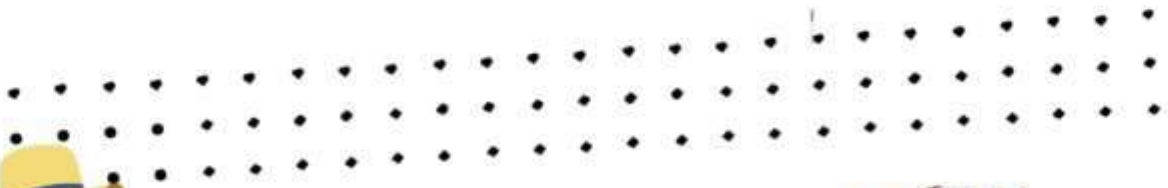




Horizontes
Programa de Secundaria Rural

CUYECULTURA



Unidades 1 - 2

Cusco



Estos materiales para guiar la formación técnica han sido elaborados por docentes del área de Educación para el trabajo de las secundaria Horizontes, los directivos y docentes de los CETPROS y/o por expertos temáticos que dieron guía y soporte a estos diseños en base a fuentes de internet y fuentes locales sobre las que tenían a disposición durante la pandemia de la COVID-19. Los materiales son puestos a disposición como fuente abierta para fomentar los servicios de formación técnica en zonas rurales con fines educativos.





Imagen: Internet

¡Hola! ¿Cómo estás? Yo soy Carol.

A partir de este año, podrás estudiar una carrera técnica en las horas de Educación para el Trabajo, porque tu institución educativa forma parte de Horizontes, que es un Programa de Secundaria Rural de las UNESCO.

Yo seré tu profesora de la carrera técnica de Agropecuaria. Soy cusqueña y tengo una especialidad técnica en crianza cuyes, vengo acompañando la producción y comercialización de cuyes hace muchos años. Conozco las comunidades y por supuesto que sé hablar quechua. ¡Ya verás!

La carrera técnica de Agropecuaria se compone de 4 módulos formativos.

1. Horticultura I
2. Horticultura II
3. Cuyecultura I
4. Cuyecultura II

En esta oportunidad te acompañaré durante el desarrollo del Módulo de Cuyecultura I.

El Módulo Formativo de Cuyecultura I busca desarrollar competencias para aplicar técnicas y conocimiento para gestionar granjas familiares de cuyes. El módulo tiene las siguientes unidades:

Unidad	Nombre	Duración	Mes de ejecución
1	¿Qué proyecto de emprendimiento haremos? Identificamos una necesidad o un problema que queremos resolver.	8 semanas	Abril Mayo
2	¿Cómo lo haremos? Conceptualizamos el producto solución y planificamos su producción	4 semanas	Junio
3	Desarrollo de la crianza y producción familiar de cuyes en la localidad.	16 semanas	Julio Agosto Setiembre Octubre
4	Evaluación del proyecto de emprendimiento	1 a 2 semanas	Noviembre

¡Empezamos! En la presente unidad desarrollaremos las competencias y capacidades del área Educación para el Trabajo:

COMPETENCIA	CAPACIDADES	DESEMPEÑOS (4to grado)
Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	<ul style="list-style-type: none"> • Crea propuesta de valor • Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y meta 	Focaliza y selecciona en equipos de trabajo las necesidades o problemas de usuarios de su entorno para mejorarlo o resolverlo a través de la crianza y producción de cuyes. Distinguen las principales causas que originan utilizando información obtenida a través de las técnicas de observación y entrevistas.

Esta unidad tiene una duración de 8 semanas y comprenden las siguientes actividades:

Actividades de aprendizaje	Principales evidencias	Duración
1. Entendemos el COVID19 y la importancia de una alimentación y nutrición saludables	<ul style="list-style-type: none"> • Organizador visual sobre la importancia de una alimentación saludable. 	1 semana
2. Entendemos las potencialidades locales: cuyes, leche, vaca.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA sobre la comunidad 	1 semana
3. Identificamos los tipos y líneas de cuyes, sus componentes nutricionales	<ul style="list-style-type: none"> • Mapa conceptual sobre los sistemas de crianza y de clasificación de cuyes. • Describe las formas de como crían los cuyes en tu familia. 	2 semanas
4. Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de la carne del cuy.	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de observación de contextos y actividades. • Matriz de la técnica macro filtro para focalizar y definir necesidades Organizador visual sobre técnicas para identificar problemas y necesidades de clientes. 	2 semanas
5. Aplicamos técnicas para investigar la necesidad o problema y elaborar el perfil del cliente consumidor de cuyes	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora el perfil del cliente para la necesidad identificada: Descripción del perfil del cliente. • Ficha de observación de un producto (Venta de cuy producido en la comunidad 	2 semanas

HOJA DE ORIENTACIONES N° 1



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión de trabajo entenderás un poco más sobre la pandemia producida por el Virus COVID 19. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación. Recuerda que además de este material escrito, tendrás la guía de tu profesor(a) de Educación para el Trabajo, videos y el apoyo de tus familiares.

Propósito de aprendizaje

Entendemos el COVID 19 y la importancia de una alimentación y nutrición saludable.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Organizador visual / infografía sobre cómo el COVID 19 ataca a las personas más vulnerables

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividad N° 1.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?

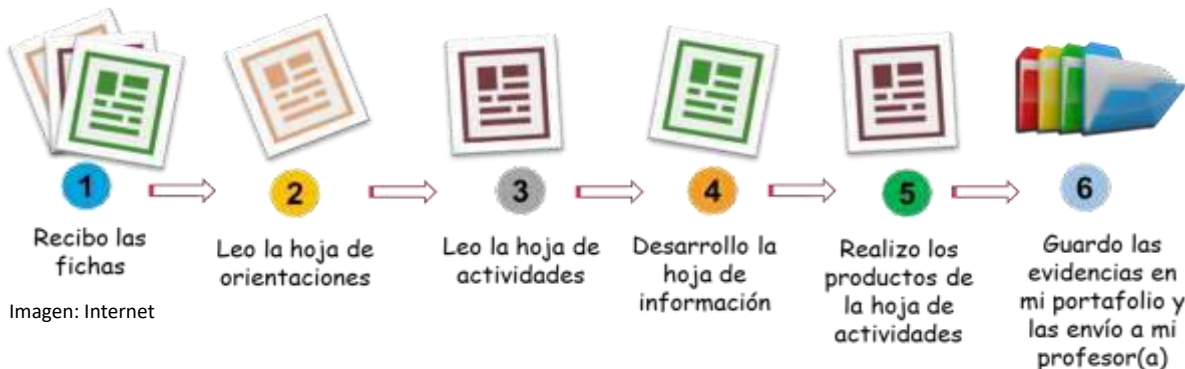


Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.**

HOJA DE ACTIVIDADES N° 1

Empezaremos revisando las actividades que debes realizar, para ello, primero tienes que leerlas muy bien. Luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar estas actividades. Busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Enumera quiénes son los más vulnerables al contagio del COVID - 19

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Actividad N° 2: Elabora un organizador visual o infografía sobre cómo el COVID 19 ataca a las personas más vulnerables

HOJA DE INFORMACIÓN N° 1

¿Has leído con atención cada actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizar esas actividades.



Imagen: Internet

Para iniciar la sesión quiero hacerte algunas preguntas y sugiero que puedas responderlas durante la lectura del cuadernillo.

¿Cómo afecta el COVID-19 al organismo? ¿Los adolescentes son vulnerables ante el COVID-19? ¿En tu familia quiénes son los más vulnerables ante el COVID-19? ¿Cómo están previniendo el contagio del COVID-19 en tu familia y comunidad? ¿Qué es el sistema inmunológico? ¿Comer carne de cuy puede ayudar a mi sistema inmunológico?

1.- PROYECTO: “Crianza y producción de cuyes para combatir el COVID-19”

Los cuyes son originarios de América del Sur, más concretamente de las cordilleras montañosas, y aparecieron en el Mioceno hace unos 20 millones de años. Han ido evolucionando hasta hace unos 5 millones de años, que fue cuando alcanzaron su mayor diversidad. Su nombre proviene de su país de origen, donde reciben el nombre de Cuy (proviene del quechua “quwi”), y que hace honor a los sonidos que emiten estos animales. Antes de ser domesticados, los cuyes habitaban y aún continúan habitando en muchas zonas distintas: en zonas montañosas y con rocas, praderas, pantanos, bosques, sabanas, etc., incluso en los Andes, en alturas superiores a los 4.500 metros, con temperaturas muy bajas.



Imagen: Internet

Hay que tener en cuenta que los ejemplares de los que disponemos hoy en día, no soportan las temperaturas frías ni las corrientes de aire, a diferencia de sus antepasados. Fueron las poblaciones andinas las primeras en domesticar a los cuyes, y éstas vivían con ellos alrededor de las casas, de las granjas y del poblado. Los colores de los ejemplares eran marrones o grises, y ya destacaban tres variedades de pelaje: largo, corto y alborotado. El principal uso que les daban los

Incas a los cuyes, era como ofrenda a los dioses y para consumo. Los indígenas preparaban con ellas guisos de maíz y papa muy picantes, ya que estos productos abundaban en la zona. Actualmente en Sudamérica, el consumo de la carne de cuy va en aumento por múltiples razones, entre ellas una asociada a su alto valor nutricional. Proteínas, minerales, calcio y hierro son sólo algunas de las ventajas que tiene la carne de cuy, sobre todo para el fortalecimiento del sistema inmunológico que ayuda a la rehabilitación de pacientes COVID-19, por ello la Dirección Regional de Salud Junín recomienda su consumo debido a la presencia de aminoácidos esenciales y bajo contenido de grasa.



Imagen: Internet

“El consumo de carne de cuy favorece la regeneración de los tejidos que han sido dañados por el COVID-19, por los nutrientes que aporta como proteínas, vitaminas, minerales, reforzando el sistema inmunológico del organismo contra las infecciones”, explicó la Lic. María Pilco, miembro del equipo técnico de Promoción de la Salud de DIRESA Junín. Asimismo, la especialista indicó que la carne de cuy contiene aminoácidos esenciales (triptófano y fenilalanina) que favorecen la síntesis de anticuerpos y mejoran la respuesta inmunológica del organismo. “Se recomienda consumirla de 2 a 3 veces por semana dentro de una alimentación saludable para la recuperación de pacientes COVID-19”, sostuvo.

Frente a este contexto local, regional, nacional y global los estudiantes del cuarto y quinto grado de Educación Secundaria realizarán un proyecto de emprendimiento económico que promueva el cultivo orgánico y consumo de cuyes que se producen en la localidad y que permitan fortalecer el sistema inmunológico. Considerando que la institución educativa se encuentra en la zona rural agrícola y la mayoría de las familias tiene un espacio en su domicilio donde se instalará un criadero familiar

(módulo) para desarrollar los procesos de la producción de cuyes. El proyecto de emprendimiento comprenderá las siguientes etapas: identificación de necesidades o problemas del cliente, diseño de la propuesta de valor (selección del producto solución a la necesidad), elaboración del plan de acción para implementar la solución, desarrollo del producto solución (crianza de cuyes) y la evaluación del proyecto de emprendimiento.

Con la finalidad de desarrollar la competencia del área, las competencias transversales (se desenvuelve en entornos virtuales generados por las TIC y Gestiona su aprendizaje de manera autónoma) y los enfoques transversales, asimismo, despertar los intereses de los estudiantes a partir de las situaciones generadas por la pandemia COVID 19 los estudiantes asumen el reto de realizar el proyecto de emprendimiento **“Crianza y producción de cuyes para combatir el COVID - 19”**

1.1. La ruta de trabajo que seguiremos durante el año

Unidad	Nombre	Contenidos
1	<p>¿Qué proyecto de emprendimiento haremos?</p> <p>Identificamos una necesidad o un problema que queremos resolver. Entendemos el problema o la necesidad a profundidad.</p>	<p>Entendemos el COVID 19 y la importancia de una alimentación y nutrición saludable.</p> <p>Entendimiento de las potencialidades locales: cuyes, leche, vaca.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia alimenticia y medicinal del cuy - Técnicas para identificar necesidades y problemas sobre: crianza, consumo y comercialización del cuy en mi localidad. ¿Cómo son los sistemas de producción/crianza de cuyes en mi localidad? <p>Aplicamos técnicas para definir el perfil de los clientes.</p>
2	<p>¿Qué exactamente haremos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñaremos la solución al problema identificado y lo validamos con nuestros usuarios o clientes. 	<p>Módulo para la crianza de cuyes orgánicos y felices.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo seleccionar de cuyes? - SCAMI LIT para analizar nuestro producto
3	<p>¿Cómo lo haremos?</p> <p>Elaboramos el plan para implementar la solución.</p> <p>Principales procesos o etapas para producir nuestra solución</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos e inversión - Plan de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos para armar un módulo de cuyes - Recursos para armar el módulo de cuyes - Plan de trabajo y presupuesto para la producción sostenible de cuyes.
4	<p>Manos a la obra.</p>	<p>Instalaciones para la crianza sostenible de cuyes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alimentación y nutrición sostenible de cuyes - Implementación de medidas de bioseguridad en las instalaciones <p>Manejo productivo y reproductivo tecnificado de cuyes (selección de reproductores y destete de gazapos.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión y manejo comercial de los cuyes. - Promoción del consumo de carne de cuy
5	<p>Evaluación del proyecto de emprendimiento</p>	<p>Evaluamos nuestro módulo de cuyes que hemos criado.</p>

2.- Lectura sobre cómo lucha nuestro sistema inmunológico contra el virus

Contra el COVID-19: Así lucha el sistema inmunológico contra el virus

2.1. El sistema inmunológico combate al COVID-19 / Óscar Ávila

El SARS-CoV-2 entra a nuestro organismo a través de la mucosa respiratoria e invade a los pulmones, se dirige a las células epiteliales, las cuales ayudan a proteger los órganos, que tienen el receptor ACE2, por lo que son susceptibles de retener al virus.

El virus, por medio de su proteína S, entra a la célula y se comienza a replicar. Esta primera infección va a causar una primera señal que va a echar a andar los mecanismos de la **inmunidad innata**.

"Cuando el virus entra al organismo y se introduce a una célula por medio de los receptores ACE2, la célula manda señales de alerta que las células inmunes, que ya viven en el tejido, van a respetar. Dentro de las más importantes van a ser **los macrófagos, las células natural killer y nuestras células dendríticas**", explica Isaac Abraham Vásquez Bochm, coordinador de Evaluación de Inmunología de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Esta inmunidad innata no es tan específica con algunos virus, por lo que la respuesta que montarán es general, es como si "lanzan una bomba y a quien le caiga, no pasa nada, buscan disminuir la cantidad de virus".

2.2. El virus entra a la célula para replicarse

Si el virus logra entrar a la célula, hará un proceso de traducción, el cual consiste en producir las mismas proteínas que tiene consigo gracias a la maquinaria de la célula, eso permite que haya una multiplicación del virus dentro de la célula.

Si el virus llega a replicarse en grandes cantidades dentro de la célula se produce la lisis, es decir el rompimiento de la célula, lo que hará que pueda infectar a más células.

"Este proceso no se puede parar ahí, porque no sabemos que está afectado hasta que se rompe y hay una producción. El sistema inmune innato manda señales y dice 'no podemos controlar esto, alguien ayude', es cuando entran en función tanto los linfocitos T, como los linfocitos B", explica el investigador.

Antes de que la artillería pesada llegue al rescate, las células presentadoras de antígeno se encargarán de procesar el antígeno, es decir lo degradan, lo hacen pedacitos para que pueda ser reconocido por las células T, ya que estos linfocitos son incapaces de reconocer al antígeno en su forma nativa.

2.3. Los linfocitos T y los linfocitos B

Una vez que el antígeno es reconocido por la célula T, se producirán dos tipos de linfocitos T: CD4+, que produce citosinas y el CD8+, la cual se encargará de matar células infectadas con el virus, por lo tanto a esta población también se le conoce como citotóxicos.

