



**EMPRENDEDURISMO RESPONSABLE, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA
INNOVACIÓN EDUCATIVA / EMPREENDEDORISMO RESPONSÁVEL, INCLUSIVO E
SUSTENTÁVEL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO EDUCATIVA
(ERIS_ie)**

PROTOCOLO COMÚN PROYECTOS DE CENTROS

IES Hermenegildo Martín Borro / Agrupamento de Escolas de Pinhel.

Identificación

Título 1: Raíces Ibéricas

Título 2: Raízes Ibéricas

Resumen

El proyecto consiste en la creación de una marca propia de los municipios participantes, que englobará tanto su cultura como su tejido empresarial. Una parte vital del proyecto será la publicidad de dicha marca.

Centro 1: Escola Secundária de Pinhel

Docente responsable

Nombre: Anabela Cunha

Área o materia: Lengua

Mail de contacto: anabela.cunha@aepinhel.org

Otros docentes del centro 1 que participan en el proyecto

Nombre: Margarida Neta

Área o materia: Lengua

Mail de contacto: margarida.neta@aepinhel.org

Centro 2: I.E.S. Hermenegildo Martín Borro

Docente responsable:

Nombre: Jorge Vega Lozano

Área o materia: Tecnología

Mail de contacto: jorge.vegloz@educa.jcyl.es

Otros docentes del centro 2 que participan en el proyecto

Nombre: Sergio Vázquez Aceves

Área o materia: inglés

Mail de contacto: sergio.vazace@educa.jcyl.es

Nombre: Ana Bella Hernández Torres

Área o materia: EPVYA



Mail de contacto: abhernandezt@educa.jcyl.es
Nombre: Eduardo Ibáñez Carro
Área o materia: Lengua castellana y Literatura
Mail de contacto: eduardo.ibacar@educa.jcyl.es
Nombre: Lucía López Martín
Área o materia: Economía
Mail de contacto: llopezma@educa.jcyl.es
Nombre: Pedro Gutiérrez de Lama
Área o materia: Economía
Mail de contacto: pedro.gutlam@educa.jcyl.es
Nombre: Mª del Mar Jiménez Espejo
Área o materia: Biología y Geología
Mail de contacto: mmar.jimesp@educa.jcyl.es
Nombre: Eva Vicente Rico
Área o materia: Electricidad
Mail de contacto: evicenteric@educa.jcyl.es
Nombre: Lidia F. Martín
Área o materia: Ámbito Sociolingüístico
Mail de contacto: lidia.fermar@educa.jcyl.es
Nombre: Carlos González Díaz
Área o materia: Artes plásticas
Mail de contacto: cgonzalezdia@educa.jcyl.es

Contexto, objetivos y propuesta

Características del área geográfica de desarrollo del proyecto 1.

Pinhel es una ciudad portuguesa situada en el distrito de Guarda, en la provincia de Beira Alta. Pinhel tiene aproximadamente 3000 habitantes. La ciudad está bañada por el río Côa, el río Massueime, además del riachuelo de las Cabras y el riachuelo de la Pega. Pinhel está rodeada de paisajes vistosos, incluyendo colinas, mesetas, montes y la notable Serra da Marofa. Pinhel cuenta con monumentos históricos como el Castillo, el Pelourinho de Pinhel y la Iglesia de Santa María do Castelo.



La tradición del halcón en Pinhel tiene sus raíces en la Batalla de Aljubarrota. el halcón capturado pertenecía a los castellanos, específicamente al rey Juan I de Castilla. Sin embargo, tras la victoria portuguesa en esta batalla, el halcón fue adoptado como símbolo de valor y resistencia por los portugueses, especialmente en Pinhel. En Pinhel, se convirtió en un símbolo icónico, reflejando la fuerza y la perseverancia de la ciudad y su gente.

Características del área geográfica de desarrollo del proyecto 2.

Cembreros está situada en una zona rural montañosa al sur de Ávila que linda con la Comunidad de Madrid. Se encuentra rodeado de dos pantanos, la reserva natural del Valle de Iruelas, viñedos y pinares.

Retos comunes que aborda el proyecto

- Fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes y la comunidad educativa.
- Promover la colaboración entre el centro educativo y las empresas locales.
- Impulsar el desarrollo de habilidades creativas, de comunicación y de marketing en los estudiantes.
- Generar conciencia sobre la importancia del emprendimiento y la publicidad en el ámbito local.
- Contribuir al crecimiento económico y la visibilidad de las empresas de la zona a través de la campaña publicitaria.
- Facilitar a los estudiantes la oportunidad de aplicar conocimientos teóricos en un entorno práctico.

