

Del aula al emprendimiento digital: una experiencia de e-commerce

Escuela: Escuela de Educación Media N°2 DE 20 "Pampero"

Autor: José Adrián Rosa

Sala/grado/año: Quinto año

Breve descripción

El taller propone un recorrido integral por el mundo del comercio electrónico, donde los estudiantes aprenden de forma activa a planificar, diseñar y simular un emprendimiento digital propio.

Durante el último año se observó que muchos alumnos ya poseen pequeños emprendimientos o ideas de negocio, pero suelen enfrentarse a dificultades para desarrollarlos o sostenerlos por falta de conocimientos específicos. A su vez, otros buscan una salida laboral y encuentran obstáculos para insertarse en el mercado de trabajo. Este taller busca responder a esas necesidades, brindando herramientas concretas que pueden aplicar tanto en proyectos personales como en futuros empleos, fortaleciendo su perfil y su currículum.

A partir de sus experiencias cotidianas como usuarios de plataformas y redes sociales, se los invita a asumir el rol de creadores. En parejas, simulando una sociedad, desarrollan un proyecto completo: definen un rubro comercial que les guste e interese, diseñan nombre, logo, misión, visión y valores, elaboran un catálogo con productos e imágenes, y construyen una tienda online funcional.

Se les otorga libertad para elegir las herramientas que prefieran, como Tiendanube, Canva, Google Sites, ChatGPT, Gemini u otras plataformas de diseño y edición, fomentando la exploración y el compromiso con el proceso creativo.

La propuesta combina contenidos de e-commerce, marketing digital, medios de pago electrónicos y estrategias de comunicación visual. Promueve la creatividad, la organización y el pensamiento crítico, al tiempo que fortalece competencias digitales, emprendedoras y colaborativas. El cierre del taller incluye la presentación de cada emprendimiento mediante un video tutorial y una

exposición oral frente al curso, fomentando la expresión, la confianza y la valoración colectiva del trabajo realizado. La práctica integra saberes tecnológicos, comunicacionales y económicos, acercando a los estudiantes a los desafíos reales del mundo digital.

Situación inicial

Durante el ciclo lectivo 2025 se identificó que gran parte de los estudiantes de quinto año mostraba interés por el mundo del comercio electrónico, ya sea porque administraban pequeños emprendimientos personales, colaboraban en negocios familiares o buscaban una futura salida laboral vinculada al ámbito digital. Sin embargo, se evidenciaron dificultades para sostener esos proyectos debido a la falta de conocimientos técnicos y el desconocimiento del funcionamiento de las herramientas financieras y comerciales básicas.

En distintas instancias de clase, surgieron consultas frecuentes vinculadas a temas como el uso de tarjetas de crédito y débito, la creación de cuentas en billeteras virtuales o la forma de vender y publicar productos en Internet. Esta curiosidad se potenció tras un taller previo sobre la elaboración del currículum vitae, donde los estudiantes comenzaron a reflexionar sobre la importancia de adquirir competencias digitales y emprendedoras que pudieran incluirse en su formación personal y laboral.

Además, el curso llevaba adelante un proyecto grupal (la organización de un kiosco escolar para recaudar fondos para su viaje de egresados), lo que fortaleció su interés por comprender cómo gestionar ventas, calcular precios y generar ingresos.

Ante este contexto, se diseñó el taller de e-commerce como una respuesta pedagógica concreta, orientada a canalizar esas inquietudes en una propuesta formativa integral. El formato de trabajo en parejas permitió promover el aprendizaje colaborativo, la iniciativa y la autonomía, con muy buena aceptación en el grupo.

Objetivos

El propósito de la experiencia es promover un aprendizaje significativo que integre tecnología, comunicación y pensamiento emprendedor en un contexto cercano a los intereses de los estudiantes. Se busca que el aula funcione como un espacio de exploración, donde el conocimiento tecnológico se vincule con la vida

real y los alumnos y alumnas puedan comprender el funcionamiento del comercio electrónico desde una mirada crítica y participativa.

