



INSTITUCION EDUCATIVA YERMO Y PARRES  
GUIA DE TECNOLOGIA Y EMPRENDIMIENTO  
PERIODO TRES  
GRADO QUINTO



DOCENTE: Germán Augusto Vélez G

Estudiante: \_\_\_\_\_

## **SABERES CONCEPTUALES**

1. PUBLISHER, Selección y desarrollo de las diferentes publicaciones en Publisher de acuerdo a las necesidades de diseño y visualización.
2. Aplicación de Publisher para la Creación de: folletos, boletines y tarjetas personales.
3. La Imagen corporativa
4. Ética en la transmisión de información a través de publicaciones y medios electrónicos
5. FORMULACION Y DESARROLLO DEL PROYECTO: Etapas para elaborar un proyecto  
Presentación del proyecto.
6. MANEJO DE LA ECONOMIA: Emprendimiento, Empresarismo, Negocios, Economía del hogar.
7. Presenta máquina o robot para la feria de la ciencia.

## **INDICADORES DE DESEMPEÑO**

1. Selección y desarrollo de las diferentes publicaciones en Publisher de acuerdo a las necesidades de diseño y visualización
2. Diagramación de un folleto, y un Boletín con imágenes, tablas y organigramas referentes a la imagen corporativa.
3. Diseño de publicaciones en Publisher Referentes a la imagen corporativa.
4. Uso adecuado de las diferentes publicaciones para transmitir información clara, verídica y Convincente.
5. Expone apropiadamente su trabajo proyecto de emprendimiento en las diferentes etapas.

## MANEJO DE LA ECONOMIA.

# QUE ES UNA IDEA DE NEGOCIO

**SEGÚN EL BLOG: wokiconsulting.com, "Una idea de negocio es ese servicio o producto, existente o creado, al que se le aporta una propuesta de valor (solución) para el mercado al que se enfoca y, en consecuencia, puede generar beneficios económicos para el impulsor y un beneficio real para el consumidor.**

**Cuando se desarrolla en forma de modelo de negocio y se pone en práctica hace del creador un empresario."**

**Una idea de negocio puede nacer a partir de la necesidad de la comunidad cercana o bien por un gusto personal que puede convertirse en empresa**

### 1. RESPONDAMOS ANTES DE CONTINUAR

|                                                             |                                                        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| +                                                           | 1. QUE PRODUCTOS RELEVANTES ENCUENTRAS EN TU COMUNIDAD |
|                                                             |                                                        |
| 2. QUE PRODUCTOS SE COMERCIALIZAN CON MUCHA DEMANDA         |                                                        |
|                                                             |                                                        |
| 3. QUE PRODUCTOS TIENEN MUCHA DEMANDA PERO SE ENCUENRA POCO |                                                        |
|                                                             |                                                        |

**La idea de negocio debe ser innovadora, que atraiga al público, que cree curiosidad, o bien que dé solución a una**

**necesidad en general; luego, se debe formular como una propuesta de venta que convenza de ganancia; es decir, que al hacerse real, pueda generar rentas (dinero).**

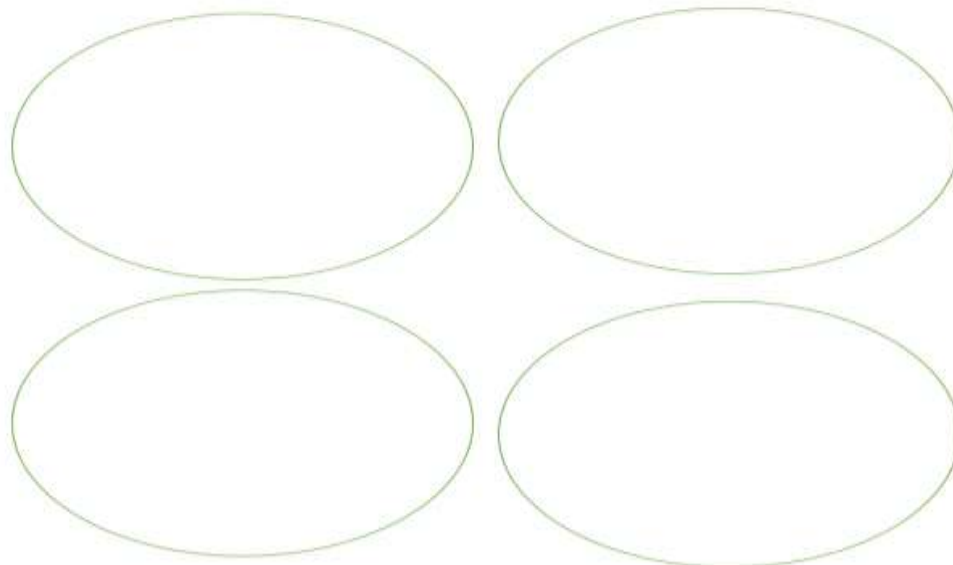
El mejor negocio para empezar depende de tus habilidades, capital y tiempo, pero las opciones más rentables y accesibles actualmente son los **servicios digitales (agencias de marketing, consultoría), comercio electrónico de nicho (tiendas online) y los servicios locales especializados (cuidado de mascotas o estética a domicilio).**

