li><li>• ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención? ¿Por qué?</li></ul></li><li>3. Los alumnos se agrupan en función de la noticia escogida para poner en común sus ideas.</li><li>4. Puesta en común y retroalimentación.</li></ol>

## Comparación con otras estructuras

De forma grupal, y con el profesor escribiendo en la pizarra, se compara el oligopolio con el resto de las estructuras de mercado estudiadas identificando sus diferencias y, seguidamente, las implicaciones para los consumidores.

- **Competencia Perfecta.** En comparación con la competencia perfecta, donde muchas empresas venden productos homogéneos y no tienen poder para fijar precios, el oligopolio tiene precios más altos y menor producción. Sin embargo, los precios en un oligopolio no son tan altos como en un monopolio.
- **Monopolio.** En un monopolio, una sola empresa controla todo el mercado, fijando precios altos y restringiendo la producción. Aunque el oligopolio permite la competencia entre pocas empresas, los beneficios no son tan elevados como en un monopolio, debido a la rivalidad y la necesidad de anticipar las reacciones de los competidores.
- **Competencia Monopolística.** A diferencia de la competencia monopolística, donde muchas empresas venden productos diferenciados y tienen cierto poder para fijar precios, el oligopolio está dominado por pocas empresas con productos que pueden ser homogéneos o diferenciados, y las barreras de entrada son más altas.

SESIÓN 6	
30 minutos	<b>Actividad 7 – “Creando significado”</b>
20 minutos	Repaso final

Al finalizar la unidad didáctica sobre "Estructuras de Mercado", los estudiantes habrán adquirido una comprensión sobre los diferentes tipos de mercado (competencia perfecta, monopolio, oligopolio y competencia monopolística) y cómo estos influyen en la economía. En este contexto, la rutina de pensamiento "Creando significado" (Ritchhart & Church, 2020) tiene como objetivo consolidar y profundizar esta comprensión, favoreciendo el entendimiento colectivo y la síntesis del concepto de **competencia** (Tabla 16).

Tabla 16. Actividad 7. Creando significado

<b>Actividad 7 – “Creando significado”</b>
<b>Duración:</b> 30 minutos.
<p>Esta rutina de pensamiento es adecuada para el final de la unidad, ya que los estudiantes cuentan con conocimientos previos amplios sobre las estructuras de mercado, lo que les permitirá participar activamente en la construcción del significado del concepto de <b>competencia</b>. La actividad se basa en principios de aprendizaje colaborativo y constructivista, permitiendo que los estudiantes desarrollen habilidades de síntesis, indagación y reflexión crítica. No solo refuerza los contenidos aprendidos en la unidad, sino que también potencia el desarrollo de competencias clave como el pensamiento crítico, la comunicación y el trabajo en equipo.</p> <p>A través de una serie de etapas guiadas por el docente, los estudiantes serán capaces de explorar el concepto desde múltiples perspectivas, establecer conexiones entre ideas y proponer nuevas preguntas. Esta actividad contribuirá a que los estudiantes desarrollen una comprensión más significativa del tema, lo que será fundamental para la elaboración de su trabajo final.</p> <p><b>Desarrollo de la Actividad (30 minutos):</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Presentación del tema:</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ Un estudiante en cada grupo escribe la palabra “competencia” en el centro de una hoja grande.</li><li>○ Los estudiantes piensan en palabras relacionadas y anotan una única palabra cada uno alrededor del concepto central. Este paso fomenta la individualización del conocimiento previo de cada estudiante.</li></ul></li><li>2. <b>Agregar:</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ Cada miembro del grupo añade algo a las palabras de sus compañeros (una palabra o frase relacionada). Este proceso amplía la red conceptual, lo que permite a los estudiantes elaborar más sobre las ideas de sus compañeros y comenzar a establecer un entendimiento más complejo.</li></ul></li><li>3. <b>Hacer conexiones:</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ El grupo identifica las relaciones entre las palabras en el diagrama y dibuja líneas que las conectan. En estas líneas escriben qué tipo de conexión han identificado. Este paso es fundamental para visualizar el conocimiento interrelacionado y consolidar la comprensión conceptual.</li></ul></li><li>4. <b>Registrar una pregunta:</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ Cada estudiante formula una pregunta sobre el concepto de <b>competencia</b> en función de lo que ha surgido durante la discusión. Las preguntas se escriben en el espacio disponible en la hoja, lo que fomenta el pensamiento crítico y la indagación.</li></ul></li><li>5. <b>Escribir una definición:</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ Con base en la discusión grupal, cada estudiante escribe su propia definición del concepto “<b>competencia</b>” en una nota adhesiva. Esta definición debe reflejar su comprensión personal y no limitarse a una definición académica estándar. Las definiciones se leen en voz alta y se pegan en la hoja.</li></ul></li></ol>

#### **6. Compartir el pensamiento:**

- El docente recorre los grupos, comparando las ideas y reflexionando sobre las similitudes y diferencias observadas. Se anima a los estudiantes a reflexionar sobre el proceso, preguntando: ¿cómo se están integrando las ideas de otros?, ¿han logrado ir más allá de las ideas iniciales?, ¿se han planteado preguntas profundas o solo superficiales?
- En este sentido, la rutina revelará hasta qué punto el conocimiento de los estudiantes sobre el tema es significativo. ¿Cómo están respondiendo a las aportaciones de los demás? ¿Están mejorando su comprensión al incorporar las ideas de otros, o les resulta difícil integrarlas? Se observará si son capaces de identificar conexiones que vayan más allá de las características superficiales. Al identificar una conexión, ¿puede explicarse? Observando las preguntas que se plantean, ¿se aborda el núcleo del tema o son tangenciales?, ¿hay preguntas que demuestren que se está yendo más allá y extendiendo el tema a nuevas áreas? ¿Aparecen conceptos erróneos en las palabras, conexiones o preguntas que justifiquen una futura discusión y exploración? Al examinar las definiciones de los estudiantes, se observará si se ha aprovechado la discusión grupal para ir más allá de lo que se podría haber logrado antes de la rutina.

#### **Justificación pedagógica.**

Esta rutina se justifica dentro de un marco de enseñanza por competencias, donde se busca no solo el aprendizaje de contenido sino también el desarrollo de habilidades críticas como el pensamiento reflexivo, la cooperación y la capacidad de formular preguntas y sintetizar información. El enfoque colaborativo de la rutina permite que los estudiantes co-construyan significados, algo que fomenta la comprensión profunda y el aprendizaje significativo. Además, el proceso de creación conjunta de definiciones y la reflexión final promueven la metacognición, permitiendo a los estudiantes reconocer cómo sus pensamientos evolucionan a lo largo del tiempo y cómo se ven enriquecidos por la interacción con sus compañeros.

Esta metodología también se ajusta a los principios de enseñanza activa y aprendizaje autónomo recomendados en las orientaciones metodológicas, las cuales promueven el trabajo en equipo, la reflexión crítica y el uso de rutinas de pensamiento como herramientas clave para consolidar el conocimiento.

La actividad "Creando significado" no solo es útil para evaluar el aprendizaje de los estudiantes, sino que también proporciona una oportunidad valiosa para evaluar y mejorar el desempeño del docente en la unidad didáctica. Al observar de cerca cómo los estudiantes responden a las etapas de la actividad, el docente puede reflexionar

sobre la efectividad de su enseñanza, identificando áreas donde los estudiantes muestran comprensión profunda y donde existen lagunas o conceptos malentendidos. Este proceso de observación activa permite ajustar futuras intervenciones pedagógicas y mejorar la forma en que se presentan los contenidos. Además, la interacción con los grupos y el análisis de las conexiones que los estudiantes establecen ofrecen una retroalimentación directa sobre la claridad y relevancia de las explicaciones del docente, lo que facilita un enfoque continuo de mejora y adaptación a las necesidades del alumnado.

Los 20 minutos restantes de la sesión se destinarán a la resolución de dudas y la clarificación de conceptos que hayan surgido durante la rutina de pensamiento, así como el abordaje de cualquier otra cuestión planteada por los estudiantes de cara al cierre de la unidad didáctica. De esta manera, tanto la rutina de pensamiento como este espacio de resolución de dudas funcionarán como un repaso integral y consolidación final de los aprendizajes, preparando a los estudiantes para demostrar su comprensión significativa del tema en las actividades de evaluación posteriores, a saber, el producto final y el examen.

