



Horizontes
Programa de Secundaria Rural

CRIANZA DE ANIMALES MENORES



Recuperación de tecnologías y conocimientos ancestrales para la crianza de cuyes como respuesta a la necesidad de una alimentación saludable en el contexto de COVID-19

Ayacucho



PRESENTACIÓN DEL MÓDULO

Estimados estudiantes:

En el segundo semestre del presente año (de agosto a diciembre), en el área de Educación para el Trabajo, se desarrollará el módulo formativo: "Crianza de animales menores", el cual tiene por finalidad desarrollar competencias y capacidades que permitan insertarte en el mundo del trabajo y/o continuar estudiando en la educación técnico productiva una carrera profesional relacionada a las actividades agropecuarias.

El presente módulo formativo se orienta a desarrollar competencias para aplicar técnicas y conocimiento científicos y tecnológicos para realizar y gestionar los procesos de crianza de animales menores (cuyes y conejos), de acuerdo a la demanda del mercado y considerando las normas de seguridad e higiene en el trabajo y el cuidado del medio ambiente.

El módulo se desarrollará mediante la metodología de proyectos y comprenderá las siguientes unidades:

N° de unidad	Nombre de la unidad	Duración	Mes de Ejecución
Unidad N° 1	Identificamos necesidades o problemas factibles de atender mediante el consumo de cuyes.	4 semanas	Agosto
Unidad N° 2	Seleccionamos los productos pecuarios (cuyes) solución y planificamos su producción.	4 semanas	Setiembre
Unidad N° 3	Realizamos el proceso instalación de las pozas o jaulas e iniciamos la crianza del producto pecuario solución (cuyes).	4 semanas	Octubre
Unidad N° 4	Realizamos la crianza y manejo del producto pecuario solución (cuyes).	4 semanas	Noviembre
Unidad N° 5	Realizamos el proceso comercialización del producto solución y la evaluación del proyecto.	4 semanas	Diciembre

Al finalizar el estudio y aprobar el módulo se te otorgará un certificado modular que será convalidable en la educación técnico productiva.

PRIMERA UNIDAD

IDENTIFICAMOS NECESIDADES O PROBLEMAS FACTIBLES DE ATENDER MEDIANTE EL CONSUMO DE CUYES



Imagen: Internet

En la presente unidad desarrollaremos las competencias y capacidades del área de Educación para el Trabajo

COMPETENCIA	CAPACIDADES	DESEMPEÑOS
Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	<ul style="list-style-type: none"> • Crea propuesta de valor • Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona en equipo necesidades o problemas de un grupo de usuarios de su entorno para mejorarlos o resolverlos mediante el consumo de cuyes. • Determina los principales factores que los originan, utilizando información obtenida a través de la observación y entrevistas grupales estructuradas.

Esta unidad tiene una duración de 4 semanas y comprenden las siguientes actividades:

Actividad de aprendizaje	Propósitos de aprendizaje	Ejecución
1. Identificamos las razas de cuy y los componentes nutricionales de su carne	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las razas de cuyes y los componentes nutricionales de su carne. 2. Identificar las razas de cuyes que se crían y consumen las familias en nuestra localidad. 	Primera semana
2. Identificamos las etapas del proyecto de emprendimiento	<ol style="list-style-type: none"> 3. Identificar las etapas que comprende un proyecto de emprendimiento. 4. Elaborar el plan de trabajo para desarrollar nuestro proyecto de emprendimiento familiar. 	Segunda semana



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

3. Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de carne de cuy.	5. Diferenciar los tipos de necesidades que tienen las personas. 6. Aplicar técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de carne de cuy.	Tercera semana
4. Aplicamos técnicas para investigar la necesidad o problema y elaborar el perfil del cliente.	7. Aplicar técnicas para formular el perfil del cliente ideal para el proyecto. 8. Aplicar técnicas para investiga la necesidad o problema focalizado a solucionar mediante el proyecto.	Cuarta semana

GUÍA METODOLÓGICA N°1

Identificamos las razas de cuyes y los componentes nutricionales de su carne



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Acción Rural

Tarea

PRIMERA SEMANA

**ACTIVIDAD: IDENTIFICAMOS LOS TIPOS DE CUY Y
SUS COMPONENTES NUTRICIONALES**

GUÍA METODOLÓGICA N° 1

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la primera semana de desarrollo del módulo formativo: "Crianza de animales menores". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 1 y la Hoja de Actividad N° 1. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Identificar las razas de cuyes y los componentes nutricionales de su carne.
- Identificar las razas de cuyes que crían y consumen las familias en nuestra localidad.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por los siguientes organizadores visuales:

- Organizador visual que presente la clasificación de los cuyes y los componentes nutritivos de la carne.
- Organizador visual que presente los tipos de cuyes que se crían y consumen en tu localidad.
- Organizador visual que presente los tipos de crianza de cuyes.

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 1. Los productos que elaborarás deberán ser enviados al profesor del área a más tardar al finalizar la semana (viernes). Debes tomar una foto al producto y enviárselo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje.



Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 1.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontrarás en la Hoja de Información N° 1.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N° 1.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre los cuyes. Para ello te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 1.** Esta sección te presenta información sobre los cuyes. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieras para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayado, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la Hoja de Actividad.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre la clasificación de los cuyes y los nutrientes que posee la carne. Asimismo, te permitirá identificar las razas de cuyes que crían y consume tu familia.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en que desarrollarás las actividades de aprendizaje

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 1		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 1		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 1		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE ACTIVIDAD N° 1

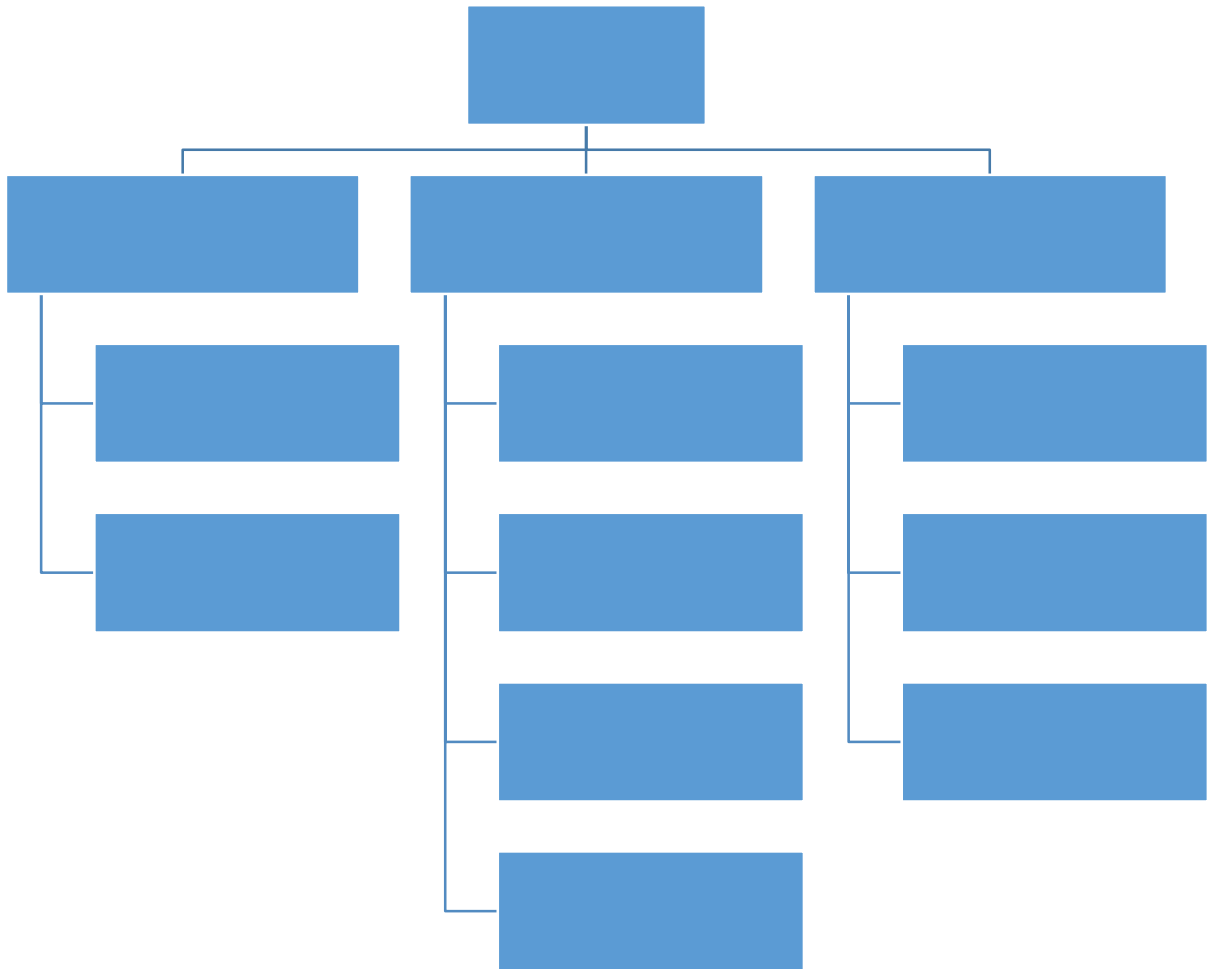


Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N° 1

Elabora un mapa conceptual que explicite la clasificación de los cuyes.



ACTIVIDAD N° 2

En el siguiente organizador de información señala la clasificación de los cuyes de acuerdo a la conformación del cuerpo, el tipo de pelaje, y la raza. Además, indica los componentes nutricionales que posee su carne.

Principales nutrientes
de la carne:

.....
.....
.....
.....
.....
.....



Imagen: Internet

Por el tipo de pelaje
se clasifica como:

.....

Por la conformación
del cuerpo se clasifica
como:

.....

Pertenece a la raza:

.....

ACTIVIDAD N° 3

Selecciona otro tipo de cuy y señala su clasificación de acuerdo a la conformación del cuerpo, el tipo de pelaje, y la raza. Además, indica los componentes nutricionales que posee su carne.

Principales nutrientes
de la carne:

.....
.....
.....
.....
.....

Por el tipo de pelaje
se clasifica como:

.....

Por la conformación
del cuerpo se clasifica
como:

.....

Pertenece a la raza:

.....

ACTIVIDAD N° 4

Señala las principales razas de cuy que consume tu familia, pero que no se crían en tu localidad. Clasifica según la conformación del cuerpo, el tipo de pelaje y la raza a la cual pertenecen.

Cuyes que no se crían y consumen en Sarhua



Imagen: Internet

CLASIFICACIÓN		
<i>Raza a la que pertenece</i>	<i>Según la conformación del cuerpo</i>	<i>Según el tipo de pelo</i>

ACTIVIDAD N° 5

Señala las principales razas de cuy que consume tu familia y que se crían en tu localidad. Clasifica según la conformación del cuerpo, el tipo de pelaje y la raza.

Cuyes que se crían y consumen en Sarhua



Imagen: Internet

CLASIFICACIÓN		
<i>Raza a la que pertenece</i>	<i>Según la conformación del cuerpo</i>	<i>Según el tipo de pelo</i>

HOJA DE INFORMACIÓN N° 1



Imagen: iStock

PARTIENDO DE NUESTRA EXPERIENCIA

Estimado estudiante, para iniciar la sesión te presentamos las siguientes actividades. Debes darles respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

Actividad N° 1

La carne generalmente es parte de los alimentos que consumimos diariamente. Observa las figuras que te presentamos y señala a qué tipo de carne corresponde.



Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet



Imagen: Internet

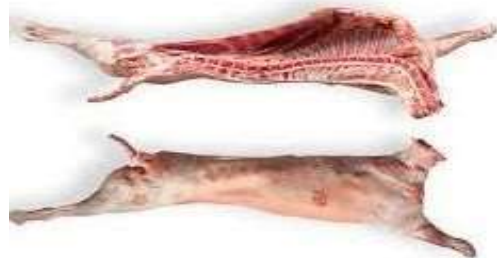


Imagen: Internet



Actividad N° 2

De los tipos de carne que observas en la figura, ¿cuáles se consumen con mayor frecuencia en tu familia?

.....

.....

.....

.....

Actividad N° 3

Menciona los animales que se crían en tu localidad como fuente de carne.

.....

.....

.....

.....

.....



Imagen: Internet

BUSCAMOS Y EXPLORAMOS INFORMACIÓN

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre los cuyes, los beneficios nutricionales de su carne, y las razas que se crían y se podrían criar en nuestra localidad.

Lee la información que te presentamos tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas.

- ¿Qué es el cuy?
- ¿Cómo se clasifican los cuyes?
- ¿Qué nutrientes tienen la carne de cuy?

EL CUY

El cuy es un mamífero, monogástrico herbívoro, originario de países sudamericanos como Perú, Ecuador, Bolivia y Colombia. Su crianza es destinada fundamentalmente a la producción de carne.

Es una especie nativa que ha mantenido su arraigo por la función que cumple en contribuir con la seguridad alimentaria, principalmente de las familias rurales del Perú. A pesar de que el consumo de esta especie estaba limitado a la zona andina, el efecto de la migración poblacional ha extendido su aceptación en la región costa y selva del país.



Imagen: Internet

En los últimos años, el Perú ha experimentado un incremento en la demanda de carne de cuy, atribuido a su calidad nutricional, a la palatabilidad de su carne y sobre todo, al hábito de consumo de la población. En la actualidad, su crianza es considerada como una actividad económica que ha generado en el país microempresas familiares; sin dejar de lado su función principal de brindar seguridad alimentaria a las familias rurales.

1. Composición general de la carne de cuy

La carne de cuy generalmente tiene la siguiente composición:

- **Características nutricionales.** La carne de cuy está conformada en promedio por 78% de humedad, 19% de proteína, 1.6 % de grasa, y 1.14% de minerales. Asimismo, la piel de cuy que por tradición se viene consumiendo, contiene 60.21% de humedad, 32.2% de proteína, 8.1% de grasa, y 0.4% de minerales.