Una vez que es reconocido por la célula T, entonces si es CD4+ produce citosinas y si es CD8+ va a dar una serie de funciones importantes, la función más importante de la CD8+ es

matar células infectadas con el virus, por lo tanto, esta población de linfocitos también se le conoce como citotóxicos, esto es que matan células.

Las CD4+, a través de las citosinas, serán parte de un mecanismo de comunicación celular, por lo que recibirán el nombre de células T operadoras.

Por otro lado, el antígeno, que es parte del virus, puede ser reconocido por las células B, aunque no necesariamente necesitan a las células presentadoras, por lo que generaran anticuerpos, una especie de células en forma de Y.

"Los linfocitos T tienen que mandar señales a los linfocitos B para que este linfocito produzca anticuerpos tipo G, entonces todo el cúmulo de procesos que se están llevando a cabo, van juntos, sino producimos una respuesta celular, no podemos producir una respuesta humoral", explica el profesor de la Facultad de Medicina de la UNAM.

2.4. Los anticuerpos tipo G y M

Los anticuerpos que se han visto que son más efectivos contra este virus son el tipo M y el tipo G. Los M son nuestra primera respuesta que es cuando llega el virus, montamos una respuesta, **producimos anticuerpos** M y pasado el tiempo mejoramos esa respuesta al producir tipo G.

Juntos van a atacar al virus y el objetivo será terminar con la cantidad de virus que hay en el organismo. Hasta el momento, de acuerdo con investigaciones publicadas, no se conoce si esto se logra o no, ya que este proceso no es tan corto.

2.5. ¿Por qué es importante que haya más células T que anticuerpos?

Si tenemos una predisposición de linfocitos T, generalmente CD8+, que son citotóxicos habla de que sí hay una respuesta eficiente, ya que hay linfocitos que se consideran de memoria, es decir, que tienen la capacidad de recordar qué fue lo que encontramos.

"Hay varias poblaciones de linfocitos que tienen una función específica y uno de ellos son los de memoria efectora quiere decir que cuando vuelven a reconocer ese antígeno, se activa", comenta Isaac Abraham Vásquez Bochm.

El investigador cuenta que el problema que se tiene es que lo único que se pueden medir son los anticuerpos en la sangre de los pacientes afectados; sin embargo, en los últimos estudios han encontrado que existe respuesta inmune celular, es decir hay altas cantidades de linfocitos citotóxicos en respuestas antivirales.

Fuente: <https://www.milenio.com/ciencia-y-salud/contra-el-COVID-19-asi-lucha-el-sistema-inmunologico-contra-el-virus>



Imagen: Internet

Te recomiendo mirar los videos, audios y fotos que te envía tu profesor(a). No olvides estas buenas recomendaciones para criar tus cuyes. Pide ayuda a tus familiares para realizar algunas labores. ¡Tupananchiskamaña!

HOJA DE ORIENTACIONES N° 2



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión conoceremos y reflexionaremos las potencialidades que tienen la comunidad. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación. Recuerda que además de este material escrito, tendrás la guía de tu profesor(a) de Educación para el Trabajo, videos y el apoyo de tus familiares.

Propósito de aprendizaje

Entendemos las potencialidades locales: cuyes, leche, vaca.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Elabora un FODA sobre su comunidad.

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividad N° 2.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?**¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?**

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.**

HOJA DE ACTIVIDADES N° 2

Empezaremos revisando la actividad que debes realizar, para ello, primero tienes que leerla muy bien. Luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar esta actividad. Busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Elabora un FODA sobre su comunidad.

FORTALEZAS

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

OPORTUNIDADES

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

DEBILIDADES

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

AMENAZAS

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

HOJA DE INFORMACIÓN N° 2

4TA SEMANA

¿Has leído con atención la actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizarla.



Imagen: Internet

Para iniciar la sesión quiero hacerte algunas preguntas y sugiero que puedas responderlas durante la lectura del cuadernillo.

¿Por qué debo conocer mi comunidad? ¿En qué o para qué me ayudará conocer mi comunidad? ¿Por qué es importantes conocer las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de mi comunidad? ¿Por qué debemos revalorar las actividades productivas?

1.- PROYECTO: “Diagnóstico situacional de mi comunidad”

1.1. Breve reseña histórica: La comunidad de Urcay no cuenta con mucha información detallada sobre sus inicios ni de cómo fue fundada. En tiempos de la República pasa a ser subdivisión del distrito de Urcos y en esta época se consolidan los obrajes de Urcay, alentando un mediano desarrollo de la actividad textil que en el presente siglo daría como resultado en 1908 la fundación de la fábrica de tejidos Urcay de la familia Latorre proveniente del distrito de Juliaca, motivo por el cual se empiezan a dar las migraciones hacia Urcay por diversas familias para trabajar en dicha fábrica. Posiblemente la comunidad tiene una antigüedad de 105 años. Se cree que en dicha comunidad solo habitaban 4 familias autóctonas.



Imagen: Internet

1.2. Ubicación geográfica: Este centro poblado está ubicado dentro del distrito de Huaró, provincia de Quispicanchi, en la región de Cusco, se encuentra sobre los 3,375.00 msnm, a 4.5 km de la localidad Huaró, a su vez se encuentra a 34 km de la ciudad de Cusco, en un viaje a través de la ruta del sur hacia el distrito del Urcos. La principal vía de comunicación hacia el centro poblado de Urcay, es por carretera asfaltada desde la ciudad del Cusco hasta la localidad de Huaró y de ahí es por trocha carrozable hasta el centro poblado de Urcay.

El centro poblado de Urpay se encuentra en el distrito de Huaró de la provincia de Quispicanchis, en la zona sur oriental andina del departamento del Cusco, a 13° 42' 28" de latitud sur y a 71° 39' 35" longitud oeste con respecto al meridiano de Greenwich.

1.3. Clima: El centro poblado o comunidad del Urpay tiene un clima templado y semi lluvioso en todo el año. En las zonas alto andinas de la localidad de Urpay como, Finay, Sullumayo, Arahua, presenta frío hasta muy frío y lluviosos, la temperatura máxima que se producen en esta zona varía entre 17 a 21.8 °C donde alcanza a sus valores más altos en los meses de julio, octubre y noviembre. Las heladas son fuertes en los meses de mayo a julio en la zona alta e iniciándose a mediados del mes de abril. Son regulares en la zona media y durante los meses de junio y julio. Son fuertes y regulares en las zonas bajas y se presentan en forma esporádica hasta el mes de agosto.

1.4. Actividades productivas principales

- **Agrícola:** Se caracteriza por presentar valles con zonas agro-ecológicas, donde la agricultura es la actividad principal, fundamentalmente la siembra de maíz y papa, de acuerdo al ciclo vital de la naturaleza y el tiempo se da a conocer diferentes contextos en el mundo andino relacionadas a la actividad agrícola del campesino; como por ejemplo las etapas agrícolas (campaña grande y la campaña chica o mishka) relacionadas con el tiempo y los fenómenos climáticos (precipitación fluvial, heladas, sequías, vientos huracanados) que tienen incidencia en la actividad agrícola. Así también en la comunidad Campesina de Urpay producen diferentes tubérculos como son: oca, habas, trigo y cebada.



Imagen: Internet

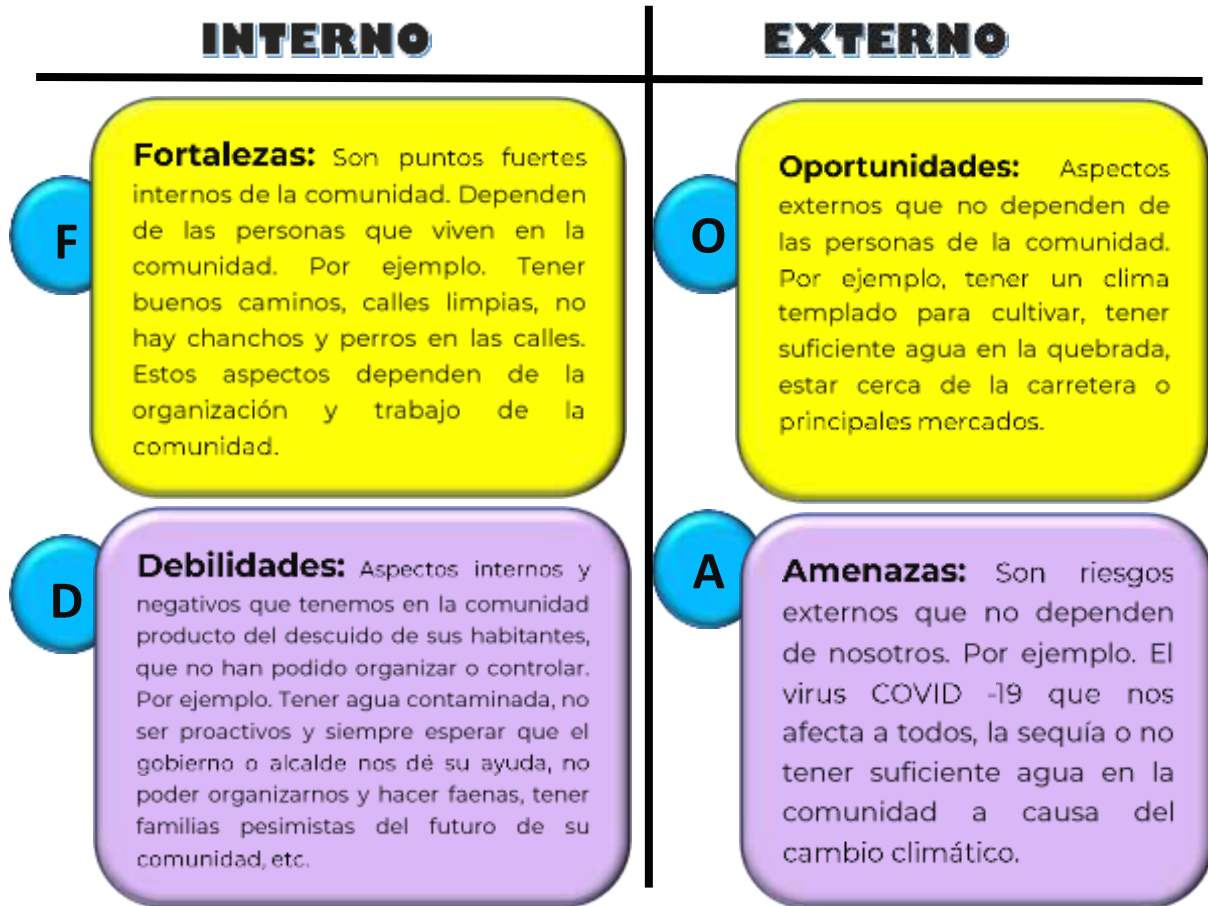


Imagen: Internet

- **Pecuaría:** La comunidad campesina de Urpay desarrolla una ganadería tradicional por que presenta animales en cantidades pequeñas o mínimas que sirven para trabajar en el campo sus productos y para su alimentación o comercio; dichos animales generan abono para sus procesos productivos donde se distinguen entre ovinos, vacunos y animales menores como: vacas, burros, ovejas, cuyes, gallinas, patos y cerdos. Dicha comunidad no cuenta con estrategias para poder fortalecer y dar una buena organización a la producción y comercialización de sus productos, ya que la mayoría lo destinan para consumo propio.

1.5. ¿Cómo hacer el análisis FODA de mi comunidad?

Si queremos conocer las fortalezas y debilidades de nuestra comunidad, además de las posibles amenazas y oportunidades podemos usar la herramienta **FODA**.



EJEMPLO DE UN FODA

FORTALEZA	DEBILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ❖ La zona tiene una vocación a la actividad pecuaria. ❖ Existe una base productiva e infraestructura. ❖ Productores capacitados y en proceso de consolidar su organización. ❖ Se cuenta con recurso hídrico que posibilita la implementación de propuestas agropecuarias. ❖ Se cuenta con recurso suelo para cultivo de pastos ❖ La crianza de camélidos sudamericanos (alpaca, llama, vicuña) ❖ Avance en mejoramiento genético de vacunos y alpacas desde la 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Alta consanguinidad de los animales a falta de capacitaciones en temas de mejoramiento genético. ❖ Insuficiente infraestructura productiva (cobertizos, salas de ordeño) ❖ Déficit de infraestructuras de transformación de productos cárnicos y lácteos. ❖ Bajos niveles de producción de los animales (fibra, lana, leche, carne) por la insuficiente capacitación ofertada para los productores. ❖ Insuficiente conocimiento de los productores en temas de transformación de productos pecuarios.

<p>introducción de vientres e inseminación artificial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Producción de derivados lácteos. ❖ Familias que avanzan con la instalación de pastos cultivados. ❖ Familias dedicadas a la crianza del cuy. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Débil conocimiento de técnicas de crianza de animales. ❖ Débil organización y articulación entre asociaciones, comités, organizaciones de producción. ❖ Escaso manejo de información de mercados para carne, pieles, lácteos. ❖ Se cuenta con animales de baja productividad de leche (4 - 8 litros).
<p>OPORTUNIDAD</p>	<p>AMENAZA</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Existencia de capacitaciones y apoyo técnico que brindan las instituciones públicas y privadas (Corredor Puno-Cusco CCAIJO, HEIFER, PRONAMACHCS, Min. Agricultura). Implementación de políticas de mejoramiento genético de alpacas y ganado vacuno. Apoyo en el sector alpaquero por parte de las instituciones del Estado (PERCSA, CONACS) ❖ Existencia de ferias y tabladas en el distrito, provincia y región. Crecimiento del mercado nacional e internacional para cuy. Incremento de ingresos por canon y sobre canon a las municipalidades para realizar más obras. Tecnologías alternativas para cosechar agua de lluvia (minipresas). 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambios climáticos (presencia de rayos, granizada, helada). Ingreso de carne de vacuno brasilero. ❖ Limitada asistencia en sanidad animal de SENASA. ❖ Aparición de nuevas enfermedades y parásitos.

AUTOEVALUACION

¿Según la información brindada cuál es el objetivo del análisis FODA que haremos?

.....

.....

.....

.....

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!
 No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíasalos por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder)

¿Qué es el portafolio?

Conjunto de evidencias del proceso de adquisición y en los resultados del aprendizaje.



Imagen: Internet



HOJA DE ORIENTACIONES N° 3



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión conoceremos los distintos tipos y líneas de cuyes, asimismo investigaremos y reflexionaremos sobre los tipos y sistemas de crianza de cuyes que se encuentran en nuestra comunidad. Recuerda que, además de este material escrito, tendrás la guía de tu profesora) de Educación para el Trabajo, videos y el apoyo de tus familiares.

Propósito de aprendizaje

Identificamos los sistemas de crianza y la clasificación de los cuyes.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Mapa conceptual sobre los sistemas de crianza y de clasificación de cuyes.
- Describe las formas de como crían los cuyes en tu familia.

Las orientaciones específicas para la elaboración del producto están en la Hoja de Actividad N° 3.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”**.

HOJA DE ACTIVIDADES N° 3

Empezaremos revisando las actividades que debes realizar, para ello, primero tienes que leerlas muy bien. Luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar las dos actividades.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Elabora un mapa conceptual sobre la clasificación de los cuyes.



Actividad N° 2: Describe y dibuja las formas de cómo crían los cuyes en tu familia y/o comunidad.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

HOJA DE INFORMACIÓN N° 3

¿Has leído con atención cada actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizar las actividades.



Imagen: Internet



Imagen: Internet

Para iniciar la sesión quiero hacerte algunas preguntas y sugiero que puedas responderlas durante la lectura del cuadernillo.

- ¿Cómo crían sus cuyes en tu familia y comunidad?
- ¿Es rentable criar cuyes?
- ¿Por qué criar cuyes?
- ¿El número de cuyes criados determina el sistema de crianza?
- ¿Qué productos se obtienen con la crianza de cuyes?