SESIÓN 7	
50 minutos	Creación del vídeo en grupos de 3 estudiantes
SESIÓN 8	
50 minutos	Presentación y evaluación del vídeo en grupos de 3 estudiantes

El **producto final** de esta unidad será la creación de un **vídeo en formato píldora**, con una duración de entre **3 y 5 minutos**, en el que los estudiantes abordarán la **importancia de la competencia** en los mercados. El objetivo principal de este vídeo es **divulgar y educar a la comunidad educativa** sobre los diferentes tipos de competencia y su relevancia en la economía, promoviendo una mayor comprensión del tema entre el público general.

El propósito de este proyecto es que los alumnos:

- **Apliquen los conocimientos adquiridos** sobre las estructuras de mercado, con un enfoque especial en la competencia perfecta, el monopolio, la competencia monopolística y el oligopolio.
- **Desarrollen habilidades comunicativas**, tanto orales como escritas, al estructurar el contenido del vídeo de manera clara y accesible.
- **Fomenten la divulgación científica**, adaptando el lenguaje y la presentación para que el público objetivo, en este caso la comunidad educativa, comprenda la importancia de la competencia en los mercados.

### **Estructura y desarrollo**

El vídeo se llevará a cabo en grupos de **tres estudiantes**, quienes tendrán la **libertad de orientar su trabajo** de acuerdo con la estrategia que consideren más efectiva para **maximizar tanto el impacto como la comprensión** del público. Este enfoque permite a los estudiantes desarrollar su creatividad y pensamiento crítico al decidir los aspectos más relevantes de la competencia que desean destacar. Para facilitar la generación de ideas, se proponen los siguientes temas y enfoques adicionales:

#### **1. Casos de sanciones por prácticas anticompetitivas.**

Los alumnos pueden investigar casos recientes en los que la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)** u otros organismos internacionales hayan impuesto sanciones a empresas por prácticas anticompetitivas, como el abuso de posición dominante, la fijación de precios o la formación de cárteles.

#### **2. La competencia en sectores clave.**

Los estudiantes pueden elegir un sector económico específico (como el sector energético, las telecomunicaciones o el transporte) y explicar cómo se regula la competencia en ese sector, destacando las implicaciones para los consumidores.

En particular, pueden enfocarse en el impacto de la liberalización en sectores monopolísticos tradicionales, como el transporte ferroviario o la electricidad, y cómo estas transformaciones han afectado a los precios y la calidad del servicio.

### 3. Competencia en el contexto digital.

El auge de las plataformas digitales y su influencia en la competencia es otro enfoque interesante. Los alumnos pueden investigar cómo las grandes plataformas como Google, Amazon o Facebook afectan la competencia y cuáles son los desafíos regulatorios que esto implica.

Se pueden explorar los casos de monopolios digitales o los efectos de la economía colaborativa sobre la competencia, analizando si estas plataformas favorecen o limitan el acceso al mercado para otras empresas.

### 4. El papel de los reguladores en la competencia.

Otra opción podría ser centrarse en explicar de manera más detallada las **funciones de la CNMC** o de otros organismos internacionales como la **Comisión Europea** en la supervisión de la competencia. Los estudiantes pueden investigar cómo estos organismos detectan y sancionan prácticas anticompetitivas.

#### Proceso de realización

El desarrollo del producto final incluirá las siguientes etapas:

1. **Planificación y guion.** Los grupos deberán elaborar un guion en el que definan el tema y los puntos clave que se abordarán en el vídeo, así como la estructura y el tono de la presentación.
2. **Grabación y edición.** Utilizando herramientas tecnológicas accesibles, los estudiantes grabarán y editarán su vídeo, prestando atención a la calidad audiovisual y al lenguaje empleado, asegurándose de que sea claro y accesible.
3. **Presentación y difusión.** Al finalizar el proyecto, los vídeos se presentarán en clase y se difundirán entre la comunidad educativa, permitiendo que otros estudiantes y profesores conozcan el trabajo realizado y reflexionen sobre la importancia de la competencia.

#### Evaluación del Producto

La evaluación del vídeo se realizará mediante una **rúbrica** (Anexo II) que valorará aspectos como el **contenido, originalidad, mensaje, lenguaje, grabación y edición, y planificación**. Esta rúbrica será presentada previamente a los estudiantes, con el fin de que conozcan los criterios de valoración y puedan enfocar su trabajo hacia el cumplimiento de los mismos. Además, se incluirán elementos de **autoevaluación** y

**coevaluación**, que se realizarán utilizando **dianas de evaluación**. Estas herramientas fomentarán la reflexión individual sobre el propio desempeño y el análisis colaborativo del trabajo de los compañeros, fortaleciendo el aprendizaje a través de la metacognición.

Esta propuesta se alinea con un modelo de evaluación formativa y competencial, integrando estrategias que promueven la autorregulación y el desarrollo de habilidades críticas y reflexivas.

SESIÓN 9	
50 minutos	Realización del examen

En la última sesión de la unidad didáctica los estudiantes realizarán el examen recogido en el Anexo II. El examen consta de 30 preguntas de tipo test y dos preguntas de desarrollo.

#### **4.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

En consonancia con lo establecido en el punto 3.14 de la programación didáctica, esta unidad didáctica ha sido diseñada aplicando los principios del Diseño Universal de Aprendizaje (DUA) como estrategia fundamental para atender a las diferencias individuales del alumnado, ya que no hay alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo. La legislación vigente establece que las situaciones de aprendizaje deben integrar a la totalidad del alumnado sin precisar adaptaciones especializadas previas, a través de procesos pedagógicos flexibles que se ajusten a las diferentes necesidades, características y ritmos de aprendizaje mediante actividades con distintos grados de complejidad.

La normativa específica que las situaciones de aprendizaje deben proporcionar múltiples formas y medios de representación, múltiples formas de acción y expresión, y diferentes modelos de implicación y participación. Esta unidad didáctica materializa estos principios de manera integrada:

##### *Múltiples formas de representación*

El diseño de la unidad incorpora diversidad de soportes y formatos para presentar la información, atendiendo naturalmente a diferentes canales sensoriales y estilos de procesamiento del alumnado. Por ejemplo, la rutina de pensamiento "1-2-3

Puente" de la primera actividad combina reflexión individual y vídeo, aplicando simultáneamente múltiples formas de representación, expresión e implicación al conectar con conocimientos previos. La actividad de juegos utiliza dispositivos móviles para presentar contenidos de manera interactiva, respondiendo a diferentes preferencias tecnológicas y estilos de aprendizaje. El aprendizaje cooperativo implementado en varias actividades permite el procesamiento de información a través del diálogo y la construcción colectiva del conocimiento, facilitando además el apoyo entre iguales. La presentación de contenidos se apoya tanto en recursos tradicionales como papel y bolígrafo, como en medios audiovisuales y herramientas TIC, garantizando múltiples vías de acceso a la información según las diferencias individuales de capacidad, ritmo y preferencias de aprendizaje.

#### *Múltiples formas de acción y expresión*

La unidad ofrece opciones variadas para que el alumnado exprese sus conocimientos y aprendizajes, integrando diferentes preferencias sociales y modalidades de trabajo. El diseño incluye agrupamientos individuales, en parejas y grupal, permitiendo que cada estudiante participe según sus fortalezas comunicativas y sociales. Los instrumentos de evaluación diversifican las posibilidades expresivas para que todo el alumnado pueda demostrar sus competencias: desde el examen tradicional hasta la creación de una píldora educativa que permite la expresión audiovisual y creatividad tecnológica. Las dianas de autoevaluación y coevaluación proporcionan herramientas para que el alumnado reflexione sobre su propio aprendizaje y el de sus compañeros, desarrollando las funciones ejecutivas de planificación y seguimiento mientras responden a diferentes contextos socioculturales y motivaciones individuales.

#### *Múltiples formas de implicación*

El diseño de las actividades busca captar y mantener el interés del alumnado conectando los contenidos económicos con situaciones reales y contextos significativos que respetan sus diferentes experiencias y formas de comprender la realidad. La utilización de ejemplos empresariales conocidos y la conexión con medios de comunicación actuales fomenta la relevancia personal de los aprendizajes para estudiantes con diversos intereses y contextos socioculturales. La variedad metodológica, que incluye rutinas de pensamiento, juegos, aprendizaje cooperativo, discusiones, etcétera, ofrece diferentes vías para mantener la motivación y el esfuerzo según las características individuales del alumnado. Las actividades con retroalimentación proporcionan reconocimiento del progreso y apoyan la persistencia en

el aprendizaje, permitiendo que las diferencias de capacidad y ritmo de aprendizaje se conviertan en oportunidades de crecimiento personal.

