
	INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: GUÍA DE TRABAJO PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES EN LA PRESENCIALIDAD – JORNADA SABATINA		Versión 01	Página 1 de 5

INSTITUCIÓN EDUCATIVA HÉCTOR ABAD GÓMEZ			
DOCENTES: JIMENA GONZÁLEZ OROZCO		NÚCLEO DE FORMACIÓN: TÉCNICO CIENTÍFICO	
CLEI: 4	GRUPOS: 403, 404, 405, 406, 407	PERIODO: 2	SEMANA: 18
NÚMERO DE SESIONES:	FECHA DE INICIO:	FECHA DE FINALIZACIÓN:	
1	06/06/2026	12/06/2026	

PROPÓSITO GENERAL DEL SEGUNDO PERIODO

Desarrollar en los estudiantes la capacidad de identificar problemáticas ambientales de su entorno, diseñar soluciones sostenibles mediante la creación de prototipos tecnológicos y estructurar una propuesta de emprendimiento ecológico, integrando el pensamiento científico, el uso de herramientas digitales y la toma de decisiones responsables frente al cuidado del medio ambiente.

Pregunta orientadora

¿Cómo podemos transformar un problema ambiental de nuestro entorno en una solución sostenible que, además de cuidar el medio ambiente, pueda convertirse en una oportunidad de emprendimiento?

Proyecto integrador: “Emprendimiento sostenible”



Imágenes tomadas de LR. (2026).
<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/emprendimiento-sostenible-un-motor-para-los-fetos-de-hoy-2049846> y https://avatarenergia.com/emprendimiento-sostenible/#google_vignette Modificado por González, J. (2026).

Semana 8: Cliente, mercado y publicidad ecológica

Propósito: Reconocer la importancia del público objetivo, las estrategias de venta y la publicidad en un emprendimiento ecológico, mediante la creación de campañas creativas y material publicitario que permitan promocionar de manera efectiva su producto sostenible.

ACTIVIDAD 1 (INDAGACIÓN)

Actividad: “¿Quién compraría esto?”

El docente muestra imágenes o ejemplos de productos llamativos tales como termo ecológico, lámpara reciclada, bolso reutilizable, cuaderno ecológico entre otros

Cada grupo recibe un producto y debe responder:

- 👉 ¿Quién compraría este producto?
- 👉 ¿Por qué lo compraría?
- 👉 ¿Dónde podría venderse?
- 👉 ¿Cómo llamaríamos la atención del cliente?

Reto rápido: Debe inventar:

- un nombre comercial Ejemplo: 🌱 *EcoLife*
- un eslogan creativo Ejemplo: “Pequeñas acciones, grandes cambios”

Producto entregable: Ideas iniciales de cliente y publicidad

ACTIVIDAD 2 (CONCEPTUALIZACIÓN)

Explicación breve del docente mediante la actividad: “Descubriendo el mundo de las ventas”

El **público objetivo**: es el grupo de personas al que queremos ofrecer o **vender** un **producto** o **servicio**. Son las personas que probablemente: necesitan el producto, lo usarían o estarían interesadas en comprarlo

Ejemplo: Si vendo cuadernos ecológicos hechos con material reciclado, mi público objetivo podría ser: estudiantes, profesores y personas que cuidan el medio ambiente

Para identificar el público objetivo debemos preguntarnos: ¿Quién necesita mi producto? ¿Qué edad tienen? ¿Qué les gusta? ¿Dónde viven? ¿Por qué comprarían mi producto?

El **mercado**: es el lugar o espacio donde se compran y **venden productos** o servicios. No siempre es un lugar físico; también puede ser: **internet**, **redes sociales**, **tiendas** y **ferias escolares**

Ejemplo: Un estudiante puede vender: en el colegio, en el barrio, por WhatsApp o por redes sociales, entre otros sitios. Todo eso hace parte del mercado.