2. Aspectos generales para la crianza de cuyes

La crianza de cuyes se constituye en estos momentos como una de las alternativas para proporcionar proteína de origen animal en la alimentación humana. La carne de cuy es magra, es decir, tiene un porcentaje de grasa menor al 10 %, baja en contenidos de colesterol (65 mg / 100 g) y sodio, pero con un alto contenido de proteínas (20,3 %) y, como sabemos, las proteínas son esenciales para el desarrollo físico y mental, por lo que es necesario

incluirla en una alimentación variada y equilibrada. Es una carne apta para ser consumida por niños, niñas y adolescentes; mujeres embarazadas o en etapa de lactancia; deportistas y personas de la tercera edad. Al incorporarla en la dieta estamos contribuyendo en la seguridad alimentaria de la familia.

COMPOSICIÓN QUÍMICA DE LA CARNE Y PIEL DE CUY, POR CATEGORÍA

CUY	Humedad (%)	Proteína (%)	Grasa (%)	Minerales (%)
Carne				
Macho pastillero*	75,24	19,81	2,74	1,15
Hembras de saca**	74,03	19,17	4,60	1,13
Promedio	74,64	19,49	3,67	1,14
Piel				
Macho pastillero*	43,21	33,49	5,69	0,44
Hembras de saca**	39,22	30,84	10,45	0,39
Promedio	40,21	32,16	8,57	0,42

* 5 meses de edad ** 18 meses de edad

Fuente: INIA, 2008

Elaboración: MPAERI-DGPA-DESA

¿Qué significa ser magro?

El término magro, según la Real Academia Española, significa que es flaco-delgado y que no tiene grasa. ... Según la FDA (Food and Drug Administration), carne magra es aquella que en 100 gramos tiene menos de 10gramos de la grasa total y de ésta, menos de 4.5 grama saturada. (17/06/2017)



Imagen: Internet

La carne del cuy es de fácil digestión, por lo que puede ser consumida por personas convalecientes de alguna enfermedad. Posee potencial para posicionarse en nuevos mercados, como son de las personas que siguen regímenes de adelgazamiento o buscan una alimentación baja en grasas. Su uso en la gastronomía es diverso, por ser una carne de textura suave y agradable; su consumo en las fiestas tradicionales es elevado. Del mismo modo, es de uso arraigado en la medicina tradicional andina.



Imagen: Internet

La crianza del cuy genera estiércol rico en nitrógeno, que es uno de los componentes principales en la elaboración de abonos orgánicos, como el biol, el bocashi y el compost, utilizado por las familias para abonar sus biohuertos y cultivos; mejorando, de esta forma, la productividad y devolviendo al medio ambiente los nutrientes utilizados en la alimentación de los cuyes.



Imagen: Internet

La importancia de la crianza técnica de cuyes, se fundamenta en sus enormes posibilidades de constituirse en una actividad económica rentable, capaz de generar empleo productivo y ganancias para la familia, gracias a la creciente demanda de su carne en los mercados locales e internacionales; evitando, en muchos casos, la migración —sobre todo de los jóvenes— hacia las grandes ciudades, por falta de oportunidades.

La crianza del cuy es fácil, no demanda mucha fuerza física, ni mucho tiempo. En pequeña escala se utiliza únicamente la mano de obra familiar.

En la crianza de cuyes debemos aprovechar factores importantes

- Su rusticidad, se refiere a la versatilidad en su alimentación y a la facilidad de adaptación a diferentes ecosistemas. Es decir, se pueden alimentar con diversos forrajes, residuos de cocina, granos, subproductos de molienda y rastrojos de cosecha. Son resistentes a muchas enfermedades y se adaptan a diversos pisos ecológicos, siendo más resistentes a los climas fríos que cálidos. Recordemos que el hábitat natural del cuy es la sierra.

- Su precocidad, quiere decir que es de ciclo reproductivo corto. Llega a su etapa reproductiva muy rápido; antes de los 3 meses ya están aptos para reproducirse y tienen una vida reproductiva promedio de 2 años. El gazapo presenta una respuesta inmediata al medio ambiente (nace con los ojos abiertos, cubierto de pelos y puede ingerir alimentos a los pocos días de nacido), debido a que su gestación es prolongada.
- Su prolificidad, paren en promedio tres crías por parto y tienen varios partos al año. Una cualidad que debemos aprovechar de esta especie es la presencia del celo post parto; este celo es viable en un 85 %. Quiere decir que las hembras pueden quedar preñadas a las 2 horas y media después del parto, con lo que se logra tener una buena población de cuyes a corto plazo.



Imagen: Internet

Actualmente, por lo apreciado de su carne, por sus características de precocidad y prolificidad, y su aptitud de convertir alimentos de baja calidad a uno de buena calidad (carne) para consumo humano, se proyecta como una alternativa real de generación de empresa.

Esta carne, hace una década, se consumía mayormente en zonas andinas. En este momento existe inclusive una demanda internacional por representar una alternativa de fuente de alimento para zonas de alto desarrollo demográfico.

La mayor población de cuyes se encuentra en la sierra peruana, pero se puede habitar en diversos pisos ecológicos de nuestro país.

2. Sistemas de crianza de cuyes

a. Por el destino de la producción

Sistema Familiar Cuando el destino de la producción es el autoconsumo. Ocasionalmente suelen vender parte de su producción si necesitan dinero.

- La mano de obra es familiar.
- Los insumos alimenticios provienen de campos propios.



Imagen: Internet

Sistema Familiar – Comercial

- Nace de una crianza familiar bien llevada, ya que los excedentes de la producción se destinan a la venta. La venta ya no es ocasional.
- Genera ingreso adicional de la familia.
- Puede involucrar mayor mano de obra familiar.
- Los insumos alimenticios provienen de campos propios y de terceros.



Imagen: Internet

Sistema Comercial

- a) La producción tiene como finalidad principal de la venta.
- b) Permite maximizar los recursos existentes para obtener el producto principal.
- c) Es una fuente de ingreso familiar.
- d) Involucra mano de obra familiar y externa.
- e) El alimento proviene de campos cultivados propios y de terceros.

b. Por el nivel tecnológico

Por el uso o no de tecnología disponible, por desconocimiento o por no ser conscientes de las ventajas de su uso.

Crianza Tecnificada

- Utilizan tecnología disponible, que puede ser alta o media.
- Alimentan con pasto cultivado, utilizan semillas mejoradas, fertilizan las tierras de cultivo, utilizan riego tecnificado, reservorios de agua e incremento de piso forrajero.
- Alimento balanceado, suplementos. Conservación de pastos, etc.
- Cuyes mejorados.
- Programas de manejo de producción.



Imagen: Internet

- Uso de registros de producción.
- Programa de mejoramiento genético.
- Instalaciones y equipos.

Crianza No tecnificada

No utiliza tecnología alguna.

3. Productos de la crianza de cuyes

Los productos que puede proporcionar una crianza de cuyes son las siguientes.

a. Productos principales

- Carne. Como tal, fresca o envasada al vacío, embutidos, hamburguesas y carne ahumada, enlatados, etc.
- Reproductores. Según los objetivos de la granja, un segundo producto principal será cuyes para la venta como reproductores. También se crían cuyes para exhibir en las ferias y fiestas principales: concurso de cuyes, carrera de cuyes, matrimonio de cuyes, etc.



Imagen: Internet

b. Subproductos

- Estiércol. Por sus cualidades, el estiércol es muy apreciado para la elaboración de abonos orgánicos. Las familias campesinas utilizan para fertilizar las áreas de cultivo de pastos y cultivo de hortalizas.

4. Clasificación genética de Cuyes

- a. **Según categorías o etapas Lactante.** Cría recién nacida hasta que se separa de su madre, mediante el destete. Es decir, 1 a 21 días de edad.



Imagen: Internet

- ❖ **Recría.** Hembra o macho desde el destete hasta el momento del empadre. De 22 días a 90 días de edad, aproximadamente.



Imagen: Internet

- ❖ **Reproductor.** Cuy hembra o macho que inicia su etapa de reproducción mediante el empadre. Edad desde los 90 días a 1 año aproximadamente.



Imagen: Internet

b. Según calidad genética

- ❖ **Cuy Silvestre.** Cuyes que viven de forma libre en el campo. Son cuyes en los que, en su cría, no hay intervención humana.
- ❖ **Cuy Criollo.** Cuyes de nivel genético bajo, seleccionados naturalmente, sin intervención directa del ser humano. Sus características productivas y reproductivas son bajas.
- ❖ **Cuy Mejorado.** Cuy donde el ser humano ha intervenido en la mejora genética mediante la selección de los mejores ejemplares y en su crianza.



Imágenes: Internet

c. Según conformación

Tipo A. Forma de cuerpo rectangular, cabeza corta, hocico redondeado. Cuerpo de buena longitud y de profundidad y ancho proporcionales.

Tipo B. Cuerpo anguloso, cabeza alargada, nariz y hocico en punta. Cuerpo de poca profundidad y poca acumulación de carne.

d. Según forma de pelaje

Tipo 1. Pelo lacio, corto y pegado al cuerpo.

Tipo 2. Pelo lacio, corto, en forma de remolinos por todo el cuerpo.

Tipo 3. Pelo lacio, largo, con y sin remolinos.

Tipo 4. Pelo erizado. Al nacimiento, el pelo es ondulado, ensortijado y, a medida que el cuy crece, el pelo cambia a erizado.

e. Según color de pelaje

Colores claros. Color de manto blanco, bayo, marrón y combinaciones.

Colores oscuros. Color de manto negro, combinaciones, en un mismo pelo, del negro con colores claros como con el marrón (ruano), con blanco (moro) y con bayo (lobo).

f. Según Línea de producción**Carne****Fantasia**

Imágenes: Internet

5. Sistemas de crianza, tipos y líneas de cuyes en mi comunidad

Marca con una (X) los sistemas de crianza de cuyes en tu familia / comunidad:

Descripción	Marcar con una X	Explica
Crías a los cuyes en la cocina de manera libre.		
Los crías en galpones en tu casa.		
Los crías en jaulas.		
Los alimentas solo con pasto,		
Los alimentas con pasto y con concentrados.		
Clasificas los cuyes.		
No crías cuyes en tu familia.		

AUTOEVALUACIÓN

¿Según la información obtenida, como quisieras criar tus cuyes?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder)

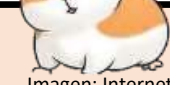



Imagen: Internet

¿Qué es el portafolio?
Conjunto de evidencias del proceso de adquisición y en los resultados del aprendizaje.



HOJA DE ACTIVIDADES N° 4



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión conoceremos las técnicas para identificar necesidades sobre nuestros posibles clientes. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación. Recuerda que además de este material escrito, tendrás la guía de tu profesor(a) de Educación para el Trabajo, videos y el apoyo de tus familiares.

Propósito de aprendizaje

Aplicamos técnicas para identificar necesidades sobre el consumo de la carne del cuy.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

- Matriz de observación
- Matriz de microfiltro

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividad N° 4.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.**

HOJA DE ACTIVIDADES N° 4

Empezaremos revisando las actividades que debes realizar, para ello, primero tienes que leerlas muy bien, luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar estas actividades. Busca el apoyo de tu profesora y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Elabora la matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades de los posibles clientes

Contexto a observar (lugar y situación en la que se encuentran)	Actividades que observas que la gente realiza	Resultados o efectos que tienen las actividades en las personas	Necesidad o problema definido

Actividad N° 2: Elabora la matriz de la técnica del macro filtro para determinar la necesidad o problema que investigarás

TÉCNICA DEL MACROFILTRO								
Necesidades o problemas que hayas identificado en tu comunidad.								
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Preguntas orientadoras								
¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?								
¿La población afectada está dispuesta otorgar a pagar por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?								
¿La empresa /familia cuenta con recursos para elaborar el producto solución a la necesidad?								
¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?								
¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para la elaboración y comercialización del producto solución?								
Totales								
Diferencia +/-								

En este recuadro escribe la necesidad o problema focalizado

Necesidad o problema focalizado	
--	--


HOJA DE INFORMACIÓN N° 4

¿Has leído con atención las actividades? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizarlas.



Imagen: Internet

Todos los negocios satisfacen una necesidad humana. Por ejemplo, un negocio de restaurante de cayería satisface la necesidad de alimento y las diversas dimensiones de esa necesidad.

<p>Necesidad de consumir alimentos en un restaurante</p>	<p>Dimensión funcional Los alimentos que comen les permitirá estar sanos y tendrán suficiente energía durante el día.</p>
	<p>Dimensión emocional No sólo nos alimentamos, también compartimos, conversamos y nos sentimos bien al estar en familia.</p>
<p>Imagen: Internet</p>	<p>Dimensión social Podemos compartir la mesa con abuelos, amigos, etc. interactuamos y aprendemos de ellos.</p>

El día de hoy conoceremos y reflexionaremos sobre las necesidades que tienen los seres humanos, 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? ¿Cómo se clasifican las necesidades? ¿Cuáles son los procesos para identificar necesidades?

1. Las necesidades. ¿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.

<p>Necesidad de abrigo (tiene frío)</p>	<p>Necesidad de alimento (tiene hambre)</p>	<p>Necesidad de atención (se siente solo/sola)</p>
 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</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 generar bienestar, comodidad y placer buscan satisfacer sus necesidades, para ello adquieren o elaboran productos (bienes y servicios) que le permiten llenar o cubrir la carencia sentida.

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

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



3. ¿Cuál es la diferencia entre necesidad y deseo?

La necesidad es la **sensación de carencia** que experimenta una persona en la supervivencia, 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 la necesidad son diversas, ejemplo: ante la necesidad de alimentos habrá quienes



Imagen: Internet

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

En la elección de un satisfactor (bien o servicio que satisface la necesidad) específico está la diferencia, en ella influyen las características personales, las características culturales del grupo social al que pertenece, las características ambientales del entorno en el que vive, los estímulos del marketing a los cuales es expuesto y la capacidad adquisitiva de las personas.

4. Tipos de necesidades humanas

Necesidades Primarias. Su satisfacción es imprescindible para que el ser humano pueda vivir. Entre ellas tenemos la necesidad de alimento, de abrigo, de descanso, de oxígeno, de agua, etc.




Necesidad de abrigo	Necesidad de alimento	Necesidad descanso
 <p data-bbox="357 1137 507 1160">Imagen: Internet</p>	 <p data-bbox="836 1137 986 1160">Imagen: Internet</p>	 <p data-bbox="1251 1137 1401 1160">Imagen: Internet</p>

Necesidades Secundarias. Son aquellas necesidades cuya satisfacción se orientan a aumentar el bienestar, seguridad y mejorar la calidad de vida de la persona. Estas se expresan en la preocupación por obtener bienes o servicios que le generen comodidad, bienestar, seguridad y futuro predecible en el cual no se produzcan riesgos o peligros para la integridad personal o familiar. Por ejemplo: tener empleo seguro, vivienda, seguro de salud, trasladarse utilizando vehículos, comunicarse por medios electrónicos y digitales, etc.

Necesidad de conectarse a internet para estudiar	Necesidad de transporte para viajar	Necesidad de tener un trabajo para conseguir dinero
 <p data-bbox="437 1899 587 1921">Imagen: Internet</p>	 <p data-bbox="836 1899 986 1921">Imagen: Internet</p>	 <p data-bbox="1251 1899 1401 1921">Imagen: Internet</p>

Necesidades terciarias. Son aquellas necesidades cuya satisfacción se orienta a la convivencia y al reconocimiento social. Entre ellos tenemos:

- La necesidad de formar parte de un grupo de amigos, 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.