Para asegurar el éxito, céntrate en minimizar el riesgo inicial:

- **Valida tu idea:** Empieza con poco capital y prueba si la gente está dispuesta a pagar por tu producto o servicio antes de invertir en grandes inventarios o locales.
- **Aprovecha el entorno digital:** Utiliza herramientas gratuitas como [Canva](#) para diseñar o gestiona tus ventas a través de [WhatsApp Business](#) para llegar a clientes cercanos sin pagar alquileres.
- **Enfócate en tu nicho:** Especializarte en un público muy concreto (por ejemplo, ropa deportiva sostenible o comida para dietas específicas) es más efectivo que venderle a todo el mundo

## Lluvia de ideas

2. Escribir y dibujar varias ideas de negocio que se te han generado desde el inicio de clases

The image shows four empty, light green ovals arranged in a 2x2 grid. These ovals are intended for students to write and draw their business ideas.

Para desarrollar una idea en idea de negocio, debes tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Definirla: que es, que aporta y a quien
2. Que producto o servicio ofrece como solución a que problema o necesidad
3. cuál sería la propuesta de valor monetario para el público, que sea vendible
4. se debe centrar en los beneficios del producto o servicio al vender la idea al público

Escoger dos de las cuatro ideas anteriores y redactar un escrito en una hoja de block de cada una teniendo en cuenta los aspectos antes mencionados. Realizar antes del escrito, una ficha con las ideas más importantes.

### **IDEA DE NEGOCIO 1**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

### **IDEA DE NEGOCIO 2**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

### **Cualquier idea de negocios pequeños puede convertirse en algo muy grande**

Para que una idea de negocio sea rentable y se convierta en algo grande, en negocio próspero y adinerado, necesitamos detenernos en

un aspecto muy importante:

¿Cuál sería la propuesta de valor monetario para el público? que sea vendible...

Para que una idea de negocio sea rentable y genere dinero, debemos analizar primero que todo los gastos generales que pueden ocurrir del servicio o del producto que vamos a promocionar, luego analizar también cuanto es el monto económico que podremos recaudar después de ofrecer el servicio o vender el producto. La ecuación contable es lo que los grandes empresarios utilizan para generar dinero con sus ideas de negocio. Esta ecuación nos dice que los activos siempre serán igual o mayor a la suma de los pasivos y el patrimonio o capital.

Emprendimiento, Empresarismo, Negocios, Economía del hogar

#### Actividad 1

- a. Consulta los siguientes términos y pega una imagen o dibujo, los escribes en el cuaderno de tecnología.

Emprendimiento:-----

-----

Empresarismo:-----

-----

Negocios:-----

-----

Economía del hogar:-----

-----

ECONOMIA:-----

-----

Logo:-----

-----

Slogan:-----

-----

Publicidad:-----  
-----

- b. Pego el slogan, y el logo de tres empresas nacionales y el de tres empresas multinacionales.
- c. Consulto en la sala de informática lo siguiente y lo escribo en el cuaderno de tecnología, pego o dibujo cada una de ellas:

- \*. Empresa
- \*. Famiempresa
- \*. Microempresa
- \*. Multinacional
- \*. Empresa nacional
- \*. Empresas extranjeras

Repaso conceptos:

1. Uno de los factores de la empresa que representa la labor que realizan las personas es: **TRABAJO**
2. Instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional y una de sus muchas funciones es llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en el inscrito: **CÁMARA DE COMERCIO**
3. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse se considera: **COMERCIANTE**
4. Es un formulario mediante el cual se tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio: **REGISTRO MERCANTIL**
5. La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma se considera que es: **ACTO MERCANTIL**
6. Entidad encargada de recaudar los impuestos: **DIAN**
7. Registro Único Tributario: **RUT**
8. Según el código de comercio en su artículo 98 “dos o más personas se obligan a hacer un aporte de dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas en la empresa reciben el nombre de: **SOCIEDAD**
9. Se dedican a la transformación de materia prima en un producto terminado estas empresas reciben el nombre de: **INDUSTRIALES**
10. Constituye los aportes que hacen los propietarios de la empresa y pueden estar representados en dinero en efectivo mercancías, maquinaria y equipo y otros bienes: **CAPITAL**
11. Uno de los principios corporativo que proyecta a la empresa a ser la mejor recibe el nombre de: **VISION**
12. entidad colombiana responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales, la cual pertenece a la rama ejecutiva del estado **DANE**
13. unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con

las exigencias del bien común. Sus elementos necesarios para formarla son: capital, trabajo y recursos materiales. **EMPRESA**

