

4° DE SECUNDARIA

MUSEO NACIONAL DE ECONOMÍA

CARTILLA DEL MAESTRO

- Orientaciones Metodológicas -

PRESENTACIÓN

La cartilla del maestro se elaboró para brindar las nociones básicas de economía a los estudiantes de quinto y sexto de primaria y de primero a quinto año de secundaria.

Tiene por finalidad ofrecer al maestro un instrumento didáctico que integre la experiencia de la visita a la Sala Educativa .con el aprendizaje de aula.

El docente tendrá con este material un recurso útil para el aprendizaje de conceptos básicos de economía según su grado de enseñanza.



PAUTAS DE APRENDIZAJE

El docente debe cumplir con las siguientes pautas:

- Visitar previamente la Sala Educativa.
- Asistir a una charla informativa
- Recoger la cartilla de aprendizaje.
- Diseñar con sus pares el desarrollo de la cartilla
- Después de la visita a la Sala Educativa, organizar con los estudiantes una actividad de retroalimentación en la que participe la comunidad educativa.



ESTRUCTURA DE LA CARTILLA

Esta cartilla es una propuesta didáctica de contenidos referidos a la educación económica y financiera. Tiene por objeto que el estudiante interiorice algunos conceptos claves y debata con pensamiento crítico acerca de ellos.

Se estructura en torno a los temas que se muestran en la Sala Educativa y está en concordancia con la programación escolar.

Los **siete** temas propuestos en las fichas se abordan de quinto grado de primaria a quinto año de secundaria, aumentando el nivel de profundidad según la edad de los estudiantes.

Las actividades se orientan a que la práctica docente sea flexible, innovadora y creativa. El maestro podrá modificar las actividades sugeridas de acuerdo al contexto de su centro escolar y a las necesidades de sus alumnos.

Después de la visita a la Sala Educativa se propone una actividad de retroalimentación, que permita a la comunidad educativa reafirmar el conocimiento adquirido en la visita.

ESTRUCTURA DE LAS FICHAS

Cada ficha está integrada por los siguientes apartados:

- **Título.** Alude a los contenidos que se abordan en la ficha.
- **Propósito.** Orienta al alumno a compartir experiencias significativas con el fin de incorporar nuevos conocimientos a su vida diaria.
- **Aprendizaje esperado.** Describe el nivel de logro de la vivencia de aprendizaje.
- **Concepto Clave.** Eje que orienta el trabajo de la ficha.
- **Desarrollo de actividades.** Aplica los conocimientos adquiridos a través de la reflexión, elaboración de textos y/o ejercicios prácticos vivenciales.
- **Reflexión sobre lo aprendido.** Debate y toma de conciencia sobre los aprendizajes adquiridos.

EJES TEMÁTICOS

Los primeros temas, el ahorro y el consumo responsable buscan que los estudiantes de quinto y sexto grado incorporen en su vida valores vinculados a la importancia de tomar decisiones financieras.

A partir de primero de secundaria, se busca que los estudiantes describan progresivamente, según el grado de estudios, el circuito económico y tomen conciencia de la labor que realizan algunas entidades del Estado (Ministerio de Economía y Banco Central de Reserva) para regular la política económica del país.



EJES TEMÁTICOS A INCLUIR EN CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA

Son siete ejes temáticos que se sugiere incluir en el diseño curricular en el área de ciudadanía democrática. Estos son:

PRIMARIA		SECUNDARIA				
5°	6°	1°	2°	3°	4°	5°
El Dinero y el ahorro.	Consumo responsable.	Producción y población.	El mercado.	Los pilares de la política económica del país.	Exportación e importación	El sistema financiero.



TEMARIO

COMPETENCIAS DE QUINTO GRADO A QUINTO AÑO DE SECUNDARIA:

PRIMARIA:PRIMARIA: ÁREA PERSONAL SOCIAL Al finalizar las sesiones de aprendizaje, los estudiantes valoran la importancia de tomar decisiones financieras.	
QUINTO Importancia del dinero y del ahorro.	SEXTO Consumo Responsable.
1. El valor del Dinero.	1. Satisfacción de Necesidades.
2. El ahorro.	2. Antes de comprar hay que pensar.