Necesidad de formar parte de un grupo de amigos	Necesidad de autorrealizarse y lograr una carrera profesional	Necesidad de ayudar a los demás
 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>

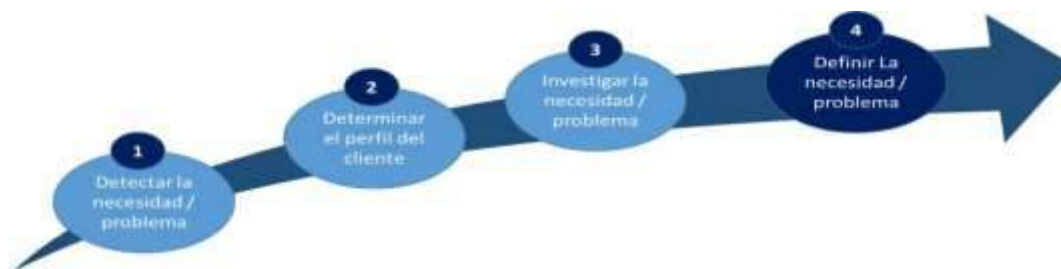
Necesidades superfluas. Llamadas también necesidades suntuarias se orientan a generar e incrementar la vanidad por el lujo. Éstas varían en función de la situación económica y la clase social a la que pertenecen. Ejemplo: la necesidad de trasladarse en coche privado de lujo, la necesidad de proyectar una imagen de suntuosidad y riqueza (utilizando vajillas con aplicaciones de oro, reloj con aplicaciones de piedras preciosas, etc.)

Necesidad de vanidad de tener joyas	Necesidad de vanidad por tener prendas de vestir a la moda	Necesidad de vanidad por un auto de lujo
 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>	 <p>Imagen: Internet</p>

5. ¿Cuál es el proceso para identificar las necesidades de una persona o un grupo de personas?

En la identificación de necesidades y problemas debemos observar al grupo de personas, detectar, investigar y definir las necesidades o problemas que tienen. La

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



¿Cómo detectar necesidades en los clientes?

Consiste en estar atentos y describir 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.

Primero debemos observar el entorno donde está la persona, describir la situación en la que se encuentra, las tareas diarias que realiza; asimismo, cuestionar los productos que utiliza, las actividades que realiza y los servicios que toma.

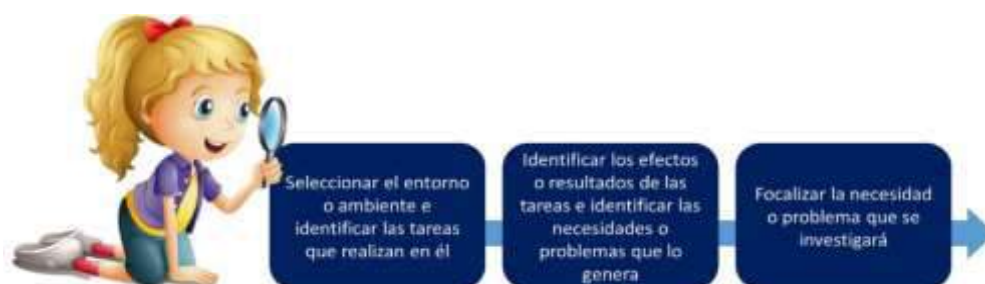


Imagen: Internet

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 el lugar del cliente (ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente – empáticamente), 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 donde se produce el problema o 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 de la necesidad o problema. Este proceso consiste en definir de forma clara el problema o necesidad que se pretende solucionar.

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

Las personas se desenvuelven durante su vida diaria en diferentes contextos o situaciones (sociales, culturales y naturales) y en ambientes (oficinas, aulas 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.

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

Ejemplo de Matriz de observación de contextos y actividades para detectar necesidades o problemas en la comunidad de Urpay.

Contexto a observar	Actividades que observas en el contexto seleccionado	Resultados o efectos que tienen las actividades	Necesidad o problema definido
Las personas de las comunidades de Urpay vienen siendo afectadas por la pandemia COVID-19, lo que genera muchos casos de personas contagiadas y muchas muertes. La vacuna no llega a las comunidades y no presta garantía de que funcione luego de que se vacunen.	Muchas personas usan tapabocas para evitar contagiarse	Usan tapabocas que no necesariamente les protegen del virus. Los buenos tapabocas tienen un costo alto.	Estas personas requieren buenos tapabocas y que sean baratos, así evitarán contagiarse y no afectarán su economía.
	Las personas consumen alimentos para estar sanos: carnes rojas, pollo, verduras, papa, etc.	Consumen alimentos sin conocer sus nutrientes y beneficios. Venden las principales proteínas que tienen al alcance: huevo, leche y carne de cuy y gallina para comprar arroz, fideos, etc. Consumen comida chatarra.	Necesitan tener una buena nutrición en base a los productos locales como la carne de cuy, hortalizas y otros. Requieren información sobre una buena alimentación. Requieren tener al alcance proteínas baratas y criadas orgánicamente: ejemplo, el cuy criado en

		En general en las ciudades desconocen los nutrientes de la carne de cuy.	las comunidades.
	Comparten los productos agrícolas entre las familias.	Tienen al alcance productos agrícolas para consumir, pero estos se basan en su mayoría en carbohidratos: papa, maíz, trigo, etc.	Falta variedad de alimentos e inclusión de nuevos productos a la dieta familiar.

c. Focalizamos la necesidad que solucionaremos.

En cada entorno donde interactúan las personas se realizan múltiples actividades y, por lo tanto, esto generará 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 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 "SI" o un "NO". La diferencia entre la cantidad de respuestas "SI" y la cantidad de respuestas No" ($X \text{ "SI"} - Y \text{ "No"} = Z$) 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 ($4 \text{ "SI"} - 1 \text{ "NO"} = 3$) y si el resultado es un número negativo entonces la necesidad no es factible de solución ($2 \text{ "SI"} - 3 \text{ "NO"} = -1$). El resultado mayor positivo es el que tiene mayor probabilidad de solución, en el caso que dos o más necesidades o problemas identificados obtienen diferencias iguales se somete a la técnica del micro filtro.

Las preguntas de la técnica macro filtro (estas se han formulado considerando los criterios de focalización) que permiten evaluar la factibilidad de solución 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?

TÉCNICA DEL MACROFILTRO						
Necesidades o problemas Identificados Preguntas orientadoras	Estas personas requieren buenos tapabocas y que sean baratos, así evitarán contagiarse y no afectarán su economía.		Tener una buena nutrición en base a los productos locales como la carne de cuy, hortalizas y otros. Requieren tener al alcance proteínas baratas y criadas orgánicamente: ejemplo, el cuy criado en las comunidades.		Falta variedad de alimentos e inclusión de nuevos productos a la dieta familiar: tomate, leche, harinas, frutas tropicales.	
	Si	No	Si	No	Si	No
¿La necesidad o problema identificado afecta a un segmento de la población?	X		X		X	
¿La población afectada esté dispuesta otorgar a pagar por la satisfacción de la necesidad o la solución del problema?	X		X			X
¿La empresa /familia cuenta con recursos elaborar el producto solución a la necesidad?		X	X			X
¿La empresa cuenta con los conocimientos para elaborar el producto?		X	X			X
¿El entorno presenta las condiciones y los recursos necesarios para elaboración y comercialización del producto solución?	X		X		X	
Totales	3	2	5	0	4	3
Diferencia +/-	1		5		-1	

Al observar los resultados de la matriz encontramos tres necesidades que tienen resultados positivos, 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	Las personas observadas necesitan tener una buena nutrición en base a los productos locales como la carne de cuy, hortalizas y otros para protegerse y / o recuperarse luego de haber padecido el COVID-19. Requieren tener al alcance proteínas baratas y criadas orgánicamente: ejemplo, el cuy criado en las comunidades.
--	--

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder)



HOJA DE ACTIVIDADES N° 5



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión definiremos el perfil del cliente para la necesidad identificada. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación. Recuerda que además de este material escrito, tendrás la guía de tu profesor(a) de Educación para el Trabajo, videos y el apoyo de tus familiares.

Propósito de aprendizaje

Aplicamos técnicas para determinar el perfil del cliente.

Producto**(Evidencia de aprendizaje)**

- Elabora el perfil del cliente para la necesidad identificada la semana anterior
- Ficha de observación de un producto (Venta de cuy producido en la comunidad)

Hoja de Actividad N° 4

Hoja de Actividad N° 5.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?

Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. ***“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.***

HOJA DE ACTIVIDADES N° 5

Empezaremos revisando las actividades que debes realizar, para ello, primero tienes que leerlas muy bien, luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar estas actividades. Busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Luego de aplicar al menos tres entrevistas realiza una ficha de síntesis.

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

Datos demográficos:

-
-
-
-
-

Datos geográficos.

-
-
-
-
-

Datos psicográficos.

-
-
-
-

Datos de comportamiento

-
-
-

Actividad N° 2: Selecciona un producto de venta de cuy (vivo o pelado) que se encuentra en el mercado obsérvalo utilizando la ficha de observación. Utiliza el ejemplo del tapabocas de la última página.

HOJA DE INFORMACIÓN N° 5

¿Has leído con atención las actividades? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizar esas actividades.



Imagen: Internet

Para iniciar la sesión, sugiero que podamos recordar un poco sobre las técnicas para investigar la necesidad o problema:

<p>PASO 1: Detectar la necesidad o problema. Observar las actividades que realizan las personas en su vida diaria y los productos que utiliza y consume. ¿Podemos solucionarlo? ¿Podemos mejorarlos? ¿Podemos reemplazarlos? Ejemplo. Las personas podrían alimentarse mejor y tener un sistema inmunológico fuerte a través del consumo de carne de cuy criado en sus casas. Las personas de las ciudades o vecinos que no crían cuyes podrían comprarnos cuyes para consumir.</p>	<p>Para detectar la necesidad, primero hemos aplicado la matriz de observación y la técnica de macro filtro ¿Lo recuerdas? Observando las actividades que hacen un grupo de personas nos dimos cuenta de que en este contexto de la pandemia las personas y familias necesitan tener una buena nutrición en base a productos locales como la carne de cuy que ha sido criada orgánicamente.</p>
<p>PASO 2: Definir 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 nuestro proyecto de emprendimiento.</p>	<p>¿Qué características tendrán las personas que necesitan consumir carne de cuy criado de manera orgánica? ¿Dónde vivirán? ¿Qué edades tienen? ¿En qué momentos compran más cuyes?</p>
<p>PASO 3: Investigar a profundidad la necesidad. Este proceso consiste en analizar profundamente las necesidades o problemas detectados poniéndose el lugar del cliente (ver, sentir y experimentar con los sentidos del cliente – empáticamente).</p>	<p>Queremos saber: ¿Cómo piensa, siente y ve nuestro cliente identificado? Para saberlo, sugiero que puedas hacer un mapa de empatía.</p>
<p>Paso 4: Definir con claridad la necesidad o problema que pretendemos atender o solucionar.</p>	

1.- ¿Qué entendemos por perfil del cliente?

Se refiere a la descripción de las **características comunes** que tienen un grupo personas (usuarios) que tiene la necesidades o problemas que hemos detectado en la sesión anterior:

- Estilo de vida
- Ingreso económico
- Lugar donde viven (residen)
- Edad, sexo, etc.

El perfil del cliente nos permite:

- **Conocer a los clientes** a quienes les venderemos nuestros productos. **Ejemplo:** A los clientes a quienes les venderemos nuestros cuyes criados de manera orgánica.
- Diseñar o crear productos y servicios **específicos** que atienden a la demanda de un grupo de clientes.
- Satisfacer las necesidades, intereses y expectativas específicas de nuestros clientes. **Ejemplo:** Los clientes quieren comer platos con cuyes crocantes y acompañados de papas nativas.
- Nos permitirá diseñar una estrategia de venta de acuerdo a las características definidas de los clientes. **Ejemplo:** Si mi cliente vive en Cusco tengo que pensar ¿cómo le enviaré o venderé? Puedo enviar por encomienda o delivery el cuy ya sacrificado y bien pelado y sin cabeza.

Foto de cuyes para venta en línea	Foto de cómo les gusta comprar a estos clientes. Cuy en trozos y sin cabeza
 <p>Venta online</p> <p>Cuyes pelados</p> <p>Whatsapp: 949873104</p> <p>23 soles X unid.</p> <p>Puntos de distribución: Urpay, Huera, AntishuayGilas, Orpesa, Saylla, San Jerónimo, San Sebastián, Wanchaq y Cuzco.</p>	 <p>Asociación Jivak Obispo CCAHO</p>

Imagen: Internet

Imagen: Internet

2.- Proceso para elaborar el perfil del cliente

Determinar el segmento de clientes que pueden comprar cuy criado de manera orgánica en las comunidades campesinas de Urpay.

Algunos criterios para determinar el segmento y perfil del cliente:

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
Psicográficos	Permite agrupar a los clientes en función de su estilo de vida. Es un tipo de criterio muy útil para aquellos productos o servicios que están muy orientados a cubrir necesidades referentes al ocio y el tiempo libre, gusto por la naturaleza, sus aficiones e intereses, la moda, etc.	Gustos. Aficiones. Actividades Hobbies Intereses
Comportamiento	Permite agrupar a los clientes en función al comportamiento que tiene el cliente 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

¿Qué es un segmento de clientes?

Población cusqueña	Familias cusqueñas que consumen cuyes	Familias cusqueñas que están dispuestas a pagar un buen precio por cuyes orgánicos producido en las comunidades
		

Imagen: Internet

3.- La entrevista como técnica para definir el perfil del cliente

¿Qué es la entrevista?

Es una conversación que se mantiene con una persona o un grupo de personas a partir de una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador. Las entrevistas son una técnica para recoger información para elaborar el perfil del cliente. Puede haber entrevistas estructuradas o semiestructuradas. Las estructuradas se realizan a partir de un conjunto de preguntas previamente definidas. Las semiestructuradas se realizan con una guía de preguntas y el entrevistador puede añadir más preguntas durante la entrevista.

¿Cómo formular las preguntas para determinar el perfil de los clientes?

Criterio	Variable	Pregunta
Demográfico	Edad Nivel educativo Profesión Ocupación Ingreso económico	¿Qué edad tiene? ¿Qué grado de instrucción tiene? ¿Actualmente a qué se dedica? ¿Cuánto es su ingreso económico mensual?
Geográfico	País Región Ciudad Zona rural / urbana Clima Costumbres y particularidades culturales	¿Cuál es su lugar de nacimiento? ¿En qué zona vive actualmente? ¿Cuál es el clima de su localidad? ¿Cuáles son las costumbres culturales más reconocidas en tu localidad?
Psicográficos	Gustos Aficiones Actividades Hobbies Intereses	¿Cómo les gusta comprar cuyes? ¿Cocinados? ¿Pelados? ¿Con o sin cabeza? ¿Ud. ¿viaja a las comunidades? ¿Compra cuyes allí? ¿Ha consumido alguna vez? ¿Qué realiza en sus tiempos libres? ¿Participa en ferias y fiestas gastronómicas?

Comportamiento	Sensibilidad al precio Los beneficios que le ofrece la marca Cómo y cuándo utiliza el producto Comportamiento de compra Frecuencia de uso del producto o servicio	¿En qué presentación le gusta comprar los cuyes? ¿Cuánto está dispuesto a pagar? ¿Le interesa saber cómo y dónde han sido criados los cuyes? ¿En qué ocasiones Ud. compra cuyes? ¿Cómo paga por la compra? ¿Cómo prefiere pagar? ¿Cada cuánto tiempo compra cuyes?
----------------	---	--

¿Cómo aplicamos la entrevista?

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, quienes deben tener la característica de ser clientes ideales. A ellos debe realizarles la entrevista.

Lista de personas a entrevistar:

- Comenzar la entrevista sobre un tema improvisado y ameno para generar una atmósfera de confianza.
- Formular las preguntas de manera clara y sencilla sin sugerir respuestas.
- Ser amable, escucharlos 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.



Finalmente procesamos la información y describimos el perfil del cliente

- Organizamos y sintetizamos toda la información recogida en las entrevistas en una "Ficha de síntesis de la información recogida para elaborar el perfil". Aquí un ejemplo. Estoy seguro que tú encontrarás otra información.