- **Proteínas.** La carne de cuy tiene uno de los niveles más altos de proteína y menor contenido de grasa que otras carnes. Todas estas características hacen deseable este producto; sin embargo, muy pocas personas conocen estas cualidades. El contenido promedio de proteína en la carne de cuy es 19%, superior al de la carne de porcino que tiene 14% y al del bovino que tiene 18.8%, por lo que su consumo constituye un aliado clave en la lucha contra la anemia y la desnutrición en las zonas rurales del país.
- **Minerales.** Entre los minerales más importantes están el Calcio (29 miligramos), Fósforo (29 mg), Zinc (1.57 mg) y Hierro (1.9 mg). Asimismo, muestra el contenido de las principales proteínas como la Tiamina (0.06 mg), Riboflavina (0.14 mg) y la Niacina (6.50 mg). Además, su contenido de energía alcanza las 96 kilocalorías (Kcal).
- **Vitaminas.** Posee complejo B, por lo que es un excelente alimento protector de diversas enfermedades como el cáncer.
- **Grasas.** La carne de cuy tiene alta digestibilidad, bajas trazas de colesterol y triglicéridos, alta presencia de ácidos grasos linoleico y linolénico, esenciales para el ser humano. Estos ácidos grasos, muy bajos o casi inexistentes en otras carnes, son precursores de la conformación del ácido graso araquidónico (AA) y ácido graso docosahexaenoico (DHA). Ambas sustancias son vitales para el desarrollo de las neuronas y las membranas celulares.

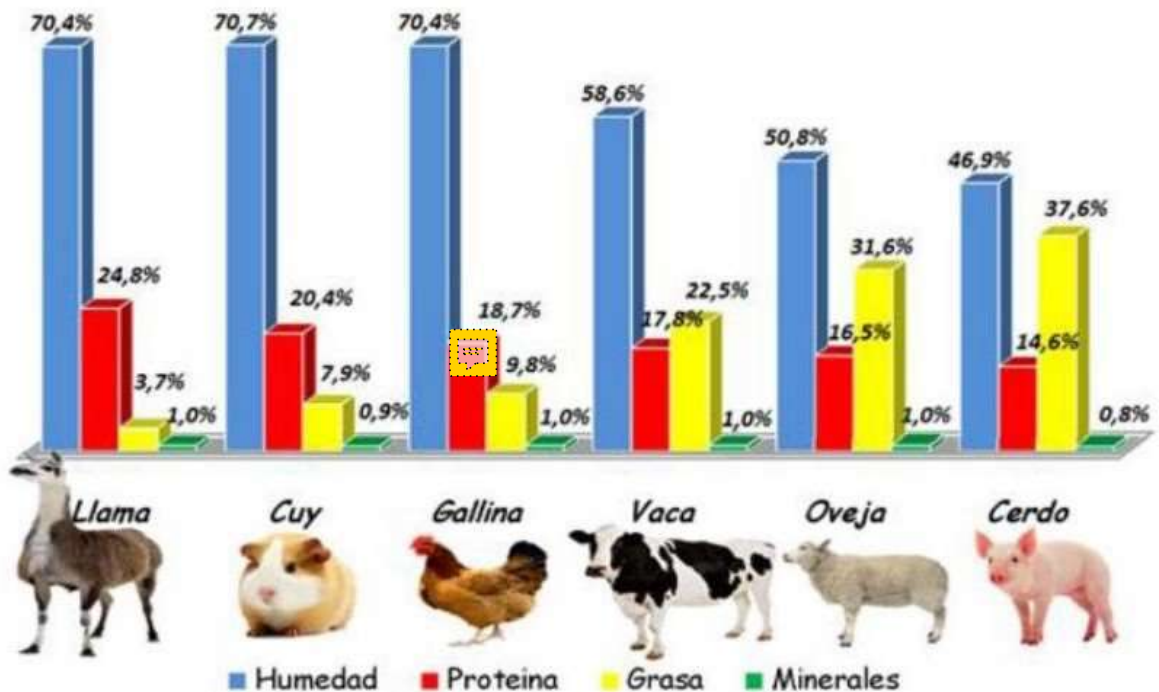


Imagen: Internet

2. Clasificación de los cuyes

2.1. Clasificación por la conformación del cuerpo

- **Tipo A.** Corresponde a cuyes mejorados, los cuales tienen una conformación enmarcada dentro de un paralelepípedo, clásico en las razas productoras de carne. La tendencia es producir animales que tengan una buena longitud, profundidad y ancho. Esto expresa el mayor grado de desarrollo muscular, fijando en una buena base ósea. Son de temperamento tranquilo, responden eficientemente a un buen manejo y tienen una buena conversión alimenticia.



Imagen: Internet

- **Tipo B.** Correspondiente a los cuyes de forma angulosa, cuyo cuerpo tiene poca profundidad y desarrollo muscular escaso. La cabeza es triangular y alargada. Tienen mayor variabilidad en tamaño de la oreja. Es muy nervioso, lo que hace dificultoso su manejo.

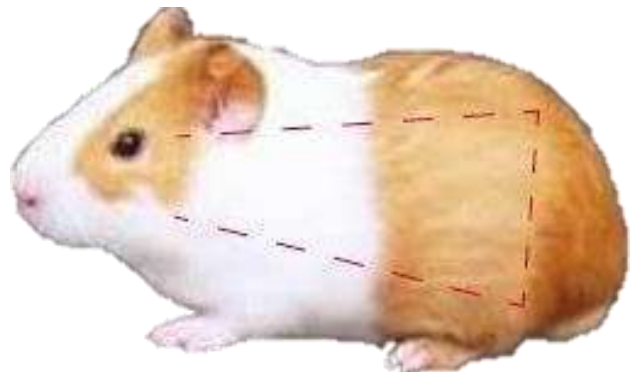


Imagen: Internet

2.2. Clasificación por su forma de Pelaje

- **Tipo 1.** Es de pelo corto, lacio y pegado al cuerpo. Es el más difundido y característico del Perú por su carne. Puede o no tener remolino al frente. Se encuentra de colores simples claros, oscuros o combinados. Es el que tiene el mejor comportamiento como productor de carne.
- **Tipo 2.** Es de pelo corto, lacio y con rosetas o remolinos a lo largo de su cuerpo. Es menos precoz, está presente en poblaciones de cuyes criollos y existen de diversos colores. No es una población dominante, y, por lo general, en cruzamientos con otros tipos, pierde fácilmente. Tiene buen comportamiento como productor de carne.
- **Tipo 3.** Es de pelo largo y lacio. Presenta dos subtipos, que corresponden al tipo 1 y 2 con el pelo largo: el sub tipo 3.1., quienes presentan el pelo largo, lacio y pegado al cuerpo, pudiendo presentar un remolino en la

frente; y el sub tipo 3.2., que comprende cuyes que presentan el pelo largo, lacio y en rosetas que, si bien no es un buen productor de carne, es criado como mascota.

- **Tipo 4:** Es de pelo ensortijado, característica que presenta sobre todo durante el crecimiento, ya que se va perdiendo a medida que el animal se desarrolla, tornándose erizado. Este cambio es más prematuro cuando la humedad relativa es alta. Su forma de cabeza y cuerpo es redondeada y de tamaño medio. Tiene una buena implantación muscular y con grasa de infiltración. El sabor de su carne destaca a este tipo y la variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos le da un potencial como productor de carne.

 <p>Tipo 1</p> <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Tipo 2</p> <p>Imagen: Internet</p>
<p>Pelo corto, lacio y pegado al cuerpo</p>	<p>Pelo corto, lacio, en forma de roseta o remolino</p>
 <p>Tipo 3</p> <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Tipo 4</p> <p>Imagen: Internet</p>
<p>Pelo largo</p>	<p>Pelo ensortijado, esponjoso</p>

2.3. Clasificación de Cuy por Razas

- **Raza Perú.** La línea Perú tiene una conformación cárnica. El color de su capa es alazán con blanco, presentándose combinado o fajado, correspondiendo al Tipo 1 por su pelo liso. Puede o tener remolino en la cabeza, orejas caídas y ojos negros, aunque existen con ojos rojos. Este no es un animal



polidáctilo, por lo que existe predominancia de animales con cuatro dedos en los miembros anteriores y 3 en los posteriores. Su rendimiento a la carcasa llega

al 72%, habiéndose registrado una mayor masa muscular y mejor relación hueso-musculo en relación a otras líneas. Los cuyes parrilleros alcanzan el peso de comercialización entre 8 y 9 semanas de edad. Las hembras entran a empadre a los 56 días, con un porcentaje de fertilidad del 98% y la conversión alimenticia es de 3.03.

- **Raza Andina.** Se distingue por su mayor índice de proliferación. Puede adaptarse a diferentes climas, desde la costa a la sierra, y se caracteriza por ser de color blanco y poseer orejas grandes y caídas, a diferencia de la raza Perú. La línea Inti destaca por su mayor índice de sobrevivencia. A nivel de producción cárnica alcanza los 800 gramos de peso a las 10 semanas y su proliferación es de 3,2 crías por parto.



Imagen: Internet

- **Raza Inti:** La línea Inti es de origen peruano y es la que mejor se adapta a nivel de productores, logrando altos índices de sobrevivencia. Alcanzan, en promedio, un peso de 800 gr a las diez semanas de edad. Predomina en pelaje el color bayo



Imagen: Internet

(amarillo) entero o combinado con el blanco y tiene remolino en la frente.

3. Tipos de Crianza

3.1. Sistema familiar o tradicional

Este tipo de crianza permite la seguridad alimentaria de la familia y es el más difundido en la zona rural, aunque su forma de alimentación es inadecuada por la ingesta de residuos de cocina y algunos pastos. El ambiente de crianza normalmente es la cocina, donde la fuente de calor es el fogón que los protege de los cambios bruscos de temperatura. Las características de esta crianza son las siguientes:

- Alimentación inadecuada
- No hay control en el empadre
- Alta consanguinidad
- Alta mortalidad
- Alta incidencia de enfermedades y parasitosis



Imagen: Internet

- Competencia por alimento y espacio
- Predominancia de cuyes criollos

3.2. Sistema familiar-comercial

Nace de una crianza familiar bien llevada, ya que los excedentes de la producción, luego de ser utilizados para el consumo familiar, se destinan a la venta, lo que genera pequeños ingresos. En ese sentido, este sistema:

- Genera ingreso adicional a la familia
- Puede involucrar mayor mano de obra familiar
- Hace uso de insumos y alimentos que provienen de campos propios y de terceros

3.3. Sistema de crianza comercial

En este tipo de crianza se invierten recursos económicos debido a la construcción de infraestructura, adquisición de reproductores, implementación de forrajes, compra de alimento balanceado, uso de botiquín veterinario, mano de obra, entre otros. Es indispensable evaluar los costos de producción para obtener un producto económicamente rentable. Este tipo de crianza se está impulsando para incrementar la productividad; para ello, se brindan las



Imagen: Internet

condiciones adecuadas como las pozas para un empaque controlado, buena ventilación, buena iluminación al interior del galpón, y adecuada temperatura, la cual debe fluctuar entre 15 °C a 20 °C, con humedad por debajo del 75%.

4. Distrito Sarhua

El distrito de Sarhua pertenece a la provincia de Víctor Fajardo, a la región Ayacucho. Su capital "Sarhua" se ubica a 2955 m.s.n.m. El clima se puede definir como frío y seco en invierno, y lluvioso en verano. La temperatura generalmente varía de 3 °C a 19 °C y la humedad relativa promedio anual es de 60 %, siendo mayor en épocas de lluvia (verano) y menor en épocas de seco (invierno). La temporada de lluvia dura entre



Imagen: Internet

septiembre y abril, y el periodo del año sin lluvia dura entre abril a septiembre.

Sarhua tiene como actividad económica principal la agricultura de autoconsumo, complementada con la ganadería. La actividad agrícola se orienta al cultivo de productos cereales: maíz amiláceo, haba, arveja y cebada, complementada con la crianza de cuyes, vacuo, ovino y caprino.



Bibliografía y Páginas Web

- Cáritas del Perú (noviembre de 2015). Manejo técnico de la crianza de cuyes en la sierra del Perú. Programa PRA Buenaventura Arequipa.
- Foncodes (2014). Crianza de cuyes. Manual técnico.
- Montes Andia, T. (2014) Guía técnica: Crianza Tecnificada de cuyes. UNALM Y Agrobanco.
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), AGROSAVIA & INIA (2018). Escalonamiento de la investigación regional y de la innovación de pequeños productores de cuyes en la escala de valor - Perú [proyecto].
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) Población de cuyes y número de productores según departamento. Encuesta Nacional Agropecuaria 2015-2018. http://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/702/related_materials
- Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) (2020). Manual de crianza de cuyes. Ministerio de Agricultura y riego, INIA y Dirección de Desarrollo Tecnológico Agrario.



Organización
de las Américas
Latinoamericanas
y el Caribe

Oficina de Lima
Representación en Perú



HORIZONTES
Programa de Seguridad Escolar

Tarea

SEGUNDA SEMANA

ACTIVIDAD: IDENTIFICAMOS LAS ETAPAS DEL
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

GUÍA METODOLÓGICA N°2

Identificamos las etapas del proyecto de emprendimiento

GUÍA METODOLÓGICA N° 2

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la segunda semana de desarrollo del módulo formativo: "Crianza de animales menores". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 2 y la Hoja de Actividad N° 2. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Identificar las etapas que comprende un proyecto de emprendimiento.
- Elaborar el plan de trabajo para desarrollar nuestro proyecto de emprendimiento familiar.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por dos organizadores visuales:

- Organizador visual sobre las etapas del proyecto de emprendimiento
- El plan de trabajo del proyecto de emprendimiento que realizarás en el presente periodo

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 2. Los productos que elaborarás deberán ser enviados al profesor del área a más tardar al finalizar la semana (viernes). Debes tomar una foto al producto y enviárselo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje.

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje.