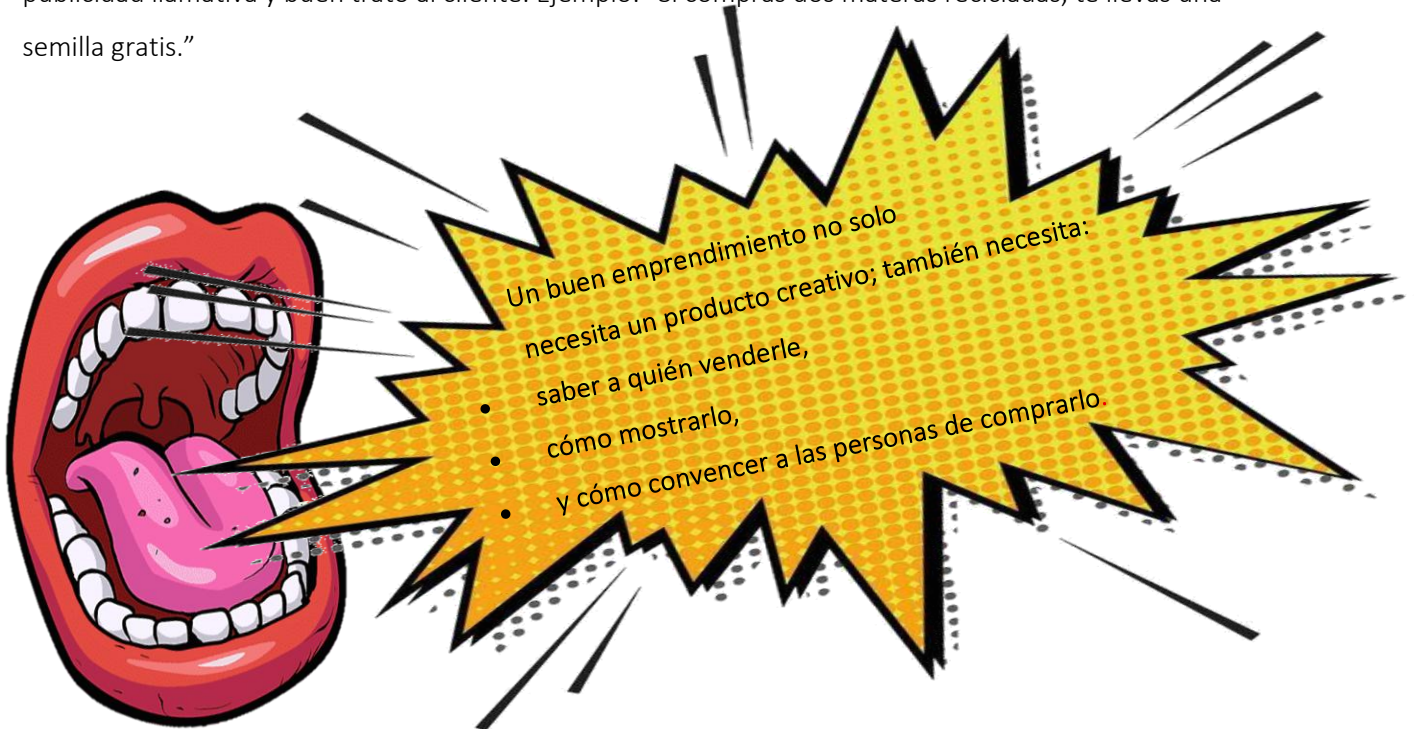
La **publicidad**: es la forma de dar a conocer un producto o servicio para llamar la atención de las personas y motivarlas a comprar. La publicidad busca: **informar**, **convencer** y **atraer clientes**

La publicidad puede hacerse mediante: **afiches**, **videos**, redes sociales, **volantes**, **comerciales** y **anuncios digitales**, entre otros medios

Ejemplo: “Cuida el planeta mientras organizas tus útiles” es el eslogan para promocionar un organizador ecológico.