FICHA SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA PARA ELABORAR PERFIL DEL COMPRADOR DE TAPA BOCAS PARA EVITAR CONTAGIARSE DEL COVID 19

Datos demográficos:

- Sexo: masculino y femenino
- Edad: 30 a 50 años
- Nivel educativo: Educación superior
- Ocupación: Docentes
- Nivel de ingresos: entre 1800 a 2100

Datos geográficos.

- Región donde vive: Ayacucho
- Clima: semi seco- frígido.
- Costumbres significativas: carnavales, semana santa, navidad, fiestas patrias

Datos psicográficos.

- Gustos: gustan los tapabocas bordados con imágenes, tapa bocas bordados con filtros
- Aficiones: los varones tienen por afición el fútbol, canto y las damas tienen por afición realizar labores confección y tejido de prendas
- Actividades en su tiempo libres: las damas en su tiempo libre realizan tejidos y los varones se dedican a tocar guitarra
- Actividades en el trabajo: preparación de clase, acompañamiento a los estudiantes, dictar clase, trabajo de campo/ taller

Datos de comportamiento

- Sensibilidad al precio: están pagando por un tapa bocas quirúrgico entre 5 a 10 soles y por un tapa bocas bordado con filtro entre 10 a 15 soles
- Cómo y cuándo utiliza el producto: para cubrirse la boca y la nariz, en algunos casos de manera permanente en otros cuando sale de casa o tienen visitas
- Frecuencia de uso del producto: adquieren el los tapa bocas semanalmente

Finalmente redactamos el perfil del cliente:

Perfil del cliente que compraría cuy orgánico producido en las comunidades

"El comprador de cuy orgánico para tener una buena nutrición y protegerse del COVID 19 en el Cusco, tiene una edad entre 30 y 50 años, la gran mayoría es ama de casa y cuenta con educación superior y son docentes de Educación Secundaria, también los turistas visitantes

.....

.....

.....

¡Vamos, complétalo!

4.- Ahora utilizaremos la técnica de la observación para investigar la necesidad del cliente

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 en los más usados tenemos:

- Cuaderno de campo o de notas, se utiliza para tomar nota escrita o gráfica (dibujos) de lo que se observa en el objeto de estudio en el momento de aplicar la técnica.
- 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 solución o productos similares que oferta la competencia o las soluciones que viene realizando el usuario a las necesidades o problemas que enfrenta debe considerar:

- La observación de la forma que tiene el producto, responde a la pregunta: ¿Qué forma tiene? A este proceso se le denomina análisis morfológico.
- La observación de la estructura que tiene el producto, responde a la pregunta: ¿Qué estructura tiene? Permite identificar los elementos o partes que conforman el producto observado y las relaciones que tienen entre sí. A este proceso se le denomina también análisis estructural.
- La observación de la función que cumple producto en la solución de la necesidad o problema, responde a las preguntas: ¿Para qué sirve? ¿Cuál es la función que cumple? A este proceso se le denomina también análisis funcional.
- La observación de cómo se utiliza o funciona el producto, responde a la pregunta: ¿Cómo funciona? A este proceso se le conoce también análisis de funcionamiento.
- La observación de cómo se elabora, realiza, construye o fabrica el producto, qué insumos o materiales se emplea, qué máquinas y herramientas se utiliza, responde a las preguntas: ¿Cómo se fabrica? ¿Qué materiales e insumos se utiliza? ¿Qué máquinas, herramientas y software utilizan para su fabricación?, etc. a este proceso se le denomina también análisis tecnológico.
- La observación del precio de venta del producto, responde a la pregunta: ¿Cuál es el precio del producto? A este proceso se le denomina también análisis de precio.
- La observación del impacto en el ambiente que genera el producto, responde a la pregunta: ¿Cuál es el impacto ambiental? A este proceso se le denomina también análisis ambiental.

Ejemplo de ficha de observación sobre el producto tapabocas. Ahora te toca observar ¿cómo venden los cuyes en tu comunidad o feria distrital?

Ficha de observación

Producto observado:



Imagen: Internet

Pregunta orientadora	Descripción
¿Qué forma tiene?	Tiene forma antropométrica. Cubre la nariz y boca de acuerdo a la forma del rostro de la persona
¿Qué estructura tiene?	Está compuesto dos capas de tela una externa que tiene imágenes y una interna de color blanco Está compuesta de dos piezas que se unen por la parte central Tiene sujetadores de orejas de elástico
¿Para qué sirve?, ¿Cuál es la función que cumple?	Para cubrir la nariz y boca totalmente
¿Cómo funciona?	Se sujeta al rostro por dos sujetadores de orejas El aire se filtra por la telas
¿Cómo se fabrica?, ¿Qué materiales e insumos se utiliza?, ¿Qué máquinas, herramientas y software utilizan para su fabricación?	De manera artesanal No tiene pruebas de calidad o certificado de registro sanitario Tela con diseños de la propia tela (estampados). Elástico delgado Se confecciona con máquinas de costura recta
¿Cuál es el precio del producto?	Entre 35 a 50 soles
¿Cuál es el impacto ambiental?	Contamina el ambiente porque son desechables



Imagen: Internet

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

¿Qué es el portafolio?

Conjunto de evidencias del proceso de adquisición y en los resultados del aprendizaje.



Muy bien, ya concluiste la primera unidad y ahora pasamos a la segunda unidad y desarrollaremos las competencias y capacidades del área 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 meta 	<p>Diseña propuestas técnicas de alternativas de solución de la crianza y producción de cuyes a través de prototipos, y valida con posibles usuarios incorporando sugerencias de mejora. Determina la propuesta de valor en función a sus implicancias éticas, sociales, ambientales y económicas.</p> <p>Determina los recursos que se requiere para elaborar una propuesta de valor sobre la crianza familiar de cuyes: Costos de producción</p>

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

Actividades de aprendizaje	Principales evidencias	Duración
1. Analizamos y seleccionamos el producto solución a las necesidades o problemas que pueden solucionarse o satisfacerse con la crianza de cuyes en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de conceptualización del producto solución 	1 semana
2. Elaboramos la técnica SCAMPER para analizar el producto solución	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de la aplicación de la técnica del SCAMPER 	1 semana
3. Identificamos las tareas en un diagrama de operaciones (DOP) y procesos para la crianza familiar de cuyes	<ul style="list-style-type: none"> • DOP para el establecimiento del módulo o la granja familiar de cuyes. 	1 semana
4. Realizamos los cálculos de costos de producción en la crianza de cuyes y su comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha con los costos de producción de un cuy de 1 kilo 	1 semana

Encontrarás en este cuadernillo de trabajo las sesiones de las actividades 1, 2 y 3. La actividad 4 será trabajada en el próximo cuadernillo, no lo olvides.

HOJA DE ORIENTACIONES N° 6



Imagen: Internet

¡Hola! Llegamos a la segunda unidad. En esta unidad diseñaremos la solución al problema y planificaremos la producción. En esta sesión 6 aprenderemos a conceptualizar o poner en papel la solución al problema o necesidad al problema. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

Propósito de aprendizaje

Analizamos y seleccionamos el producto solución a las necesidades o problemas que pueden solucionarse o satisfacerse con la crianza de cuyes en la comunidad.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

Matriz de conceptualización del producto solución

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividades N° 6.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.**


HOJA DE ACTIVIDADES N° 6

Empezaremos revisando las actividades que debes realizar, para ello, primero tienes que leerlas muy bien, luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar las dos actividades. Busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: En una hoja adicional describe las características del producto solución mostrado en la siguiente imagen.

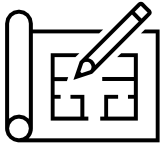
Producto solución	Características	
 <p data-bbox="225 1133 373 1155">Imagen: Internet</p>	Función (análisis funcional)	
	Forma en que brindará la solución (análisis de funcionamiento)	
	Partes o elementos que lo conforman (análisis estructural)	
	Materiales (análisis tecnológico)	
	Accesorios (análisis tecnológico)	
	Forma (análisis morfológico)	
	Color (análisis morfológico)	
	Ornamentación (análisis relacional)	

Actividad N° 2: Ahora debes pensar en tu producto solución y completar el siguiente cuadro.

Componentes	Características	
Marca	Denominación	Nombre
	Logotipo	Dibujo
	Material sobre el que será ubicado	Descripción del material
Envase	Envase primario	Dibujo y descripción
	Envase secundario	Dibujo y descripción
Etiqueta	Etiqueta con logotipo de la marca	Descripción
	Información sobre cocción	Descripción
	Folleto de orientación	Folleto
Valor agregado	Promoción	
	Venta	
	Distribución	

¡Muy bien! Con la información de la necesidad y problema que queremos resolver, y el detalle del perfil del cliente, es decir, las personas que estarían dispuestas a comprar el **cuy**, vamos a diseñar nuestro producto, que es el **bien** que produciremos para satisfacer la necesidad de esos clientes.

A este proceso se le conoce como **la conceptualización del producto solución**.



Este proceso consiste idear el producto que solucionará la necesidad o problema. Se define las funciones, la forma en que solucionará el problema o necesidad, las características físicas y estéticas, los elementos o partes que lo constituirán, los materiales que utilizarán, etc.

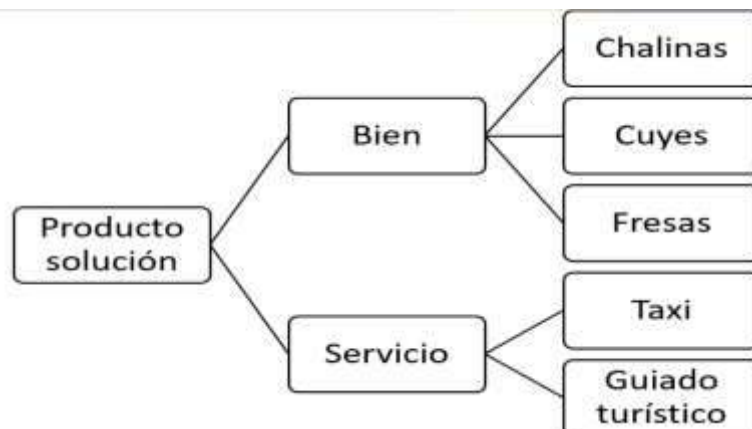
También puedes tener una representación gráfica de la solución. Puedes dibujar un boceto croquis de tu producto solución que puede ser un bien o servicio. Debes escribir las características técnicas que tendrá el **producto solución**.

1. El producto solución

El producto solución es el bien o servicio que satisface la necesidad o soluciona el problema del cliente. Tiene atributos tangibles (**producto físico**) e intangibles (**marca, prestigio, servicios asociados**).

Atributos tangibles (que se pueden ver)	Atributos intangibles (que no se pueden ver, pero son muy importantes)
 <p>Imagen: Internet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producto producido en las comunidades. • Producto que ha sido alimentado con insumos orgánicos. • Marca atractiva y reconocida en el Cusco. "Cuy mágico". • Cuy envasado al vacío que puede durar varias semanas en el refrigerador. • El cuy viene en un envase de material reciclado.

Los productos solución pueden ser bienes o servicios



2. ¿Qué elementos debe tener el producto solución?



Producto básico

Es el objeto que satisface la necesidad funcional del cliente, brinda beneficio esencial que cubre la necesidad básica del consumidor. Si el producto básico no cumple su función esencial entonces no satisface la necesidad o no soluciona el problema que tiene el cliente.

<p>Carcaza de cuy entero</p>  <p>Imagen: Internet</p>	<p>Cuy en trozos</p>  <p>Imagen: Internet</p>
<p>Cuy vivo</p>  <p>Imagen: Internet</p>	<p>Cuy enlatado</p>  <p>Imagen: Internet</p>

La marca

Es la denominación que utiliza para identificar los bienes y servicios que ofrece un vendedor y diferenciarlos de sus competidores. Generalmente la marca suele estar compuesta por dos elementos el nombre y el logotipo.

<p>Queso Andino</p>  <p>Imagen: Internet</p>	<p>Fast cuy</p>  <p>Imagen: Internet</p>
---	--

El envase

Son los envoltorios y recipientes destinados a proteger, conservar y facilitar el transporte de un producto. Estos pueden ser envase primario, envase secundario y embalaje.

Cuy deshuesado envasado al vacío	Cuy en bandejas y en bolsa de plástico
 <p>Imagen: Internet</p>	
Queso en canastas ecológicas	Envase primario de plástico y secundario de madera
 <p>Asociación "Jesus Obispo" CCAIJD</p>	 <p>Imagen: Internet</p>

La etiqueta

Son leyendas u otros elementos descriptivos o gráficos cuya función principal es informar sobre las características del producto, su fecha de caducidad, su modo de uso, advertencias sobre posibles peligros, composición, información nutricional, etc.

Etiqueta de cuy en el supermercado Wong, contiene método de cocción.
 <p>Imagen: Internet</p>

Las etiquetas deben tener algunas características. Existen regulaciones del Estado para el etiquetado.

Etiquetado general	Etiqueta productos cárnicos
<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>

El valor agregado

Es la característica o servicio adicional que se le da producto, para generar mayor valor y hacer más atractivo el producto, estas pueden ser: una característica del producto, un servicio adicional, un producto adicional.

Innovación en mismo producto: Queso clásico VS Queso saborizado	
<p>Imagen: Internet</p>	<p>Imagen: Internet</p>

Valor agregado adicional al producto. Ejemplo referencial:

Producto solución	Venta por Internet y pago en línea	Entrega a domicilio - Delivery	Producto con historia: Puedes saber quién y cómo la produce
Cuy vivo	NO	SI	SI
Cuy sacrificado y pelado con cabeza	NO	SI	SI
Cuy sacrificado pelado y en trozos, sin cabeza	SI	SI	NO
Cuy sacrificado pelado y deshuesado	SI	SI	SI
Croquetas de cuy	SI	SI	NO
Enlatados del cuy	SI	SI	NO

2. Descripción del producto solución - Ejemplo: Mascarillas

Producto solución	Características	
Caretas y mascarillas con accesorios de audio	Función (análisis funcional)	<p>Función principal Proteger a las personas del contagio del COVID-19</p> <p>Función secundaria Facilitar la comunicación oral durante el uso del celular</p>
	Forma en que brindará la solución (análisis de funcionamiento)	Cubre todo el rostro de la persona desde la frente hasta la parte inferior de la barbilla. La careta es la primera barrera que impide que llegue al rostro de la persona las gotículas que emiten las personas al hablar. La mascarilla es la segunda barrera que filtra el aire que ingresa y sale durante la respiración Es una mascarilla reusable y lavable.
	Partes o elementos que lo conforman (análisis estructural)	<p>Careta. Compuesta por soporte y una lámina transparente El soporte es articulable sobre la cual se coloca la lámina transparente.</p> <p>Mascarilla Compuesta por un tapabocas y cuatro 4 tirantes con los cuales se sujeta a la cabeza de la persona. El tapabocas está constituido por tres capas de tela la tela exterior que no absorbe la humedad y filtra las gotículas mayores, la tela intermedia que filtra la entrada y la salida de las gotículas menores a 5 micras y la tela interior que absorbe la humedad y filtra la salida de gotículas mayores.</p> <p>Sistema de audio: Compuesto por un micrófono, parlante pequeño, porta baterías y cables que se adosan a la careta.</p>
	Materiales (análisis tecnológico)	<p>Careta: Soporte de PVC + Lámina de acrílico</p> <p>Mascarilla Capa exterior: Tela de poliéster seda (no absorbe la humedad) Capa intermedia: Tela de algodón no tejida (absorbe la humedad y filtra) Capa interior: Tela de algodón (absorbe la humedad) Tirantes elaborados de la tela poliéster</p>
	Accesorios (análisis tecnológico)	Sistema de audio micrófono pequeño, parlante, porta baterías, cables
	Forma (análisis morfológico)	<p>Caretas Soporte de forma circular que se adapte a la cabeza del usuario Lámina transparente cóncava</p> <p>Mascarilla Tapabocas anatómico de pliegue plano de dos piezas unidos en la parte central Tirantes lineales</p>
	Color (análisis morfológico)	Blanco / negro
	Ornamentación (análisis relacional)	Tela exterior bordado a mano con iconografía local y regional de culturas ancestrales, flora, fauna y/o costumbres tradicionales

Ahora describiremos los componentes de producto solución:

Componentes	Características	
Marca	Denominación	Confecciones Ausangate
	Logotipo	Montaña de siete colores
	Material sobre el que será ubicado	Será ubicado en la etiqueta y en la tapa del envase secundario.
Envase	Envase primario	Bolsa de celofán esterilizada envasado al vacío, una unidad por envase primario.
	Envase secundario	Caja de cartón, contiene tres unidades por cada envase secundario y un folleto de orientaciones para el uso y mantenimiento. La tapa del envase primario lleva impreso la fotografía del producto.
Etiqueta	Etiqueta con logotipo de la marca	Impreso en el costado superior de la careta.
	Talla	Impreso en tela adosado a un costado de la mascarilla.
	Folleto de orientación	Contiene fotografía del producto y descripción de sus características técnicas, orientaciones para el uso correcto, orientaciones para el mantenimiento (lavado y planchado). Impreso en papel couche.
Valor agregado	Promoción	Facebook, WhatsApp, Instagram, página web
	Venta	Venta por Internet.
	Distribución	Entrega a domicilio por delivery

Ahora te pedimos que puedas crear una marca y dibujar un logotipo. PIENSA EN EL PRODUCTO QUE VENDERÁS Y HAZ VOLAR TU IMAGINACIÓN.



