

ACTIVIDAD 05: PLANIFICAMOS LA PROMOCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS DEL HUERTO ESCOLAR

I. INFORMACIÓN GENERAL:

- Unidad de Gestión Educativa Local : UGEL / SAN IGNACIO
- Institución Educativa : "MGP – 16698 – LA BERMEJA"
- Lugar : Dist. de Tabaconas
- Área curricular : Comunicación
- Modalidad : EBR
- Grado/ Sección : TERCERO "A – B - C"
- Equipo/ docente : Fernández Paredes Juan Alexi
- Duración : 02 horas (90 minutos) del 14 al 18 de setiembre del 2026

II. PROPÓSITO DE APRENDIZAJE:

Planificar la escritura de un texto promocional (afiche, infografía, folleto u otro formato) para dar a conocer los productos cultivados en el huerto escolar, aplicando estrategias de educación financiera que permitan atraer compradores, comunicar el valor agregado de las hortalizas y maximizar las ganancias del proyecto.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

COMPETENCIA / CAPACIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	EVIDENCIA / INSTRUMENTO
Escribe diversos tipos de textos en su lengua materna - Adecúa el texto a la situación comunicativa. - Organiza y desarrolla las ideas de forma coherente y cohesionada. - Utiliza convenciones del lenguaje escrito de forma pertinente. - Reflexiona y evalúa la forma, el contenido y contexto del texto.	- Determina el propósito, destinatario y tipo de texto promocional más adecuado para vender sus hortalizas. - Planifica el contenido considerando argumentos persuasivos y datos financieros (precio, valor nutricional, beneficio). - Selecciona recursos verbales y no verbales (imágenes, colores, eslóganes) que atraigan al público objetivo. - Propone canales de difusión coherentes con su público (feria escolar, redes sociales, radio local, etc.).	Plan de escritura (ficha de planificación) Propuesta de texto promocional (borrador) Rúbrica

IV. METODOLOGÍA ACTIVA: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

Fase de ABPR	ANTES	DURANTE	DESPUÉS
Diseño de la propuesta: (Planificación de la estrategia promocional)	- Revisión de los productos cultivados y sus ganancias estimadas (sesión anterior). - Activación de saberes: ¿Qué nos hace comprar un producto? ¿Qué textos nos convencerían? - Formulación de hipótesis sobre la mejor forma de promocionar.	- Analizamos ejemplos de textos promocionales (afiches, infografías, folletos). - Identificamos sus características, estructura y recursos persuasivos. - Planificamos nuestro texto: destinatario, mensaje clave, valor agregado, recursos visuales. - Proponemos estrategias financieras (combos, precios, ofertas).	- Socializamos los planes de escritura entre grupos. - Recibimos retroalimentación y ajustamos nuestra propuesta. - Reflexionamos sobre cómo la buena comunicación aumenta las ventas.

V. SECUENCIA DIDÁCTICA

INICIO (15 minutos)

El docente saluda y recuerda brevemente la sesión anterior: "Visitamos nuestros huertos escolares y hemos observado que nuestras hortalizas están muy hermosas y pronto estarán listas para ser cosechadas; Pero... ¿de qué sirve tener un excelente producto si nadie lo conoce o nadie lo compra?"

Se proyectan imágenes de diferentes textos promocionales: un afiche de mercado, una infografía nutricional, un folleto, luego se plantean las siguientes preguntas:



- ✓ ¿Qué tipo de textos son?
- ✓ ¿Cuál es su finalidad de este tipo de textos?
- ✓ ¿cuáles son sus características mas relevantes?

Se plantea el conflicto cognitivo mediante las siguientes preguntas:

¿Qué tipo de texto sería el más efectivo para llegar a los padres de familia, estudiantes y comunidad de La Bermeja?, ¿por qué lo consideras el más adecuado?

Los estudiantes responden mediante una lluvia de ideas. El docente introduce conceptos clave: público objetivo, valor agregado, mensaje persuasivo, estrategia de venta.

Se comunica el propósito de la sesión; se establecen las normas de convivencia (participar con creatividad, escuchar las propuestas de otros grupos, respetar los turnos).

DESARROLLO (60 minutos)

Antes de la planificación:

El docente presenta la Situación Significativa (Anexo 01) y organiza a los estudiantes en los cuatro grupos con sus productos cultivados en su huerto escolar:

- ✓ **Grupo 1:** Lechuga y culantro
- ✓ **Grupo 2:** Cebolla china y rabanito
- ✓ **Grupo 3:** Culantro y cebolla china
- ✓ **Grupo 4:** Lechuga
- Se entrega a cada grupo la Ficha de Planificación del Texto Promocional (Anexo 02) y se les recuerda los datos financieros de sus productos (costo, precio de venta, ganancia) obtenidos en la sesión anterior.
- El docente presenta el Anexo 03: Propuestas de Textos Promocionales, donde se explican las características de cada tipo de texto (afiche, infografía, folleto, post digital, cuña radial) para que cada grupo elija el más adecuado.