Las **estrategias de venta**: son **acciones** o ideas que ayudan a vender mejor un producto. Sirven para: atraer clientes, aumentar ventas y diferenciarse de otros productos

Algunos ejemplos de estrategias de venta son: promociones, descuentos, regalos, muestras gratis, publicidad llamativa y buen trato al cliente. Ejemplo: “Si compras dos materas recicladas, te llevas una semilla gratis.”



Imágenes tomadas de: PngWing. (2026). <https://www.pngwing.com/es/free-png-xcanm> y Pinterest. (2026). <https://es.pinterest.com/ideas/globo-de-conversacion/945758890440/>

Actividad creativa # 1: “¿Qué tipo de cliente eres?”

El docente plantea situaciones como:

- ☞ “Una persona joven que ama cuidar el ambiente”
- ☞ “Un estudiante que quiere ahorrar dinero”
- ☞ “Una familia que reutiliza materiales”

Los grupos deben decidir:

- ¿Qué producto venderían?
- ¿Qué publicidad usarían?

Actividad interactiva # 2: Diseñan una nube de palabras en: Mentimeter o en WordArt con las 21 palabras claves subrayadas en color rojo en la lectura anterior

Producto entregable: Nube de palabras

ACTIVIDAD 3 (APLICACIÓN Y EVALUACIÓN)

Actividad 1: “Creamos la publicidad del futuro”

Cada grupo diseña un material publicitario en: Genially, Microsoft PowerPoint o Adobe Express

Debe incluir:

- Nombre del producto
- Eslogan
- Imagen o dibujo
- Beneficios ecológicos
- Precio aproximado

Producto entregable: Afiche o campaña publicitaria

Actividad 2: “Comercial en 30 segundos”

Cada grupo crea un mini comercial:

👉 Puede ser: actuado, narrado, grabado en celular o tipo programa de TV

Deben incluir:

- 📌 Nombre del producto
- 🌱 Beneficio ecológico
- 💰 Razón para comprarlo

Producto entregable: Comercial creativo

ACTIVIDAD EVALUATIVA “Convenciendo al cliente”

Cada grupo presenta:

- 👉 ¿Quién es su cliente ideal?
- 👉 ¿Qué estrategia usaron para vender?
- 👉 ¿Qué hace diferente su publicidad?

CIERRE REFLEXIVO:

“Las mejores ideas necesitan creatividad para llegar al corazón de las personas.”

ACTIVIDAD DE AUTOEVALUACIÓN “Yo valoro mi aprendizaje”

1. Teniendo en cuenta la siguiente rúbrica de evaluación, valore su propio trabajo y aprendizaje

Criterio	Superior ★★★★★	Alto ★★★	Básico ★★	Bajo ★
Comprensión del público objetivo	Identifica claramente su cliente ideal	Lo identifica adecuadamente	Identificación parcial	No logra identificar
Creatividad publicitaria	Muy creativa, llamativa e innovadora	Creativa	Poco creativa	Incompleta
Material publicitario	Organizado, visual y completo	Claro y adecuado	Poco organizado	Incompleto
Uso de herramientas digitales	Excelente manejo y autonomía	Buen manejo	Uso limitado	No logra usar
Presentación y expresión oral	Segura, convincente y clara	Clara	Poco clara	Presenta dificultad

2. Diseñe la siguiente tabla y escribe los 5 criterios que encuentras en la rúbrica de evaluación

“Yo valoro mi aprendizaje”	
Criterios	Valoración (S – A – BA – Bj)
Comprensión del público objetivo	
Creatividad publicitaria	
Material publicitario	
Uso de herramientas digitales	
Presentación y expresión oral	

FUENTES DE CONSULTA:

- Canva.com. (2026). https://www.canva.com/es_es/
- MentiMeter. (2026). https://www.mentimeter.com/es-ES/features/word-cloud?utm_source=chatgpt.com
- WordBuld. (2026). https://wordbulb.com/?utm_source=chatgpt.com