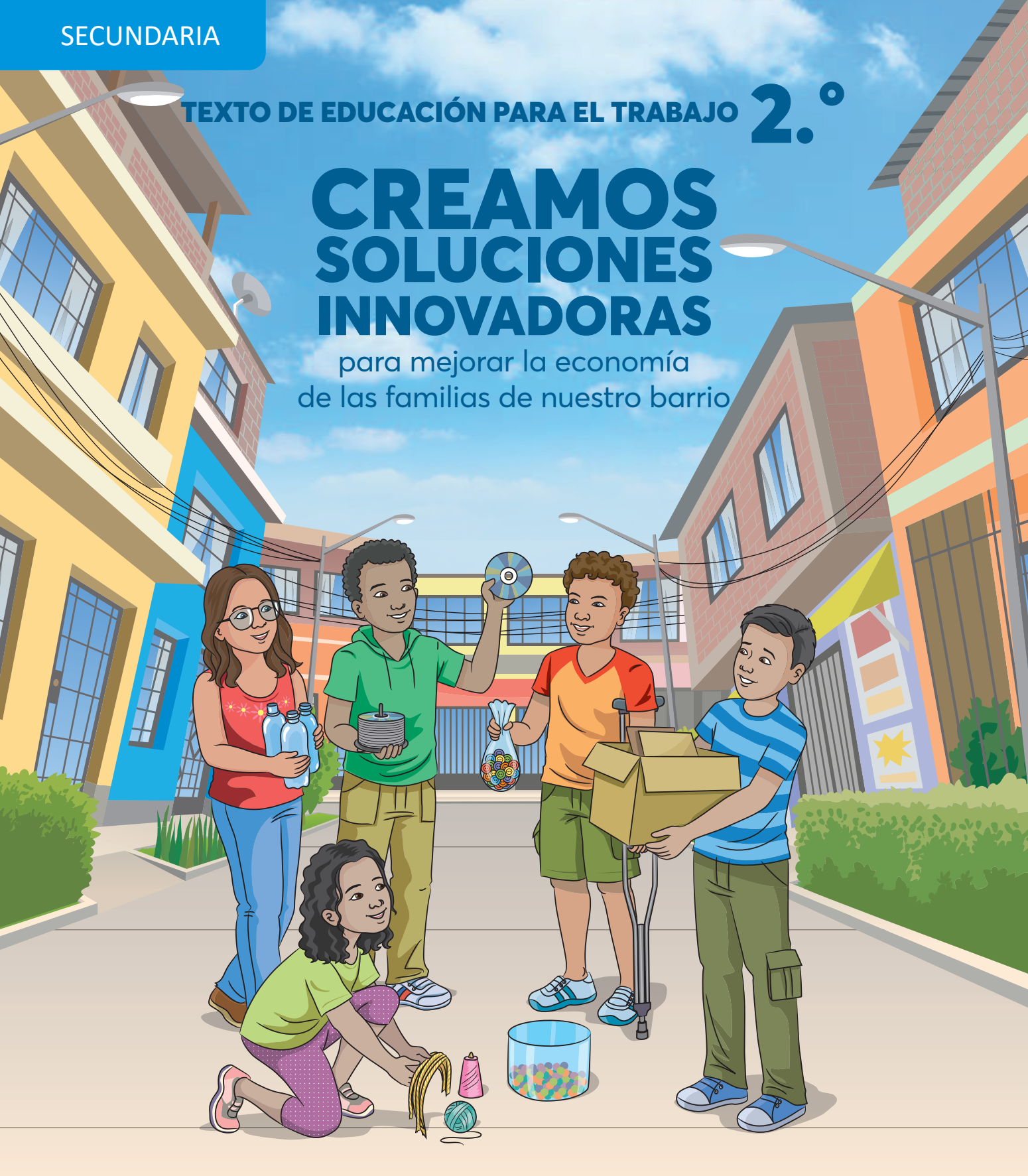
SECUNDARIA

TEXTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO 2.°

CREAMOS SOLUCIONES INNOVADORAS

para mejorar la economía de las familias de nuestro barrio



REPÚBLICA DEL PERÚ

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

El ciudadano que queremos



(*) Este aprendizaje es para aquellos estudiantes que tienen como lengua materna una de las 48 lenguas originarias o lengua de señas, y que aprenden el castellano como segunda lengua.