Esta aplicación sistemática de las pautas DUA permite que la unidad responda de manera natural a la diversidad presente en el aula sin requerir adaptaciones especializadas previas, cumpliendo así con el objetivo normativo de desarrollar el máximo potencial de todo el alumnado y garantizando que todos puedan acceder, participar y progresar en el aprendizaje de los tipos de mercado.

## **5. CONCLUSIONES**

Este Trabajo Fin de Máster ha permitido materializar los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación en una propuesta práctica de programación didáctica para la asignatura de Economía en 1º de Bachillerato, así como en el desarrollo de una unidad didáctica específica sobre los tipos de mercado.

El principal desafío al que me he enfrentado ha sido la implementación de la LOMLOE, una normativa que representa un cambio de paradigma en la concepción educativa. La dificultad de diseñar una programación sin experiencia previa ni modelos testados en los que basarse ha convertido este trabajo en un verdadero reto. Sin embargo, esta aparente limitación se ha transformado en una oportunidad para construir una propuesta genuina y adaptada a las necesidades actuales del alumnado, buscando deliberadamente plantear una propuesta realista y no demasiado compleja, que aspire a ser un punto de partida sólido a partir del cual poder crecer y mejorar con la experiencia real del aula.

La legislación autonómica de Castilla y León, así como las orientaciones proporcionadas por la Consejería de Educación, han sido fundamentales, proporcionando la concreción necesaria para transformar los principios generales en propuestas pedagógicas tangibles.

He descubierto el potencial transformador de las metodologías activas. Las rutinas de pensamiento, los juegos y el aprendizaje cooperativo han demostrado desarrollar habilidades metacognitivas fundamentales para formar aprendices autónomos y críticos. La píldora educativa como producto final permite a los estudiantes convertirse en divulgadores económicos, transformando su aprendizaje en un servicio a la comunidad educativa dando respuesta al problema real de democratizar el conocimiento económico en su entorno.

La aplicación del Diseño Universal de Aprendizaje también ha sido especialmente enriquecedora y ha requerido un cambio de mentalidad profundo. Igualmente revelador ha sido entender la evaluación como proceso continuo de mejora, incorporando autoevaluación y coevaluación para convertir al alumnado en agente activo de su aprendizaje.

La unidad didáctica desarrollada sobre tipos de mercado proporciona herramientas vitales para comprender las estructuras económicas que configuran la realidad cotidiana del alumnado.

El trabajo me ha permitido valorar profundamente la profesión docente, reconociendo el esfuerzo necesario para que todos los estudiantes desarrollen competencias. Ha reafirmado mi convicción de que la docencia trasciende la transmisión de conocimientos: diseña experiencias transformadoras que capacitan para enfrentar un mundo complejo y cambiante.

## REFERENCIAS

Bautista, A. C. (2022). *1 Bachillerato, Economía: Revuela*. SM.

de Miguel Díaz, M. (2005). *Modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

*Introduction to Market Structures (Online Lesson)*. (s.f.). tutor2u.

<https://www.tutor2u.net/economics/reference/introduction-to-market-structures-online-lesson>

Junta de Castilla y León. Consejería de Educación. (s.f.). *Guía para la elaboración de la programación didáctica Bachillerato*. [https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-](https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-lomloe_bachillerato.ficheros/1619150-Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente_BACHILLERATO.pdf)

[lomloe\\_bachillerato.ficheros/1619150-](https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-lomloe_bachillerato.ficheros/1619150-Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente_BACHILLERATO.pdf)

[Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente\\_BACHILLERATO.pdf](https://www.educa.jcyl.es/crol/es/recursos-educativos/guia-elaboracion-programacion-docente-lomloe_bachillerato.ficheros/1619150-Gu%C3%ADa%20elaboraci%C3%B3n%20Programaci%C3%B3n%20docente_BACHILLERATO.pdf)

Marrodán Gironés, J., & Asegurado Garrido, A. (2021). *La LOMLOE y su análisis. Una mirada técnica*. Asociación Nacional de Editores de Libros y material de Enseñanza : Unión Sindical de Inspectores de Educación, USIE.

Parella, J. F. (2012). *Economía, 1 bachillerato*. Unión Editorial.

Project Zero, Harvard Graduate School of Education. (2015). *Think, Pair, Share*.

[https://pz.harvard.edu/sites/default/files/Think%20Pair%20Share\\_2.pdf](https://pz.harvard.edu/sites/default/files/Think%20Pair%20Share_2.pdf)

Ritchhart, R., & Church, M. (2020). *The power of making thinking visible: practices to engage and empower all learners*. Jossey-Bass.

Sweers, A. P. (2022). *Economía. 1o Bachillerato*. McGraw-Hill.

## Legislación

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 106, de 4 de Mayo de 2006. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/05/03/2/con>

Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 340, de 30 de diciembre de 2020. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2020/12/29/3/con>

Decreto 40/2022, de 29 de septiembre, por el que se establece la ordenación y el currículo del bachillerato en la Comunidad de Castilla y León. *Boletín Oficial de Castilla y León*, 190, de 30 de septiembre de 2022. <https://bocyl.jcyl.es/boletines/2022/09/30/pdf/BOCYL-D-30092022-4.pdf>

Orden EDU/371/2018, de 2 de abril, por la que se modifica la Orden EDU/1152/2010, de 3 de agosto, por la que se regula la respuesta educativa al alumnado con necesidad específica de apoyo educativo escolarizado en el segundo ciclo de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Enseñanzas de Educación Especial, en los centros docentes de la Comunidad de Castilla y León. *Boletín Oficial de Castilla y León*, 71, de 12 de abril de 2018.

Orden EFP/755/2022, de 31 de julio, por la que se establece el currículo y se regula la ordenación del Bachillerato en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación y Formación Profesional. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-13173>

Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato. *Boletín Oficial del Estado*, 82, de 6 de abril de 2022. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/04/05/243/con>

Real Decreto 286/2023, de 18 de abril, por el que se regula la asignación de materias en Educación Secundaria Obligatoria y en Bachillerato a las especialidades de distintos cuerpos de funcionarios docentes, y se modifican diversas normas relativas al profesorado de enseñanzas no universitarias. *Boletín Oficial del Estado*, 93, de 19 de abril de 2023. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/04/18/286/con>

Recomendación del Consejo, de 22 de mayo de 2018, relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente (Texto pertinente a efectos del EEE.). (2018). *Diario Oficial*, C 189, 1-13. Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))

## **ANEXO I. Competencias clave y descriptores operativos**

### **Competencia lingüística (CCL)**

La competencia en comunicación lingüística supone interactuar de forma oral, escrita, signada o multimodal de manera coherente y adecuada en diferentes ámbitos y contextos y con diferentes propósitos comunicativos. Implica movilizar, de manera consciente, el conjunto de conocimientos, destrezas y actitudes que permiten comprender, interpretar y valorar críticamente mensajes orales, escritos, signados o multimodales evitando los riesgos de manipulación y desinformación, así como comunicarse eficazmente con otras personas de manera cooperativa, creativa, ética y respetuosa.

La competencia en comunicación lingüística constituye la base para el pensamiento propio y para la construcción del conocimiento en todos los ámbitos del saber. Por ello, su desarrollo está vinculado a la reflexión explícita acerca del funcionamiento de la lengua en los géneros discursivos específicos de cada área de conocimiento, así como a los usos de la oralidad, la escritura o la signación para pensar y para aprender. Por último, hace posible apreciar la dimensión estética del lenguaje y disfrutar de la cultura literaria.

**CCL1.** Se expresa de forma oral, escrita, signada o multimodal con fluidez, coherencia, corrección y adecuación a los diferentes contextos sociales y académicos, y participa en interacciones comunicativas con actitud cooperativa y respetuosa tanto para intercambiar información, crear conocimiento y argumentar sus opiniones como para establecer y cuidar sus relaciones interpersonales.

**CCL2.** Comprende, interpreta y valora con actitud crítica textos orales, escritos, signados o multimodales de los distintos ámbitos, con especial énfasis en los textos académicos y de los medios de comunicación, para participar en diferentes contextos de manera activa e informada y para construir conocimiento.

**CCL3.** Localiza, selecciona y contrasta de manera autónoma información procedente de diferentes fuentes evaluando su fiabilidad y pertinencia en función de los objetivos de lectura y evitando los riesgos de manipulación y desinformación, y la integra y transforma en conocimiento para comunicarla de manera clara y rigurosa adoptando un punto de vista creativo y crítico a la par que respetuoso con la propiedad intelectual.