14. conjunto de individuos que comparten fines, conductas y cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad. **SOCIEDAD**

15. es una unidad social coordinada, consciente, compuesta por dos personas o más, que funciona con relativa constancia a efecto de alcanzar una meta o una serie de metas comunes. **ORGANIZACIÓN**

**d. Realizo una sopa de letras en una hoja de block, con las palabras en negrilla.**

## MANEJO DE PROGRAMAS DE PUBLICIDAD (PUBLISHER, CANVA ETC.)

Si en casa tengo otro programa de publicidad lo puedo usar.

### Actividad 2

Ingresa al siguiente link <https://www.youtube.com/watch?v=SRPs8FsExqQ> y observa el video que se muestra a continuación y realiza los siguientes productos

1. Calendario de mi familia, ubicando el día de su cumpleaños, con una imagen allí, o con un gif.
2. Plegable con la publicidad de los productos y precios que vas a vender
3. Diploma de quinto grado del Yermo y Parres
4. Volante para hacer publicidad a tu negocio
5. Tarjeta de invitación para inaugurar su negocio.
6. Volante con la imagen para la feria de la ciencia.

## LA IMAGEN CORPORATIVA





# Top 30 marcas colombianas más valiosas

360

Fuente: BRANDVALORUM

360radio.co

|                                                                                                               |                                                                                                                                    |                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  Bancolombia              | 11.  Banco Caja Social                            | 21.  SURTIMAX                                       |
| 2.  Banco de Bogotá          | 12.  banco popular<br><small>@360radio.co</small> | 22.  Juan Valdez<br>Café                            |
| 3.  DAVIVIENDA               | 13.  porvenir<br><small>With every step</small>   | 23.  Carvajal                                       |
| 4.  éxito                    | 14.                                               | 24.  Frisby                                         |
| 5.  Banco de Occidente       | 15.  Protección                                   | 25.  EL COBRAL<br><small>LA RUTA DEL COBRAL</small> |
| 6.  OLIMPICA                 | 16.  Banco AV Villas                              | 26.  efecty                                         |
| 7.  ALKOSTO<br>HiperAhorro | 17.  K-TRONIX                                   | 27.  Super<br>INTER                               |
| 8.  Sura                   | 18.  SEGUROS<br>BOLÍVAR                         | 28.  CREPES & WAFFLES.                            |
| 9.  Carulla                | 19.  Bancoomeva                                 | 29.  DECAMERON                                    |
| 10.  terpel                | 20.  BIOMAX                                     | 30.  TOSTAO'<br><small>Café &amp; Pan</small>     |

<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>

## Actividad 3

entra a este link y contesta las siguientes preguntas en el cuaderno de tecnología

1. ¿Cómo puede ayudar la imagen corporativa a definir y reflejar la identidad y valores de una empresa o compañía?
2. ¿De qué manera ayuda la **imagen corporativa** a que los clientes identifiquen de manera más eficaz tu marca y la diferencian del resto de las empresas del sector?
3. Por qué La **imagen corporativa** es el sello a través del cual una empresa quiere ser identificada y distinguida entre el resto de compañías del sector?

4. ¿Por qué la **imagen corporativa** es uno de los signos de identidad?
5. Pega o dibuja 5 imágenes corporativas de diferentes empresas
6. pega la imagen que identifica a la I.E Yermo y Parres

### ¿Qué es un “Slogan”?

El eslogan – en inglés, *slogan* – es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece. En unos casos es puramente descriptiva mientras que en otros trata de despertar una sensación, como en el caso de “¿te gusta conducir?” de BMW o el “porque tú lo vales” de L’OREAL.

Idealmente el slogan es un texto corto, de no más de siete palabras, y debería hablar no tanto de las características del producto, como del beneficio que este le produce a nuestro consumidor o cliente. Los slogans que mejor funcionan, como todo, son aquellos que se centran en el usuario.

### Actividad 4

Busca videos de slogan o publicidad de empresas colombiana y obsérvalas

Escribe el slogan de Frisby, Colanta

Crea en casa un slogan para promocionar tu producto, un video corto de 1 minuto con tu celular

### Los valores en la publicidad

Ética en la transmisión de información a través de publicaciones y medios electrónicos.