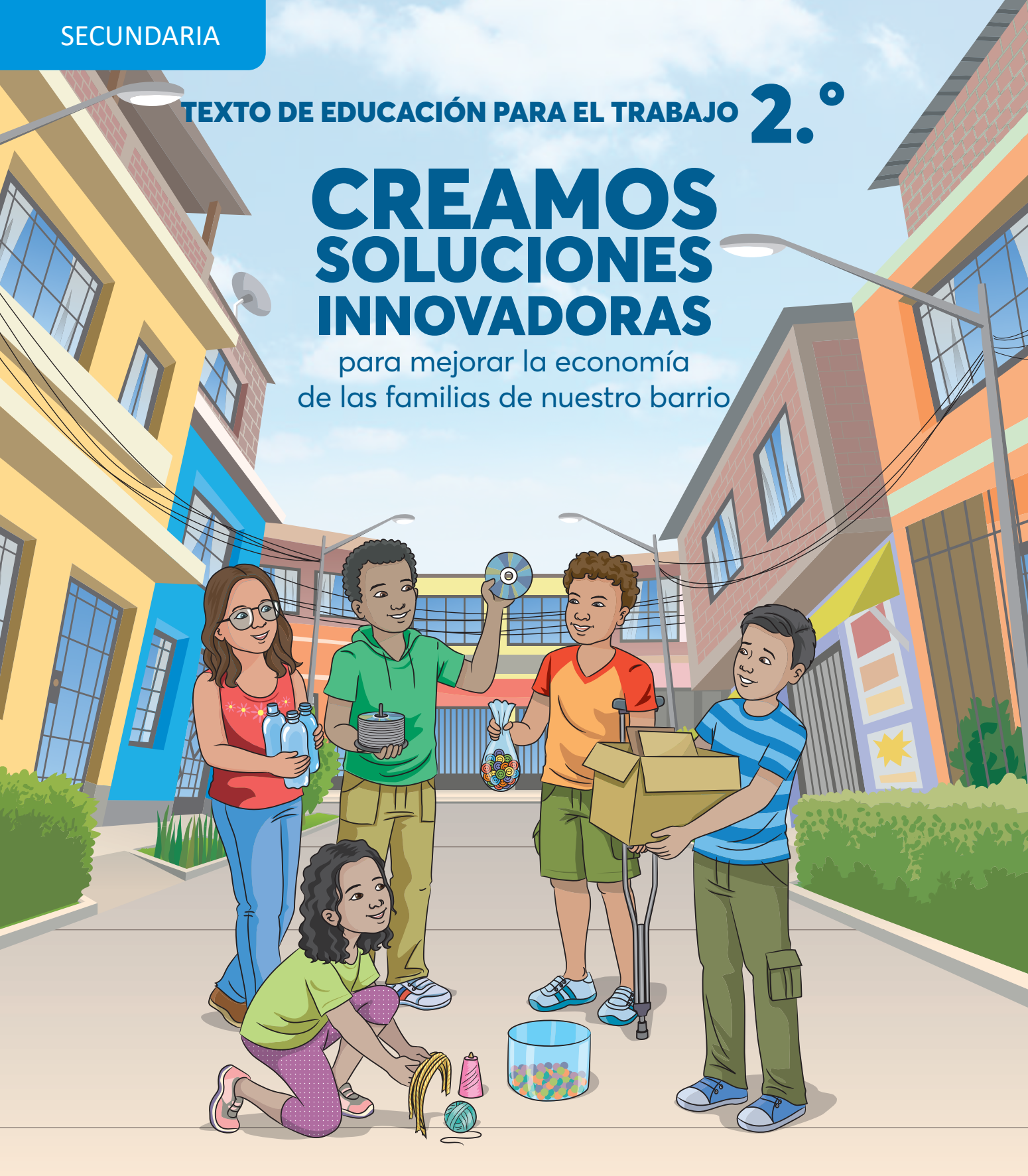
Currículo Nacional

SECUNDARIA

TEXTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO 2.°

CREAMOS SOLUCIONES INNOVADORAS

para mejorar la economía
de las familias de nuestro barrio



REPÚBLICA DEL PERÚ

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

TEXTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO 2

El presente texto digital para estudiantes de segundo grado ha sido elaborado por la Dirección de Educación Secundaria para promover el desarrollo de la competencia *Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social* en el área de Educación para el Trabajo establecida en el Currículo Nacional de la Educación Básica.