Imagen: Internet

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

¿Qué es el portafolio?

Conjunto de evidencias del proceso de adquisición y en los resultados del aprendizaje.



HOJA DE ORIENTACIONES N° 7



Imagen: Internet

¡Hola! Llegamos a semana 10 de trabajo. En esta sesión 7 conoceremos la técnica SCAMPER para analizar el producto solución. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

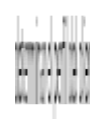
Propósito de aprendizaje

Elaboramos la técnica SCAMPER para analizar el producto solución.

Producto

(Evidencia de aprendizaje)

Matriz de la aplicación de la técnica del SCAMPER sobre los cuyes para venta



Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividades N° 7.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?



Imagen: Internet

¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(a) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. **"En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)".**

HOJA DE ACTIVIDADES N° 7

y/o de tu familia

Empezaremos revisando la actividad que debes realizar, para ello, primero tienes que leerla muy bien, luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar esta actividad. Busca el apoyo de tu profesor(a) y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Utiliza la técnica del SCAMPER para mejorar la presentación del producto solución.

Presentamos el cuy  Imagen: Internet	SUSTITUIR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤
COMBINAR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤	ADAPTAR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤
MODIFICAR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤	PONER ➤ ➤ ➤ ➤ ➤
ELIMINAR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤	REORGANIZAR ➤ ➤ ➤ ➤ ➤

HOJA DE INFORMACIÓN N° 7

¿Has leído con atención la actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para realizarla.



Imagen: Internet



Aplicamos la técnica SCAMPER

INTRODUCCIÓN:



Imagen: Dreamstime

Hay personas que nacen con alto nivel de creatividad; pero esto no significa que cualquier persona no pueda tener ideas creativas.

Entre más se practique el hábito de pensar creativamente, más fácil, agradable y eficaz se hace resolver problemas.

Se es creativo cuando se tiene la capacidad de enfrentar las oportunidades de mejora o algún problema de forma nueva e innovadora, por tanto, se debe fortalecer la capacidad de preguntar, imaginar y adaptar, para poder darse cuenta de que no hay problema sin solución y poder generar nuevas formas, ideas y vías para resolver cualquier dificultad, yendo más allá del razonamiento tradicional.

SCAMPER es una herramienta que permite precisamente esto, activar la creatividad y las habilidades para resolver problemas. En esencia, es una lista de preguntas que capacita y fuerza a pensar y ver de diferentes formas las soluciones a un problema. Su idea central se basa en que todo lo nuevo es una reinención, una modificación de lo que ya existe.

Este método lo creó a mediados del siglo XX Bob Eberle, basado en el "Brainstorming" (lluvia de ideas) de Alex Osborn.

SCAMPER es un acrónimo (un mnemotécnico) en inglés, donde cada una de sus letras referencia a una acción a estudiar ante cualquier desafío:

¿QUE ES LA TÉCNICA SCAMPER?



Imagen: Internet



¿Qué puedo **sustituir**? ¿Qué puedo **combinar**? ¿Qué puedo **adaptar**? ¿Qué puedo **modificar**? ¿Qué puedo **poner** para darle otros usos? ¿Qué puedo **eliminar**? ¿Qué puedo **reorganizar**? Estas son las preguntas que conforman una nueva técnica que aprenderás hoy, llamado SCAMPER. Esta técnica promueve la generación de ideas creativas.

Es una lista de preguntas que estimulan la generación de ideas, fue creado por Bob Eberle. El señor de la foto.




Imagen: Internet


¿DE QUÉ MANERA SE UTILIZA? Su uso es sencillo y se basa en dos pasos:

- o El primer paso es seleccionar el objeto que quieres mejorar o innovar.
- o El segundo paso es aplicar las preguntas "SCAMPER" sobre dicho objeto o producto.

SUSTITUIR: Los emprendedores, siempre están pensando en sustituir algo, una persona, un lugar, ingrediente o artículo, productos o servicios que mejoren la calidad de vida de las personas.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Qué puedo sustituir en el clip?</p> <p><i>Puedo sustituir el metal por el plástico, puedo sustituir el tenerlo de un solo color, al tenerlo en varios colores; pueden servir para identificar mejor los papeles.</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>


COMBINAR: Mucho de los elementos que utilizamos comúnmente son combinaciones de 2 o más cosas existentes.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Con qué podemos combinar el café?</p> <p><i>Puedo combinar el café con chocolate, la cual obtendría un producto llamado "Choco Café". También puedo combinar con la leche, obtendría "Café con Leche".</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

ADAPTAR: o imitar algo que ya existía de otra manera, muchas cosas se han adaptado de la forma que hacen en otros países, en otras partes.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Podemos adaptar la presentación del envase de una bebida?</p> <p><i>Puedo adaptar la presentación del envase de una bebida embotellada o una de lata, una de cartón o vaso de plástico.</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

MODIFICAR: Hacerlo más grande, o que podemos añadir. Ejemplo: Un camión, al inicio se fabricaba autos.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Podemos modificar la fórmula tradicional de las gaseosas azucaradas?</p> <p><i>Puedo modificar la gaseosa azucarada y ofrecer un producto sin azúcar, como por ejemplo las gaseosas "zero" o "light"</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

PONER o DARLE OTROS USOS: Reutilizar latas u otro tipo de reciclajes. Pedazos de lozas para hacer mosaicos. Una silla que su uso normal es para sentarse, a veces se le da otro uso como para cambiar un foco que está en una parte alta.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Podemos poner en otro uso o darles otra utilidad a las motocicletas lineales?</p> <p><i>Puedo poner en otros usos o darles otras utilidades a las motocicletas lineales, como, por ejemplo; transportes de carga.</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

ELIMINAR: Sacar una parte o partes para ahorrar, tiempo, dinero, esfuerzo.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Podemos eliminar el pago personal en algunas compras o servicios?</p> <p><i>Puedo eliminar el pago personal en algunas compras o servicios cuando lo realizo a través del móvil o por medios virtuales como el Internet.</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

REORGANIZAR: o Re-arreglar la forma de hacer las cosas. Poner las cosas en diferente orden, diferente secuencia, al revés. Ejemplo, hay restaurantes que primero se paga después se consume. Llevar los productos hasta el cliente final.

PREGUNTAS/RESPUESTAS	RESULTADOS
<p>¿Podemos reorganizar las ventas de impresoras para una mayor comercialización?</p> <p><i>Puedo reorganizar las ventas de impresoras para obtener más ganancias, enfocándome al negocio de tintas.</i></p>	 <p>Imagen: Internet</p>

A continuación, se incluye una serie de preguntas de ejemplo para cada uno de los verbos de acción, no hay límite para el número o tipo de preguntas, se presenta la siguiente tabla como sugerencia. Todos los verbos se pueden aplicar a todos los elementos, por ejemplo:

VERBO	EJEMPLO DE ACCIÓN	EJEMPLO DE PREGUNTAS
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sustituir ingredientes de una receta tradicional. ✓ Introducir una nueva persona al equipo. ✓ Dejar que un hombre haga el rol femenino y viceversa. ✓ Cambiar de puestos por unos días. 	<p>¿Se puede sustituir o cambiar alguna pieza?</p> <p>¿Se puede sustituir a alguien involucrado?</p> <p>¿Se pueden cambiar las reglas?</p> <p>¿Se pueden utilizar otros ingredientes o materiales?</p> <p>¿Se pueden utilizar otros procesos o procedimientos?</p> <p>¿Se puede cambiar de forma?</p> <p>¿Se puede cambiar el color, rugosidad, el sonido o el olor?</p> <p>¿Qué pasa si se cambia el nombre?</p> <p>¿Se puede sustituir una parte a otro?</p> <p>¿Se puede usar esta idea en un lugar diferente?</p> <p>¿Se pueden cambiar los sentimientos o actitudes hacia el problema definido?</p> <p>¿Otra fuerza?</p> <p>¿Una aproximación diferente?</p> <p>¿Quién más puede ser sustituido?</p> <p>¿Qué más puede ser sustituido?</p>
	Reunir los elementos y recursos para: Complementarlos, enriquecerlos o mezclarlos de formas nuevas e innovadoras, aun sin tener relación aparente.	<p>¿Se pueden combinar propósitos, intenciones?</p> <p>¿Se puede hacer una colección? ¿Una mezcla, una aleación, una agrupación?</p> <p>¿Combinar unidades?</p> <p>¿Qué otros artículos podrían mezclarse con este?</p> <p>¿Cómo podría empaquetarse una combinación?</p> <p>¿Qué se puede combinar para multiplicar los posibles usos?</p> <p>¿Qué materiales podrían combinarse?</p> <p>¿Se pueden combinar atractivos? ¿Qué ideas o piezas se pueden combinar?</p> <p>¿Se pueden combinar o recombinar propósitos partes?</p> <p>¿Se pueden combinar o fusionar con otros objetos?</p> <p>¿Se pueden combinar para maximizar el número de usos?</p> <p>¿Qué materiales se podrían combinar?</p> <p>¿Se pueden combinar diferentes talentos para mejorarlo?</p> <p>¿Qué otros servicios se pueden mezclar con este?</p>
	Alterar, cambiar la función, usar una parte de otro elemento. Pensar paralelamente y utilizar herramientas e ideas en nuevos contextos y situaciones.	<p>¿Para qué más se podría usar?</p> <p>¿Hay nuevas maneras de usarlo tal y como es, tal y como está?</p> <p>¿Otros usos si se logran al modificarlo?</p> <p>¿Qué más se podría hacer a partir de esto?</p> <p>¿Otras extensiones?</p> <p>¿Otros mercados?</p> <p>¿Otros precios?</p>


APLICAMOS LA TÉCNICA SCAMPER PARA ANALIZAR EL PRODUCTO SOLUCIÓN



	<p>Analizar a los puntos de vista macro y micro de la situación.</p> <p>Empezar a pensar a partir de una posición diferente.</p> <p>Mirar la cuestión con otros ojos.</p> <p>Aumentar o reducir la escala, cambiar de forma, modificar los atributos (por ejemplo, el color).</p>	<p>¿Qué puede magnificarse, ampliarse, o extenderse?</p> <p>¿Qué se puede exagerar? ¿Qué se puede sobredimensionar?</p> <p>¿Se puede añadir algo? ¿Más tiempo? ¿Más fuerte?</p> <p>¿Más alto? ¿Más largo?</p> <p>¿Qué tal con más frecuencia?</p> <p>¿Características adicionales? ¿Qué puede dar valor añadido?</p> <p>¿Se puede duplicar?</p> <p>¿Cómo se podría llevar a un extremo absoluto?</p> <p>¿Cómo se puede alterar para mejorarlo? ¿Se puede modificar?</p> <p>¿Hay alguna peculiaridad?</p> <p>¿Cambiar el significado, el color, el movimiento, el sonido, el olor, la forma, la medida? ¿Cambiarle el nombre?</p> <p>¿Qué cambios se pueden hacer en los planes? ¿En el proceso? ¿En el marketing?</p> <p>¿Qué otra forma podría tomar esto?</p> <p>¿Qué otro embalaje? ¿Podría combinarse el embalaje con la forma? ¿Otros cambios?</p>
	<p>Romper las reglas, replantear el uso y la aplicación que un objeto puede tener.</p> <p>Una botella puede ser un florero</p> <p>Un avión puede ser un original restaurante.</p> <p>Cambiar la aplicación, usarla para fines distintos.</p>	<p>¿Para qué más se podría usar?</p> <p>¿Hay nuevas maneras de usarlo tal y como es, tal y como está?</p> <p>¿Otros usos si se logran al modificarlo?</p> <p>¿Qué más se podría hacer a partir de esto?</p> <p>¿Otras extensiones?</p> <p>¿Otros mercados?</p> <p>¿Otros precios?</p>
	<p>Destilar, extraer la esencia.</p> <p>Quitar todo lo que no es pertinente o necesario.</p> <p>Eliminar, apagar, enmudecer. Deja sólo lo que realmente cuenta.</p> <p>Eliminar los elementos, simplificarlos, reducirlos a su funcionalidad básica</p>	<p>¿Qué pasaría si fuese más pequeño?</p> <p>¿Qué habría que omitir?</p> <p>¿Lo tendría que dividir? ¿Se puede trocear?</p> <p>¿Reducir? ¿Hacer más eficiente?</p> <p>¿Se podrá hacer en miniatura?</p> <p>¿Se puede condensar?</p> <p>¿Se puede compactar?</p> <p>¿Se le puede restar algo? ¿Se le puede eliminar algo?</p> <p>¿Se pueden eliminar las reglas?</p> <p>¿Qué hay que no sea necesario?</p> <p>¿Qué nos revelaría un diagrama del proceso?</p>
	<p>Invertir elementos</p> <p>Cambiar de lugar</p> <p>Cambiar horarios de trabajo</p> <p>Hacer cosas que no se esperan hacer</p>	<p>¿Qué otras organizaciones podrían ser mejores?</p> <p>¿Intercambiar componentes? ¿Un modelo diferente?</p> <p>¿Una distribución diferente?</p> <p>¿Otra secuencia? ¿Cambiar el orden?</p> <p>¿Transponer causa y efecto?</p> <p>¿Cambiar la velocidad? ¿El ritmo?</p> <p>¿Cambiar la planificación?</p>

	<p>Ensamblar en orden inverso un objeto Realizar al inverso un proceso</p>	<p>¿Puede transponerse positivo y negativo? ¿Cuáles son los opuestos? ¿Cuáles son los negativos? ¿Se puede girar? ¿Se le puede dar la vuelta? ¿Lo de arriba en vez de lo de abajo? ¿Lo de abajo en vez de lo de arriba? ¿Considerarlo retrospectivamente? ¿Invertir los papeles? ¿Hacer lo que no se espera? ¿Qué elementos pueden adquirir una forma totalmente distinta?</p>
--	--	--

Ejemplo: cómo mejorar un galpón de cuyes utilizando la técnica del SCAMPER

<p>GALPÓN DE CUYES</p>  <p>Imagen: Internet</p>	<p>SUSTITUIR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sustituir el ambiente donde se cría los cuyes de manera libre a espacios recortados y divididos. ✓ Sustituir el abobe por madera o mallas para separar los espacios donde estarán los animales. ✓ Sustituir el techo con calaminas adecuadas para mejorar la temperatura en tiempos de helada
<p>COMBINAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Combinar adobe, madera y mallar para la construcción de los galpones. ✓ Combinar en el techo calaminar normales con la de plástico para mantener la temperatura. 	<p>ADAPTAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adaptar espacios dentro del galpón para el almacenamiento de los alimentos.
<p>MODIFICAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Modificar los galpones del estar en al suelo para ponerlos en la parte superior para facilitar al cuidador en la limpieza y alimentación de los cuyes. 	<p>PONER</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ De no criar cuyes se puede utilizar estos galpones para la crianza de pollos. ✓ Se puede utilizar como un almacén
<p>ELIMINAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Eliminar el adobe como material de construcción. ✓ Eliminar los galpones en malas condiciones 	<p>REORGANIZAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reorganizar el tamaño de los galpones según característica de los cuyes.