TEMARIO

SECUNDARIA: ÁREA CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA

Al finalizar la sesión, los estudiantes describen progresivamente, según el grado de estudios, el circuito económico y toman conciencia de la labor que cumple el Estado (Ministerio de Economía y el Banco Central de Reserva) para regular la política económica del país.

Primero	Segundo	Tercero
Producción y Población	Mercado	Los pilares de la Política Económica del País
1. Producción y mercado.	1. Agentes económicos.	1. Política monetaria: Banco Central de Reserva . BCRP.
2. Mercado.	2. Factores productivos.	2. Política Fiscal: Ministerio de Economía y Finanzas. MEF.
3. Población y empleo.	3. El mercado.	3. Los pilares de la política económica.

TEMARIO

SECUNDARIA: ÁREA CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA

Al finalizar la sesión, los estudiantes describen progresivamente, según el grado de estudios, el circuito económico y toman conciencia de la labor que cumple el Estado (Ministerio de Economía y el Banco Central de Reserva) para regular la política económica del país.

Cuarto	Quinto
Importación y Exportación.	El Sistema Financiero.
1. Compra y venta en el mercado internacional.	1. El sistema financiero.
2.El mercado internacional.	2. La reservas Internacionales en el sistema financiero.
	3. El Plan de acción Financiero.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Los conocimientos de economía básica mostrados en la Sala Educativa se han alineado a los aprendizajes transversales y a las tres competencias básicas indicadas en las Rutas de Aprendizaje: “Convivir, deliberar y participar democráticamente”.

Módulo General de las Rutas de Aprendizaje Ciudadanía Democrática

“La educación económica y financiera debe favorecer el desarrollo de capacidades y conocimientos que permiten a las ciudadanas y ciudadanos, tomar decisiones correctas de carácter económico en su vida cotidiana, así como utilizar los productos y servicios financieros en forma responsable para mejorar su calidad de vida, ejerciendo sus derechos económicos. Asimismo, permite a las distintas sociedades tomar decisiones que lleven a un consumo responsable y al cuidado del medio ambiente, reconociendo la importancia de apostar por un desarrollo sostenible, por un equilibrio entre la población y el uso de sus recursos y una participación comprometida con una economía solidaria y redistributiva.” (1) (Pág. 26)



1. MINISTERIO DE EDUCACIÓN... Rutas del Aprendizaje: Convivir, participar y dialogar para ejercer una ciudadanía democrática e intercultural...- Fascículo General. Primera edición. Corporación Gráfica Navarrete. 99 págs.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

VISITA A LA SALA EDUCATIVA.

PRIMERA ETAPA:

Organización de la visita a la Sala Educativa

Primera Fase: Jornada de Planificación: Los docentes se reúnen para organizar la visita a la sala educativa. Analizan las cartillas, se delegan funciones y adecúan los temas a su realidad educativa.



Segunda Fase: Aplicación de la Cartilla de Aprendizaje: Los docentes pueden incluir estos temas en su diseño curricular de acuerdo a su realidad.



ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Tercera Fase: Aprendizaje Comunitario: Docentes y alumnos organizan la feria económica u otra experiencia de aplicación del aprendizaje.



SEGUNDA ETAPA:

Visita a la Sala Educativa

Realizan la visita a la Sala Educativa. Los estudiantes reciben material de apoyo.



ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

TERCERA ETAPA:

Actividad posterior “*El día del aprendizaje comunitario*”

Los estudiantes aplican sus aprendizajes en una experiencia significativa. Se propone para esta etapa realizar la **Feria Económica** promoviendo la participación de la comunidad educativa.



TEST DE EVALUACIÓN

Evaluación



Puntee la escala que crea conveniente de acuerdo a los siguientes criterios:

Sobre la Jornada de Planificación.

1. Pobre: La experiencia de aprendizaje significativo no tuvo la participación que se esperaba.
2. Medio: La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de acuerdo a lo programado.
3. Bueno: La experiencia de aprendizaje significativo cumplió las expectativas.
4. Muy bueno: La experiencia de aprendizaje significativo sobrepasó las expectativas.
5. Excelente La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de forma excelente.

TEST DE EVALUACIÓN

Sobre las Cartillas de Aprendizaje

1. Pobre: La experiencia de aprendizaje significativo no tuvo la participación que se esperaba.
2. Medio: La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de acuerdo a lo programado.
3. Bueno: La experiencia de aprendizaje significativo cumplió las expectativas.
4. Muy bueno: La experiencia de aprendizaje significativo sobrepasó las expectativas.
5. Excelente La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de forma excelente.