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 2.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitaras para desarrollar las actividades propuestas la encontraras en la Hoja de Información N° 2.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N°2.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre los proyectos de emprendimiento. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué trata las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentren en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 2.** Esta sección te presenta información sobre proyectos de emprendimiento, las etapas que comprende y el plan de trabajo. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieras para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayo, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la hoja de actividades.** La Hoja de Actividad te permitirá construir aprendizajes sobre la clasificación de los abonos, tipos de abonos orgánicos, sus principales características y los beneficios que aportan a los suelos. Asimismo, te permitirá identificar las hortalizas que consume tu familia y que se producen en tu localidad.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológico necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje.

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 2		
2.	Revisión de la Hoja de Información N°2:		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 2		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE ACTIVIDAD N° 2



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N° 1

En el cuadro que te presentamos describe con tus propias palabras en qué consiste cada etapa del proyecto de emprendimiento.

Etapa del proyecto de emprendimiento	Descripción
Identificación de necesidades o problemas del cliente	
Diseño o selección del producto solución	
Elaboración y validación del prototipo	
Elaboración del plan de acción	
Desarrollo del producto solución	
Evaluación del proyecto	

ACTIVIDAD N° 2

Considerando las etapas del proyecto emprendimiento, elabora un plan de trabajo para que, en el presente año, realices un proyecto de emprendimiento con la participación de tus familiares. Para elaborar el plan debe considerar lo siguiente:

1. El proyecto de emprendimiento debe corresponder a la especialidad técnica que estás desarrollando (Crianza de animales menores: cuyes)
2. El proyecto se realizará en un espacio ubicado en tu domicilio o muy cerca de él
3. Al ser un proyecto de producción pecuaria, se considerará las siguientes etapas del proyecto:

Etapas del proyecto	Duración aproximada
1. Identificación de necesidades y problemas del cliente	Cuatro semanas
2. Selección del producto solución	Tres semanas
3. Elaboración del plan de acción	Una semana
4. Desarrollo de la propuesta de valor y elaboración del producto	Doce semanas (tiempo aproximado de crianza de cuy)
5. Desarrollo de la propuesta de valor y comercialización	Una semana
6. Evaluación del proyecto	Una semana



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Secundaria Rural



PLAN DE TRABAJO PARA REALIZAR PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

1. Información general

- 1.1. Institución educativa :
- 1.2. Grado y sección :
- 1.3. Especialidad técnica :

2. Equipo de trabajo del proyecto

- Nombre del equipo de trabajo:
- Integrantes del equipo de trabajo:

3. Objetivos del proyecto

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Etapas y productos (entregables) del proyecto

	Etapas del proyecto	Cronograma														
		Agosto			Setiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre		
1.																
2.																
3.																
4.																
5.																
6.																
7.																

HOJA DE INFORMACIÓN N° 2



Imagen: Internet

Partiendo de nuestra experiencia

Para iniciar la sesión te presentamos las siguientes actividades. Debes responderlas dialogando con los integrantes de tu familia.

Actividad N° 1

El término "proyecto" se viene utilizando con mucha frecuencia en las escuelas, familia y comunidad. En los diversos ámbitos en los que se desarrolla genera mucho entusiasmo, esfuerzo, dedicación y beneficios para quienes participan en su ejecución. Observa las figuras que te presentamos y escribe en los espacios a qué tipo de proyecto pertenece.

<p>Para la comunidad su proyecto es instalar el agua potable en sus domicilios</p> <p>Imagen: Internet</p>	<p>Para mis padres su gran proyecto es nuestra casa</p> <p>Imagen: Internet</p>
<p>Para Juana su proyecto es tener una juguería</p> <p>Imagen: Internet</p>	<p>Para Luis su proyecto de ciencias es una central hidroeléctrica</p> <p>Imagen: Internet</p>



Actividad N° 2

Menciona el nombre de un proyecto que elaboraste en el área de Ciencia y Tecnología en los años anteriores y describe brevemente que procesos utilizaste.

.....

.....

.....

.....

Actividad N° 3

En la comunidad donde vives, en los años anteriores, probablemente se desarrolló algún proyecto. Menciona su nombre y describe brevemente de qué se trata.

.....

.....

.....

.....

.....

Actividad N° 4

Para realizar la visita a un centro de esparcimiento con tus compañeros de aula, solicitas permiso al director de la tu institución educativa, quien muy amablemente te comunica que no hay inconveniente, pero que debes presentar un plan de trabajo. Describe brevemente qué debe contener dicho documento.

.....

.....

.....

.....

.....



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre los proyectos de emprendimiento, las etapas que comprende, los tipos de proyecto que se podrían realizar y cuál sería la ruta que se debería seguir para elaborar un proyecto familiar en nuestra casa.

1. Lee la información que te presentamos, tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas:
 - ¿Qué es un proyecto de emprendimiento?
 - ¿Qué características tiene un proyecto?
 - ¿Cuál es la diferencia entre un proyecto de emprendimiento económico y uno social?
 - ¿Cuáles son las etapas del proyecto de emprendimiento?
 - ¿Cuáles son elementos de un plan de trabajo para realizar un proyecto de emprendimiento?

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

1. Proyecto de emprendimiento

Denominamos proyecto de emprendimiento a un conjunto de actividades concretas (etapas y/o tareas) interrelacionadas entre sí, que permiten una intervención intencional y planificada para diseñar y gestionar la producción de bienes o servicios que satisfagan necesidades o resuelvan problemas de un sector de la sociedad.

Los proyectos de emprendimiento tienen importancia social, porque benefician a las personas, a las comunidades (colectivos) y a la sociedad en general. Se orientan al desarrollo económico, social y afectivo de las personas, al cuidado y conservación del medio ambiente y al mejoramiento de las condiciones de vida de los emprendedores y de sus colaboradores (trabajadores) en un marco de práctica de valores y de derechos humanos y laborales.



Imagen: Internet

2. Características del proyecto de emprendimiento

Todo proyecto de emprendimiento tiene las siguientes características:

- Es una intervención intencional y planificada.
- Tiene como propósito satisfacer una necesidad o resolver un problema.
- Tiene como resultado un producto tangible (bien) o un producto intangible (servicio).
- Se orienta a beneficiarios/usuarios identificados y caracterizados.
- Se desarrolla en el marco de un límite de tiempo (tiene fecha de inicio y de finalización) y costo (tiene un presupuesto).

- Comprende un conjunto de actividades secuenciales, cada una de ellas tiene un resultado parcial, el cual es el punto de partida para la actividad siguiente.
- Requiere de recursos humanos, equipamiento, materiales, recursos naturales y recursos financieros para implementarlo.

3. Tipos de proyectos de emprendimiento

Los proyectos de emprendimiento pueden ser proyectos económicos o proyectos sociales.

3.1. Proyectos de emprendimiento económico

Este tipo de proyectos tienen por finalidad obtener beneficios económicos. Se orientan a la producción de bienes o servicios que satisfagan las necesidades y a solucionar problemas de las personas, grupos de interés o empresas que tienen las condiciones y la disposición de otorgar un beneficio económico (dinero) a cambio del producto o servicio que recibe. Los productos de este tipo de proyectos compiten en el mercado con productos similares elaborados por otras empresas o emprendedores.



Imagen: Internet

Ejemplos:

- Proyecto de crianza y venta de cuyes de alta calidad nutricional a las familias rurales.
- Proyecto de restaurante de comidas regionales con carne de cuy.
- Proyecto de cultivo y venta de papas para frituras de restaurantes, pollerías y sangucherías de la comunidad.

3.2. Proyectos sociales

Este tipo de proyectos tiene por finalidad satisfacer necesidades o solucionar problemas de un colectivo de ciudadanos (grupos sociales), sin generar beneficio económico personal o societario a sus promotores. Los proyectos sociales se orientan a mejorar la calidad de vida de grupos sociales vulnerables (niños, ancianos, y madres adolescentes) y que generalmente no poseen recursos para solventarlas autónomamente. Asimismo, buscan mejorar la conservación y cuidado del medio ambiente, la protección de la biodiversidad, etc. Su objetivo central no es una ganancia económica personal o colectiva sino la generación de un beneficio para un grupo social y/o la sociedad en su conjunto.



Imagen: Internet

Los proyectos sociales se caracterizan por:

- Satisfacer una necesidad o problema social o medioambiental.
- Focalizar su atención en la población que tiene la necesidad o problema identificado y no puede satisfacerla con sus propios recursos y/o solventarlos autónomamente.
- Los productos o resultados de proyecto se entregan en forma gratuita o a un precio subsidiado a los beneficiarios.

Ejemplo de proyectos sociales:

- Construcción de un parque temático para niños y niñas del orfanato de la comunidad.
- Asistencia y apoyo emocional a los ancianos de la comunidad.

4. Emprendimientos personales y familiares

4.1. Emprendimientos personales

Son aquellos emprendimientos que se realizan por iniciativa de una persona, quien diseña, y gestiona (organiza, dirige, controla y evalúa) el proyecto de emprendimiento con el apoyo de colaboradores (trabajadores, profesionales contratados para desarrollar el proyecto) y/o de su familia, quienes se constituyen como apoyo emocional y no participan de los beneficios económicos del proyecto de emprendimiento. En este tipo de emprendimientos, solo la persona que tiene la iniciativa y gestiona el proyecto es el único beneficiario de las utilidades económicas.

4.2. Emprendimientos familiares.

Son aquellos emprendimientos diseñados y gestionados por una familia, cuyos integrantes esposos, hijos y/o hermanos participan activamente en todo el proceso y participan de los beneficios económicos del proyecto de emprendimiento. En estos emprendimientos, la familia toma las decisiones, y las responsabilidades de la gestión y dirección del mismo se encarga a algunos de sus miembros. Sin embargo, todos los miembros reciben honorarios por la labor o función que realizan en el proceso del emprendimiento. Asimismo, participan del patrimonio y las utilidades que genera la empresa.

Las familias no solo tienen lazos de consanguinidad y amistad, sino que también se organizan para desarrollar proyectos que les permitan obtener recursos para conseguir sus medios para su desarrollo y mejorar sus condiciones de vida. En el mundo, muchas familias, a partir de sus emprendimientos, se han constituido en empresas. Según las estimaciones, entre 65% y 80% de las empresas de todo el mundo son propiedad de una o varias familias o están dirigidas por ellas (Gersick, Davis, McCollon y Lansberg, 1997). En Estados Unidos, 96% de las empresas son familiares; en España, 71%; en Italia, 99%; y en Colombia, oscilan entre 70% y 75% entre pequeñas, medianas, grandes empresas (Gaitán y Castro, 2005). Cuando las empresas son familiares sus miembros duplican sus esfuerzos para alcanzar sus objetivos.

Entre las empresas familiares más conocidas del mundo tenemos: Walmart Inc. (cadena de hipermercados) y Ford Motor Co. (empresa automotriz) en Estados Unidos; Samsung (empresa de electrodomésticos), el grupo LG (empresa de electrodomésticos) y Hyundai Motor (empresa automotriz) en Corea del Sur; el grupo Carrefour y L'Oréal en Francia; BMW (Empresa automotriz) y Robert Bosch (empresa de máquinas y herramientas) en Alemania; y el grupo Fiat (empresa automotriz) en Italia.



Imagen: Internet

En el Perú hay 2.3 millones de empresas aproximadamente y se estima que más del 80% tiene origen familiar, generando entre el 60% y 70% del empleo. Estas empresas están presentes en distintos sectores productivos y comerciales: minero,



Imagen: Internet

pesquero, energético, construcción, artesanal, financiero, comercio, industria, turismo, gastronómico, entre otros. (El Peruano, 2019). Por mencionar algunas de las más conocidas empresas familiares del país, se encuentran el grupo Gloria, empresa de productos lácteos; Ajegroup, de la familia Añaños, empresa de gaseosas y bebidas hidratantes; Belcorp, empresa de productos cosméticos; Topitop, empresa de confecciones de los hermanos huancavelicanos Flores.

5. Etapas del proyecto de emprendimiento

El desarrollo del proyecto de emprendimiento comprende seis etapas, las cuales constituyen la ruta que se sugiere seguir para diseñar e implementar un proyecto de emprendimiento.



5.1. Identificación de necesidades y problemas del cliente. Esta etapa consiste en identificar, analizar y determinar las necesidades o problemas que tienen los clientes o usuarios y que se puedan solucionar mediante un proyecto de emprendimiento elaborado desde la profesión o especialidad técnica que tenemos y desde la empresa que gestionamos. En nuestro caso, desde la especialidad técnica de agricultura de sierra, el cual estamos desarrollando en el área de Educación para el Trabajo.

Ejemplo:

La población de nuestra localidad viene sufriendo los efectos del COVID 19.



La enfermedad no tiene todavía un tratamiento específico y no se cuenta con una vacuna, la única defensa que tiene nuestro organismo es la respuesta de nuestro sistema inmunológico.



Para que nuestro sistema inmunológico combata al virus requiere estar fortalecido para ello las personas deben consumir alimentos que contengan: vitaminas B2, C y D, minerales (Selenio y Zinc), fibras, entre otros nutrientes-

Esta etapa comprende las siguientes actividades: definir los clientes a atender, identificar las necesidades o problemas que pueden ser solucionados mediante un proyecto de emprendimiento desde la especialidad técnica que se está desarrollando, investigar la necesidad o problema (sus causas; cómo lo ve, siente y experimenta el cliente; cómo lo está solucionando y cómo lo solucionan

otros), y delimitar y definir la necesidad a la que se le propondrá una solución (reto o desafío del emprendimiento).