✓ Eliminar criar en el suelo.

✓ Reorganizar la ubicación de los alimentos.

✓ Reorganizar la entrada de los galpones.

RESULTADO:

Pozas de cuyes en galpón



Pozas de cuyes



Imágenes: Internet

Ahora es tu turno de utilizar la técnica del SCAMPER para la venta o presentación del producto o propuesta de valor.



Imagen: Internet

¿De qué otra manera novedosa puedes presentar el cuy al público o usuario identificado?

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalos por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

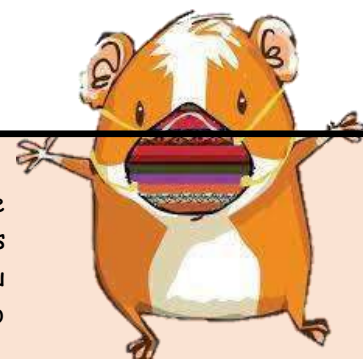


Imagen: Internet

HOJA DE ORIENTACIONES N° 8



Imagen: Internet

¡Hola! En esta sesión 8 conocerás cómo elaborar un Diagrama de Operaciones para producir un bien. Para lograrlo, debes seguir las orientaciones que vienen a continuación.

Propósito de aprendizaje

Identificamos las tareas en un diagrama de operaciones del proceso de la crianza familiar de cuyes.

Producto (Evidencia de aprendizaje)

Gráfico con el diagrama de operaciones del proceso de crianza de cuyes

Encontrarás las orientaciones específicas para la elaboración del producto en la Hoja de Actividades N° 8.

¿Qué debes realizar para alcanzar los propósitos de aprendizaje?**¿Cómo se realizará la evaluación y la retroalimentación?**

Durante el desarrollo de las actividades tu profesor(a) se comunicará contigo mediante teléfono o WhatsApp, para acompañarte en el desarrollo de las actividades. Al finalizar el desarrollo de las actividades, debes enviar (mediante WhatsApp) una foto de los productos que elaboraste, el(la) profesor(a) lo revisará y te devolverá con las observaciones, indicaciones y sugerencias para que puedas mejorar tus resultados de aprendizaje. ***“En caso de tener dudas o necesitas más apoyo comunícate con tu profesor(a), envíale un mensaje o llámalo(a)”.***

HOJA DE ACTIVIDADES N° 8

y/o de tu familia

Empezaremos revisando la actividad que debes realizar, para ello, primero tienes que leerla muy bien, luego, debes leer la información que necesitas para desarrollar esta actividad. Busca el apoyo de tu profesora y/o de tu familia.



Imagen: Internet

Actividad N° 1: Elabora un DOP o Diagrama de Operaciones para el beneficiado (proceso de matar, sacar sus vísceras, etc.) del cuy. Investiga y pregunta los pasos a tus padres y criadores de cuyes.

HOJA DE INFORMACIÓN N° 8

¿Has leído con atención la actividad? Muy bien, ahora debes leer y analizar la información que necesitas para desarrollarla.



Imagen: Internet

Cuando queremos producir un bien o servicio debemos programar la producción paso a paso, conocer con claridad el producto solución para nuestros clientes. para ello debemos responder a algunas preguntas claves:

- ¿Qué se va a fabricar/elaborar?
- ¿Cuánto se va a fabricar/elaborar?
- ¿Cómo se va a elaborar o hacer?

Además de contestar a estas preguntas debe dar una descripción de las características, especificaciones, materiales a emplear, plazos, esquemas; es decir, todo lo necesario para que el producto quede totalmente definido.

1.- El flujograma

Es una herramienta gráfica que te permite visualizar los pasos de un proceso. Son los planos o mapas de un proceso.

Componentes y gráficos principales a ser usados:

- Acciones
- Decisiones
- Inicio y fin

Círculo	Diamante	Cuadrado	Flecha
			
Comienzo y final del proceso	Punto de decisión y dirección del flujo del trabajo según respuestas no y sí	Pasos y actividades	Flujo de influencia/acción

Las claves para elaborar un flujograma son:

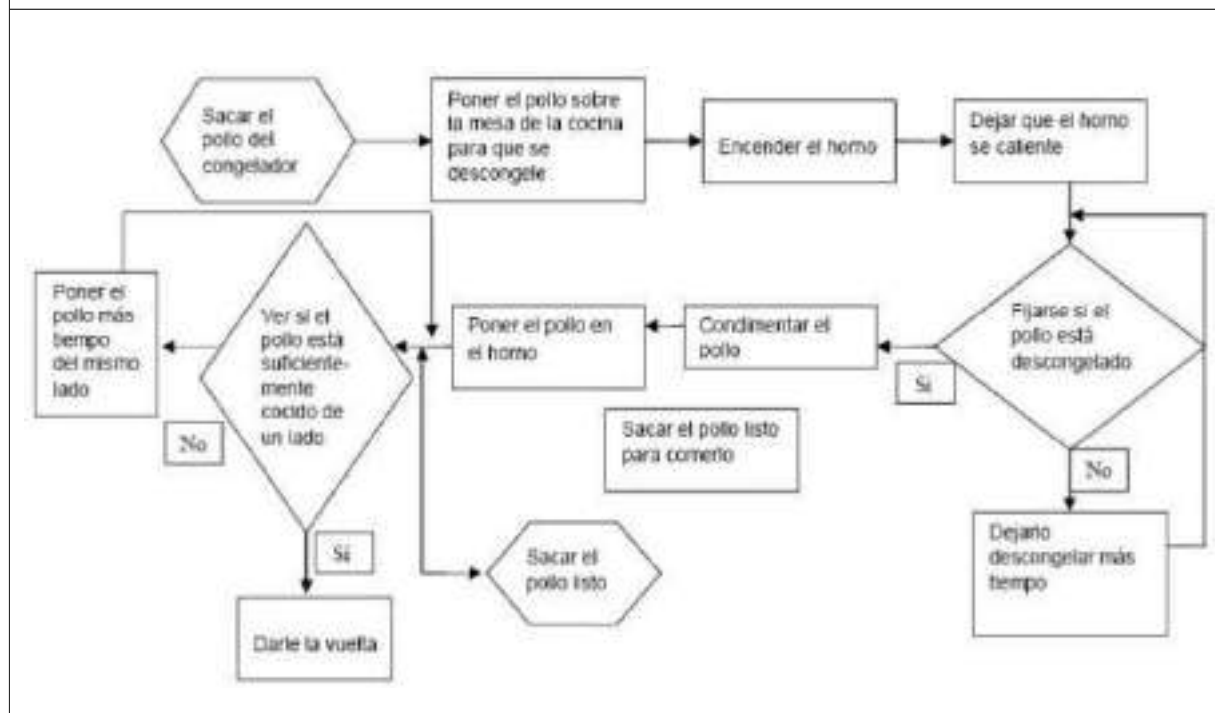
1. Conocer las actividades del proceso y su orden.
2. Utilizar los símbolos convencionales.
3. Imaginación y creatividad.

Existen varios tipos de Flujogramas, entre los que están:

1. De arriba hacia abajo
2. Detallado
3. De despliegue

A continuación, mostraremos el flujograma de cómo se cocina el pollo:

- Fijarse si el pollo está descongelado.
- Sacar el pollo del congelador.
- Dejarlo descongelar por más tiempo.
- Poner el pollo en el horno.
- Darle la vuelta.
- Esperar que el horno se caliente.
- Ver si el pollo está suficientemente cocido de un lado.
- Sacar el pollo del horno listo para comerlo.
- Condimentar el pollo.
- Poner el pollo sobre la mesa de la cocina para que se descongele.
- Encender el horno.
- Poner el pollo más tiempo del mismo lado.

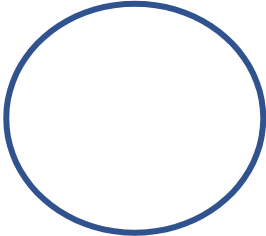



2. Diagrama de Operaciones de Proceso


Al igual que el Flujograma el Diagrama de Operaciones es una representación gráfica simbólica de la elaboración de un producto o servicio que muestra las operaciones e inspecciones que éstas efectúan y las relaciones posteriores cronológicas (es decir el tiempo que toma hacer cada operación), además de los materiales que se utilizan en la ejecución de los mismos. Podríamos decir que es un flujograma más específico y enfocado en las operaciones de una actividad y lo utilizan para evaluar una secuencia de actividades en un emprendimiento o fabricación de un bien para los clientes.

Los objetivos de este tipo de diagrama son los siguientes:

- Proporcionar una imagen clara y concisa de la continuidad de los hechos del proceso.
- Realizar los estudios necesarios de las fases del proceso de manera sistemática.
- Mejorar los lugares disponibles y el buen manejo de los materiales a utilizar, con el propósito de minimizar las demoras, estudiar las operaciones y comprobar las técnicas que evitan el tiempo que no sea productivo.
- Realizar un estudio de las operaciones y las inspecciones que se relacionen entre sí, dentro del mismo proceso.

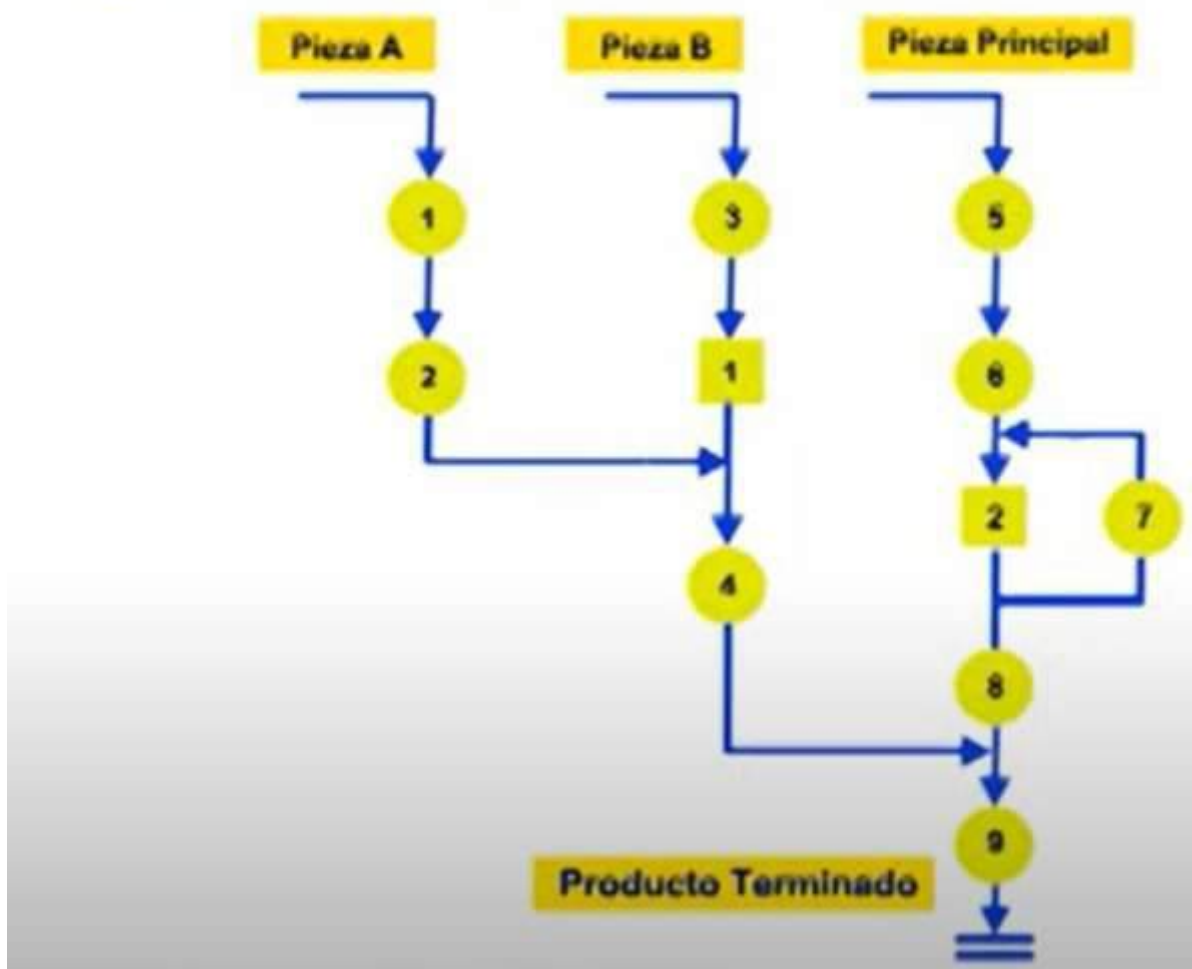
Actividad	Símbolo	Descripción
Operación		<p>Cuando algo cambia, modifica, se añade o se crea.</p> <p>Ejemplo: Limpiar, recolectar cuyes, pintar, pulir, cortar, sacrificar, dar o recibir información.</p>
Inspección		<p>Cuando se verifica que la cantidad, la calidad o ambas. La inspección no contribuye a la obtención del producto terminado solo sirve para comprobar si la operación se efectuó correctamente.</p> <p>Ejemplos: Toma de temperatura, medir, comprobar, ver las dimensiones, la calidad y cantidad, etc.</p>

Adicionalmente se utilizan línea verticales y horizontales

Línea vertical	Línea horizontal – Ingreso de materiales
Las líneas verticales indican el flujo general del proceso a medida que se realiza el trabajo.	Las líneas horizontales que alimentan a las líneas de flujo vertical indican materiales, ya sea comprados o elaborados durante el proceso.
	

Ejemplo. También pide un video a tu profesor o profesora.