TEST DE EVALUACIÓN

Sobre la Visita a la Sala Educativa

1. Pobre: La experiencia de aprendizaje significativo no tuvo la participación que se esperaba.
2. Medio: La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de acuerdo a lo programado.
3. Bueno: La experiencia de aprendizaje significativo cumplió las expectativas.
4. Muy bueno: La experiencia de aprendizaje significativo sobrepasó las expectativas.
5. Excelente La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de forma excelente.



TEST DE EVALUACIÓN

Sobre la Actividad de Aprendizaje Colaborativo

1. Pobre: La experiencia de aprendizaje significativo no tuvo la participación que se esperaba.
2. Medio: La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de acuerdo a lo programado.
3. Bueno: La experiencia de aprendizaje significativo cumplió las expectativas.
4. Muy bueno: La experiencia de aprendizaje significativo sobrepasó las expectativas.
5. Excelente La experiencia de aprendizaje significativo se cumplió de forma excelente.



FODAI

Los docentes identifican las fortalezas, debilidades, posibilidades, amenazas e impactos en la comunidad escolar, así como las mejoras que harán si volvieran a programar esta actividad.

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Preguntas de Reflexión para el Equipo Docente

1. En el grado en el cual te encuentras ¿De qué otra manera presentaría estos temas a sus estudiantes?
2. ¿Qué aprendizajes considera relevantes en el tema que ha trabajado con sus estudiantes?
3. ¿Qué nuevo aporte o modificación realizó a las actividades sugeridas? Describa su respuesta.
4. ¿Qué innovaciones realizaría si volviera a desarrollar la actividad?



Depositar en el ánfora de sugerencias. Gracias Por su Colaboración.

RETROALIMENTACIÓN

RECUERDEN QUE:

Los espacios educativos de calidad son aquellos que responden a las necesidades educativas de los niños y adolescentes de diversa procedencia sociocultural y que suscitan oportunidades de convivencia tanto entre los educadores, educadores con estudiantes así como de éstos con la familia y la comunidad.



4° DE SECUNDARIA

MUSEO NACIONAL DE ECONOMÍA

CARTILLA DEL MAESTRO

Secundaria
FICHA 1.1 Cuarto Año

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

El Comercio en el Mercado Internacional

El Comercio en el Mercado Internacional

Propósito:

Los estudiantes destacan la importancia del intercambio comercial a nivel internacional.

Aprendizajes Esperados:

1. Identifican la relación de interdependencia entre los agentes económicos en el intercambio comercial.
2. Diseñan una ficha técnica comercial de su producto.
3. Participan en un sociodrama aplicando estrategias de venta en una rueda de negocios.

El Comercio en el Mercado Internacional

- **Catálogos y folletos:** Material promocional. Funcionan como “recuerdo”.
- **Exportación:** Es el conjunto de bienes y servicios producidos en un país, que son comprados y consumidos en otro país diferente.
- **Ferias:** Lugar donde se promoció la compra y venta de productos y servicios.
- **Ficha Técnica:** Documento útil para la venta internacional. Muestra un resumen del producto que se está ofreciendo, sus características, las normas de calidad que respeta, las cantidades ofertadas, los precios, formas de pago y condiciones para la venta internacional.
- **Importación:** Conjunto de bienes y/o servicios que son comprados y consumidos por un país que no los ha producido, sino adquiridos de otro país diferente.



El Comercio en el Mercado Internacional

- **Intercambio Comercial:** Compra-venta de productos entre países a un precio convenido entre las partes considerando las políticas de comercio internacional.
- **Muestras:** Presentación de productos en pequeñas cantidades para brindar al cliente la posibilidad de probar y observar sus cualidades.
- **Producto:** Bien que compramos para nuestro uso personal.
- **Rueda de Negocios:** Reunión de empresarios, instituciones, organizaciones, de uno o más países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí con el propósito de realizar negocios.
- **Términos de Intercambio:** Es el poder de compra de las exportaciones respecto a las importaciones que podrá mejorar o empeorar en el transcurso del tiempo.

