



INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN LORENZO DE ABURRÁ TALLERES P3/2026

ÁREA: Emprendimiento

GRADO: Sexto y séptimo

DOCENTES: Germán Argüelles – Luis Gómez

FECHA DE ENTREGA A ESTUDIANTES: _____

FECHA DE DEVOLUCIÓN A DOCENTES: _____

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: _____

INSTRUCCIONES

Este taller evalúa si lograste las competencias de interpretar, argumentar y proponer en el área, no si memorizas contenidos. Responde en hojas anexas, numerando cada respuesta; no escribas en este documento. Todas las preguntas se responden con tus propias palabras y con razones. El entregable final (punto 18) y la sustentación oral son obligatorios.

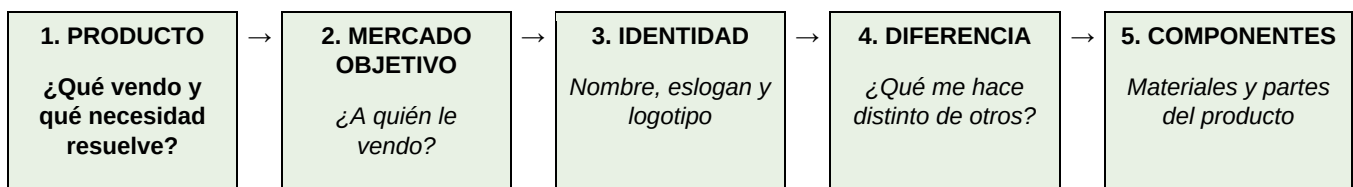
TEXTO INICIAL: EL CASO DE “LÁPIZ BROTE”

Valentina y Mateo, estudiantes de sexto, notaron que en su colegio se botan muchos lápices pequeños que ya no se pueden usar. Decidieron crear un producto: un lápiz con una cápsula de semillas en el extremo. Cuando el lápiz se vuelve muy corto, se entierra en una maceta y la semilla germina. Pensaron en vendérselo a estudiantes de primaria, y a sus familias, que compran los útiles escolares.

Eligieron el nombre “Lápiz Brote”, el eslogan “Escribe hoy, siembra mañana” y un logotipo con un lápiz verde que termina en una hoja. Lo fabricarían con madera de reciclaje, grafito común, pegante no tóxico y semillas (albahaca, perejil, menta, orégano). Su idea diferente frente a otros lápices es que no se convierte en basura, sino en una planta.

Al presentar la idea al curso, un compañero dijo: “El nombre es bonito, pero el eslogan es largo y los lápices normales cuestan menos”. Valentina quiere cambiar todo; Mateo prefiere defender lo que ya hicieron.

MAPA CONCEPTUAL: Elementos que se deben decidir al crear un producto



Los cinco elementos dependen unos de otros: si cambia uno, puede ser necesario ajustar los demás.

PARTE A. INTERPRETAR (lee el texto y el mapa conceptual)

1. Explica con tus palabras qué problema o necesidad quieren resolver Valentina y Mateo con su producto.
2. Según el mapa conceptual, ¿por qué conviene saber a quién le vamos a vender antes de elegir el nombre y el eslogan? Relaciona al menos dos elementos del mapa.
3. Describe quién es el cliente de “Lápiz Brote”: quiénes son, qué hacen y qué podría importarles. Indica qué frase del texto te dio esa información.
4. Explica qué es una característica diferenciadora y señala cuál es la de “Lápiz Brote”.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN LORENZO DE ABURRÁ

TALLERES P3/2026

5. ¿Qué mensaje comunica el logotipo (lápiz verde que termina en una hoja)? ¿Dice lo mismo que el eslogan? Explica.
6. Organiza los componentes y materiales del producto en dos grupos: los indispensables para que sea un lápiz y los que aportan la diferencia. Menciona un posible problema al usar alguno de ellos.