Diagrama de Operaciones del Proceso DOP



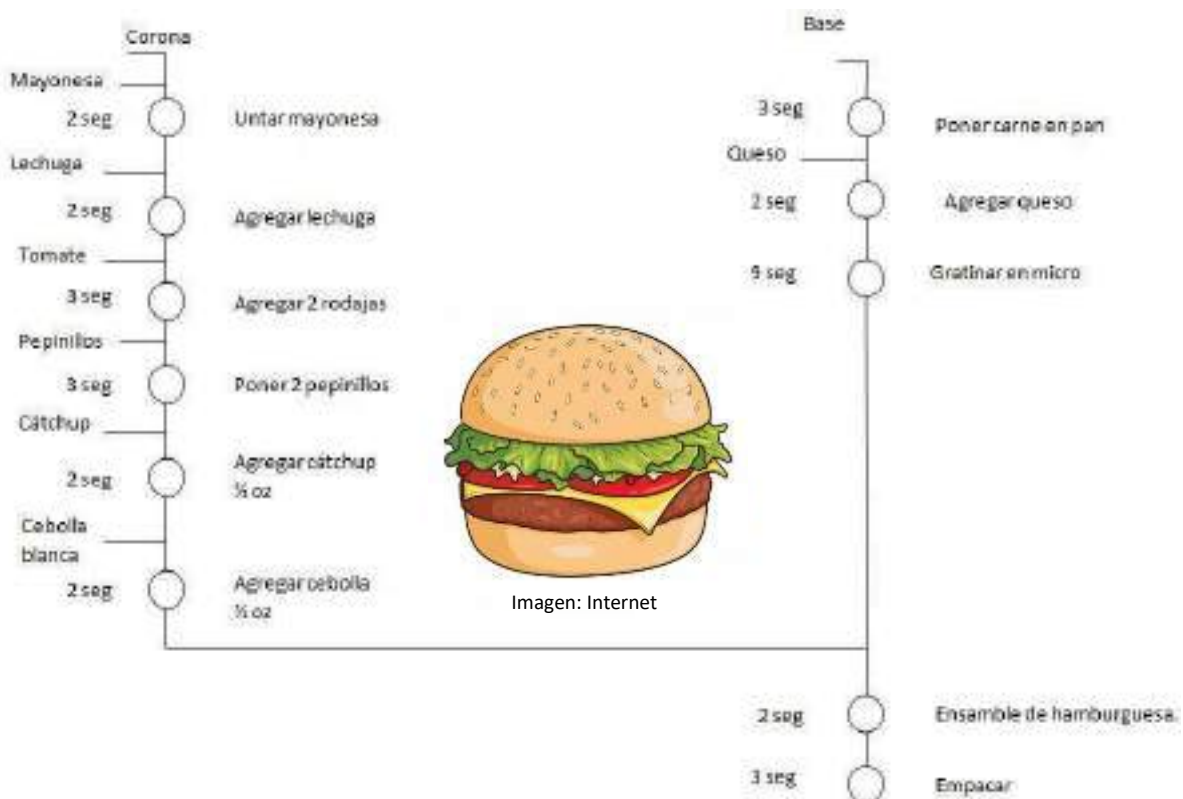
Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=sTKdJgcAb3w>

¿Cómo construimos un Diagrama de Operaciones?

- 1.- Todo lo que sucede a una pieza se representa por símbolos que se situarán en las líneas verticales, mientras que el material que se introduce en el proceso se representa por líneas horizontales, que se unen en los puntos de entrada a las verticales.
- 2.- Inspección que tiene lugar cuando la parte se somete a examen para determinar su conformidad con una norma o estándar.
- 3.- Antes de empezar a construir el diagrama de operaciones, el analista debe identificar con un título escrito en la parte superior de la hoja.

"Las operaciones que merecen ser hechas merecen ser bien hechas" H.B. Maynard y asociados

Ejemplo 1: Diagrama de Operaciones de Procesos para preparar una hamburguesa



En el diagrama anterior ¿Dónde colocarías un cuadrado de inspección?

Ejemplo 2: Diagrama de Operaciones de Procesos en un camal o matadero. A este diagrama le falta respetar los símbolos. ¿Dónde colocarías los círculos de operaciones y los cuadrados de inspecciones?

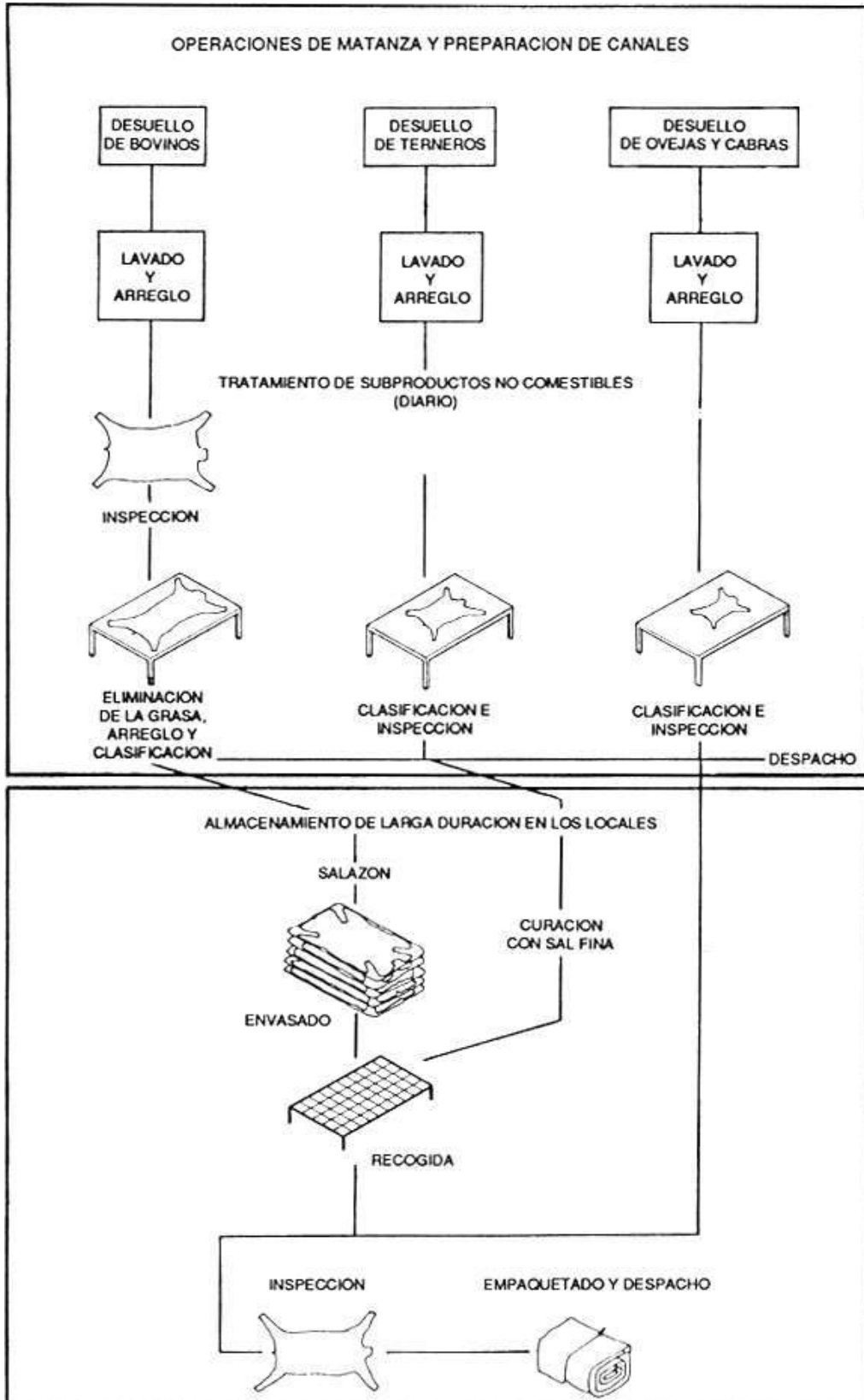
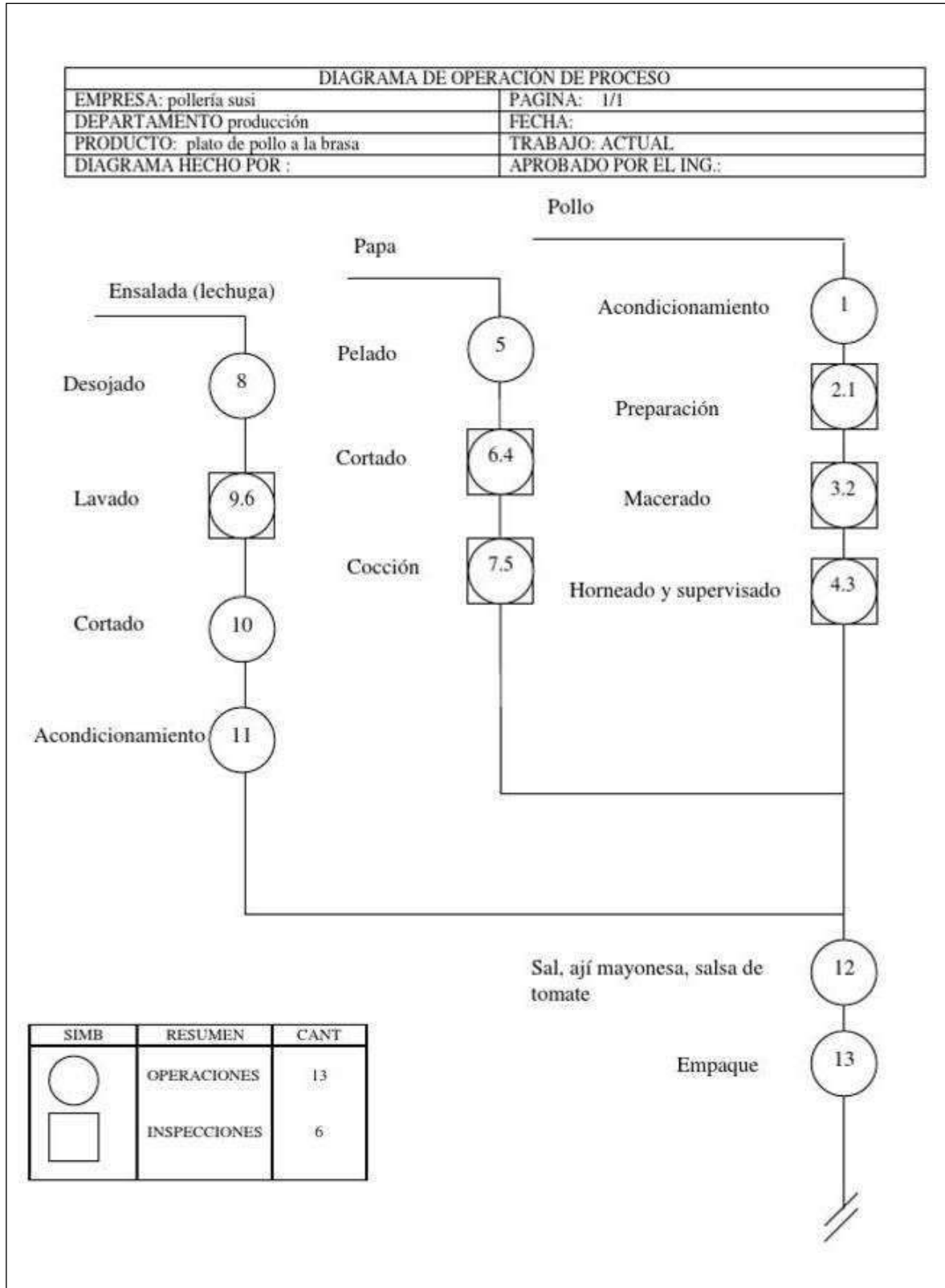


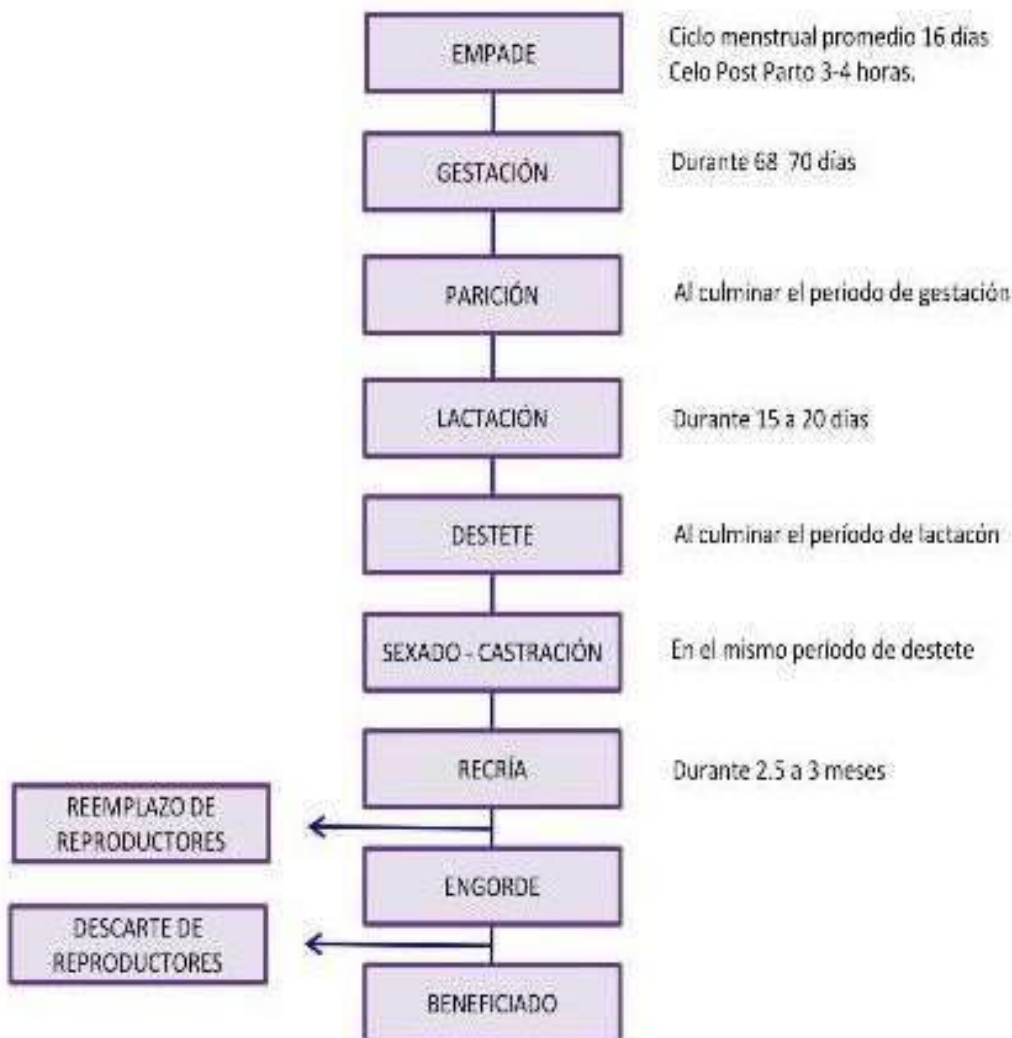
Imagen: Internet

Ejemplo 3: Diagrama completo de cómo preparar un plato de pollo a la brasa. Este ejemplo muestra una ficha completa. Fíjate los datos que contiene en el encabezado. La superposición de un círculo y un cuadrado significa que tanto la operación e inspección se realizan al mismo tiempo.



A continuación, te mostramos un flujograma de producción de cuyes. ¿Le falta algo a este flujograma? ¿Qué le añadirías?

Flujograma de Producción



Ahora es tu turno, elabora un DOP o Diagrama de Operaciones para el beneficiado (proceso de matar, sacar sus viseras, etc.) del cuy. Investiga y pregunta los pasos a tus padres.

Hasta la próxima. ¡Tupananchiskamaña!

No olvides guardar las evidencias de tu aprendizaje. La hoja de actividades desarrollada es la evidencia de tu aprendizaje. Si tienes los medios tecnológicos necesarios envíalas por WhatsApp a tu profesor(a), en caso de no tenerlos archívalas en un tu portafolio personal (fólder).

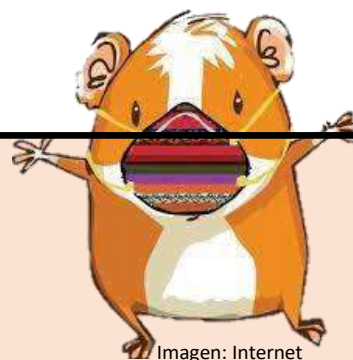


Imagen: Internet

BIBLIOGRAFÍA

FORMAGRO (2020) Guía de Facilitación del Módulo de Extensión: Producción Sostenible de Cuyes para la Agricultura Familiar. Proyecto Formagro - Programa de Formación Agraria y de Apoyo al Emprendimiento Juvenil en el Perú.

Comunidad Andina (2011). Una opción para mejorar la seguridad y conservar la biodiversidad. Agricultura Familiar Agroecológica Campesina en la Comunidad Andina. Perú

IDMA (2016). Experiencias de agricultura sostenible para afrontar los efectos del cambio climático, Perú. Lima: Idma.



Horizontes
Programa de Secundaria Rural