El Comercio en el Mercado Internacional

1. Lean la siguiente historieta:



El Comercio en el Mercado Internacional

Trabajo personal y de equipo:

2. Investigación Previa: Busquen información y respondan

1. ¿Cómo hacer para comprar o vender bienes y servicios al extranjero?.



3. Realicen las siguientes acciones

- Documentarse acerca de la compra y venta de productos al extranjero.
- Redacten los requisitos de inscripción .
- Diseñen gráficamente en un mapa conceptual cada paso del proceso.
- Cópienlo en un papelógrafo.

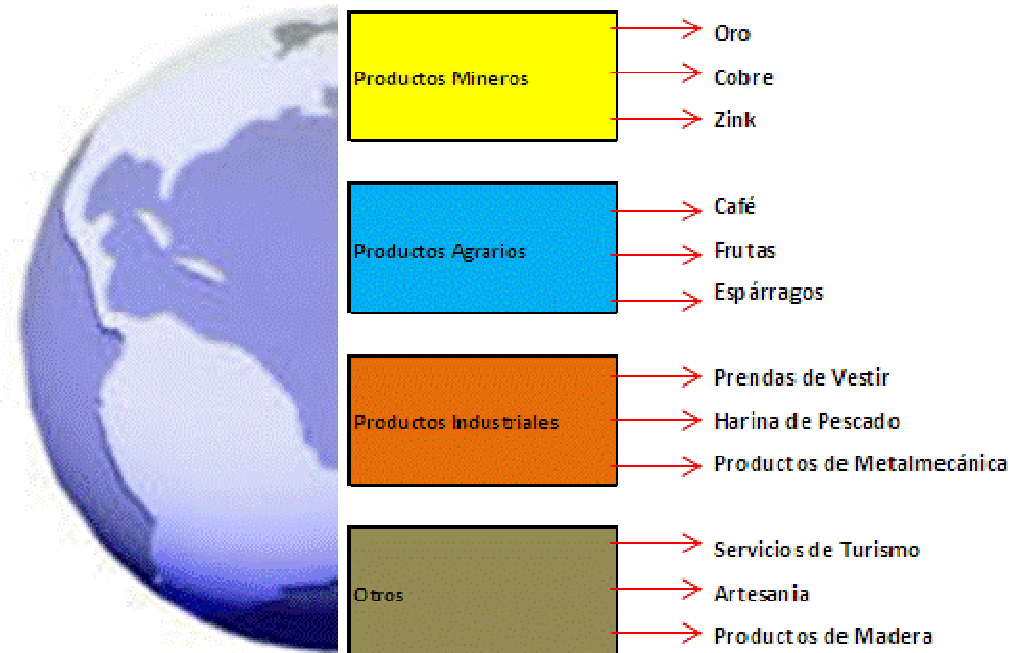
RECUERDEN QUE:

El acto de vender nuestros productos al extranjero se denomina **EXPORTACIÓN**.