**CCL4.** Lee con autonomía obras relevantes de la literatura poniéndolas en relación con su contexto sociohistórico de producción, con la tradición literaria anterior y posterior y examinando la huella de su legado en la actualidad, para construir y compartir su propia

interpretación argumentada de las obras, crear y recrear obras de intención literaria y conformar progresivamente un mapa cultural.

**CCL5.** Pone sus prácticas comunicativas al servicio de la convivencia democrática, la resolución dialogada de los conflictos y la igualdad de derechos de todas las personas, evitando y rechazando los usos discriminatorios, así como los abusos de poder, para favorecer la utilización no solo eficaz sino también ética de los diferentes sistemas de comunicación.

### **Competencia plurilingüe (CP)**

La competencia plurilingüe implica utilizar distintas lenguas, orales o signadas, de forma apropiada y eficaz para el aprendizaje y la comunicación. Esta competencia supone reconocer y respetar los perfiles lingüísticos individuales y aprovechar las experiencias propias para desarrollar estrategias que permitan mediar y hacer transferencias entre lenguas, incluidas las clásicas, y, en su caso, mantener y adquirir destrezas en la lengua o lenguas familiares y en las lenguas oficiales. Integra, asimismo, dimensiones históricas e interculturales orientadas a conocer, valorar y respetar la diversidad lingüística y cultural de la sociedad con el objetivo de fomentar la convivencia democrática.

**CP1.** Utiliza con fluidez, adecuación y aceptable corrección una o más lenguas, además de la lengua familiar o de las lenguas familiares, para responder a sus necesidades comunicativas con espontaneidad y autonomía en diferentes situaciones y contextos de los ámbitos personal, social, educativo y profesional.

**CP2.** A partir de sus experiencias, desarrolla estrategias que le permitan ampliar y enriquecer de forma sistemática su repertorio lingüístico individual con el fin de comunicarse de manera eficaz.

**CP3.** Conoce y valora críticamente la diversidad lingüística y cultural presente en la sociedad, integrándola en su desarrollo personal y anteponiendo la comprensión mutua como característica central de la comunicación, para fomentar la cohesión social.

### **Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería (STEM)**

La competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería (competencia STEM por sus siglas en inglés) entraña la comprensión del mundo utilizando los métodos científicos, el pensamiento y representación matemáticos, la tecnología y los métodos de la ingeniería para transformar el entorno de forma comprometida, responsable y sostenible. La competencia matemática permite

desarrollar y aplicar la perspectiva y el razonamiento matemáticos con el fin de resolver diversos problemas en diferentes contextos. La competencia en ciencia conlleva la comprensión y explicación del entorno natural y social, utilizando un conjunto de conocimientos y metodologías, incluidas la observación y la experimentación, con el fin de plantear preguntas y extraer conclusiones basadas en pruebas para poder interpretar y transformar el mundo natural y el contexto social. La competencia en tecnología e ingeniería comprende la aplicación de los conocimientos y metodologías propios de las ciencias para transformar nuestra sociedad de acuerdo con las necesidades o deseos de las personas en un marco de seguridad, responsabilidad y sostenibilidad.

**STEM1.** Selecciona y utiliza métodos inductivos y deductivos propios del razonamiento matemático en situaciones propias de la modalidad elegida y emplea estrategias variadas para la resolución de problemas analizando críticamente las soluciones y reformulando el procedimiento, si fuera necesario.

**STEM2.** Utiliza el pensamiento científico para entender y explicar fenómenos relacionados con la modalidad elegida, confiando en el conocimiento como motor de desarrollo, planteándose hipótesis y contrastándolas o comprobándolas mediante la observación, la experimentación y la investigación, utilizando herramientas e instrumentos adecuados, apreciando la importancia de la precisión y la veracidad y mostrando una actitud crítica acerca del alcance y limitaciones de los métodos empleados.

**STEM3.** Plantea y desarrolla proyectos diseñando y creando prototipos o modelos para generar o utilizar productos que den solución a una necesidad o problema de forma colaborativa, procurando la participación de todo el grupo, resolviendo pacíficamente los conflictos que puedan surgir, adaptándose ante la incertidumbre y evaluando el producto obtenido de acuerdo a los objetivos propuestos, la sostenibilidad y el impacto transformador en la sociedad.

**STEM4.** Interpreta y transmite los elementos más relevantes de investigaciones de forma clara y precisa, en diferentes formatos (gráficos, tablas, diagramas, fórmulas, esquemas, símbolos...) y aprovechando la cultura digital con ética y responsabilidad y valorando de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida para compartir y construir nuevos conocimientos.

**STEM5.** Planea y emprende acciones fundamentadas científicamente para promover la salud física y mental, y preservar el medio ambiente y los seres vivos, practicando el consumo responsable, aplicando principios de ética y seguridad para crear valor y

transformar su entorno de forma sostenible adquiriendo compromisos como ciudadano en el ámbito local y global.

### **Competencia digital (CD)**

La competencia digital implica el uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, para el trabajo y para la participación en la sociedad, así como la interacción con estas. Incluye la alfabetización en información y datos, la comunicación y la colaboración, la educación mediática, la creación de contenidos digitales (incluida la programación), la seguridad (incluido el bienestar digital y las competencias relacionadas con la ciberseguridad), asuntos relacionados con la ciudadanía digital, la privacidad, la propiedad intelectual, la resolución de problemas y el pensamiento computacional y crítico.

**CD1.** Realiza búsquedas avanzadas comprendiendo cómo funcionan los motores de búsqueda en internet aplicando criterios de validez, calidad, actualidad y fiabilidad, seleccionando los resultados de manera crítica y organizando el almacenamiento de la información de manera adecuada y segura para referenciarla y reutilizarla posteriormente.

**CD2.** Crea, integra y reelabora contenidos digitales de forma individual o colectiva, aplicando medidas de seguridad y respetando, en todo momento, los derechos de autoría digital para ampliar sus recursos y generar nuevo conocimiento.

**CD3.** Selecciona, configura y utiliza dispositivos digitales, herramientas, aplicaciones y servicios en línea y los incorpora en su entorno personal de aprendizaje digital para comunicarse, trabajar colaborativamente y compartir información, gestionando de manera responsable sus acciones, presencia y visibilidad en la red y ejerciendo una ciudadanía digital activa, cívica y reflexiva.

**CD4.** Evalúa riesgos y aplica medidas al usar las tecnologías digitales para proteger los dispositivos, los datos personales, la salud y el medioambiente y hace un uso crítico, legal, seguro, saludable y sostenible de dichas tecnologías.

**CD5.** Desarrolla soluciones tecnológicas innovadoras y sostenibles para dar respuesta a necesidades concretas, mostrando interés y curiosidad por la evolución de las tecnologías digitales y por su desarrollo sostenible y uso ético.

### **Competencia personal, social y aprender a aprender (CPSAA)**

La competencia personal, social y de aprender a aprender implica la capacidad de reflexionar sobre uno mismo para autoconocerse, aceptarse y promover un crecimiento personal constante; gestionar el tiempo y la información eficazmente;

colaborar con otros de forma constructiva; mantener la resiliencia; y gestionar el aprendizaje a lo largo de la vida. Incluye también la capacidad de hacer frente a la incertidumbre y a la complejidad; adaptarse a los cambios; aprender a gestionar los procesos metacognitivos; identificar conductas contrarias a la convivencia y desarrollar estrategias para abordarlas; contribuir al bienestar físico, mental y emocional propio y de las demás personas, desarrollando habilidades para cuidarse a sí mismo y a quienes lo rodean a través de la corresponsabilidad; ser capaz de llevar una vida orientada al futuro; así como expresar empatía y abordar los conflictos en un contexto integrador y de apoyo.

**CPSAA1.1.** Fortalece el optimismo, la resiliencia, la autoeficacia y la búsqueda de objetivos de forma autónoma para hacer eficaz su aprendizaje.

**CPSAA1.2.** Desarrolla una personalidad autónoma, gestionando constructivamente los cambios, la participación social y su propia actividad para dirigir su vida.

**CPSAA2.** Adopta de forma autónoma un estilo de vida sostenible y atiende al bienestar físico y mental propio y de los demás, buscando y ofreciendo apoyo en la sociedad para construir un mundo más saludable.

**CPSAA3.1.** Muestra sensibilidad hacia las emociones y experiencias de los demás, siendo consciente de la influencia que ejerce el grupo en las personas, para consolidar una personalidad empática e independiente y desarrollar su inteligencia.