5.2. Diseño o selección del producto solución. En esta etapa se diseña o selecciona un producto que solucione la necesidad o problema identificado. En las especialidades técnicas que producen bienes manufacturados o servicios, se diseña el producto solución. Por ejemplo, si tenemos la necesidad organizar, guardar prendas de vestir y a la vez generar un ambiente acogedor y cómodo para niños o niñas, el producto solución que se diseñará podría ser un ropero, una cómoda, una cómoda-ropero, un baúl, una maleta u otro producto creado especialmente para satisfacer la necesidad. En la especialidad técnica agropecuaria, se selecciona como producto solución a la variedad de animal o planta que se criará o cultivará para satisfacer la necesidad o solucionar el problema. Por ejemplo, si las familias, restaurantes y puestos de comida requieren de carne de cuy de buena calidad nutricional y saludable, entonces el productor, para satisfacer dicha necesidad, seleccionará como producto solución la que cumpla con estas exigencias y se pueda producir bajo las condiciones climáticas de la localidad.

NECESIDAD: CONSUMIR CARNE CON BAJO CONTENIDO DE GRASA Y QUE FORTALEZCA EL SISTEMA INMUNOLOGICO

Imagen: Internet

Para que nuestro sistema inmunológico combata al virus requiere estar fortalecido, para ello las personas deben consumir alimentos que contengan vitaminas, minerales y fibras entre otros nutrientes.

PRODUCTO SOLUCION: CARNE DE CUY

Imagen: Internet

La carne de cuy es un alimento con alto valor proteico y bajo en grasa; y por contener aminoácidos y ácidos grasos esenciales para la nutrición humana.

Esta etapa comprende dos actividades: (1) conceptualización de la solución y (2) representación gráfica (dibujos) o descripción técnica de la solución. La primera actividad consiste en idear el producto solución: se definen sus funciones, las características, elementos o partes que tendrá, etc.. La segunda actividad consiste en dibujar (bocetos, croquis, planos, diagramas, etc.) o describir por escrito las características técnicas que tendrá el producto ideado como solución.

5.3. Elaboración de los prototipos. En esta etapa, la solución definida mediante dibujos y/o descripciones técnicas, se concretiza en una representación real o muy próxima a la realidad del bien o servicio que se pretende ofrecer como solución. Si el producto solución es un bien manufacturado, los prototipos pueden ser maquetas, dibujos en 3D elaborados con instrumentos manuales o digitales, o presentaciones en realidad aumentada o realidad virtual, etc. Si el producto solución es un servicio, pueden ser

un juego de roles, guiones gráficos, historietas, representaciones digitales animadas (que permitan vivenciar u observar el proceso del servicio que se ofertará), etc.

5.4. Validación de prototipos. En esta etapa, al prototipo elaborado en la etapa anterior, se le somete a un proceso de evaluación con la participación del cliente o usuario. Asimismo, se le realiza un conjunto de pruebas que permitan identificar las fortalezas, debilidades, fallas de funcionamiento, o carencias a resolver, de tal manera que se puedan realizar mejoras significativas al producto solución.

5.5. Elaboración del plan acción. En esta etapa se realiza la planificación de la producción (fabricación o cultivo/crianza del bien) o la prestación del servicio del prototipo validado y reajustado. Asimismo, comprende las siguientes actividades: definir la cantidad de productos a producir, determinar los recursos que se van a utilizar (materiales, humanos, equipos, energías, etc.), determinar las tareas y operaciones que se realizarán para elaborar el producto, elaborar el presupuesto y organizar el taller o campo de cultivo para la producción.



Imagen: Internet

5.6. Desarrollo del producto solución. En esta etapa se construye o elabora el bien o se presta el servicio de acuerdo al plan de acción y al diseño validado del producto en las etapas anteriores. Esta etapa comprende un conjunto de procesos y



Imagen: Internet

operaciones técnicas específicas de cada especialidad técnica. Por ejemplo, para producir cuyes (especialidad técnica agropecuaria), los procesos técnicos básicos serían: instalación de pozas o jaulas, selección de la raza, instalación de bebederos, comederos, alimentación y manejo de enfermedades, promoción o publicidad y venta de la carne y sus derivados.

5.7. Evaluación del proyecto. En esta etapa se realiza la evaluación de los procesos, resultados e impactos económicos y sociales del proyecto de emprendimiento. Comprende actividades de seguimiento y control de las etapas y actividades del proyecto con la finalidad de identificar las dificultades, desviaciones, y errores que se producen durante la ejecución, con la finalidad de realizar los correctivos necesarios para producir los productos en la calidad y cantidad esperada.

6. Plan de trabajo para desarrollar el proyecto de emprendimiento de los equipos de trabajo

6.1. ¿Qué es un plan de trabajo?

El plan de trabajo es una herramienta que se elabora para establecer, organizar y secuenciar las etapas, tareas y/o las actividades que se realizarán para desarrollar un proyecto de emprendimiento.

El plan de trabajo se realiza al iniciar el proyecto y constituye la ruta que debe seguir la persona o los integrantes de un equipo para diseñar, implementar y evaluar el proyecto de emprendimiento en el marco del desarrollo de los propósitos de aprendizaje del área de Educación para el Trabajo. Además de establecer y secuenciar las etapas que comprende el proyecto, establece también los productos o resultados que se elaborarán y entregarán en cada etapa, y programa las fechas probables de su ejecución y entrega.

6.2. Importancia del plan de trabajo

Muchas personas piensan que contar con un plan de trabajo no es importante, argumentan que es un documento que hace que el trabajo se vuelva monótono, que en cierta forma automatiza el proceso, o simplemente constituye en un documento de carácter administrativo (para presentar al profesor) que no se cumple.

Sin embargo, un plan de trabajo es importante y efectivo porque te señala con claridad a dónde se quiere llegar y cuál es la ruta que se tiene que seguir. Conocer la ruta permite canalizar los esfuerzos, dirigir las acciones, evaluar y tomar decisiones para alcanzar los resultados previstos para cada etapa del proyecto de emprendimiento. Cuando no se tiene claridad del destino y la ruta a seguir, no se avanza, sólo se navega en círculo. Por más esfuerzos que realices, vuelves a encontrarte en el inicio, y las probabilidades de tener éxito en el emprendimiento es cada vez menor.

El plan de trabajo se concreta con la ejecución de las tareas o actividades en los tiempos programados. No se debe pretender trabajar en un día lo que no se hizo en dos semanas. Estas acciones invalidan el plan que elaboraste y se traducen en diversos problemas, tales como resultados y productos deficientes y de baja calidad, incumplimiento con los clientes, y pérdida de tiempo y de la inversión. Lo más recomendable es ser constantes y desarrollar poco a poco el plan de trabajo, tratando de organizar tu tiempo y horario, teniendo la firme convicción de llevar a cabo todas las actividades que fueron planeadas para cumplir con las metas en el tiempo establecido.

6.3. Elementos del plan de trabajo

El plan de trabajo debe considerar como mínimo lo siguientes elementos:

- **Información general:** este elemento presenta la información sobre la identificación de la institución educativa, el grado y sección y la especialidad técnica donde se realizará el proyecto de emprendimiento.

Por ejemplo:

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- 1.1. *Institución Educativa* : *Nuestra Señora de la Asunción*
- 1.2. *Grado y Sección* : *3ro. "A"*
- 1.3. *Especialidad Técnica* : *Agricultura de Sierra*
- 1.4. *Módulo formativo* : *Crianza de animales menores*

- **Equipo de trabajo:** en esta sección del plan de trabajo se ubica el nombre o denominación del equipo de trabajo y la relación de integrantes que lo conforman.
- **Nombre del equipo de trabajo:** representa la identidad del equipo, promueve el sentido de pertenencia y motivación para que sus integrantes contribuyan con el logro de los objetivos del equipo.

Elegir un nombre de equipo es el primer paso para construir y fomentar el espíritu de equipo, por lo que se elige con la participación de todos los integrantes y por consenso. Para la elección se sugiere considerar que el nombre debe:

- Motivar e inspirar a los miembros del equipo.
- Crear espíritu de equipo y de unidad.
- Generar personalidad e identidad única al equipo
- **Integrantes del equipo:** comprende de lista con los nombres de los integrantes que conforman el equipo de trabajo, indicando quien será el coordinador de equipo.

Ejemplo:

II. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO

- 2.1. *Nombre del equipo:* *Los emprendedores Asuncianos*
- 2.2. *Integrantes del equipo:* *Evanan Yucra Elizabeth (Coordinador)*
Canchari Yucra Jorge
Ramos Ñañacchuari Analí
Enriquez Ramirez Anita
Evanan Yucra Elizabeth

- **Objetivos del proyecto:** los objetivos son los propósitos que tiene el proyecto de emprendimiento para los estudiantes. Deben ser de dos tipos como mínimo: uno de ellos estará orientado a una meta de aprendizaje y el otro orientado a una meta del proyecto de emprendimiento: Por ejemplo:

III. OBJETIVOS DEL PROYECTO

- 3.1. *Desarrollar en los integrantes del equipo de trabajo capacidades para gestionar proyectos de emprendimiento de la especialidad técnica de confecciones.*
- 3.2. *Solucionar un problema o necesidad de un grupo de usuarios mediante un proyecto de emprendimiento desarrollado en la especialidad técnica de agricultura de sierra.*

- Organización y cronograma de ejecución de las etapas del emprendimiento:**
 esta sección del plan presenta las etapas que comprende el proyecto de emprendimiento, los productos que se elaboraran en cada etapa (los cuales se constituyen en la evidencia de aprendizaje que evaluará el docente) y un cronograma organizado por semanas que indica la fecha en que se programa desarrollar la actividad.

Ejemplo:

	Etapas del proyecto	Productos (entregables)	Cronograma			
			Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre
1.	Elaboración del plan del proyecto de emprendimiento	Plan de trabajo del proyecto de emprendimiento				
2.	Identificación de necesidades y problemas del cliente	Encuestas e informe de encuestas				
3.	Selección del producto solución	Descripción técnica del producto solución Croquis				
4.	Elaboración del plan de acción	Diagrama de operaciones y presupuesto				
5.	Desarrollo del producto solución	Producto terminado				
6.	Comercialización del producto solución	Publicidad del proyecto Participación en feria escolar				
7.	Evaluación del proyecto	Ficha de evaluación de impacto				



Bibliografía y Páginas Web

- Carrión Rosende, I. & Berasategui Vitoria, I. (2010) *Guía para la elaboración de proyectos*. Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Departamento de Educación, Universidades e Investigación.
- Ministerio de Educación del Perú, *Proyectos de educación para el trabajo* (2018). Educación Básica Alternativa. Quad. Graphics Perú S.A.
- Online Business School (OBS) (2013). *Etapas de un proyecto*.
- Online Business School (OBS) (2015). *Tipos de proyectos*. Entiende qué tipologías de proyectos existen, sus características y sus fases.
- World Vision (2019). *Modulo de pedagogía emprendedora, emprendimiento social y financiero, 1er grado*.



Oficina de Lima
Representación en Perú



HORIZONTES
Programa de Seguridad Alimentaria

Tarea

TERCERA SEMANA

ACTIVIDAD: APLICAMOS TÉCNICAS PARA
IDENTIFICAR NECESIDADES SOBRE EL CONSUMO DE
CARNE DE CUY

GUÍA METODOLÓGICA N°3

Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de carne de cuy

GUÍA METODOLÓGICA N° 3

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la tercera semana de desarrollo del módulo formativo: "Crianza de animales menores". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N° 3 y la Hoja de Actividad N° 3. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Diferenciamos los tipos de necesidades que tienen las personas.
- Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de carne de cuy.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por dos organizadores visuales:

- Organizador visual sobre los tipos de necesidades
- Matriz de observación de contextos y actividades
- Matriz de la técnica de macro filtro para focalizar y definir necesidades

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos las encontrarás en la Hoja de Actividad N° 3. Los productos que elaborarás deberán ser enviados al profesor del área a más tardar al finalizar la semana (viernes). Debes tomar una foto al producto y enviárselo al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encontrarás durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlos y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades, el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que has tenido y recibir las orientaciones que te ayuden alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante correo electrónico o WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste. El profesor lo revisará y te lo devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje.



Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 3.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontraras en la hoja de información N° 3.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N°1.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre la identificación de necesidades del cliente. Para ello, te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de qué tratan las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentran en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 3.** Esta sección te presenta información sobre los tipos de necesidades, los procesos y técnica para identificar necesidades, Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieras para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayo, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la Hoja de Actividad.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre que es una necesidad, los tipos de necesidad que existen y la aplicación de técnicas para identificar necesidades.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La Hoja de Actividad desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológico necesarios, envíala por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívala en un tu portafolio personal (fólder) y preséntala cuando inicien las sesiones presenciales o cuando lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 3		
2.	Revisión de la Hoja de Información N°3		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 3		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE ACTIVIDAD N° 3



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.


ACTIVIDAD N° 1

Elabora un organizador de información sobre los tipos de necesidades, describe cada tipo de necesidad y menciona dos ejemplos para cada uno de ellos.

Tipo de necesidad	Descripción	Ejemplos

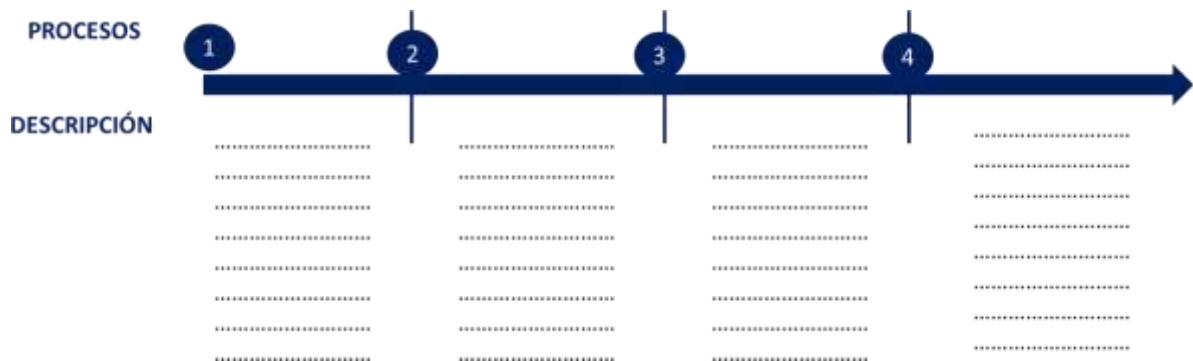
ACTIVIDAD N° 2

Describe las dimensiones que tiene la necesidad de consumir alimentos en un restaurante.