Secundaria

FICHA **1.1** Cuarto Año

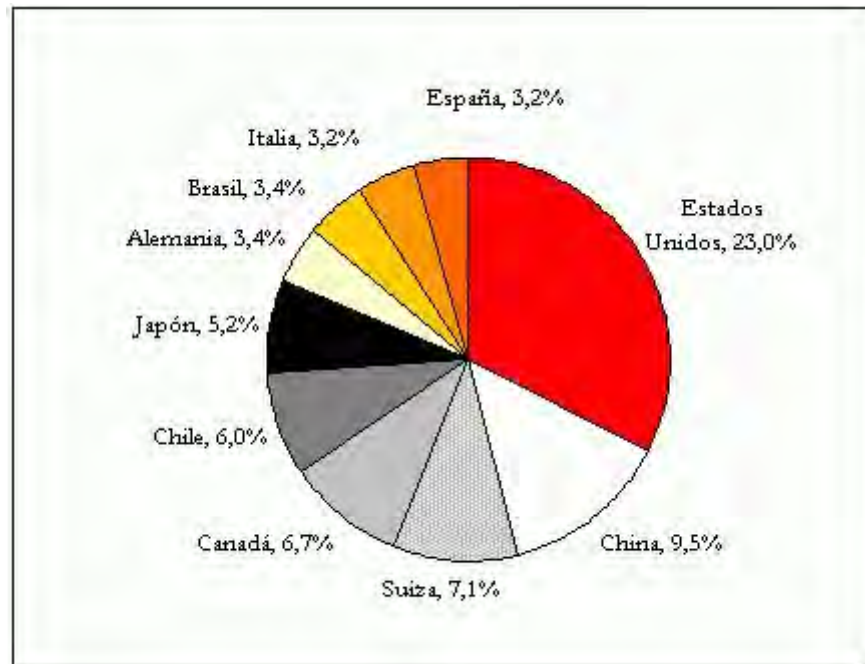
El Comercio en el Mercado Internacional



Hoy exportamos más frutas que cobre hace 20 años

El Comercio en el Mercado Internacional

Principales Países de Destino de las Exportaciones Peruanas



SABÍAN QUE:

En los últimos 20 años , el Perú ha aumentado la cantidad y diversidad de productos exportados y el número de países a los que vende.

Hoy vendemos al mundo más de 14 veces que en el año 1990.

El Comercio en el Mercado Internacional



El acto de comprar productos al extranjero para utilizarlos en nuestro beneficio se denomina **IMPORTACIÓN**.



Alimentos

Prendas de vestir

Medicinas

Electrodomésticos

Vehículos

Maquinarias

Principales
productos
que importa
el Perú

El Comercio en el Mercado Internacional

Al Perú le conviene EXPORTAR más que Importar

Saben ¿Por qué?



Trabajo en equipo: PHILLIPS 6/6

1. Redacten sus opiniones.

2. Si vamos a comprar productos al extranjero para utilizarlos en nuestro beneficio entonces vamos a:

El Comercio en el Mercado Internacional

RECUERDEN QUE:

Al país le conviene aumentar nuestras exportaciones porque esto favorece a nuestra economía ya que el poder de compra de las exportaciones respecto a las importaciones constituye una medida de la posición competitiva del país frente al exterior, que podrá mejorar o empeorar en el transcurso del tiempo.

Para entender cuándo mejoran los **términos de intercambio** observa el siguiente gráfico:



El Comercio en el Mercado Internacional

Imaginen que asisten a un campeonato de carrera y parapente.



El jugador **rojo** representa, los precios de las exportaciones

El jugador **azul**, los precio de las importaciones.



- A. El primer tramo del juego compiten **solo los corredores** de ambos equipos
Observen en el gráfico anterior ¿Qué jugador va ganando?

Eso significa figurativamente que **las exportaciones aumentan más que las importaciones.**

- B. El primer tramo termina empezando el tramo siguiente, inmediatamente cada jugador entregará la posta a sus compañeros de equipo para que éste inicie la carrera de parapente.

El Comercio en el Mercado Internacional

En el gráfico ¿Cuál de los dos jugadores maniobra con mayor eficacia?

Esto significa que las **exportaciones** van manteniendo sus ventas a un buen ritmo mientras las **importaciones** bajan tan lento que caen.

C. Ya estamos en el último tramo, los jugadores se quitan el parapente y retoman la carrera.

¿Cómo termina la carrera?

Significa que las **exportaciones** aumentan más que las **importaciones**.

El Comercio en el Mercado Internacional

RECUERDEN QUE:



Al aumentar nuestras exportaciones nuestra economía mejora y se beneficia el desarrollo del país.

Los términos de intercambio constituye una medida de la posición competitiva del país frente al exterior, que podrá mejorar o empeorar en el transcurso del tiempo.



El Comercio en el Mercado Internacional: Rol de BCRP

Al Perú le conviene EXPORTAR más que Importar.

Saben ¿Por qué?

Para obtener **reservas internacionales**.

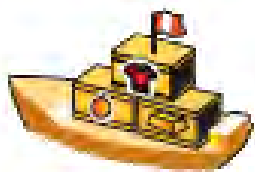
Las reservas internacionales son los ahorros del país.

Llamamos **divisas** a la moneda internacional que utilizamos para exportar e importar. El dólar es nuestra divisa internacional.



El Comercio en el Mercado Internacional: Rol del BCRP

Las divisas ingresan al Perú a través de:



1. Las exportaciones.



- 2. Los préstamos del exterior.
- 3. Las remesas (envíos de dinero por peruanos que viven en el extranjero.)
- 4. Las donaciones.