La propuesta se orienta a fortalecer la autonomía, la toma de decisiones y el trabajo colaborativo a través de actividades que simulan situaciones del mundo laboral. Al diseñar un emprendimiento digital, los estudiantes desarrollan competencias vinculadas con la organización, la planificación y la comunicación efectiva, al mismo tiempo que aprenden a utilizar herramientas digitales con responsabilidad.

Además, se pretende despertar el interés por el emprendedurismo y por la adquisición de habilidades transferibles a distintos ámbitos: académico, laboral y personal. La práctica busca así ampliar las oportunidades de aprendizaje, motivar la creatividad y fortalecer la confianza en las propias capacidades.

- COMPRENDER el funcionamiento básico del comercio electrónico y su relación con los procesos de compra, venta y promoción en entornos digitales.
- APLICAR herramientas tecnológicas actuales (Tiendanube, Canva, Google Sites, ChatGPT, entre otras) en la creación y simulación de un emprendimiento digital.
- DESARROLLAR competencias digitales, comunicacionales y organizativas mediante el diseño colaborativo de una tienda online.
- RECONOCER la importancia de la identidad institucional en un proyecto (nombre, logo, misión, visión y valores) y su impacto en la comunicación con los clientes.
- FOMENTAR la autonomía, la creatividad y la responsabilidad en el trabajo en pareja, promoviendo la toma de decisiones y la resolución de problemas.
- REFLEXIONAR sobre el papel del e-commerce en la economía actual y sobre las oportunidades laborales y emprendedoras que ofrece el entorno digital.

Contenidos

La propuesta busca que los estudiantes conozcan y usen las herramientas digitales de manera crítica, creativa y con sentido práctico, aplicándolas en situaciones que se relacionan con la vida real.

Uso responsable y estratégico de las tecnologías digitales: se reconoce el valor de las TIC como medios para aprender, producir y comunicarse. Se trabaja con diferentes entornos digitales, promoviendo un uso seguro y consciente.

Producción digital y diseño de contenidos: se crean materiales propios (textos, imágenes, presentaciones) aplicando principios básicos de diseño visual y comunicación.

Identidad digital y ciudadanía responsable: se reflexiona sobre la presencia en línea, la protección de datos personales y la construcción de una buena reputación digital.

Empleabilidad y mundo digital del trabajo: se relaciona la tecnología con los nuevos espacios laborales, explorando herramientas que pueden servir tanto para buscar empleo como para emprender o difundir un negocio.

Economía digital y comercio electrónico: se comprenden los procesos de compra y venta por Internet, los medios de pago electrónicos, las plataformas de e-commerce y las estrategias básicas de marketing digital.

Trabajo colaborativo y gestión de proyectos: se organiza el trabajo en equipo, se reparten roles y se toman decisiones compartidas utilizando herramientas digitales colaborativas.

Pensamiento crítico y resolución de problemas: se analizan casos reales del entorno digital y se reflexiona sobre el impacto que tienen las tecnologías en la economía y en la vida cotidiana.

El taller integra estos contenidos a través de la creación y simulación de un emprendimiento digital. De esta manera, se promueve un aprendizaje activo y significativo, en línea con los propósitos del área de Educación Digital: formar estudiantes capaces de usar la tecnología con autonomía, responsabilidad y creatividad.

Destinatarios

Los destinatarios de la experiencia fueron estudiantes de quinto año del nivel secundario de la Escuela de Educación Media N°2 DE 20 "Pampero", turno tarde. El grupo está conformado por adolescentes de entre 16 y 18 años con distintos niveles de manejo tecnológico. Algunos poseen experiencia previa con herramientas digitales o pequeños emprendimientos personales, mientras que otros se acercan por primera vez al uso educativo y productivo de las TIC.

El taller se pensó para incluir a todos, partiendo de los saberes cotidianos y del

interés genuino que muestran por las redes sociales y el comercio en línea. Se buscó que cada estudiante pueda participar activamente, aportar ideas y aprender a su ritmo, aprovechando la modalidad de trabajo en parejas para favorecer la colaboración y el intercambio.