Edición
© Ministerio de Educación
Calle Del Comercio N.° 193 San Borja
Lima 15021, Perú
Teléfono: 615-5800
www.minedu.gob.pe

Elaboración de contenido
Ana Cecilia Montes Sierra

Revisión pedagógica
Gladys Elizabeth Carrión Ibarra
Hilda Peceros Silvera
Jamer Quintanilla Ayvar
Niels Dalton Hidalgo Yupari

Especialista en edición
Oscar Emiliano Palomino Flores

Cuidado de edición
Illma Cecilia Mejía Tamayo

Corrección de estilo
Maria Lisette Sanabria Salazar

Diseño y diagramación
Milagros Maribel Motta Martinez
Víctor Gustavo Freundt Meléndez

Ilustración
Williams Raúl Torres Huayllán
Samuel Portugal Bernedo

Primera edición: setiembre de 2025

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción de este material por cualquier medio, total o parcialmente, sin permiso expreso del Ministerio de Educación.

Debido a la naturaleza dinámica de internet, las direcciones y los contenidos de los sitios web a los que se hace referencia en este material educativo pueden tener modificaciones o desaparecer.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.° 2025-11568

Presentación

¡Bienvenido, estimado estudiante!

Emprender es descubrir lo que amas y transformar ese saber para crear soluciones con impacto real.

Tu barrio está lleno de oportunidades y este texto te ayudará a identificarlas a partir de tus propios intereses y habilidades.

No todos tenemos vocación de emprendedores, pero podemos liderar iniciativas en cualquier campo que generen un cambio positivo, tanto personal como colectivo.

En las siguientes páginas, encontrarás una guía para la exploración y conexión de tus pasiones y talentos con los desafíos económicos de tu barrio. Como plantea Teresa Amabile, la motivación intrínseca es clave para la creatividad: cuando disfrutas lo que haces, las ideas fluyen de manera más natural.

El *Design Thinking* es una metodología para innovar que sigue un proceso de cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Este proceso permite desarrollar soluciones a problemas complejos, fomentando la creatividad y asegurando que el proyecto final sea deseable, factible y viable.

¿Cómo puedes marcar la diferencia?

- **Sé curioso:** Sigue explorando los problemas que te preocupan y busca nuevas formas de abordarlos.
- **Sé creativo:** No tengas miedo de pensar diferente y proponer soluciones originales.
- **Sé colaborativo:** Trabaja en equipo con otras personas que comparten tus intereses y valores.
- **Sé perseverante:** No te rindas ante los obstáculos y sigue luchando por lo que crees.

El mundo necesita jóvenes como tú: comprometidos, creativos y dispuestos a tomar acción; jóvenes que no se conforman con lo establecido y que buscan transformar su entorno. ¡En consecuencia, levántate y sal a cambiar el mundo! ¿Estás listo para aceptar el desafío?

¡Encuentra tu pasión, enciende tu acción y transforma tu barrio!

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SECUNDARIA

Índice

Capítulo I 8

Proponemos soluciones creativas e innovadoras

Propósito del capítulo 9

1. Participamos en la etapa de “Preparación” del proyecto 9
   - 1.1. Conocemos nuestros sueños e intereses 10
   - 1.2. Definimos el nombre del equipo 12
   - 1.3. Distribuimos los roles dentro del equipo 13
   - 1.4. Determinamos la situación problemática y el reto del proyecto 15
2. Desarrollamos la etapa de “Creación” del proyecto 18
   - 2.1. Aplicamos la metodología del *Design Thinking* 19
   - 2.2. Desarrollamos las fases del *Design Thinking* 20
3. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Confianza en sí mismo 34
   - 3.1. Aplicamos una rúbrica sobre confianza en sí mismo 35
4. Analizamos la importancia de trabajar cooperativamente 36
5. Reflexionamos sobre lo que aprendimos 37
   - 5.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: Veo, Pienso, Me pregunto 37

Capítulo II 39

Planificamos la validación del Producto Mínimo Viable (PMV)