- 5. La inversión Extranjera .
- 6. Las utilidades de empresas peruanas en el extranjero.

El Comercio en el Mercado Internacional: Rol del BCRP

Las divisas salen del Perú cuando:



1. Importamos.



2. Invertimos en el Exterior.
3. Pagamos la deuda externa (pública y privada).



4. En las utilidades de las empresas extranjeras que invierten en el Perú.



El Comercio en el Mercado Internacional: Rol del BCRP

BANCO CENTRAL

El Banco Central de Reserva administra las reservas internacionales basado en tres principios fundamentales:

1



Seguridad:

Invierte en los activos más seguros.

2



Liquidez:

Reservas fácilmente disponibles.

3



Rendimiento:

Mayor rentabilidad.

- Para proteger al país de una crisis.
- Para garantizar la disponibilidad de divisas para nuevas inversiones y préstamos extranjeros.



¿En qué las
invierte?

Las Invierte
en



Bonos, oro, depósitos,
Títulos, valores, Derechos
Especiales de Giro y las
mismas divisas.

Las Reservas
sirven



El Comercio en el Mercado Internacional

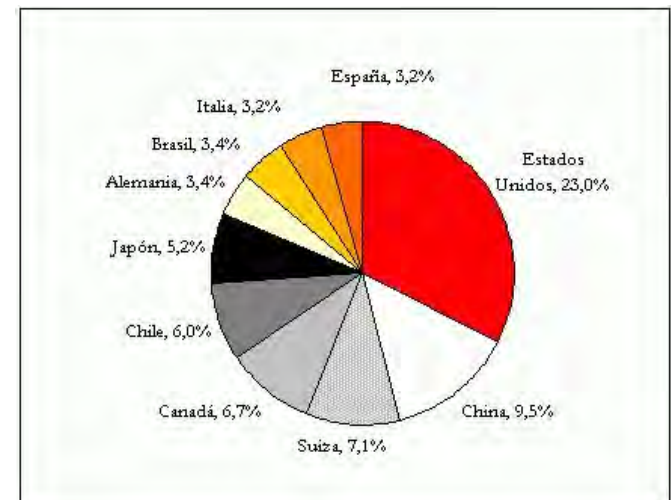
Trabajo personal y de equipo: Juego de exportación

Exportarán polos

a. Elijan un país con el que quieran negociar

b. ¿Creen que tendrían que adecuar su producto a los gustos y preferencias de los consumidores de ese país?
Sustenten su respuesta

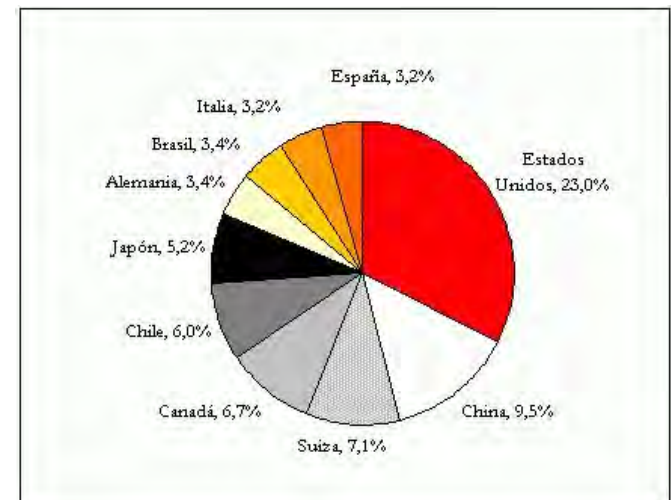
c. Elaboren un diseño o muestra de cómo serían esos polos



El Comercio en el Mercado Internacional

RECUERDEN QUE:

Las **ferias internacionales** nos posibilita contactar con clientes potenciales del exterior. Para participar en ellas se debe presentar la **ficha técnica** del producto que se quiere exportar.



El Comercio en el Mercado Internacional

Las Ferias Internacionales son los espacios donde se promociona la compra y venta de productos y servicios para ser exportados o importados.