Secuencia didáctica

La experiencia se desarrolla a lo largo de un cuatrimestre, con una frecuencia semanal de dos módulos de cuarenta minutos cada uno. Se estructura en siete etapas que se van complejizando gradualmente, combinando la exploración, la producción y la reflexión sobre los contenidos del comercio electrónico.

ETAPA 1 – INTRODUCCIÓN AL E-COMMERCE Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Se presenta el propósito del taller y se indaga en los conocimientos previos de los estudiantes sobre el comercio electrónico y las plataformas de venta. Se conversan ejemplos cercanos, como compras realizadas en Mercado Libre o publicaciones en redes sociales.

Los grupos se conforman en parejas para fomentar el trabajo colaborativo (y simular una sociedad comercial). Cada dupla crea un documento compartido en Google Docs, denominado “cuaderno de proyecto”, donde registrará sus avances. El docente orienta la observación de tiendas online reales (por ejemplo, Tiendanube, Mercado Libre o emprendimientos locales). Los estudiantes analizan aspectos visuales y comunicacionales, registrando en su documento al menos tres aciertos y tres errores observados. Se realiza una puesta en común para construir colectivamente una lista de buenas prácticas y errores frecuentes en el comercio digital.

ETAPA 2 – DEFINICIÓN DEL RUBRO, NOMBRE Y LOGO DEL EMPRENDIMIENTO

Cada grupo elige el tipo de producto o servicio que ofrecerá en su tienda, procurando que sea realista, de interés y viable de representar digitalmente.

Luego se define un nombre para la tienda, priorizando la claridad y originalidad.

El diseño del logo se realiza con herramientas como Canva, FreeLogoDesign o aplicaciones de edición de imágenes. Se sugieren criterios básicos: pocos colores, buena legibilidad y coherencia con la identidad del emprendimiento.

El docente acompaña y orienta la toma de decisiones, fomentando la reflexión sobre la relación entre estética, mensaje y público objetivo.

ETAPA 3 – MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

A partir del rubro y la identidad visual, los estudiantes formulan misión, visión y valores del emprendimiento. Se analizan ejemplos de marcas reales para comprender la diferencia entre estos conceptos y su función dentro de la

comunicación empresarial.

Cada grupo redacta sus textos en lenguaje claro y conciso, primero en borrador y luego en versión final dentro del cuaderno de proyecto. El docente promueve la revisión entre pares y la corrección colaborativa.

ETAPA 4 – CATÁLOGO DE PRODUCTOS

Los grupos seleccionan al menos diez productos o servicios que formarán parte de su tienda. Se trabajan nociones básicas de presentación comercial: nombre del producto, descripción breve, precio e imagen representativa.

Se discuten aspectos como la coherencia entre precio y calidad, la importancia de la fotografía y la descripción en la confianza del cliente.

El docente propone comparar diferentes catálogos reales para observar estrategias de comunicación y diseño. Los estudiantes producen sus propios textos y recopilan las imágenes en una carpeta compartida.

ETAPA 5 – CONSTRUCCIÓN DE LA TIENDA ONLINE

Con los materiales listos, se inicia el trabajo en plataformas de e-commerce gratuitas, preferentemente Tiendanube, Empretienda o Google Sites.

Cada grupo crea una cuenta, personaliza el diseño según los colores y logo definidos, y carga los productos con sus fotos, precios y descripciones.

El docente acompaña el proceso brindando orientación técnica y estética, sugiriendo ajustes y promoviendo la revisión continua. Se fomenta la exploración libre de herramientas y se alienta a los grupos a probar distintas opciones de diseño.

Durante esta etapa también se trabajan conceptos de navegabilidad, experiencia del usuario y coherencia visual. Se revisa el resultado desde el celular para observar la adaptación del sitio a distintos dispositivos.

ETAPA 6 – MEDIOS DE PAGO Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN

Una vez armada la tienda, se analizan los principales medios de pago digitales: tarjeta de crédito, débito, transferencias, billeteras virtuales y pagos en efectivo.