**CPSAA3.2.** Distribuye en un grupo las tareas, recursos y responsabilidades de manera ecuánime, según sus objetivos, favoreciendo un enfoque sistémico para contribuir a la consecución de objetivos compartidos.

**CPSAA4.** Compara, analiza, evalúa y sintetiza datos, información e ideas de los medios de comunicación, para obtener conclusiones lógicas de forma autónoma, valorando la fiabilidad de las fuentes.

**CPSAA5.** Planifica a largo plazo evaluando los propósitos y los procesos de la construcción del conocimiento, relacionando los diferentes campos del mismo para desarrollar procesos autorregulados de aprendizaje que le permitan transmitir ese conocimiento, proponer ideas creativas y resolver problemas con autonomía.

### **Competencia ciudadana (CC)**

La competencia ciudadana contribuye a que alumnos y alumnas puedan ejercer una ciudadanía responsable y participar plenamente en la vida social y cívica, basándose en la comprensión de los conceptos y las estructuras sociales, económicas, jurídicas y políticas, así como en el conocimiento de los acontecimientos mundiales y el

compromiso activo con la sostenibilidad y el logro de una ciudadanía mundial. Incluye la alfabetización cívica, la adopción consciente de los valores propios de una cultura democrática fundada en el respeto a los derechos humanos, la reflexión crítica acerca de los grandes problemas éticos de nuestro tiempo y el desarrollo de un estilo de vida sostenible acorde con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la Agenda 2030.

**CC1.** Analiza hechos, normas e ideas relativas a la dimensión social, histórica, cívica y moral de su propia identidad, para contribuir a la consolidación de su madurez personal y social, adquirir una conciencia ciudadana y responsable, desarrollar la autonomía y el espíritu crítico, y establecer una interacción pacífica y respetuosa con los demás y con el entorno.

**CC2.** Reconoce, analiza y aplica en diversos contextos, de forma crítica y consecuente, los principios, ideales y valores relativos al proceso de integración europea, la Constitución española, los derechos humanos, y la historia y el patrimonio cultural propios, a la vez que participa en todo tipo de actividades grupales con una actitud fundamentada en los principios y procedimientos democráticos, el compromiso ético con la igualdad, la cohesión social, el desarrollo sostenible y el logro de la ciudadanía mundial.

**CC3.** Adopta un juicio propio y argumentado ante problemas éticos y filosóficos fundamentales y de actualidad, afrontando con actitud dialogante la pluralidad de valores, creencias e ideas, rechazando todo tipo de discriminación y violencia, y promoviendo activamente la igualdad y corresponsabilidad efectiva entre mujeres y hombres.

**CC4.** Analiza las relaciones de interdependencia y ecoddependencia entre nuestras formas de vida y el entorno, realizando un análisis crítico de la huella ecológica de las acciones humanas, y demostrando un compromiso ético y ecosocialmente responsable con actividades y hábitos que conduzcan al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la lucha contra el cambio climático.

### **Competencia Emprendedora (CE)**

La competencia emprendedora implica desarrollar un enfoque vital dirigido a actuar sobre oportunidades e ideas, utilizando los conocimientos específicos necesarios para generar resultados de valor para otras personas. Aporta estrategias que permiten adaptar la mirada para detectar necesidades y oportunidades; entrenar el pensamiento para analizar y evaluar el entorno, y crear y replantear ideas utilizando la imaginación,

la creatividad, el pensamiento estratégico y la reflexión ética, crítica y constructiva dentro de los procesos creativos y de innovación; y despertar la disposición a aprender, a arriesgar y a afrontar la incertidumbre. Asimismo, implica tomar decisiones basadas en la información y el conocimiento y colaborar de manera ágil con otras personas, con motivación, empatía y habilidades de comunicación y de negociación, para llevar las ideas planteadas a la acción mediante la planificación y gestión de proyectos sostenibles de valor social, cultural y económico-financiero.

**CE1.** Evalúa necesidades y oportunidades y afronta retos, con sentido crítico y ético, evaluando su sostenibilidad y comprobando, a partir de conocimientos técnicos específicos, el impacto que puedan suponer en el entorno, para presentar y ejecutar ideas y soluciones innovadoras dirigidas a distintos contextos, tanto locales como globales, en el ámbito personal, social y académico con proyección profesional emprendedora.

**CE2.** Evalúa y reflexiona sobre las fortalezas y debilidades propias y las de los demás, haciendo uso de estrategias de autoconocimiento y autoeficacia, interioriza los conocimientos económicos y financieros específicos y los transfiere a contextos locales y globales, aplicando estrategias y destrezas que agilicen el trabajo colaborativo y en equipo, para reunir y optimizar los recursos necesarios, que lleven a la acción una experiencia o iniciativa emprendedora de valor.

**CE3.** Lleva a cabo el proceso de creación de ideas y soluciones innovadoras y toma decisiones, con sentido crítico y ético, aplicando conocimientos técnicos específicos y estrategias ágiles de planificación y gestión de proyectos, y reflexiona sobre el proceso realizado y el resultado obtenido, para elaborar un prototipo final de valor para los demás, considerando tanto la experiencia de éxito como de fracaso, una oportunidad para aprender.

### **Competencia en conciencia y expresión culturales (CCEC)**

La competencia en conciencia y expresión culturales supone comprender y respetar el modo en que las ideas, las opiniones, los sentimientos y las emociones se expresan y se comunican de forma creativa en distintas culturas y por medio de una amplia gama de manifestaciones artísticas y culturales. Implica también un compromiso con la comprensión, el desarrollo y la expresión de las ideas propias y del sentido del lugar que se ocupa o del papel que se desempeña en la sociedad. Asimismo, requiere la comprensión de la propia identidad en evolución y del patrimonio cultural en un mundo caracterizado por la diversidad, así como la toma de conciencia de que el arte y otras

manifestaciones culturales pueden suponer una manera de mirar el mundo y de darle forma.

**CCEC1.** Reflexiona, promueve y valora críticamente el patrimonio cultural y artístico de cualquier época, contrastando sus singularidades y partiendo de su propia identidad, para defender la libertad de expresión, la igualdad y el enriquecimiento inherente a la diversidad.

**CCEC2.** Investiga las especificidades e intencionalidades de diversas manifestaciones artísticas y culturales del patrimonio, mediante una postura de recepción activa y deleite, diferenciando y analizando los distintos contextos, medios y soportes en que se materializan, así como los lenguajes y elementos técnicos y estéticos que las caracterizan.

**CCEC3.1.** Expresa ideas, opiniones, sentimientos y emociones con creatividad y espíritu crítico, realizando con rigor sus propias producciones culturales y artísticas, para participar de forma activa en la promoción de los derechos humanos y los procesos de socialización y de construcción de la identidad personal que se derivan de la práctica artística.

**CCEC3.2.** Descubre la autoexpresión, a través de la interacción corporal y la experimentación con diferentes herramientas y lenguajes artísticos, enfrentándose a situaciones creativas con una actitud empática y colaborativa, y con autoestima, iniciativa e imaginación.

**CCEC4.1.** Selecciona e integra con creatividad diversos medios y soportes, así como técnicas plásticas, visuales, audiovisuales, sonoras o corporales, para diseñar y producir proyectos artísticos y culturales sostenibles, analizando las oportunidades de desarrollo personal, social y laboral que ofrecen sirviéndose de la interpretación, la ejecución, la improvisación o la composición.

**CCEC4.2.** Planifica, adapta y organiza sus conocimientos, destrezas y actitudes para responder con creatividad y eficacia a los desempeños derivados de una producción cultural o artística, individual o colectiva, utilizando diversos lenguajes, códigos, técnicas, herramientas y recursos plásticos, visuales, audiovisuales, musicales, corporales o escénicos, valorando tanto el proceso como el producto final y comprendiendo las oportunidades personales, sociales, inclusivas y económicas que ofrecen.

## ANEXO II. Instrumentos de evaluación.

### LISTA DE COTEJO EVALUACIÓN INICIAL

Conocimientos previos	Sí	No
Comprenden el concepto básico de oferta y demanda		
Identifican el equilibrio de mercado y su formación		
Reconocen el precio como mecanismo de asignación de recursos		
Comprenden el concepto básico de competencia		
Entienden la diferencia entre empresa y mercado		
Identifican conceptos básicos de costes empresariales		
Comprenden la noción de maximización de beneficios		
Reconocen el papel de los consumidores en el mercado		

**Observaciones:**

---

## LISTA DE COTEJO ACTIVIDADES

<b>Criterio</b>	<b>Alumno/s</b>
No completa el trabajo asignado en la fase individual.	
No completa el trabajo asignado en la fase de parejas o grupo.	
No sigue las instrucciones específicas de la actividad (uso de herramientas, formato de respuestas o tiempo asignado).	
No respeta los turnos de palabra o interrumpe a otros durante las actividades grupales.	
No mantiene una actitud activa (falta de atención, desconexión o distracciones evidentes).	