Respuestas que se proponen para los retos señalados. Objetivos del proyecto.

El proyecto tiene dos objetivos principales. El primero, promover el enriquecimiento personal y cultural de los alumnos, haciendo posible que desarrollen múltiples habilidades. Todo ello a través de la aplicación práctica de los conocimientos teóricos que han trabajado en clase.

El segundo objetivo es potenciar las empresas y la cultura de ambas localidades, dándoles visibilidad y la oportunidad de darse a conocer tanto en el mercado como a posibles trabajadores.

Actividad 1

Investigación y análisis



- Estudio del mercado: realizar un análisis de mercado de los productos a los que representará la marca, su demanda, competidores, y tendencias del mercado. Para ello es fundamental contar con las informaciones que nos proporcionen los representantes de los negocios encargados de estos productos.
- Identificación de la audiencia: definir el público objetivo de la marca, considerando factores como edad, género, intereses y comportamiento de compra.
- Análisis de la competencia: estudiar las marcas competidoras para identificar oportunidades y diferenciar la nueva marca.
- Observación del profesorado y análisis por TEAMS (alumnado)

Actividad 2

Creación del nombre y logotipo

- Misión y visión: establecer la misión y visión de la marca, reflejando los valores y objetivos que quiere transmitir.
- Valores de marca: definir los valores fundamentales que guiarán todas las acciones y comunicaciones de la marca.
- Propuesta de valor: crear una propuesta de valor única que destaque los beneficios y características exclusivas de los productos de Cebreros y Pinhel.
- Nombre de marca: elegir un nombre que sea fácil de pronunciar, y que refleje la esencia de la localidad y sus productos.
- Diseño del logotipo: desarrollar un logotipo atractivo y representativo que integre elementos visuales relacionados con la localidad.
- Paleta de colores y tipografía: seleccionar una paleta de colores y tipografía que complementen el logotipo y refuerzen la identidad de la marca.

Actividad 3

Desarrollo del mensaje central

- Narrativa de la marca: crear una narrativa que cuente la historia de la región y sus productos, destacando lo que los hace únicos y valiosos.
- Mensaje central: desarrollar un mensaje central que sea consistente en todas las plataformas (redes sociales, prensa y radio) y que resuene con el público objetivo.

Método de coordinación entre centros.

La coordinación entre centros se realiza a través de los coordinadores de los proyectos, mediante las aplicaciones MS Teams y Whatsapp.

Se realizan reuniones periódicas, tanto para definir las líneas de actuación del proyecto, como para poner en común los avances del mismo.



Actividades de difusión:

- Redes sociales: identificar las plataformas de redes sociales más relevantes para la audiencia objetivo (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok).
- Publicidad digital: crear anuncios para redes sociales y banners.
- Medios tradicionales: considerar el uso de medios tradicionales como la radio y prensa local para llegar a una audiencia más amplia.
- Blog informativo: creación de un Blog en el que se incluya contenido visual y audiovisual que muestre los productos, la localidad y la gente detrás de ellos, así como como cuñas publicitarias, entrevistas, artículos etc.

Productos entregables.

Marca publicitaria que represente eficazmente los productos de Cebreros y Pinhel. Campaña publicitaria exitosa que aumente la visibilidad y las ventas de dichos productos: podcast de radio, merchandising.

Movilidades docentes. Fechas previstas / alojamientos previstos /materiales

Movilidad 1: 13 y 14 de marzo

Docentes participantes: Anabela y Margarida

Movilidad 2: del 19 al 21 de febrero

Docentes participantes: Jorge Vega, Lucía López y Sergio Vázquez

Encuentros de alumnos. Fechas previstas / alojamientos previstos / materiales

Encuentro 1 (en Cebreros) 14, 15 y 16 de mayo

Número de alumnos previsto: 25

Encuentro 2 (en Pinhel) del 28 al 30 de abril

Número de alumnos previsto: 17 alumnos

Apoyos materiales necesarios para la consecución de los objetivos previstos (otros aparte de los señalados para las movilidades de alumnos y docentes):

- Materiales para la presentación de la marca
- Material para impresión 3D
- Merchandising de la marca
- Entradas para las visitas culturales incluidas en el proyecto.