Se aclara que, por tratarse de una simulación, no se realizarán operaciones reales. Los estudiantes eligen los medios de pago que incluirían si su emprendimiento existiera realmente, justificando la elección.

Luego se trabaja sobre la importancia de la difusión y la publicidad digital. Se observan ejemplos de comunicación en redes sociales, fichas de Google Maps y estrategias de promoción.

Cada grupo redacta una breve propuesta de difusión para su emprendimiento, considerando su público y los canales más adecuados.

ETAPA 7 – PRESENTACIÓN FINAL Y CIERRE DEL TALLER

Como cierre, los grupos elaboran un video tutorial breve que simula el recorrido

de compra en su tienda. Se utilizan herramientas simples de grabación de pantalla o video desde el celular.

En la presentación final, cada grupo expone su emprendimiento frente al curso, mostrando su tienda, su identidad visual y explicando las decisiones tomadas en el proceso.

El docente coordina la exposición, promueve la escucha activa y organiza una votación para destacar los proyectos más completos o creativos.

Finalmente, se realiza una reflexión colectiva sobre lo aprendido, los desafíos enfrentados y las posibles aplicaciones de estos saberes en la vida personal o laboral.

INTERVENCIONES DOCENTES

A lo largo del taller, el rol docente se centra en orientar, acompañar y facilitar los aprendizajes, promoviendo la autonomía y el trabajo colaborativo. Se brindan ejemplos, materiales y demostraciones breves, pero se prioriza la exploración guiada y la resolución de problemas.

El docente interviene con preguntas abiertas, propuestas de mejora y orientaciones personalizadas según las necesidades de cada grupo. También se propicia la socialización de producciones intermedias para generar retroalimentación entre pares.

EVALUACIÓN

La evaluación se plantea de forma continua y formativa, considerando el proceso de trabajo, la participación, el compromiso y la capacidad de aplicar lo aprendido. Los criterios de evaluación incluyen la creatividad, la coherencia del proyecto, la claridad comunicacional y la presentación final. Se utiliza una rúbrica compartida con los estudiantes para garantizar transparencia y autoevaluación.

La experiencia culmina con la exposición pública, instancia en la que se valora tanto el producto final como el recorrido de aprendizaje, reforzando la confianza y el reconocimiento del esfuerzo colectivo.

Otros actores

Si bien el taller se desarrolla íntegramente dentro del área de Tecnología de la Información, se reconoce su potencial articulación con otras materias del nivel secundario, especialmente con Economía, Comunicación, Lengua, Historia, etc. Estas áreas pueden aportar distintas miradas sobre el consumo, la producción, el lenguaje publicitario o la toma de decisiones en contextos reales.

Durante el desarrollo del proyecto, se alienta a los estudiantes a consultar con docentes de otras asignaturas cuando lo consideran necesario, promoviendo así la

integración de saberes y el trabajo interdisciplinario. Esta flexibilidad favorece que cada grupo amplíe su perspectiva y enriquezca su propuesta de emprendimiento digital.

Evaluación

La evaluación se plantea como un proceso continuo y formativo que acompaña todo el desarrollo del taller. Se busca valorar no solo el producto final (la tienda online) sino también el recorrido realizado por los estudiantes, su participación y la aplicación de los conocimientos adquiridos.

Los criterios de evaluación consideran la creatividad, la coherencia del proyecto, la organización del trabajo en equipo, el uso adecuado de herramientas digitales y la claridad comunicacional. También se observa la capacidad para resolver problemas, tomar decisiones y justificar las elecciones realizadas.

Como instrumentos se utilizan la observación directa y el seguimiento del “cuaderno de proyecto” en línea, junto con instancias de autoevaluación y evaluación entre pares. Se comparte con los estudiantes una grilla simple con los criterios de evaluación (claridad, creatividad, uso de herramientas, trabajo colaborativo y comunicación) para que conozcan qué se espera de cada etapa y puedan reflexionar sobre su propio progreso. Esta instancia favorece la participación activa y la toma de conciencia sobre los aprendizajes alcanzados.