Necesidad del cliente	Dimensiones de la necesidad
<p>Consumir alimentos en un restaurante</p>  <p>© CanStockPhoto.com - csp53219460</p> <p>Imagen: CanStockPhoto</p>	<p>Dimensión funcional</p>
	<p>Dimensión emocional</p>
	<p>Dimensión social</p>

ACTIVIDAD N° 3

En el gráfico que te presentamos, describe los procesos que comprende la identificación de necesidades.



ACTIVIDAD N° 4

Ahora detectaremos la necesidad o problema que atenderás en tu proyecto de emprendimiento. Para ello:

4.1. Elabora la matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades de los clientes.

Contexto	Actividades	Resultados o efectos	Necesidad o problema



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Secundaria Rural



4.2. Elabora la matriz de la técnica del macro filtro para determinar la necesidad o problema que investigarás

TECNICA DEL MACRO FILTRO												
Necesidades o Problemas Preguntas orientadoras												
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?												
¿La población afectada está dispuesta a otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?												
¿La empresa/familia cuenta con recursos para elaborar el producto solución?												
¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?												
¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?												
Totales												
Diferencia -/+												

4.3. Menciona la necesidad o problema que atenderás con tu proyecto de emprendimiento

<p>NECESIDAD O PROBLEMA FOCALIZADO</p>	
---	--

HOJA DE INFORMACIÓN N° 3



Imagen: iStock

Partiendo de nuestra experiencia

Para iniciar la sesión, te presentamos las siguientes actividades. Debes darles respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

Actividad N° 1

Observa las figuras que te presentamos y responde a las siguientes preguntas.

<p>Imagen: Can Stock</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p>¿La joven tiene un problema o una necesidad?</p>	<p>¿La joven tiene un problema o una necesidad?</p>
<p>¿Por qué?</p>	<p>¿Por qué?</p>
<p> </p>	<p> </p>

Actividad N° 2

Menciona dos problemas que observas en tu casa producto de la pandemia por la COVID-19.

-
.....
.....



Oficina de Lima
Representación en Perú



Horizontes
Programa de Secundaria Rural

tarea

2.
.....
.....
3.
.....
.....

Actividad N° 3

Menciona dos necesidades que tienes en tu casa producto del COVID-19.

1.
.....
.....
.....
2.
.....
.....
.....



Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre las necesidades que tienen los clientes, la clasificación y los procesos para identificarlos. Lee la información que te presentamos tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas.

- ¿Qué son las necesidades?
- ¿Cuáles son las características de las necesidades?
- ¿Cuáles son las dimensiones de las necesidades?
- ¿Cómo se clasifican las necesidades?
- ¿Cuáles son los procesos para identificar necesidades?

NECESIDADES

1. ¿Qué entendemos por necesidades?

La necesidad es la sensación de "carencia, escasez o privación de algo" que experimentan los seres humanos en todas las etapas de su vida. Su satisfacción resulta indispensable para vivir en un estado pleno de bienestar físico, emocional y social. La sensación de carencia de una necesidad afecta al comportamiento del ser humano y lo empuja a buscar su satisfacción. Ello debido a que siente la ausencia de algo para poder sobrevivir o para sentirse bien física y emocionalmente.

Ejemplo:

<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>
<p><i>Necesidad de abrigo (tiene frío)</i></p>	<p><i>Necesidad de alimentos (tiene hambre)</i></p>	<p><i>Necesidad de atención (se siente solo)</i></p>
<p><i>El frío impulsa a buscar abrigo.</i></p>	<p><i>El hambre impulsa a buscar alimento.</i></p>	<p><i>La soledad impulsa a buscar compañía y Afecto.</i></p>

Si las necesidades primarias no se satisfacen a tiempo puede producir resultados negativos para la salud física y emocional de las personas, incluso pueden ocasionar la muerte. Asimismo,

la satisfacción de las necesidades tiene influencia en el bienestar emocional, comodidad y disfrute (placer) de los diversos espacios, dimensiones y momentos de la vida del ser humano. En este sentido, cuando surge un sentimiento de carencia, los seres humanos para sobrevivir y/o generarse bienestar, comodidad y placer buscan satisfacer sus necesidades. Para ello, adquieren o elaboran productos (bienes y servicios) que le permitan llenar o cubrir la carencia sentida.

2. Las necesidades son inherentes a la naturaleza del ser humano y son independientes a factores étnicos y culturales

Los seres humanos, independientemente de factores étnicos, culturales y socioeconómicos, tienen necesidad de alimento, abrigo, afecto, diversión, descanso, comunicación, reconocimiento, autorrealización, etc.



Imágenes: Internet

Imagen: iStock

- **Factores étnicos.** Independientemente de la Raza o comunidad de la que proviene o pertenece.
- **Factores culturales.** Independientemente del idioma, conocimientos, costumbres y capacidades que adquiere como miembro de la sociedad.
- **Factores económicos sociales.** Independientemente a la clase social o condición económica que tenga.

Tiene
necesidades
de:

- Alimento
- Abrigo
- Afecto
- Diversión
- Descanso
- Seguridad
- Reconocimiento
- Autorrealización

En este sentido, se generan amplias y grandes posibilidades para generar proyectos de emprendimiento económicos o sociales orientados a satisfacer dichas necesidades.

3. La necesidad y el deseo

La necesidad y el deseo son dos conceptos que explican la sensación de carencia que experimentan las personas y las formas en que estas se satisfacen.

La **necesidad** es la sensación de carencia que experimenta una persona. Así, por ejemplo, se tiene hambre (necesidad de alimentos).

El **deseo** es la forma en que un individuo expresa la manera de satisfacer una necesidad. Todas las personas no buscan lo mismo para satisfacer sus necesidades. La manera y los productos o servicios que adquieren o elaboran para satisfacer las necesidades son diversas, por ejemplo, ante la necesidad de alimentos habrá quienes



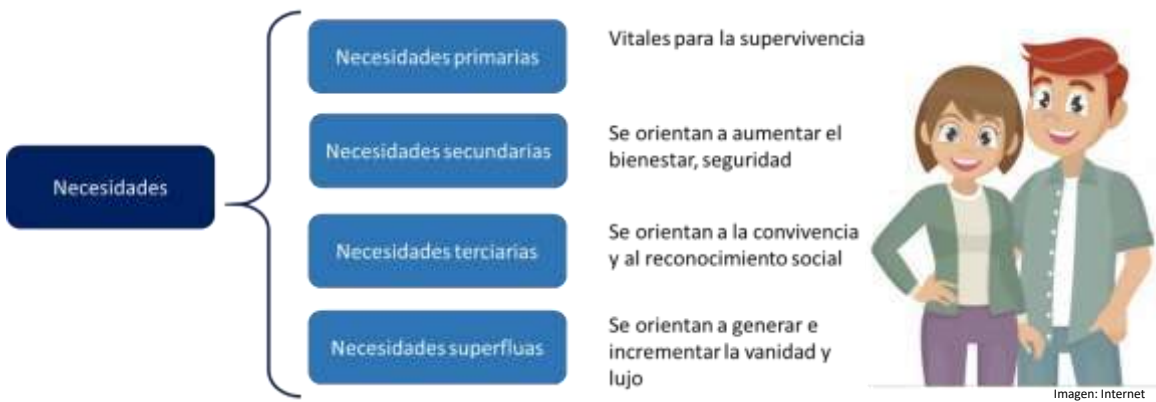
Imágenes: Internet

busquen una hamburguesa para saciar su hambre, otros que busquen comida vegetariana, y otros frutas o comidas saludables, etc.

En la elección de un satisfactor específico (bien o servicio que satisface la necesidad) está la diferencia, puesto que en ella influyen las características personales, las características culturales del grupo social al que pertenece, las características ambientales del entorno en el que vive, y los estímulos del marketing a los cuales se está expuesto. También, influyen los recursos económicos que se disponen, ya que generalmente se buscan productos o servicios en función de la capacidad adquisitiva (situación económica).

4. Tipos de necesidades humanas según su naturaleza o importancia en la vida del ser humano.

Según la importancia para la supervivencia del ser humano, se clasifican en:



Necesidades primarias: llamadas también necesidades vitales, son aquellas de cuya satisfacción depende la supervivencia de la persona. Entre ellas tenemos la necesidad de alimento, abrigo, descanso, oxígeno, agua, etc. Se trata de necesidades relacionadas al funcionamiento psicobiológico del cuerpo humano. Por ello, si no se satisfacen a tiempo, adecuada y eficientemente, en el marco de las exigencias del entorno, de las actividades que se realiza y de las situaciones que se enfrentan, se pone en riesgo la salud física y mental. Por ende, su satisfacción es imprescindible para que el ser humano pueda vivir.



Necesidades Secundarias: son aquellas necesidades cuya satisfacción se orienta a aumentar el bienestar, seguridad y mejorar la calidad de vida de la persona. Suelen tener un componente cultural y social, por lo que varían de una persona a otra y de una época a otra. En ellas influye

la situación económica y la clase social a la que pertenecen y el momento y el lugar en que se produce la necesidad. Estas se expresan en la preocupación por obtener bienes o servicios que generen comodidad, bienestar, seguridad y futuro predecible en el cual no se produzcan riesgos o peligros para la integridad personal o familiar. Son ejemplos: tener empleo seguro, vivienda, seguro de salud, traslado a través de vehículos, comunicación por medios electrónicos y digitales, etc.



Necesidades terciarias: son aquellas necesidades cuya satisfacción se orientan a la convivencia y al reconocimiento social. Entre ellas tenemos:

- La necesidad de formar parte de un grupo de amigos y de conocer a gente afín con quien poder compartir aficiones y momentos de ocio.
- La necesidad de autorrealizarse y generar una imagen y reconocimiento social.
- La necesidad de participar en actividades solidarias, humanitarias o desarrollo de la comunidad.
- La necesidad de pertenecer a grupos de interés y de ocio donde se pueda disfrutar de aficiones comunes.
- la necesidad de identificación con un grupo, una institución y/o con una cultura, etc.



Necesidades superfluas: llamadas también necesidades suntuarias, se orientan a generar e incrementar la vanidad por el lujo. Estas varían en función de la situación económica y la clase social a la que se pertenece como, por ejemplo, la necesidad de trasladarse en coche privado de lujo, la

necesidad de proyectar una imagen de suntuosidad y riqueza (utilizando vajillas con aplicaciones de oro, reloj con aplicaciones de piedras preciosas, etc.)



5. La pirámide de necesidades de Abraham Maslow.

Según la teoría de Maslow, existen diferentes necesidades humanas; sin embargo, no todas pueden satisfacerse, generando que las personas tienden a priorizar. Así, se propone una jerarquización de las necesidades en 5 niveles donde el nivel inferior corresponde a las necesidades fisiológicas (alimento, abrigo, vivienda) y el superior a las necesidades de autorrealización. Para que una persona se sienta motivada a buscar la satisfacción de un nivel superior, debe tener satisfechas las necesidades del nivel en el que se encuentra.



- **Necesidades fisiológicas.** El primer nivel comprende las necesidades básicas que los seres humanos requieren para vivir: comida, ropa, aire, agua, sueño, refugio, etc. de no satisfacerlas, las personas no podrían mantenerse vivos. Por lo tanto, los seres humanos necesitan satisfacerlas siempre.

Entre estas necesidades tenemos:

- **Necesidades de movimiento:** son necesidades básicas para el funcionamiento de los órganos del cuerpo.

- **Necesidades de aire puro:** es la necesidad de respirar y llevar aire limpio a nuestro organismo
 - **Necesidad de alimentación:** es la necesidad de nutrientes tanto sólidos como líquidos para nuestro organismo
 - **Necesidad de evacuación:** es la necesidad de eliminación de desechos de nutrición y detoxinas de nuestro cuerpo
 - **Necesidad de temperatura adecuada.** Es la necesidad de abrigo o ventilación.
 - **Necesidad de descanso:** es la necesidad del organismo de recuperar las energías gastadas tanto físicas como mentales.
-
- **Necesidades de seguridad:** el segundo nivel son las necesidades de seguridad. Los seres humanos requieren sentirse seguros y protegidos física, emocional y económicamente en el entorno personal, familiar y social. Por ejemplo: las personas requieren protegerse de los ladrones y de la delincuencia, requieren tener un ingreso económico para solventar las necesidades de la familia, requieren tener atención de salud para su familia en casos de enfermedad y accidentes, etc.
 - **Necesidades de sociales:** el tercer nivel son las necesidades de afiliación o necesidades sociales. Las personas necesitan amar y ser amadas a cambio. Necesitan sentir que los demás le valoran y necesitan afecto. También, tienen la necesidad de pertenecer a grupos sociales e identificarse con una cultura. En este sentido, buscan relacionarse, interactuar y ser aceptados por la gente que los rodea: la familia, los amigos, la pareja y las organizaciones.
 - **Necesidades de reconocimiento o estima:** el cuarto nivel comprende la necesidad de respeto, autorrespeto y reconocimiento. La satisfacción de estas necesidades lleva al individuo a sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social. Asimismo, conduce a sentimientos de autoconfianza, valoración, autorrespeto, utilidad y necesidad. En este sentido, las personas buscan ganar respeto, fama, honor y prestigio, lo que les exige también el respeto hacia sí mismos.
 - **Necesidades de autorrealización:** el quinto nivel está relacionado con lo que las personas desean llegar a ser. Cuando los individuos han satisfecho sus necesidades anteriores, sienten un fuerte deseo de ser la persona que sueñan ser. De otra manera, sienten la necesidad de autorrealizarse, de actualizar sus potencialidades y de sacar a relucir su talento y la plenitud de su naturaleza. Su satisfacción lleva a alcanzar el desarrollo de sus potencialidades, trascender, dejar huella, darle sentido a sus vidas y ser felices.