Propósito del capítulo 40

1. Determinamos la situación problemática y el reto en la etapa de "Planificación" del proyecto 40
2. Aplicamos la rutina de pensamiento "Pensar, Explorar, Cuestionar" para comprender el problema 42
3. Planificamos utilizando el diagrama de *Gantt* 44
4. Ejecutamos tareas previas antes de la validación 47
   - 4.1. Realizamos un inventario 47
   - 4.2. Recaudamos fondos para elaborar el producto mínimo viable 48
   - 4.3. Compramos materiales para elaborar el producto mínimo viable 49
5. Elaboramos pulseras artesanales 51
   - 5.1. Organizamos el espacio de trabajo 51
   - 5.2. Diseñamos el patrón base para las pulseras 51
   - 5.3. Armamos las pulseras 51
   - 5.4. Realizamos el control de calidad antes del empaque 52
   - 5.5. Diseñamos un empaque especial 52
   - 5.6. Distribuimos responsabilidades para la producción final 52
   - 5.7. Concluimos el proceso de fabricación 52
6. Creamos un muestrario de fotos y realizamos publicidades *online* 53
   - 6.1. Preparamos un estudio fotográfico 53
   - 6.2. Realizamos una sesión de fotografía 53
   - 6.3. Editamos fotos 53
   - 6.4. Redactamos textos para las publicaciones 54
   - 6.5. Seleccionamos plataformas para publicar 54
7. Formamos un equipo *startup* 55
8. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Resiliencia 57
   - 8.1. Aplicamos una rúbrica sobre resiliencia 59
9. Reflexionamos sobre lo que aprendimos 60

Capítulo III 62

Validamos el Producto Mínimo Viable (PMV)

Propósito del capítulo 63

1. Determinamos la ruta a seguir 63

2. Aplicamos el *Lean Canvas* 64

3. Preparamos la validación del Producto Mínimo Viable (PMV) 66

4. Identificamos los riesgos del proyecto 68

5. Validamos el Producto Mínimo Viable (PMV) 70

   5.1. Definimos nuestras hipótesis falsables 70

   5.2. Preparamos las entrevistas 71

   5.3. Realizamos las entrevistas 77

   5.4. Analizamos los resultados de las entrevistas 81

6. Pasamos de la validación al lanzamiento de la microempresa 86

7. Organizamos una microempresa 88

   7.1. Definimos los roles 89

8. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Resistencia a la frustración 90

   8.1. Aplicamos una rúbrica sobre resistencia a la frustración 91

9. Reflexionamos sobre lo que aprendimos 92

   9.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: ¿Qué me hace decir eso? 92

Capítulo IV 94

Validamos el ciclo de vida del cliente en la microempresa

Propósito del capítulo 95

1. Determinamos la situación problemática y el reto en la gestión del "Ciclo de vida del cliente" en la microempresa 95

2. Exploramos estrategias para la captación, la retención y el aumento de ingresos de los clientes 98

   2.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "Las tres preguntas" 98

   2.2. Identificamos formas para "captar clientes" 101

   2.3. Aplicamos técnicas para "retener clientes" 106

   2.4. Proponemos ideas para "aumentar el ingreso de los clientes" 109

3. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Creatividad 111

   3.1. Aplicamos una rúbrica sobre creatividad 112

4. Evaluamos el proyecto de nuestra microempresa 113

5. Reflexionamos sobre lo que aprendimos 115

   5.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "Veo, Pienso, Me pregunto" 115

   5.2. Realizamos un análisis final y un plan de acción 117

Epílogo 118

Referencias bibliográficas 119

Proponemos soluciones creativas e innovadoras



"No se trata de ideas. Se trata de hacer que las ideas se hagan realidad".

Scott Belsky, empresario estadounidense.

Propósito del capítulo

Al terminar este capítulo, serás capaz de proponer soluciones creativas y crear prototipos para resolver problemas económicos que afectan a las familias de tu barrio.

1. Participamos en la etapa de "Preparación" del proyecto

"El éxito del equipo se mide por su capacidad de aprender y adaptarse juntos".

John C. Maxwell, autor reconocido por su trabajo en liderazgo y desarrollo personal.

Somos **Ana**, **Carlos**, **Diego**, **Valeria** y **Santiago**, estudiantes de segundo grado de secundaria del distrito de Villa El Salvador, de la ciudad de Lima.

Reutilizar para crear: el poder de la imaginación



Hoy, nuestro profesor nos pidió elegir un elemento de la naturaleza para organizarnos en equipos. Los elementos elegidos fueron: viento, agua, fuego, tierra y energía solar. Nuestro grupo escogió el viento porque representa la adaptabilidad, la creatividad y la capacidad de movernos hacia nuevas ideas y oportunidades, cualidades esenciales para nuestro emprendimiento.