En las ferias se informa sobre las necesidades de los clientes potenciales y permiten recoger información sobre las características de los productos que ofrecen

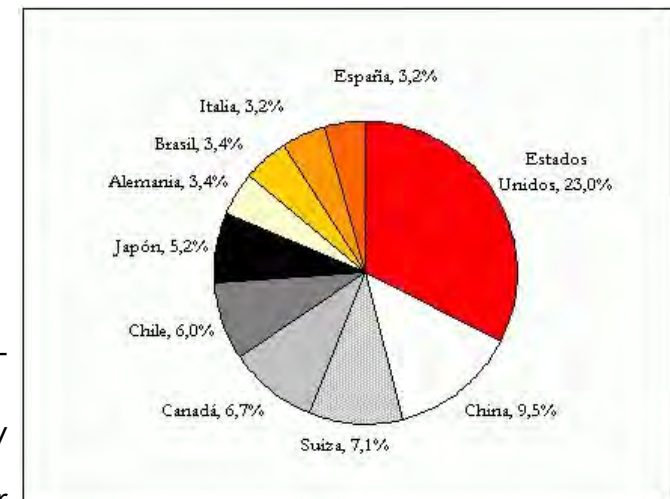
El Comercio en el Mercado Internacional

Trabajo personal y de equipo:

a. Imaginen que tienen sus polos y quieren participar en una feria internacional ¿Qué tendrían que hacer para participar ?

b. ¿Dónde buscarían la información?

c. Imaginen que recogieron la siguiente ficha técnica y con sus compañeros de equipo proceden a completar los datos solicitados:



El Comercio en el Mercado Internacional

Ficha Técnica:

1. Describan brevemente ¿Cuál es la especialidad de su empresa y cómo son sus productos?

.....

.....

2. ¿Quiénes conforman su empresa?

Nº de Hombres

Nº de mujeres

El Comercio en el Mercado Internacional

3. Datos de la Empresa	
Dirección	
Referencia	
Teléfono	
Correo email	
Principales productos que desarrollan	
N° de maquinarias	

El Comercio en el Mercado Internacional

Información sobre el volumen de venta a ofrecer			
Nº mínimo de productos			
Nº máximo de productos			
Entrega de propuesta			
Desarrollo de muestras			
Tiempo de entrega			
Condiciones de pago:	Efectivo		En cuotas (Nº)
Cuenta Bancaria de Depósito			

El Comercio en el Mercado Internacional

4. Visiten ADEX para informarse sobre la rueda de negocios y la posibilidad de asistir a alguna programada.

-
5. Elaboren una ficha creativa sobre la visita realizada.
-



RECUERDEN QUE:



Llamamos rueda de negocios a la reunión de empresarios, instituciones, organizaciones, de uno o más países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí con el propósito de realizar negocios

Secundaria
FICHA 1.2 Cuarto Año

El Mercado Internacional

Secundaria

FICHA **1.2** Cuarto Año

Mercado Internacional

Propósitos:

Los estudiantes valoran la importancia del comercio internacional en la actividad económica del país .

Aprendizajes Esperados:

1. Explican el circuito económico en el mercado internacional.
2. Destacan los beneficios que se obtienen de la exportación en el mercado de bienes y servicios.

Mercado Internacional

Conceptos Claves:

- **Agentes económicos:** Personas que toman decisiones. Pueden ser en algún momento compradores o vendedores.
- **Bienestar:** Situación en que las familias satisfacen las necesidades básicas como: educación, salud, alimentación, seguridad social y vivienda.
- **Comercializar un producto:** Conjunto de esfuerzos y actividades que realizan las organizaciones para ofrecer sus productos o servicios y satisfacer las necesidades de sus clientes con el fin de obtener una ganancia económica.
- **Comprar:** Adquirir algo a cambio de dinero.
- **Consumo:** Uso de un bien o servicio para satisfacer una necesidad.

Mercado Internacional

- **Empresa:** Organización dedicada a producir bienes o brindar servicios a través de un conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se encuentre inmersa.
- **Impuesto:** Tributo que las empresas y las personas pagan al Estado para que éste produzca bienes y servicios públicos (hospitales, colegios, carreteras, etc). Los impuestos pueden ser a la renta, al patrimonio, a la importación, a la producción, al consumo entre otros.
- **Invertir:** Arriesgar un capital o bienes y servicios para obtener utilidades y mejorar los ingresos a lo largo del tiempo.