«**Yo no vendo perfumes y cremas, sino seducción**». Esta es la afirmación directa e iluminante de un director de marketing con respecto a una conocida multinacional de cosméticos, con la que el profesor [Alfonso Méndiz Noquero](#) abre su libro ***Los valores en la publicidad. Un nuevo enfoque ético y comercial***. Una frase sencilla, pero de gran efecto, que contiene la esencia de la comunicación publicitaria: **se venden sueños y esperanzas, no solo productos y servicios**.

Pero si **la publicidad vende valores, transmite ideas y modelos**, además de influenciar el consumo, las modas y los comportamientos, entonces ya no se habla sólo de una simple herramienta de la estrategia empresarial, sino que se trata de algo más. **Es un fenómeno social y público**: social porque sus efectos tienen impacto e influencia en nuestra sociedad, público porque todos, para bien o para mal, estamos involucrados. Por lo tanto, la publicidad se convierte no sólo en una herramienta de ventas, o una leva del marketing mix para aumentar las ventas y los ingresos de una empresa, sino en **un agente social, un factor clave de nuestra sociedad con un gran impacto en el ámbito educativo, moral y sociológico**.

En este contexto, es de fundamental importancia conseguir que los profesionales del sector observen una ética profesional que permita ejercitar el «poder de persuasión de masas» con equilibrio y sentido de la responsabilidad. El reto que lanza **Alfonso Méndiz** en su libro es, precisamente, el de **reconstruir una ética publicitaria basada en la comunicación de valores y comportamientos socialmente formativos y no inclinados solamente al negocio y a la manipulación**.

A menudo, la comunicación llega a nuestras casas proponiendo modelos de vida negativos basados en la competitividad, el sexo, el engaño, la astucia y, sobre todo, mostrando de fondo un enorme materialismo inclinado al consumo desenfrenado. Lo que hace falta es **redefinir el concepto de ética en la publicidad, estableciendo límites más allá de los cuales no se puede ir**. Pero no sólo. Ética en la publicidad **no sólo significa «no hacer nada negativo»**, sino también **«hacer algo positivo»**, como por ejemplo educar al público a realizar un consumo más saludable y responsable, menos impulsivo y más basado en el satisfacer efectivamente las necesidades reales. Sólo entonces se podrá emprender un camino donde las ventas y el lucro puedan desarrollarse con un enfoque socialmente y éticamente más justo y responsable, en defensa de las partes más débiles y menos protegidas como son los menores y los ancianos, para **una comunicación publicitaria orientada al servicio no sólo de la empresa sino también de la colectividad**.

## **Actividad 5**

Responde las siguientes preguntas en el cuaderno de tecnología de acuerdo al texto anterior

- ¿Cómo influye la publicidad en las personas?
- ¿Qué es la publicidad engañosa?
- Explica la siguiente frase «**Yo no vendo perfumes y cremas, sino seducción**».
- ¿Cómo hace la publicidad para influenciar el consumo, las modas y los comportamientos de las personas?
- ¿Qué responsabilidad tiene el publicista que engaña a las personas con sus propagandas?
- ¿qué es la ética en la publicidad?
- Realiza una lista de productos que han comprado en tu familia por influencia de los comerciales.

#### FORMULACION Y DESARROLLO DEL PROYECTO:

Etapas para elaborar un proyecto Presentación del proyecto.

##### Actividad 6

Escribe en tu cuaderno los pasos que seguiste para desarrollar tu proyecto de Emprendimiento

¿Y en que paso tuviste mayor dificultad y por qué?

Pega la imagen de tu proyecto ventas y describe como lo lograste construir, con sus dificultades, aciertos y personas que te colaboraron.

Prepara el proyecto de ventas para la exposición a nivel institucional, según las fechas y etapas que vas desarrollando.

##### ACTIVIDAD 7

Después de haber realizado el proyecto de emprendimiento es hora de hacer cuentas y para ello debes llenar la siguiente tabla:

| INVERSION INICIAL | INVERSION DURANTE EL PROCESO | GANANCIAS | PERDIDAS | PUBLICIDAD | DEGUSTACIONES | IMPREVISTOS |
|-------------------|------------------------------|-----------|----------|------------|---------------|-------------|
|                   |                              |           |          |            |               |             |
|                   |                              |           |          |            |               |             |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Que aprendiste de esta experiencia?-----

-----

-----

Cual fue el mayor error en esta experiencia?-----

-----

-----

¿Escribe los nombres de las personas que te ayudaron en este proyecto y el rol que desempeñaron?

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