6. Procesos para identificar necesidades

La identificación de necesidades y problemas es un proceso que consiste en detectar, investigar y definir las necesidades o problemas que tiene un segmento de clientes que se pueden solucionar mediante un producto (bienes o servicios) desarrollado por una determinada organización o empresa. En este caso, desde la especialidad técnica que estamos aprendiendo. Este proceso se realiza mediante la observación del contexto en el que se vive y las actividades o tareas diarias que realizan las personas.

La identificación de necesidades y problemas del cliente comprende los siguientes procesos:



- Detección de la necesidad:** este proceso consiste en percibir, notar o detectar en el entorno, en las actividades que realiza las personas, en la vida diaria y en los productos que se utilizan y consumen, necesidades y problemas que se pueden solucionar, mejorar o hacerse más eficientes.

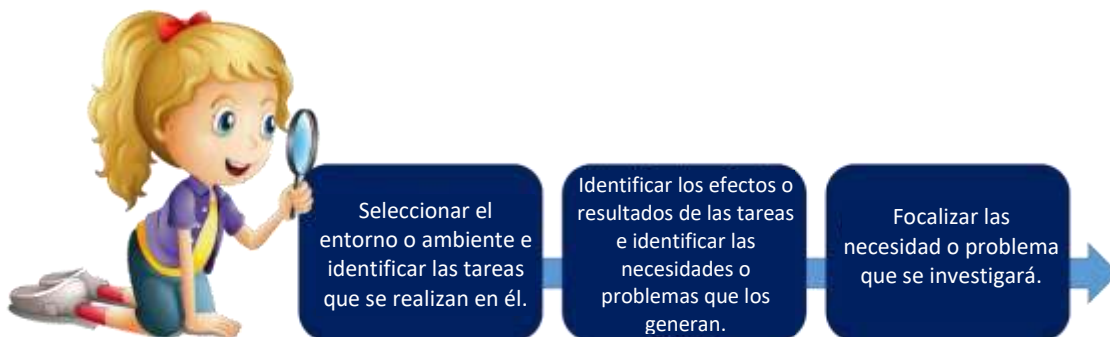
Este proceso se realiza mediante:

- La observación del entorno y las actividades o tareas diarias que realizan las personas.
 - El cuestionamiento de los productos que se utilizan, de las actividades que realiza y los servicios que reciben las personas en su vida diaria.
- Determinar el perfil del cliente:** este proceso consiste en identificar y describir las características comunes y semejantes que tiene el grupo de usuarios (segmento de clientes), en los cuales se han detectado las necesidades. Ellos serán los clientes meta para nuestro proyecto de emprendimiento,
- Investigación de la necesidad:** este proceso consiste en analizar profundamente las necesidades o problemas detectados, poniéndose en el lugar del cliente (ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente de manera empática), y comprende:
 - Analizar el contexto donde se produce la necesidad o problema.
 - Analizar las actividades o tareas donde se ha detectado el problema o necesidad.
 - Observar el comportamiento y las emociones que muestra el usuario cuando realiza las tareas en el contexto donde se produce el problema o se genera la necesidad.
 - Observar los factores externos que influyen en las actividades o tareas que realiza.
 - Analizar los intentos o formas de solución que el cliente, otros usuarios o la competencia vienen realizando al mismo problema o necesidad.
 - Analizar los impactos que genera el problema o necesidad y sus intentos de solución al medio ambiente.
- Definición del problema:** este proceso consiste en definir de forma clara el problema o necesidad que se pretende solucionar.

7. Detección de la necesidad o problema.

Este proceso consiste en percibir, notar o localizar (darse cuenta), dentro del contexto o ambiente donde se vive, las actividades que realizan las personas en su vida diaria, en los productos que utiliza y consume, en los resultados que obtiene, y en los efectos que se generan en su entorno al momento de realizar actividades. Así, se podrán mapear las necesidades y problemas que se pueden solucionar mediante un producto (bien o servicio) que podría diseñar y producir una empresa o un proyecto de emprendimiento.

La detección de necesidades o problemas mediante la observación comprende las siguientes actividades:



a) Seleccionar el entorno e identificar las actividades que se realizan en él

Las personas se desenvuelven durante su vida diaria en diferentes contextos (sociales, culturales y naturales) y ambientes (oficina, aula de clase, dormitorio, sala, cocina, parque de diversiones, discoteca, mercados, etc.). En cada uno de ellos realizan diversas actividades o tareas en los cuales obtienen resultados y/o sienten efectos positivos (alegrías) o negativos (dolores) que los afectan física y emocionalmente. La observación de las actividades que realizan permite identificar las carencias que tienen los usuarios y los problemas que enfrentan.

Ejemplo N° 1

Contexto	Actividades / Tareas
<p>La población viene siendo afectada por la pandemia de la COVID-19, generando miles de casos positivos y fallecimientos. Hasta antes del 2021, este virus no tenía una vacuna preventiva que ayude a nuestro sistema inmunológico a combatirla. Cómo este responda a la infección dependerá si es que la persona tiene síntomas leves, severos, graves, llevando incluso a la muerte.</p>	<p>Las personas y familias están preocupadas por evitar infectarse o curarse si sienten los síntomas de la enfermedad. Por lo que realizan algunas actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Protegen los lugares por donde ingresa el virus al cuerpo. - Previenen la infección ingiriendo hiervas, productos alimenticios o automedicándose en base a información que encuentran en las redes sociales. - Consumen alimentos para fortalecer su sistema inmunológico - Desinfectan los alimentos, objetos y a las personas que ingresan a su domicilio. - Buscan información sobre la enfermedad, su tratamiento y prevención en los medios que están a su alcance - Buscan comunicar a las generaciones futuras y a la comunidad en general las dificultades y soluciones que le dieron a lo problemática de la COVID-19.

b) Identificar los efectos o resultados que generan las actividades/tareas e identificar la necesidad (carencia) o problema (dificultad)

En cada actividad que realizan las personas en el contexto o ambiente en el que interactúan, obtienen resultados o efectos físicos o emocionales positivos (alegrías) o negativos (dolores). A partir de ellos se perciben o infieren las carencias que tienen o los problemas que enfrentan. Para realizar este proceso se aplican diversas técnicas e instrumentos. En esta oportunidad emplearemos la matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades o problemas.

En este instrumento se registran las actividades y resultados que tienen las personas en los contextos donde interactúan. En algunos casos, en los resultados se evidencia directamente la necesidad o problema, pero, en otros casos, se deben analizar los resultados para encontrar la necesidad o problema que los genera.

Matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades o problemas (ejemplo)

Contexto	Actividades	Resultados o efectos	Necesidad o problema
<p>La población viene siendo afectada por la pandemia por la COVID-19, generando miles de casos positivos y fallecimientos. Este virus todavía no tiene una vacuna ni un tratamiento o fármacos específicos. La única defensa que tiene nuestro organismo es a través del sistema inmunológico. Cómo este responde a la infección dependerá si la persona tiene síntomas leves, severos, graves, provocando incluso la muerte.</p>	<p>Protegen los lugares por donde ingresa el virus al cuerpo.</p>	<p>Adquieren y utilizan solo tapabocas que no brindan la protección adecuada, los cuales tienen alto costo y son descartables.</p>	<p>Requieren proteger con seguridad la boca, nariz y ojos para evitar contagiarse con la COVID-19.</p>
	<p>Previenen la infección ingiriendo hierbas, productos alimenticios o automedicándose en base a información que encuentran en las redes sociales.</p>	<p>Las hierbas que consumen no les brindan los resultados esperados. Consumen medicamentos que les generan efectos secundarios.</p>	<p>Requieren información científica y/o tradicional comprobada sobre el uso de las plantas como complemento a la medicación realizado por profesionales de la salud.</p>
	<p>Consumen alimentos para fortalecer su sistema inmunológico.</p>	<p>Consumen alimentos de origen vegetal y animal, sin conocer los nutrientes y beneficios que tienen. No encuentran con facilidad alimentos que fortalecen el sistema inmunológico. No consumen permanentemente alimentos que fortalecen el sistema inmunológico por la escasez o por el alto precio.</p>	<p>Requieren encontrar en el mercado y consumir adecuadamente alimentos de origen animal que fortalezcan el sistema inmunológico de manera permanente. Requieren información sobre los valores nutricionales de los principales alimentos que consumen cotidianamente.</p>
	<p>Desinfectan los alimentos, objetos y a las personas que ingresan a su Domicilio.</p>	<p>Sus manos y sistemas respiratorios sufren afecciones por exposición permanente al cloro.</p>	<p>Requieren realizar la limpieza de los alimentos sin exponerse a los efectos secundarios de los Desinfectantes.</p>



	Buscan comunicar a las generaciones futuras y a la comunidad en general las dificultades y soluciones que le dieron a lo problemática de la COVID-19.	Las personas adquieren o reciben productos con imágenes de la pandemia.	Requieren registrar y comunicar las formas en que se enfrentó la pandemia en la zonas rurales y urbanas utilizando diversos medios.
--	---	---	---

c) Focalizar y definir la necesidad o problema que se investigará

En cada entorno donde interactúan las personas se realizan múltiples actividades y, por lo tanto, se tienen múltiples necesidades y problemas. No será posible solucionar todas las necesidades y problemas que se presentan en el entorno en un mismo momento y con un único proyecto de emprendimiento por lo que se debe focalizar la necesidad o problema que se investigará y, posteriormente, desarrollar una solución. Para ello, se establecen criterios que permitan evaluar la factibilidad de solución de las necesidades y problemas identificados.

Criterios para focalizar la necesidad o problema que se investigará

Para realizar este proceso se sugiere considerar los siguientes criterios:

- Existencia de un segmento de población que tiene la necesidad.
- Disposición de la población otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o solución de problema
- Factibilidad de la empresa o emprendedor para brindar una solución
- Condiciones y oportunidades del entorno para desarrollar y comercializar la solución

Para focalizar y definir la necesidad o problema que se solucionará se sugiere realizar una evaluación de la factibilidad aplicando, entre otras técnicas, la técnica del macro y micro filtro, el análisis FODA, etc.

La técnica del macro filtro

Es una técnica que consiste en someter a las necesidades y problemas identificados a un conjunto de preguntas las cuales tienen como respuesta un "SÍ" o un "NO". La diferencia entre la cantidad de respuestas "SÍ" y la cantidad de respuestas "NO" ($X \text{ "SÍ"} - Y \text{ "NO"} = Z$) indicará la factibilidad de solución de la necesidad o problema. Si el resultado de la diferencia es un número positivo entonces la necesidad es factible de solucionar ($4 \text{ "SÍ"} - 1 \text{ "NO"} = 3$) y si el resultado es un número negativo entonces la necesidad no es factible de solucionar ($2 \text{ "SÍ"} - 3 \text{ "NO"} = -1$). El resultado mayor positivo es el que tiene mayor probabilidad de solución. En el caso que dos o más necesidades o problemas identificados obtengan diferencias iguales, se somete a la técnica del micro filtro.

Las preguntas de la técnica del macro filtro que permiten evaluar la factibilidad de solución, las cuales se han formulado considerando los criterios de focalización, son las siguientes:

- ¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?
- ¿La población afectada esté dispuesta otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?
- ¿La empresa cuenta con recursos y conocimientos para diseñar y elaborar el producto solución?

- ¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?

La necesidad o problema focalizado y definido en este proceso es una hipótesis de trabajo. En los procesos siguientes debe ser investigado a profundidad poniéndose en el lugar del cliente o usuario para comprender la necesidad o problema y el entorno desde la perspectiva del cliente.

Matriz de la técnica macro filtro para evaluar la factibilidad de solución de los problemas o necesidades detectadas (ejemplo)

TECNICA DE MACROFILTRO														
Preguntas orientadoras	Necesidades o Problemas		Proteger la boca, nariz y ojos para evitar contagiarse con el COVID 19		Información científica y/o tradicional comprobada sobre el uso de las plantas como complemento a la medicación realizado por profesionales de salud		Encontrar en el mercado y consumir adecuadamente, alimentos de origen animal que fortalezcan el sistema inmunológico de manera permanente.		Información sobre los valores nutricionales de los principales alimentos que consumen cotidianamente		Realizar la limpieza de los alimentos sin exponerse a los efectos secundarios de los desinfectantes		Requieren perennizar las formas en que se enfrento la pandemia en la zonas rurales y urbanas	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?	X		X		X		X		X		X		X	
¿La población afectada esté dispuesta a otorgar una retribución por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?	X		X		X			X		X		X	X	
¿La empresa /familia cuenta con recursos elaborar el producto solución?		X		X	X		X		X		X		X	
¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?		X		X	X			X		X		X		X
¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?	X			X	X			X		X		X	X	
Totales	3	2	2	3	5	0	2	3	2	3	2	3	4	1
Diferencia -/+		1		-1		5		-1		-1		-1		3

Al observar los resultados de la matriz encontramos tres necesidades que tienen resultados positivos, por lo que se focaliza el que tiene el número mayor positivo. En este caso, es la necesidad que ha obtenido como resultado "5" (resultado mayor positivo).

NECESIDAD O PROBLEMA FOCALIZADO	Encontrar en el mercado y consumir adecuadamente alimentos de origen animal que fortalezcan el sistema inmunológico de manera permanente.
---------------------------------	---



Organización
de las Américas
Latinoamericanas
y del Caribe

Oficina de Lima
Representación en Perú



HORIZONTES
Programa de Seguridad Escolar

Tarea

CUARTA SEMANA

ACTIVIDAD: APLICAMOS TÉCNICAS PARA
INVESTIGAR LA NECESIDAD O PROBLEMA Y
ELABORAR EL PERFIL DEL CLIENTE

GUÍA METODOLÓGICA N°4

Aplicamos técnicas para investigar la necesidad o problema y elaborar el perfil del cliente

GUÍA METODOLÓGICA N° 4

¡Hola, bienvenidos!