Mercado Internacional

- **Mercado de bienes y servicios:** Espacio físico o virtual donde se compran o venden productos o servicios de diferente tipo.
- **Mercado laboral:** Relación entre las personas con las empresas o con el Estado en la que las personas reciben un dinero a cambio de sus servicios.
- **Recursos de capital:** Fábricas, maquinaria, equipo y herramientas que se emplean en la producción de algún bien o servicio.
- **Vender:** Acción en virtud de la cual una persona transfiere la propiedad de un bien o servicio a otra, a cambio de un determinado precio.

Secundaria

FICHA 1.2 Cuarto Año

Mercado Internacional



Secundaria

FICHA 1.2 Cuarto Año

Mercado Internacional

El Mercado internacional

Se conoce como **mercado internacional** al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países. Se trata de una rama del comercio la cual cobra mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización. Las personas aumentan sus posibilidades de consumir al elegir comprar productos importados si consideran que éstos tienen buenos precios y buena calidad.



Este diagrama ilustra el ciclo económico y la interacción entre los principales actores de una economía:

- FAMILIAS:** Representadas por una casa roja. Emiten dinero (monedas) que fluye hacia las empresas y el gobierno. Reciben bienes y servicios (camiones verdes) desde el mercado de bienes y servicios. También pagan impuestos (monedas con flechas verdes) al gobierno y reciben subsidios (monedas con flechas rojas) de él.
- EMPRESAS:** Representadas por edificios azules. Reciben dinero de las familias y el gobierno. Pagan impuestos al gobierno. Emiten bienes y servicios hacia el mercado de bienes y servicios. También pagan salarios (monedas) a los trabajadores en el mercado de trabajo.
- GOBIERNO:** Representado por un edificio blanco con una bandera. Recibe impuestos de las familias y empresas. Paga subsidios a las familias. Emite dinero (monedas) que fluye hacia las empresas y el mercado de bienes y servicios.
- BIENES Y SERVICIOS:** Representado por edificios verdes. Recibe bienes y servicios de las empresas y el gobierno. Emite dinero (monedas) que fluye hacia las familias.
- MARKET DE TRABAJO:** Representado por una zona con personas. Recibe salarios de las empresas y emite dinero (monedas) que fluye hacia las familias.

El Comercio en el Mercado Internacional

RECUERDEN QUE:

Comercializar un producto requiere un conjunto de esfuerzos y actividades que realizan las organizaciones para ofrecer sus productos o servicios y satisfacer las necesidades de sus clientes, con el fin de obtener una ganancia económica.

Las empresas, familias, y el Estado que **invierten** en el extranjero arriesgan un capital o bienes y servicios para obtener utilidades y mejorar sus ingresos a lo largo del tiempo.



El Comercio en el Mercado Internacional

Trabajo personal y de equipo:

1. Investigando

- a. ¿Qué acciones se realizan en la actualidad para facilitar las importaciones y exportaciones en el país?

- b. Recorta dos noticias periodísticas

2. Respondan las siguientes preguntas:

- b. ¿Cuáles son los beneficios que obtienen las familias con las exportaciones?

- b. ¿Y con las importaciones?



El Comercio en el Mercado Internacional

Actividad después de la visita al museo:

1. ¿Qué les pareció la visita al museo?
2. ¿Qué recordaron de lo que vieron?
3. ¿Cómo aplicarían lo aprendido en su vida diaria?



El Comercio en el Mercado Internacional

Preparándonos para la Feria para recaudar fondos

1. Preparan un juego creativo sobre los términos de intercambio.
2. Presentan el juego en la feria a manera de tómbola.
3. Explican brevemente el significado del juego a los asistentes .
4. Elaboran un folleto con las ideas principales sobre el comercio internacional.
5. Entregan el folleto en la feria.
6. Presentan en clase su informe de utilidades.
7. Evalúan su nivel de logro.
8. Difunden una síntesis de la experiencia en la comunidad educativa.
9. Deciden en qué van a utilizar sus ganancias y qué porcentaje servirá para apoyar a un compañero que lo necesite.



Material didáctico elaborado por Talento y Acción EIRL.

Departamento de Comunicaciones del Banco Central de Reserva del Perú

Primera Edición: 2014

Equipo Talento y Acción EIRL:

Diseño de la Guía:

Rebeca Ríos Polastri

Elizabeth Moreno Lugo.

Patricia Delgado Zenteno