Durante la planificación:

Cada grupo responde de forma colaborativa las preguntas de la **Ficha de Planificación**:

Ficha de Planificación del Texto Promocional

Interrogante clave:	Nuestra respuesta
¿Cuál es nuestro propósito?	
¿A quién nos dirigimos?	
¿Qué tipo de texto elegimos y por qué?	
¿Cuál será nuestro mensaje clave o eslogan?	
¿Qué valor agregado tienen nuestros productos?	
¿Qué datos financieros incluiremos?	
¿Qué recursos visuales usaremos?	
¿Por qué canal lo difundiremos?	

El docente monitorea cada grupo y orienta con preguntas estratégicas:

- ✓ *¿Qué necesita saber una madre de familia para comprar lechuga?*
- ✓ *¿Cómo podemos hacer que el rabanito sea más atractivo si es pequeño?*
- ✓ *¿Qué "combo" podríamos ofrecer para aumentar la venta?*

Los estudiantes elaboran un primer borrador o boceto de su texto promocional en una hoja bond, incluyendo: título, eslogan, imagen central, datos del producto, precio y llamada a la acción.

Después de la planificación:

Cada grupo expone brevemente su plan de escritura y su boceto al resto del aula (2 minutos por grupo).

Los demás grupos brindan retroalimentación constructiva usando la técnica "Dos estrellas y un deseo":

- ✓ Dos cosas que les gustaron de la propuesta.
- ✓ Una sugerencia de mejora.

Los grupos ajustan sus planes con base en la retroalimentación recibida.

CIERRE (15 minutos)

- El docente reflexiona con los estudiantes: *"Un buen producto necesita una buena comunicación para venderse. La educación financiera no solo es saber cuánto ganamos, sino también saber cómo llegar al comprador."*
- Se destaca cómo cada grupo adaptó su mensaje al público objetivo (ej. Grupo 1 enfocó su afiche en madres de familia, Grupo 2 en estudiantes que quieren ensaladas rápidas, etc.).
- **Metacognición y reflexión formativa:** Los estudiantes responden oralmente o en su cuaderno:
 1. ¿Qué estrategia me ayudó a planificar mejor mi texto promocional?
 2. ¿Cómo se relaciona la planificación de un texto con la educación financiera?

3. ¿Qué dificultad tuve para persuadir al público y cómo la resolví?

VI. EVALUACIÓN

Se realiza mediante una Rúbrica de evaluación (Anexo 04) que valora la planificación del texto, la adecuación al destinatario, la inclusión de datos financieros y la creatividad.

VII. MATERIALES

- ✓ Ficha de planificación del texto promocional (Anexo 02).
- ✓ Ejemplos impresos o proyectados de afiches, infografías y folletos.
- ✓ Hojas bond, lápices, colores, reglas.
- ✓ Proyector multimedia.


Mag. Juan Alexi Fernandez Pare
ÁREA COMUNICACIÓN

ANEXO 01: SITUACIÓN SIGNIFICATIVA**"Emprendedores de la tierra: Promocionamos con inteligencia para vender mejor"**

Los estudiantes del tercer grado de la I.E. "MGP - 16698 - La Bermeja" después de haber recorrido sus huertos han observado que sus hortalizas están casi listas para ser cosechadas. Ahora se viene la etapa decisiva, que consiste en venderlas de tal manera que se pueda obtener la mayor cantidad de ganancias, tomando en cuenta su inversión y tiempo dedicado al cuidado y cultivo de sus hortalizas. Ahora a los estudiantes les ha surgido un nuevo reto:

¿Cómo haremos para que los padres de familia, estudiantes y la comunidad de La Bermeja conozcan nuestros productos y los prefieran sobre los de las tiendas?

Los estudiantes se preguntan:

- ✓ ¿Qué tipo de texto promocional nos ayudará a comunicar mejor el valor de nuestras hortalizas?
- ✓ ¿Cómo podemos persuadir a los compradores destacando que nuestros productos son frescos, orgánicos y cultivados por nosotros mismos?
- ✓ ¿Qué estrategias financieras (combos, precios, ofertas) podemos incluir en nuestros textos para aumentar las ventas y maximizar las ganancias?