Estimado estudiante, la presente guía metodológica te brindará orientaciones y una secuencia de acciones a realizar para desarrollar las actividades de aprendizaje programadas para la segunda semana de desarrollo del módulo formativo: "Crianza de animales menores". Además de la presente guía, cuentas con la Hoja de Información N°4 y la Hoja de Actividad N° 4. Asimismo, contarás con el apoyo del profesor del área y de tus familiares para desarrollar las actividades.



Imagen: Internet

Propósitos de aprendizaje que alcanzaremos en la semana

- Aplicar técnicas para formular el perfil del cliente ideal para el proyecto.
- Aplicar técnicas para investiga la necesidad o problema focalizado a solucionar mediante el proyecto.

Producto (evidencia de aprendizaje) que elaboraremos en esta semana

El producto que elaboraremos esta semana está constituido por organizadores visuales:

- Entrevista para recoger información sobre el perfil del cliente
- Perfil del cliente
- Mapa de empatía
- Ficha de observación de productos

Las orientaciones específicas para la elaboración de los productos lo encontraras en la Hoja de Actividad N° 4. Los productos que elaborarás debes ser enviados al profesor del área a más tardar al finalizarla semana (viernes). Toma fotos de los productos y envíalos al e-mail o al WhatsApp del profesor.

¿Cómo se realizará la evaluación?

La evaluación es un proceso que te permitirá, con el acompañamiento del profesor, identificar las dificultades que encuentres durante el desarrollo de las actividades, así como recibir apoyo para superarlas y poder alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Durante el desarrollo de las actividades el profesor se comunicará contigo, mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Podrás comunicarle tus avances, realizar preguntas, comunicar las dificultades que tienes y recibir las orientaciones que te ayudena alcanzar los propósitos de aprendizaje.

Al finalizar el desarrollo de las actividades debes enviar, mediante correo electrónico o WhatsApp, las fotos de los productos que elaboraste. El profesor las revisará y te brindará sus observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. Después de mejorar tus productos, debes volver a enviárselos al profesor para su revisión correspondiente.



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

Actividades que realizaremos para alcanzar los propósitos de aprendizaje.

1. **Revisa la Hoja de Actividad N° 4.** En ella encontrarás las actividades que debes realizar, así como el esquema de los productos. La información que necesitarás para desarrollar las actividades propuestas la encontraras en la Hoja de Información N° 4.
2. **Realiza las actividades de la sección "Partiendo de nuestra experiencia" de la Hoja de Información N° 4.** Estas actividades tienen por finalidad reconocer cuánto conoces y cuánto conocen tus familiares sobre las técnicas para identificar necesidades. Para ello te sugerimos lo siguiente:
 - Lee de que trata las actividades que te proponemos realizar en esta sección.
 - Dialoga con tus padres, hermanos u otros familiares que se encuentran en tu domicilio sobre las actividades.
 - Responde las actividades en los espacios correspondientes.
3. **Lee la información de la sección "Buscamos y exploramos información" de la Hoja de Información N° 4.** Esta sección te presenta información sobre los tipos de necesidades, los procesos y técnicas para identificar necesidades. Te sugerimos que orientes la lectura a identificar la información que requieres para desarrollar las actividades. Puedes utilizar la técnica del subrayado, del sumillado u otra técnica que conozcas.
4. **Realiza las actividades de la Hoja de Actividad.** Esta sección te presenta actividades que reflexivamente te permitirán construir aprendizajes sobre qué es una necesidad, los tipos de necesidad que existen y la aplicación de técnicas para identificar necesidades.
5. **Envía y/o guarda las evidencias de tu aprendizaje.** La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológico necesarios envíalo por correo electrónico o WhatsApp a tu profesor. En caso de no tener acceso, archívalo en tu portafolio personal (fólder) para presentarlo cuando inicien las sesiones presenciales o cuando te lo indique el profesor.

Programa el momento de la semana en el que desarrollarás las actividades de aprendizaje.

Para desarrollar las actividades del proyecto requieres establecer un espacio en el cual realizarás tus actividades académicas. Asimismo, debes organizarte y programar los días y horas en los que desarrollarás las actividades y enviarás tu producto (evidencia) al profesor del área. Para ello, te sugerimos elaborar un cronograma de actividades y cumplir lo programado para evitar la acumulación de actividades o realizarlas de manera apresurada a última hora.

	Actividad	Fecha	Hora
1.	Revisión de la Hoja Actividad N° 4		
2.	Revisión de la Hoja de Información N° 4		
3.	Desarrollo de la Hoja de Actividad N° 4		
4.	Envío del producto al profesor del área		

HOJA DE ACTIVIDAD N° 4



Imagen: Internet

Después de leer y dialogar con tu familia sobre la información que te presentamos y las experiencias que tienen, realiza las siguientes actividades.

ACTIVIDAD N° 1

Elabora el perfil del cliente que tiene la necesidad o problema que focalizaste en la semana N° 3. Para ello:

1. Formula las preguntas de entrevista utilizando el siguiente instrumento:

Matriz para formular preguntas para la entrevista:

NECESIDAD FOCALIZADA EN LA SEMANA N° 3		
.....		
.....		
criterio	Variable	Pregunta
Demográfico		
Geográfico		
Psicográfico		
De comportamiento		



Oficina de Lima
Representación en Perú



2. Realizar la entrevista: selecciona a cuatro personas de tu entorno familiar, quienes podrían ser tus clientes ideales (2 hombres y 2 mujeres) y aplica la entrevista.

Nombres de los clientes ideales	
Cientes ideales	

3. Organizar y sintetizar la información recogida, utilizando la ficha de síntesis de la información.

FICHA SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA PARA ELABORAR EL PERFIL DEL COMPRADOR DE

Datos demográficos:

-
-
-
-
-

Datos geográficos:

-
-
-
-
-

Datos psicográficos:

-
-
-
-

Datos de comportamiento:

-
-
-



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

4. Redactar el perfil del cliente, utilizando la información que organizaste en la ficha de síntesis.

PERFIL DEL CLIENTE IDEAL

--

ACTIVIDAD N° 2

Investiga la necesidad o problema que tiene el cliente que has focalizado, aplicando la técnica del mapa de empatía

MAPA DE LA EMPATIA

¿Cuáles son sus necesidades?
.....
.....

¿Qué preocupaciones tiene?
.....
.....

¿Qué expectativas tiene?
.....
.....

¿Qué lo mueve?
.....
.....

¿Qué dice su entorno?
.....
.....
.....

¿Qué dicen sus amigos / familiares?
.....
.....
.....

¿A qué medios le presta atención?
.....
.....
.....

¿Cómo se comunica con su entorno?
.....
.....
.....

¿Qué piensa y siente?

¿Cómo es su entorno?
.....
.....
.....

¿Cómo son sus amigos?
.....
.....
.....

¿Qué ve?

¿Cuál es la oferta que le ofrece el mercado?
.....
.....
.....

¿Qué dice y hace?

¿Cuál es su actitud?
.....
.....

¿Cómo se comporta?
.....
.....

¿Qué tiene mayor importancia para él/ella?
.....
.....

¿Qué miedos tiene?
.....
.....

¿Qué cosas lo frustran?
.....
.....

¿Qué obstáculos encuentra en el camino?
.....
.....

¿Qué quiere conseguir?
.....
.....

¿Qué es el éxito para él/ella?
.....
.....

Fuente: Design Thinking for Educators



Oficina de Lima
Representación en Perú



tarea

ACTIVIDAD N° 3

Investiga los productos similares que produce la competencia para satisfacer la necesidad o problema que has focalizado. Selecciona un producto que se encuentre en el mercado, obsérvalo y utiliza la ficha de observación.

Ficha de observación

Producto observado:

Pregunta orientadora	Descripción
¿A qué tipo de cuy pertenece?	
¿Qué forma tiene?	
¿Cuál es el rendimiento de la carcasa?	
¿Es una raza para la producción de carne?	
¿El cuy se encuentra en buenas condiciones físicas y sanitarias?	
¿Cuál es el precio del cuy?	

Fuente: Design Thinking for Educators

HOJA DE INFORMACIÓN N° 4



Imagen: iStock

Partiendo de nuestra experiencia

Para iniciar la sesión te presentamos las siguientes actividades. Debes darles respuesta dialogando con los integrantes de tu familia.

Actividad N° 1

Observa la figura y describe los rasgos o características que tiene el personaje de la figura.



Imagen: iStock

¿Qué profesión tiene?

¿Dónde trabaja?

¿Qué actividades realiza?

Actividad N° 2

Para conocer a profundidad qué dificultades y problemas tienen tus padres para adquirir los alimentos en el mercado, debes entrevistar a cada uno de ellos. Menciona 5 preguntas que le realizarías:

1.
.....

2.
3.
4.
5.

Actividad N° 3

La figura que te presentamos a continuación es un producto que produce una empresa pecuaria. Señala qué aspectos y características tiene el producto que observas.

 <p>Imagen: Internet</p>	Aspectos observados.
--	----------------------



Imagen: Internet

Buscamos y exploramos información

Estimado estudiante:

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre las técnicas para elaborar el perfil del cliente e investigar a profundidad la necesidad o problema.

Lee la información que te presentamos, tratando encontrar respuesta a las siguientes preguntas.

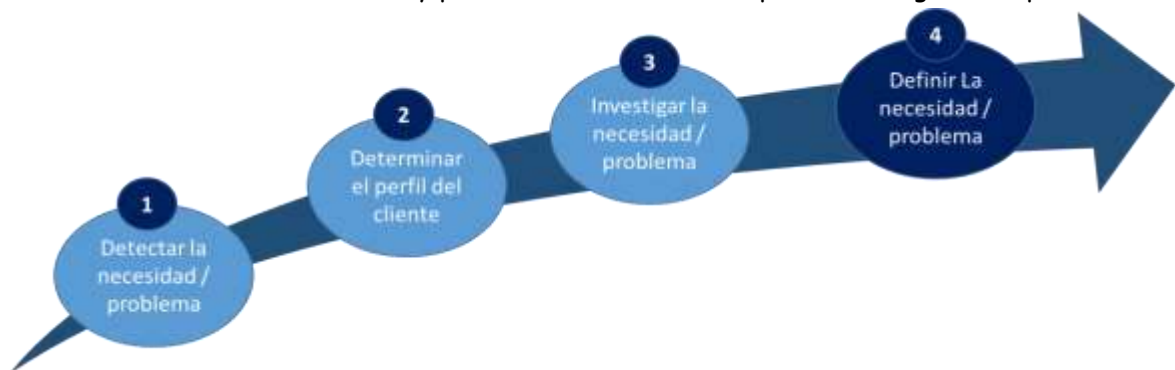
- ¿Qué son los procesos para identificar las necesidades?
- ¿Qué técnicas e instrumentos se utilizan para elaborar el perfil del cliente?
- ¿Qué técnicas e instrumentos se utilizan para investigar la necesidad o problema?

TECNICAS PARA INVESTIGAR LA NECESIDAD O PROBLEMA Y ELABORAR EL PERFIL DEL CLIENTE

1. Procesos para identificar necesidades

La identificación de necesidades y problemas son procesos que consisten en detectar, investigar y definir las necesidades o problemas que tiene un segmento de clientes que se pueden solucionar mediante un producto (bienes o servicios) que produce una determinada organización o empresa, en este caso, desde la especialidad técnica que estamos aprendiendo. Este proceso se realiza mediante la observación del contexto en el que se vive y las actividades o tareas diarias que realizan las personas.

La identificación de necesidades y problemas del cliente comprende los siguientes procesos:



- **Detección de la necesidad.** Este proceso consiste en percibir, notar o detectar en el entorno, en las actividades que realiza las personas en su vida diaria y en los productos que utiliza y consume, necesidades y problemas que se pueden solucionar, mejorarlos o hacerlos más eficientes.
- **Determinar el perfil del cliente.** Este proceso consiste en identificar y describir las características comunes y semejantes que tiene el grupo de usuarios (segmento de clientes), en los cuales se han detectado las necesidades. Ellos se constituirán en el cliente meta para el proyecto de emprendimiento.
- **Investigación de la necesidad.** Este proceso consiste en analizar profundamente las necesidades o problemas detectados poniéndose en el lugar del cliente (ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente de manera empática),
- **Definición del problema.** Este proceso consiste en definir de forma clara el problema o necesidad que se pretende solucionar.

2. Determinar el perfil del cliente

2.1. ¿Qué entendemos por perfil del cliente?

El perfil del cliente describe las características comunes y semejantes que tiene un grupo de usuarios que tiene la necesidad o problema detectado. A este grupo también se le denomina segmento de clientes. El perfil debe describir las características comunes que tienen en cuanto a las preferencias, estilos de vida, ingreso económico, lugar de residencia, edad, sexo, etc.



El grupo de usuarios focalizado se constituirá en el cliente meta para el proyecto de emprendimiento, al cual se le ha decidido captar y satisfacer sus necesidades o problemas de forma eficiente. Se focaliza un grupo de usuarios para reducir los riesgos y optimizar los esfuerzos para satisfacer las necesidades de un grupo específico de clientes y desarrollar estrategias de marketing más acertados.

El perfil del cliente es una herramienta que permite:

- Conocer a los clientes a quienes se orientarán su producto.

- Diseñar productos y servicios específicos y diferenciados que atiendan a lo demandado por un grupo de clientes.
- Establecer una propuesta de valor que responda a los intereses y expectativas específicas de un grupo de clientes.
- Diseñar estrategias de venta enfocadas en las características definidas en el perfil.
- Establecer los canales a través de los cuales se podrá contactar a los clientes potenciales.

2.2. Procesos para elaborar el perfil del cliente

2.2.1. Determinar el segmento de clientes de los clientes que se focalizará

La población de usuarios o clientes es bien grande y amplia y no es posible atender a todos en el mismo momento y con el mismo producto. Por ello, se debe focalizar la atención a un grupo de la población.