<b>Puntos acumulados</b>	<b>Penalización</b>
0-5 puntos	0
6-10 puntos	0,1
11-15 puntos	0,2
16-20 puntos	0,4
21-25 puntos	0,6
26-30 puntos	0,8
Más de 30 puntos	1

## EXÁMEN

1. Discute las ventajas e inconvenientes de que el Estado posea y gestione empresas en mercados monopolísticos. ¿En qué casos sería preferible esta medida frente a la regulación privada? (10 puntos)

2. Explica los aspectos positivos y negativos de un mercado oligopólico en términos de eficiencia económica y distribución de recursos. Justifica tu respuesta con ejemplos concretos. (10 puntos)

3. A continuación, encontrarás una serie de preguntas tipo test relacionadas con los conceptos estudiados sobre los distintos tipos de mercado. Lee detenidamente cada enunciado y selecciona la opción correcta (a, b, c o d). (30 puntos)

- Cada respuesta correcta suma 1 punto.
- Cada respuesta incorrecta resta 0,33 puntos.
- Las preguntas no respondidas no suman ni restan puntos.

1. ¿Qué tipo de mercado se caracteriza por barreras altas de entrada y falta de competencia directa?
- a) Competencia perfecta
  - b) Monopolio
  - c) Competencia monopolística
  - d) Mercado agrícola

Respuesta correcta: b) Monopolio

2. En un oligopolio, ¿qué característica afecta principalmente a la fijación de precios?
- a) Libre entrada y salida del mercado
  - b) La existencia de muchos vendedores
  - c) La interdependencia entre las empresas líderes
  - d) La homogeneidad de los productos

Respuesta correcta: c) La interdependencia entre las empresas líderes

3. ¿Qué sucede con los precios en mercados con pocas empresas dominantes?
- a) Los precios son controlados únicamente por los consumidores.
  - b) Las empresas tienen mayor capacidad para influir en los precios.
  - c) Los precios siempre son más bajos debido a la alta competencia.
  - d) Los precios son determinados al azar.

Respuesta correcta: b) Las empresas tienen mayor capacidad para influir en los precios.

4. ¿Qué factor permite que las empresas en competencia imperfecta obtengan beneficios extraordinarios?

- a) La homogeneidad de los productos.
- b) La transparencia total de información.
- c) Las barreras de entrada y diferenciación del producto.
- d) La existencia de productos sustitutos perfectos.

Respuesta correcta: c) Las barreras de entrada y diferenciación del producto.

5. ¿Qué efecto tiene un monopolio sobre la eficiencia económica?

- a) Aumenta la eficiencia productiva.
- b) Asegura la equidad en la distribución de recursos.
- c) Genera ineficiencia al ofrecer menos productos a precios más altos.
- d) Mejora la calidad del producto.

Respuesta correcta: c) Genera ineficiencia al ofrecer menos productos a precios más altos.

6. En un mercado de competencia monopolística, ¿por qué las empresas pueden fijar precios más altos?

- a) Porque no enfrentan competencia directa.
- b) Porque sus productos son idénticos a los de sus competidores.
- c) Porque los consumidores perciben los productos como diferenciados.
- d) Porque hay barreras legales que lo permiten.

Respuesta correcta: c) Porque los consumidores perciben los productos como diferenciados.

7. ¿Qué ocurre cuando hay poca transparencia en la información dentro de un mercado imperfecto?

- a) Los consumidores toman decisiones más informadas.
- b) Se facilita la entrada de nuevas empresas.
- c) Las empresas pueden fijar precios más altos sin que los consumidores lo cuestionen.
- d) Los precios tienden a reducirse.

Respuesta correcta: c) Las empresas pueden fijar precios más altos sin que los consumidores lo cuestionen.

8. ¿Cómo influyen las economías de escala en un monopolio natural?

- a) Reducen la eficiencia productiva de las empresas.
- b) Aumentan la competencia al facilitar la entrada de nuevas empresas.
- c) Permiten a una única empresa operar de manera más eficiente que varias.
- d) Generan barreras bajas de entrada al mercado.

Respuesta correcta: c) Permiten a una única empresa operar de manera más eficiente que varias.

9. Qué sucede en mercados dominados por pocas empresas con productos diferenciados?
- a) Se genera mayor competencia en precios debido a la transparencia del mercado.
  - b) Las empresas suelen competir mediante estrategias de diferenciación más que en precio.
  - c) Los consumidores tienen acceso a productos homogéneos a precios bajos.
  - d) El mercado se comporta como uno de competencia perfecta.

Respuesta correcta: b) Las empresas suelen competir mediante estrategias de diferenciación más que en precio.

10. ¿Qué caracteriza al mercado de competencia perfecta?
- a) Existencia de pocos vendedores con alto control sobre los precios.
  - b) Productos homogéneos y libertad de entrada y salida de empresas.
  - c) Altas barreras de entrada que limitan la competencia.
  - d) Diferenciación de productos para captar más consumidores.

Respuesta correcta: b) Productos homogéneos y libertad de entrada y salida de empresas.

11. ¿Cuál de las siguientes opciones es un ejemplo de un mercado de competencia perfecta?
- a) El mercado de automóviles.
  - b) El mercado de refrescos.
  - c) El mercado agrícola de trigo.
  - d) El mercado de sistemas operativos.

Respuesta correcta: c) El mercado agrícola de trigo.

12. En un monopolio, ¿qué sucede con la cantidad de bienes ofrecidos en comparación con lo óptimo desde una perspectiva social?
- a) Se producen más bienes para satisfacer la demanda.
  - b) Se producen menos bienes de lo óptimo, generando una pérdida social.
  - c) La cantidad ofrecida es siempre igual a lo que el mercado necesita.
  - d) La cantidad ofrecida no afecta al bienestar social.

Respuesta correcta: b) Se producen menos bienes de lo óptimo, generando una pérdida social.

13. ¿Qué factor distingue principalmente a la competencia monopolística de otros mercados?
- a) Alta transparencia de precios.
  - b) Productos homogéneos entre competidores.
  - c) Productos diferenciados y múltiples oferentes.
  - d) Control total del mercado por una única empresa.

Respuesta correcta: c) Productos diferenciados y múltiples oferentes.

14. ¿Cómo afecta la diferenciación de productos al mercado de competencia monopolística?
- a) Los consumidores perciben todos los productos como idénticos.
  - b) Las empresas compiten únicamente en precio.
  - c) Se genera variedad en las opciones disponibles para los consumidores.
  - d) Se eliminan las barreras de entrada para nuevos competidores.

Respuesta correcta: c) Se genera variedad en las opciones disponibles para los consumidores.

15. ¿Qué mercado describe mejor un oligopolio?
- a) El mercado eléctrico, con pocas empresas controlando la distribución.
  - b) El mercado de frutas y hortalizas, con múltiples oferentes pequeños.
  - c) El mercado de moda rápida, con alta diferenciación y competencia.
  - d) El mercado de productos agrícolas, con información perfecta.

Respuesta correcta: a) El mercado eléctrico, con pocas empresas controlando la distribución.

16. En un mercado de competencia perfecta, ¿qué sucede cuando una empresa intenta aumentar sus precios?
- a) Los consumidores continuarán comprando a la misma empresa.
  - b) Los consumidores cambiarán fácilmente a otros oferentes.
  - c) El precio del mercado subirá para todas las empresas.
  - d) Los competidores disminuirán sus precios en respuesta.

Respuesta correcta: b) Los consumidores cambiarán fácilmente a otros oferentes.

17. ¿Qué mercado tiene barreras de entrada significativas que limitan la competencia?
- a) El mercado de taxis con licencias.
  - b) El mercado de café local.
  - c) El mercado de panaderías artesanales.
  - d) El mercado de frutas y hortalizas.

Respuesta correcta: a) El mercado de taxis con licencias.

18. En competencia perfecta, ¿qué asegura la transparencia de información?
- a) Que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre precios y calidad.
  - b) Que los vendedores puedan diferenciar sus productos.
  - c) Que las barreras de entrada al mercado sean altas.
  - d) Que las empresas establezcan acuerdos de precios.

Respuesta correcta: a) Que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre precios y calidad.