A partir de lo anterior, nos planteamos el siguiente reto:

- **¿Cómo planificamos un texto promocional efectivo que nos permita comunicar el valor de nuestros productos y lograr mayores ventas y mayor ganancia?**

ANEXO 02: FICHA DE PLANIFICACIÓN DEL TEXTO PROMOCIONAL

Grupo N°: _____ Productos a promocionar: _____

Interrogante clave:	Nuestra respuesta
1. ¿Cuál es nuestro propósito? (informar, persuadir, invitar a comprar, etc.)	
2. ¿A quién nos dirigimos? (público objetivo: padres, estudiantes, docentes, comunidad)	
3. ¿Qué tipo de texto elegimos? (afiche, infografía, folleto, post digital, cuña radial)	
4. ¿Por qué elegimos ese tipo de texto?	
5. ¿Cuál será nuestro mensaje clave o eslogan? (frase corta y llamativa)	
6. ¿Qué valor agregado tienen nuestros productos? (frescos, orgánicos, sin químicos, cultivados por estudiantes, precio justo, etc.)	
7. ¿Qué datos financieros incluiremos? (precio unitario, combo, descuento, ahorro)	
8. ¿Qué recursos visuales usaremos? (colores, imágenes, dibujos, tipografía)	
9. ¿Por qué canal lo difundiremos? (feria escolar, WhatsApp, radio, mural, redes sociales)	
10. ¿Qué "llamada a la acción" usaremos? (ej. "¡Ven a nuestro stand!", "¡No te lo pierdas!")	

ANEXO 03: PROPUESTAS DE TEXTOS PROMOCIONALES

OPCIÓN 1: AFICHE PUBLICITARIO

- **Características:** Mensaje corto, imagen central llamativa, eslogan, datos clave (precio, producto).
- **Ideal para:** Ferias escolares, murales, paredes del colegio.
- **Ventaja financiera:** Atrae la atención rápidamente y genera impulso de compra.
- **Ejemplo de uso:** Grupo 4 (Lechuga) podría hacer un afiche grande con una imagen de lechuga fresca y el eslogan *"¡Frescura que se siente en cada bocado!"*

OPCIÓN 2: INFOGRAFÍA NUTRICIONAL

- **Características:** Combina datos nutricionales, beneficios para la salud, precio y recomendaciones de consumo.
- **Ideal para:** Padres de familia, docentes, personas interesadas en alimentación saludable.
- **Ventaja financiera:** Justifica el precio con argumentos de salud y calidad.
- **Ejemplo de uso:** Grupo 1 (Lechuga y culantro) podría hacer una infografía sobre *"El poder verde: Lechuga + Culantro para combatir la anemia"*.

OPCIÓN 3: FOLLETO TRÍPTICO

- **Características:** Información completa en 6 caras: producto, beneficios, precio, formas de consumo, datos del huerto, contacto.
- **Ideal para:** Ferias, entrega a padres de familia, difusión en reuniones.
- **Ventaja financiera:** Permite explicar con detalle el valor del producto y ofrecer combos.
- **Ejemplo de uso:** Grupo 2 (Cebolla china y rabanito) podría ofrecer un tríptico con el combo *"Sabor y color para tus sopas"*.

OPCIÓN 4: POST PARA REDES SOCIALES / WHATSAPP

- **Características:** Imagen atractiva, texto corto, emojis, hashtags, llamado a la acción.
- **Ideal para:** Difusión digital entre padres, estudiantes y comunidad joven.
- **Ventaja financiera:** Alcance amplio y bajo costo de difusión.
- **Ejemplo de uso:** Grupo 3 (Culantro y cebolla china) podría publicar *"¡El sazón bermejino está en nuestro huerto! Combo condimentos a S/ X.XX"*.

OPCIÓN 5: CUÑA RADIAL (texto para locución)

- **Características:** Guion corto (30 segundos), mensaje oral con música de fondo, eslogan repetitivo.
- **Ideal para:** Radio local, perifoneo, anuncios en el colegio.
- **Ventaja financiera:** Llega a personas que no leen afiches.
- **Ejemplo de uso:** Cualquier grupo podría grabar una cuña para la radio local de Tabaconas.

ANEXO 04: RÚBRICA DE EVALUACIÓN

Criterio	En Inicio (C)	En Proceso (B)	Logrado (A)
Adecúa el texto a la situación comunicativa	No define claramente el propósito ni el destinatario.	Define el propósito o el destinatario, pero no ambos con claridad.	Define con precisión el propósito, destinatario y tipo de texto, y los mantiene coherentes.
Planifica el contenido con enfoque financiero	No incluye datos financieros ni valor agregado del producto.	Incluye datos financieros o valor agregado, pero de forma aislada.	Integra datos financieros (precio, combo, ganancia) y valor agregado (frescura, orgánico) de forma estratégica para persuadir.
Selecciona recursos verbales y no verbales	No propone recursos visuales ni eslogan.	Propone recursos visuales o eslogan, pero poco atractivos o poco relacionados con el producto.	Propone eslogan creativo, recursos visuales atractivos y coherentes con el producto y el público objetivo.
Propone canales de difusión coherentes	No menciona canales de difusión o son poco adecuados.	Menciona canales de difusión, pero sin justificación.	Propone canales de difusión adecuados al público objetivo y justifica su elección.
Trabaja colaborativamente	No participa activamente en el grupo.	Participa parcialmente, pero no aporta ideas nuevas.	Aporta ideas creativas, escucha a sus compañeros y construye propuestas conjuntas.