PARTE B. ARGUMENTAR (defiende tu postura con razones)

7. El compañero cree que el nombre “Lápiz Brote” no ayuda a vender. ¿Estás de acuerdo o no? Defiende tu respuesta con dos razones.
8. Evalúa el eslogan “Escribe hoy, siembra mañana” con dos criterios (por ejemplo: es corto, es claro, se recuerda, se relaciona con el producto). ¿Lo dejarías igual o lo cambiarías? Justifica.
9. Si Valentina y Mateo decidieran venderle el lápiz a adultos que trabajan en oficinas, ¿qué cambiarían y qué mantendrían del producto? Argumenta tu respuesta.
10. Los lápices comunes cuestan menos. Escribe un argumento para que un cliente pague más por “Lápiz Brote” y un argumento de por qué otro cliente no lo compraría.
11. Valentina quiere cambiar todo; Mateo quiere defender lo ya hecho. ¿Cómo deberían tomar la decisión como equipo? Propón una forma de ponerse de acuerdo y explica por qué es justa.
12. De los cinco elementos del mapa, ¿cuál es el más importante para que un producto se venda? Defiende tu elección y reconoce un argumento de alguien que pensaría diferente.

PARTE C. PROPONER (crea tu propio producto)

13. Elige un producto que podrías elaborar y vender con materiales accesibles. Explica por qué lo escogiste y por qué descartaste otras dos opciones que pensaste.
14. Define tu mercado objetivo: ¿a quién le venderías?, ¿qué necesita esa persona? y ¿por qué te compraría a ti?
15. Crea el nombre y el eslogan de tu producto. Defiende cada uno en dos o tres líneas explicando por qué son adecuados para tu mercado objetivo.
16. Dibuja el logotipo en una hoja anexa y explica el significado de sus colores, formas o símbolos.
17. Escribe mínimo dos características diferenciadoras de tu producto. Haz una lista de sus componentes o materiales, indica para qué sirve cada uno y por qué lo elegiste.
18. **ENTREGABLE:** con lo trabajado en los puntos 13 a 17, elabora un plegable o una cartelera publicitaria de tu producto (en una hoja o cartulina). Al reverso o en una hoja anexa responde: ¿qué debilidad tiene tu propuesta y cómo la mejorarías?, y ¿cuál de estas habilidades usaste más (creatividad, comunicación, argumentación, toma de decisiones)? Da un ejemplo concreto.

SUSTENTACIÓN

Debes sustentar tu trabajo de forma oral ante el docente, en un tiempo de 5 a 10 minutos, sin leer. Presenta tu producto, tu mercado objetivo, el nombre, el eslogan, el logotipo, lo que lo hace diferente y sus materiales. Luego responde las preguntas que te hagan. Lleva tu entregable y tus hojas anexas.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN LORENZO DE ABURRÁ

TALLERES P3/2026

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterio	Superior	Alto	Básico	Bajo
Interpretar (preguntas 1 a 6)	Explica con sus palabras y relaciona varios elementos del caso y del mapa.	Explica con sus palabras la mayoría de los elementos.	Identifica elementos, pero no los relaciona entre sí.	Copia fragmentos del texto o no identifica los elementos.
Argumentar (preguntas 7 a 12)	Defiende su postura con razones claras y ejemplos, y reconoce una postura contraria.	Da razones claras, pero no considera posturas contrarias.	Da su opinión con una sola razón débil.	Opina sin dar razones.
Proponer (preguntas 13 a 18)	Producto, mercado, nombre, eslogan, logotipo, diferencia y materiales son coherentes entre sí y originales.	Propuesta completa y coherente, con poca originalidad.	Propuesta incompleta o con elementos desconectados.	Propuesta ausente o copiada.
Entregable y sustentación	Entregable ordenado; sustenta con seguridad, usa vocabulario del área y responde las preguntas.	Entregable completo; sustenta con claridad y responde casi todo.	Entregable con faltantes; sustenta leyendo o con dudas.	No entrega o no logra sustentar su trabajo.