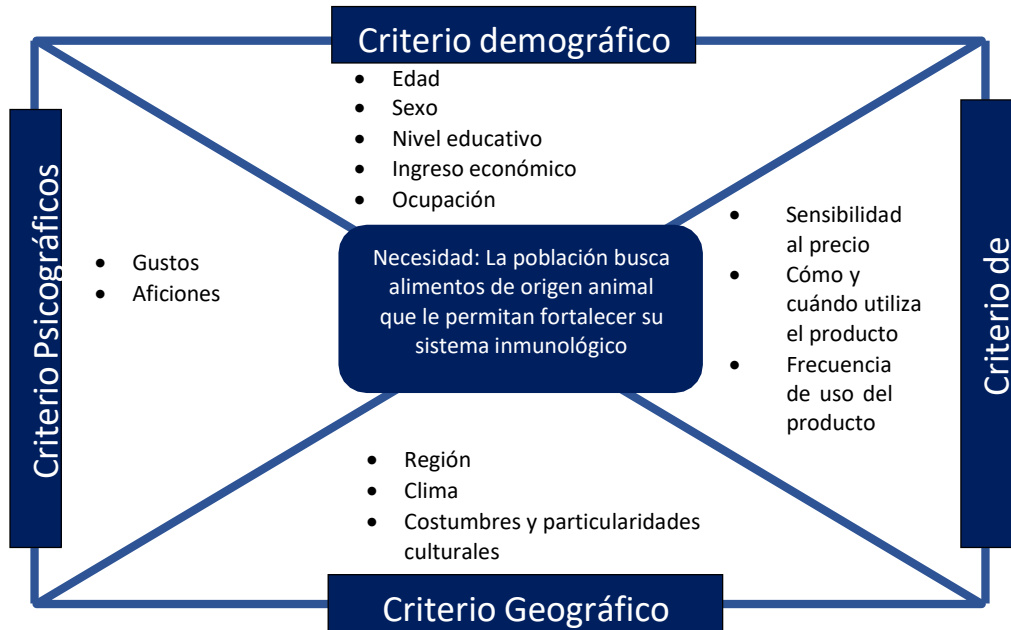
Para determinar el grupo de clientes de quienes se formulará el perfil de clientes se considera criterios y variables. Entre ellos tenemos:

Criterio	Descripción del criterio	Variable
Demográfico	Permite agrupar a los clientes en función de sus características generales. Se utiliza para acotar un público masivo (para no dirigirnos a todo el mundo). Sin embargo, la segmentación obtenida es todavía muy amplia.	Edad Sexo Nivel educativo Estado civil Profesión Ocupación Ingreso económico.
Geográfico	Permite agrupar a los clientes en función al espacio físico y el entorno en el cual viven (localización geográfica) y establecer las condiciones, hábitos e impactos de consumo relacionados al clima y la cultura.	País. Región. Ciudad. Zona rural / urbana Clima. Costumbres y particularidades culturales
Psicográfico	Permite agrupar a los clientes en función de su estilo de vida. Es un tipo de criterio muy útil para aquellas productos o servicios que están muy orientados a cubrir necesidades referentes al ocio, el tiempo libre, gusto por la naturaleza, aficiones, intereses, moda, etc.	Gustos. Aficiones. Actividades Hobbies Intereses
De comportamiento	Permite agrupar a los clientes en función al comportamiento que tiene ante determinados estímulos	Sensibilidad al precio Lealtad a la marca Los beneficios que le ofrece la marca Cómo y cuándo utiliza el producto Comportamiento de compra Frecuencia de uso del producto o servicio

En todos los casos no es posible considerar todos los criterios y todas sus variables. Estas se selecciona en función de la necesidad que se pretende satisfacer o el problema que se pretende solucionar.

Ejemplo: Selección de criterios para segmentar el grupo de clientes que tiene la necesidad de consumir alimentos de origen vegetal para fortalecer su sistema inmunológico.

MAPA SEMANTICO PARA SELECCIONAR CRITERIOS Y VARIABLES



Fuente: Design Thinking for Educators

2.2.2. Elaborar los instrumentos

Este proceso comprende las siguientes actividades:

- a) **Seleccionar la técnica.** Las técnicas más usadas para recoger la información que permita elaborar el perfil del cliente son la entrevista, el buyer persona, etc. En esta oportunidad, seleccionaremos la entrevista.

La entrevista: es una conversación que se mantiene con una o un grupo de personas a partir de una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las cuales los entrevistados dan su respuesta u opinión. Las entrevistas para recoger información para elaborar el perfil del cliente pueden ser:

- Entrevistas individuales o grupales.
 - Entrevistas estructuradas o semi estructuradas. Son estructurados cuando la entrevista se realiza a partir de un conjunto de preguntas previamente definidas que son respondidas durante la entrevista. Son semiestructuradas cuando la entrevista se realiza considerando un grupo de preguntas previamente definidas y durante la entrevista, a partir de las respuestas del entrevistado, se formulan otras para profundizar o esclarecer la información.

Ejemplo de selección técnica

Técnica	Entrevista
Tipo de entrevista	Entrevista individual estructurada

b) **Formular las preguntas para una entrevista estructurada**

Las preguntas de la entrevista se formulan a partir de los criterios y variables seleccionadas para determinar el segmento de clientes.

Criterio	Variable	Pregunta
Demográfico	Edad	¿Qué edad tiene?
	Sexo	¿Es hombre o mujer?
	Nivel educativo	¿Qué nivel de instrucción tiene?
	Ocupación	¿En qué trabaja? / ¿Cuál es su ocupación?
	Ingresos económicos	¿Cuánto es su promedio de ingreso mensual?
Geográfico	Región	¿En qué departamento vive?
	Clima	¿Cómo es el clima del lugar dónde vive?
	Costumbres y particularidades culturales	¿Cuáles son las costumbres más significativas en la que la familia y/o amigos se reúnen para compartir los alimentos?
Psicográficos	Gustos	¿Qué tipo de comidas con carne son de su preferencia? ¿Qué carnes y sus derivados son de su preferencia?
	Aficiones	¿Qué aficiones tiene?
De comportamiento	sensibilidad al precio	¿Cuánto puede pagar por la carne de cuy?
	Forma de consumo de los productos alimenticios	¿De qué forma le gusta consumir la carne de cuy y para qué? ¿De qué forma le gusta consumir los derivados de la carne de cuy?
	Frecuencia de consumo de los productos alimenticios	¿Con que frecuencia consume la carne de cuy? ¿Con que frecuencia consume los derivados de la carne cuy?

Fuente: Design Thinking for Educators

2.2.3. **Aplicar los instrumentos para recoger la información**

La entrevista se realiza de tres maneras:

- **Entrevista cara a cara.** Es una entrevista presencial entre el entrevistado y el entrevistador utilizando un medio físico (ficha impresa o una grabadora) o un medio digital (formulario digital alojado en una tablet o smartphone) para registrar la información.

- Entrevista por teléfono, por aplicativos o software para reuniones virtuales.
- Encuestas utilizando correo electrónico o formularios alojados en páginas web.

Pautas para realizar la entrevista:

- Selecciona cuatro personas con características de clientes ideales. A ellos lo entrevistarás. A ellos debes realizarles la entrevista.

	Nombres de los clientes ideales
Clientes ideales	Pedro Ramos Condori
	Luisa Manturano Pacheco
	Nicolás Huamaní Contreras
	Juana Flores Ramírez

- Comenzar la entrevista con un tema improvisado y ameno para generar una atmósfera de confianza.
- Formular las preguntas de manera clara y sencilla sin sugerir respuestas.
- Ser amable, escuchar con atención y tener una postura y gestos correctos y respetuosos a las respuestas u opiniones que emitan.
- Registrar las respuestas con fidelidad y veracidad la información proporcionada por el entrevistado
- Concluir la entrevista con cordialidad y agradeciendo por la gentileza y por la información proporcionada.

2.2.4. Describir el perfil del cliente

Este proceso consiste en redactar el perfil del cliente considerando la información que se obtuvo en las entrevistas. Este proceso comprende dos actividades:

- Organizar y sintetizar la información recogida en la entrevista a los clientes ideales seleccionados.** La información se sintetiza en una ficha denominada "Ficha de síntesis de la información recogida para elaborar el perfil". La información que se registra en esta ficha es descriptiva, por ejemplo:

Información recogida en la entrevista en relación a la pregunta ¿Qué edad tiene?

	Pregunta	Respuesta
Entrevistado N° 1	¿Qué edad tiene?	30 años
Entrevistado N° 2	¿Qué edad tiene?	36 años
Entrevistado N° 3	¿Qué edad tiene?	50 años
Entrevistado N° 4	¿Qué edad tiene?	45 años

Registro y síntesis de la información

Edad: de 30 a 50 años

Ejemplo de ficha de organización síntesis de la información recogida en las entrevistas.

FICHA SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA PARA ELABORAR PERFIL DEL COMPRADOR DE CARNE CUY

Datos demográficos:

- Sexo: masculino y femenino
- Edad: 25 a 50 años
- Nivel educativo: educación superior
- Ocupación: docentes, contadores, policías y médicos
- Nivel de ingresos: entre 1800 a 4000

Datos geográficos:

- Región donde vive: Ayacucho
- Clima: frígido
- Costumbres significativas en las que la familia y/o amigos se reúnen para compartir alimentos: navidad, semana santa, carnavales, fiestas patrias.

Datos psicográficos:

- Gustos: gustan carne de cuyes producidas en pozas familiares y derivados como jamonada de cuy o cavanosi de cuy.
- Aficiones: los hombres tienen por afición el fútbol y la música, y las mujeres, realizar tareas domésticas y tejer.

Datos de comportamiento:

- Sensibilidad al precio: están dispuestos a pagar entre 15 a 20 soles por cuy entero .
- Cómo y cuándo consume el cuy: en los cumpleaños, fechas tradicionales y feriados. Lo consumen frito y en guiso.
- Frecuencia de uso del producto: adquieren cuy quincenalmente y cuando hay fechas especiales.

Fuente: Design Thinking for Educators

- b) **Redactar el perfil del cliente.** Este proceso consiste en redactar el perfil del cliente, considerando la información que se ha organizado y sintetizado en la ficha. Por ejemplo:

PERFIL DEL CLIENTE PARA COMPRAR CARNE DE CUY

“El comprador de carne de cuyes es hombre o mujer que tiene una edad entre 25 a 50 años. Cuenta con una educación superior y son docentes, contadores, policías o médicos de profesión, cuyos ingresos son entre 1800 a 4000 soles. Viven en Ayacucho, el cual tiene un clima frígido, y en las fechas tradicionales y significativas, tales como los carnavales, semana santa, navidad, fiestas patrias, y fechas especiales para la familia, consumen generalmente carne de cuyes saludables producidos en pozas familiares. Estos productos son adquiridos quincenalmente a 15 a 20 soles por cuy beneficiado para la preparación diaria de sus alimentos. Tienen por afición los deportes (fútbol), tocar instrumentos musicales, tejer y realizar tareas domésticas”.

3. Investigar la necesidad o problema

3.1 ¿Qué entendemos por investigar la necesidad o problema?

Este proceso consiste en analizar profundamente las necesidades o problemas detectados poniéndose el lugar del cliente. Consiste en ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente las necesidades o problemas que enfrenta.

En este proceso también se analiza las soluciones que el cliente, otros usuarios o la competencia le viene dando a la necesidad o problema identificado.

3.2 Técnicas e instrumentos para investigar la necesidad o problema

Para analizar profundamente las necesidades o problemas detectados, poniéndose en lugar del cliente, se pueden aplicar diversas técnicas, entre ellas, el mapa de empatía, la técnica de Kipling (¿qué?, ¿por qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿quién?), la observación, el lienzo de la propuesta de valor, etc.

El mapa de la empatía

Es una técnica que busca describir el cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender y conocer al cliente, así como saber cómo relacionarse con él. Las preguntas son las siguientes: ¿qué piensa y siente?, ¿qué escucha?, ¿qué ve?, ¿qué habla y hace?, ¿cuáles son sus dolores?, ¿cuáles son sus necesidades? Para aplicar esta técnica se utiliza el lienzo del mapa de empatía.



Ejemplo de mapa de la empatía:



Fuente: Design Thinking for Educators

3.3 Técnicas e instrumentos para investigar las soluciones que brinda la competencia

Para investigar los productos que oferta la competencia para solucionar la necesidad o problema o las soluciones prácticas que le viene dando el cliente, se utilizan diversas técnicas, entre ellas, la observación, la entrevista, grupos focales, etc.

La observación:

La observación es una técnica que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, procesos, situaciones, etc., con el fin de obtener información que permita describir, establecer los rasgos o características, fortalezas, debilidades del objeto de observación.

Para aplicar la técnica de la observación se utilizan diversos instrumentos. Entre los más usados tenemos:

- Cuaderno de campo o de notas: se utiliza para tomar nota escrita o grafica (dibujos) de lo que se observa sobre el objeto de estudio.
- Esquemas o representaciones gráficas: se utiliza para representar lo que se observa mediante dibujos o diversos organizadores de información.
- Dispositivos electromecánicos: se utilizan para grabar mediante videos o audio lo que se observa y escucha del objeto de observación.

La observación de los productos similares que oferta la competencia o las soluciones que viene realizando el usuario para enfrentar las necesidades o problemas se realiza utilizando una ficha de observación, en el cual se registra el aspecto físico del producto (sus características organolépticas), el precio y el impacto que genera al medio ambiente

Ficha de observación

Producto observado:



Imagen: Internet

Preguntas	Descripción
¿A qué tipo de cuy pertenece?	Pertenece al tipo B, con escaso desarrollo muscular.
¿Qué forma tiene?	Tiene forma triangular.
¿Cuál es el rendimiento de carcasa?	Menor a 50%.
¿Es una raza para la producción de carne?	No es una raza para la producción de carne.
¿El cuy se encuentra en buenas condiciones físicas y sanitarias?	El cuy presenta buena condición sanitaria.
¿Cuál es el precio del cuy?	Entre 10 a 15 soles el cuy vivo.