19. ¿Qué mercado es más probable que ofrezca precios elevados debido a la falta de alternativas?
- a) Un monopolio de distribución de agua.
  - b) Un mercado agrícola con muchos oferentes.

- c) Un mercado de moda rápida con alta competencia.
- d) Un mercado tecnológico con productos homogéneos.

Respuesta correcta: a) Un monopolio de distribución de agua.

20. En un mercado de competencia perfecta, ¿qué ocurre con los beneficios extraordinarios en el largo plazo?
- a) Permanecen constantes debido a la baja competencia.
  - b) Desaparecen debido a la entrada de nuevas empresas.
  - c) Aumentan a medida que las empresas consolidan su poder de mercado.
  - d) Se convierten en pérdidas a largo plazo.

Respuesta correcta: b) Desaparecen debido a la entrada de nuevas empresas.

21. ¿Cómo se ajusta la producción de una empresa en competencia perfecta a corto plazo?
- a) Hasta que el coste marginal iguala el precio de mercado.
  - b) Para maximizar las pérdidas temporales.
  - c) Incrementando indefinidamente la producción para reducir costes.
  - d) Ajustándola para evitar competencia adicional.

Respuesta correcta: a) Hasta que el coste marginal iguala el precio de mercado.

22. ¿Qué sucede con el precio y la cantidad ofrecida en un monopolio a largo plazo?
- a) El precio disminuye y la cantidad aumenta debido a la entrada de competidores.
  - b) El precio permanece alto y la cantidad ofrecida baja debido a barreras de entrada.
  - c) El precio y la cantidad convergen hacia el equilibrio competitivo.
  - d) El monopolio desaparece debido a la presión del mercado.

Respuesta correcta: b) El precio permanece alto y la cantidad ofrecida baja debido a barreras de entrada.

23. En un mercado de competencia monopolística, ¿qué ocurre con los beneficios extraordinarios en el largo plazo?
- a) Se incrementan debido a la diferenciación continua del producto.
  - b) Desaparecen debido a la entrada de nuevas empresas.
  - c) Se estabilizan en niveles altos debido a barreras de entrada.
  - d) Se convierten en pérdidas debido a la alta competencia interna.

Respuesta correcta: b) Desaparecen debido a la entrada de nuevas empresas.

24. En un mercado de competencia monopolística, ¿cómo cambia la demanda de las empresas a largo plazo?
- a) Se desplaza hacia la derecha debido a la consolidación de las marcas existentes.
  - b) Se hace más inelástica debido a la especialización del producto.
  - c) Disminuye debido a la entrada de nuevos competidores.
  - d) Permanece constante debido a la fidelidad de los consumidores.

Respuesta correcta: c) Disminuye debido a la entrada de nuevos competidores.

25. ¿Qué efecto tiene la entrada de nuevas empresas en un mercado de competencia perfecta a largo plazo?

- a) Reduce los precios y elimina los beneficios extraordinarios.
- b) Aumenta las barreras de entrada para nuevos competidores.
- c) Incrementa los beneficios extraordinarios de las empresas establecidas.
- d) Disminuye la cantidad ofrecida por el mercado en general.

Respuesta correcta: a) Reduce los precios y elimina los beneficios extraordinarios.

26. En un monopolio, ¿qué impide que se alcance una eficiencia productiva a largo plazo?

- a) La competencia de nuevas empresas.
- b) La falta de incentivos para reducir costes o innovar.
- c) La disminución de los precios de los insumos.
- d) La desaparición de barreras de entrada.

Respuesta correcta: b) La falta de incentivos para reducir costes o innovar.

27. En un oligopolio, ¿cómo puede cambiar la interacción entre empresas en el largo plazo?

- a) Se vuelven menos interdependientes y actúan de forma competitiva.
- b) Forman acuerdos implícitos o explícitos para maximizar beneficios.
- c) Desaparece la diferenciación de productos, creando competencia perfecta.
- d) Se eliminan las barreras de entrada, aumentando el número de competidores.

Respuesta correcta: b) Forman acuerdos implícitos o explícitos para maximizar beneficios.

28. En competencia perfecta, ¿cómo afecta la entrada de empresas al equilibrio del mercado a largo plazo?

- a) Provoca una reducción continua en los precios y el coste marginal.
- b) Aumenta la cantidad producida y reduce los beneficios extraordinarios a cero.
- c) Genera un aumento de los precios debido a la competencia más intensa.
- d) Obliga a las empresas existentes a abandonar el mercado inmediatamente.

Respuesta correcta: b) Aumenta la cantidad producida y reduce los beneficios extraordinarios a cero.

29. En el largo plazo, ¿cómo afecta la libre entrada y salida al mercado de competencia perfecta?

- a) Asegura que las empresas operen al mínimo coste promedio.
- b) Permite a las empresas obtener beneficios extraordinarios sostenidos.
- c) Causa un incremento constante en los costes marginales.
- d) Estabiliza los precios en niveles más altos.

Respuesta correcta: a) Asegura que las empresas operen al mínimo coste promedio.

30. ¿Qué papel juega la publicidad en los mercados de competencia monopolística?

- a) Es innecesaria porque los productos son idénticos
- b) Se utiliza para crear diferenciación y fidelidad hacia la marca
- c) Está prohibida por las barreras de entrada

d) Solo se emplea para informar sobre precios

Respuesta correcta: b) Se utiliza para crear diferenciación y fidelidad hacia la marca

## RÚBRICA EXAMEN

N.º	Criterio	Correcto (1 punto)	Parcial (0.5 puntos)	Incorrecto (0 puntos)
1	<b>Ventajas</b>	Incluye y explica claramente dos ventajas.	Solo menciona una ventaja correctamente, o las dos son poco claras.	No menciona ventajas o no las justifica.
	<b>Desventajas</b>	Incluye y explica claramente dos desventajas.	Solo menciona una desventaja correctamente, o las dos son poco claras.	No menciona desventajas o no las justifica.
	<b>Ejemplos</b>	Usa un ejemplo relevante y bien relacionado.	Menciona ejemplos, pero son vagos o no están bien conectados con la respuesta.	No usa ejemplos o son irrelevantes.
	<b>Contextos</b>	Identifica y justifica al menos un contexto adecuado.	Menciona un contexto, pero no lo justifica bien.	No identifica ni explica contextos.
	<b>Expresión</b>	La respuesta está bien redactada, con ideas claras y gramática correcta.	La redacción es adecuada, pero presenta errores gramaticales menores o falta de fluidez.	La redacción es confusa, con errores graves de gramática o falta de cohesión.
2	<b>Ventajas</b>	Incluye y explica claramente al menos dos ventajas, apoyadas con ejemplos.	Menciona ventajas, pero no las explica adecuadamente o los ejemplos son vagos.	No menciona ventajas o no las justifica.
	<b>Desventajas</b>	Incluye y explica claramente al menos dos desventajas, apoyadas con ejemplos.	Menciona desventajas, pero no las explica adecuadamente o los ejemplos son vagos.	No menciona desventajas o no las justifica.
	<b>Ejemplos</b>	Presenta al menos un ejemplo relevante y bien relacionado con la teoría.	Menciona ejemplos, pero son vagos o no están bien conectados con la respuesta.	No usa ejemplos o son irrelevantes.
	<b>Eficiencia económica y distribución de recursos</b>	Explica claramente cómo los aspectos positivos y negativos afectan tanto a la eficiencia económica como a la distribución de recursos.	Menciona la eficiencia económica y/o la distribución de recursos, pero la explicación es superficial o incompleta.	No aborda cómo se relacionan los aspectos con la eficiencia económica ni con la distribución de recursos.
	<b>Expresión</b>	La respuesta está bien redactada, con ideas claras y gramática correcta.	La redacción es adecuada, pero presenta errores gramaticales menores o falta de fluidez.	La redacción es confusa, con errores graves de gramática o falta de cohesión.

## RESPUESTAS TIPO PARA LAS PREGUNTAS ABIERTAS

En base a lo discutido en clase cabría esperar que se mencionasen los siguientes aspectos:

1. Discute las ventajas e inconvenientes de que el Estado posea y gestione empresas en mercados monopolísticos. ¿En qué casos sería preferible esta medida frente a la regulación privada?

### **Ventajas:**

- **Control sobre precios y acceso equitativo:** La gestión estatal permite establecer precios accesibles para servicios esenciales, evitando abusos de poder por parte de un monopolista privado.
- **Priorización del bienestar social sobre las ganancias:** Las empresas públicas suelen tener objetivos más orientados al bienestar colectivo, como garantizar el acceso universal a servicios esenciales o promover la sostenibilidad ambiental.
- **Regulación más directa y efectiva:** Al ser el propio Estado quien gestiona el mercado, se simplifican los mecanismos de control y regulación, reduciendo los costos asociados al monitoreo externo.

### **Inconvenientes:**

- **Ineficiencia operativa:** Las empresas estatales pueden carecer de incentivos para ser eficientes, lo que podría generar costos más altos y menor innovación.
- **Riesgo de politización:** Las decisiones en empresas estatales pueden estar influenciadas por intereses políticos en lugar de criterios técnicos o económicos.
- **Limitaciones presupuestarias:** La dependencia de los recursos públicos puede restringir la capacidad de inversión, especialmente en tiempos de crisis económica.

### **Casos específicos en los que sería preferible la propiedad estatal:**

- **Mercados de servicios esenciales:** En sectores como la distribución de agua o la electricidad, donde la duplicación de infraestructura es ineficiente, la gestión estatal puede ser la mejor solución para evitar abusos y garantizar el acceso universal.

- **Monopolios naturales:** En mercados con altas barreras de entrada, como el transporte ferroviario, el Estado puede evitar que un único actor privado controle el mercado y limite el acceso.
- **Zonas remotas o no rentables:** En áreas rurales donde las empresas privadas no consideran rentable operar, el Estado puede intervenir para garantizar la provisión del servicio.

2. Explica los aspectos positivos y negativos de un mercado oligopólico en términos de eficiencia económica y distribución de recursos. Justifica tu respuesta con ejemplos concretos.

### **Aspectos Positivos de un Mercado Oligopólico**

- **Economías de escala:** En un oligopolio, las empresas suelen ser grandes y pueden aprovechar economías de escala para reducir costos de producción, lo que podría beneficiar a los consumidores si las empresas trasladan estos ahorros a los precios.
- **Innovación y calidad:** La competencia entre pocos grandes actores puede fomentar la innovación y el desarrollo de productos diferenciados, mejorando la calidad para los consumidores.
- **Estabilidad de precios:** Debido a la interdependencia entre las empresas, los precios en un oligopolio suelen ser más estables que en mercados más competitivos, donde las fluctuaciones pueden ser frecuentes.

### **Aspectos Negativos de un Mercado Oligopólico**

- **Riesgo de colusión:** Las empresas en un oligopolio pueden llegar a acuerdos explícitos o tácitos para fijar precios elevados, perjudicando a los consumidores.
- **Falta de eficiencia asignativa:** En un oligopolio, los precios suelen estar por encima del coste marginal, lo que implica que no se produce la cantidad óptima desde el punto de vista del bienestar social.
- **Distribución desigual de recursos:** La concentración de poder económico en pocas empresas puede llevar a una distribución de recursos menos equitativa, aumentando las desigualdades económicas.

## RÚBRICA PÍLDORA EDUCATIVA.

Aspectos	EXCELENTE (4 puntos)	BIEN (3 puntos)	MEJORABLE (2 puntos)	MAL (1 punto)
<b>Contenido</b>	El vídeo aborda el tema con profundidad, utilizando ejemplos relevantes y detalles precisos. La comprensión del tema es sobresaliente.	Incluye explicaciones claras, con ejemplos básicos. El conocimiento presentado es adecuado.	Presenta información esencial sobre el tema, pero con errores conceptuales o falta de profundidad.	El contenido es insuficiente, con errores graves o falta de coherencia en la exposición de los conceptos.
<b>Originalidad</b>	El producto refleja un enfoque innovador y creativo. Las ideas son únicas y están adaptadas eficazmente al público objetivo.	El vídeo presenta un enfoque original, aunque reutiliza ideas o enfoques comunes con cierta efectividad.	Las ideas son poco originales, con escasa personalización o dependencia excesiva de materiales existentes.	Carece de originalidad, limitándose a una copia de materiales ajenos sin adaptación significativa.
<b>Lenguaje</b>	El lenguaje es claro y adaptado a la audiencia, sin errores de ortografía o gramática. El vocabulario es preciso y adecuado al tema.	Tres o menos errores ortográficos o gramaticales. El lenguaje es comprensible y en su mayoría adecuado al tema.	Cuatro o más errores ortográficos o gramaticales. El lenguaje resulta limitado o poco preciso para la temática.	Más de cuatro errores ortográficos o gramaticales. El lenguaje es inapropiado y no se ajusta al tema tratado.
<b>Mensaje</b>	El mensaje es claro, persuasivo y accesible. La información está bien estructurada, transmitiendo seguridad y confianza.	El mensaje es comprensible y se presenta con seguridad, aunque con menor persuasión o profundidad.	El mensaje es poco claro, y la estructura dificulta la comprensión. Hay vacilaciones que afectan su credibilidad.	El mensaje no es comprensible. Carece de estructura y no transmite confianza o seguridad.
<b>Grabación y edición</b>	Se emplean múltiples tomas y ángulos de cámara, con excelente calidad de audio, imágenes y efectos. La edición eleva el impacto del mensaje.	Uso adecuado de tomas y ángulos, con calidad técnica aceptable en audio, imágenes y edición.	Uso limitado de técnicas audiovisuales, con problemas significativos en la calidad de audio, imagen o edición.	Vídeo técnicamente deficiente, con problemas graves en grabación o edición que afectan su comprensión.
<b>Planificación</b>	Evidencia una planificación detallada y ensayos previos, lo que garantiza fluidez y profesionalismo en el resultado final.	Evidencia planificación básica, aunque se detectan algunos momentos que podrían haberse trabajado mejor.	Presenta falta de planificación en varios aspectos, lo que afecta la calidad y coherencia del producto final.	No existe planificación perceptible; el vídeo resulta improvisado y carece de estructura.

## DIANA DE AUTOEVALUACIÓN

Niveles:

1. Nada
2. Poco
3. Suficiente
4. Bastante
5. Mucho

¿Mis aportaciones ayudaron a que el contenido del vídeo fuera claro, relevante y comprensible para la audiencia?

¿Contribuí al buen funcionamiento del equipo, respetando opiniones, resolviendo conflictos y apoyando a mis compañeros?

¿Aporté ideas originales y enfoques creativos que enriquecieron el producto final?

¿Participé activamente en las tareas y cumplí con mis responsabilidades dentro del equipo de manera efectiva y puntual?

## DIANA DE COEVALUACIÓN

Niveles:

1. Nada
2. Poco
3. Suficiente
4. Bastante
5. Mucho

¿Sus ideas y aportaciones enriquecieron el contenido del vídeo, haciéndolo claro y relevante?

¿Colaboró activamente con los demás, respetando opiniones y contribuyendo al buen funcionamiento del grupo?

¿Aportó ideas originales o creativas que mejoraron el proyecto?

¿Cumplió con sus responsabilidades asignadas de manera efectiva y dentro de los plazos acordados?

The diagram is a circular radar chart with five concentric circles. A horizontal axis is drawn across the center, with the numbers 1, 2, 3, 4, and 5 placed at regular intervals from the center to the right edge. A vertical line also passes through the center, dividing the chart into four quadrants. Each quadrant is connected to a text box containing an evaluation question. The top box asks about enriching video content, the left box asks about active collaboration, the right box asks about original ideas, and the bottom box asks about fulfilling responsibilities.

## CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

**Instrucciones:** Valora cada afirmación del 1 al 5, donde:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

---

	1	2	3	4	5
El profesor ha adaptado las clases a nuestras necesidades e intereses como alumnos.	<input type="checkbox"/>				
Los criterios de evaluación y calificación han sido claros desde el principio y me han permitido conocer mi progreso.	<input type="checkbox"/>				
Antes de cada actividad el profesor ha explicado qué íbamos a hacer y cómo se iba a evaluar.	<input type="checkbox"/>				
El profesor nos ha proporcionado esquemas o mapas conceptuales para orientarnos en cada tema.	<input type="checkbox"/>				
Las actividades han sido variadas (individuales, en grupo, de diferentes tipos) y me han ayudado a desarrollar competencias.	<input type="checkbox"/>				
El tiempo de clase se ha distribuido de forma adecuada.	<input type="checkbox"/>				
El ambiente de la clase ha sido apropiado y ha favorecido el aprendizaje.	<input type="checkbox"/>				
Se han ofrecido oportunidades y procedimientos para recuperar la materia cuando era necesario.	<input type="checkbox"/>				

---

¿Qué aspectos destacarías positivamente del desarrollo de la asignatura durante este curso?

---

---

¿Qué aspectos consideras que se podrían mejorar para el próximo curso?

---

---