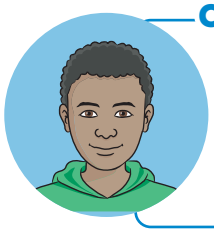
Otros equipos eligieron distintos elementos. Uno escogió el fuego, que simboliza pasión y energía; otro seleccionó la tierra, que representa estabilidad y crecimiento; y un tercer equipo optó por el agua, que refleja fluidez y la capacidad de adaptarse a diferentes situaciones. Cada grupo ha dado un significado especial a su equipo, conectando sus esfuerzos con los valores que representan los elementos elegidos. Después de intercambiar ideas, nuestro grupo decidió aprovechar materiales en desuso, como papeles de cuadernos, cartulinas y cajas pequeñas que suelen desecharse en nuestro barrio. Estamos convencidos de que, mediante la reutilización, podemos crear productos útiles que impulsen pequeños proyectos en la economía de nuestro barrio. Queremos demostrar que, con creatividad, diversos objetos pueden transformarse en artículos valiosos, listos para comercializar y mejorar nuestra situación económica. Nuestras creaciones serán innovadoras, destacando el reciclaje mediante el *upcycling*, un proceso que transforma materiales en desuso en nuevos objetos de mayor valor o utilidad.

1.1. Conocemos nuestros sueños e intereses

"Siempre parece imposible hasta que se hace".

Nelson Mandela, líder global reconocido por su lucha por la justicia y la igualdad.

Ana: Chicos, quiero que hablemos sobre nuestros sueños, pero no solo pensando en nosotros, sino también en cómo podemos ayudar a las familias de nuestro barrio. Sé que aún estamos en secundaria, pero este proyecto nos puede enseñar a ser emprendedores, a crear oportunidades que nos acerquen a esos sueños y, a la vez, mejorar las condiciones de las familias de la vecindad. ¡Vamos a soñar en grande!



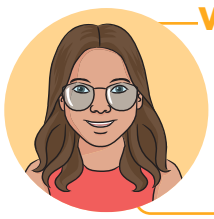
Carlos

Yo siempre he soñado con ser ingeniero civil. Me encantaría diseñar y construir casas más seguras y cómodas para las familias de nuestro barrio. Aquí en Villa El Salvador hay muchas personas que necesitan mejorar sus viviendas.



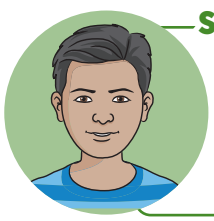
Diego

¡Eso suena increíble, **Carlos**! Yo quiero ser programador. Me gustaría crear aplicaciones que faciliten el estudio para los jóvenes de nuestro barrio y que también ayuden a las familias a acceder a herramientas tecnológicas. Pienso que, la tecnología incrementa las oportunidades para todos.



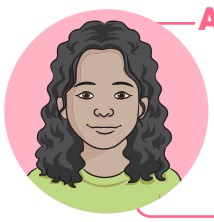
Valeria

Yo siempre he querido ser veterinaria. Mi sueño es abrir una clínica donde pueda atender a las mascotas de las familias de nuestro barrio. También me gustaría organizar campañas para cuidar a los animales que deambulan por las calles.



Santiago

¡Qué genial, **Valeria**! A mí me gustaría ser empresario. Quiero abrir un negocio de comida que no solo me dé ingresos, sino que también pueda generar empleo para las familias de nuestro barrio.



Ana

¡Qué ideas tan buenas tienen! Yo quiero ser científica. Mi sueño es encontrar soluciones que ayuden a mejorar la salud de las personas, especialmente, aquí en nuestro barrio.

Carlos: ¿Y cómo creen que lo que hacemos ahora nos acerca a nuestros sueños?

Ana: Lo importante es que este proyecto nos enseña a pensar como emprendedores, a ver los problemas en nuestro barrio y encontrar soluciones. Aquí aprendemos a trabajar en equipo, así como a planificar y crear algo de ayuda efectiva a las familias de nuestro barrio. Todo lo que hacemos, aunque sea pequeño, nos prepara para hacer realidad nuestros sueños y mejorar las condiciones en el lugar donde vivimos.

Santiago: Sí, y mientras trabajamos en este proyecto, debemos pensar en cómo lo que hacemos beneficiará a las familias de nuestro barrio. Si desarrollamos buenas ideas ahora, su aplicación en el futuro traerá, sin duda, prosperidad a nuestras familias y vecinos.



1.2. Definimos el nombre del equipo

Ana: Chicos, ¿y si buscamos un nombre para nuestro equipo que refleje nuestro compromiso con ayudar a las familias de nuestro barrio? ¿Qué se les ocurre?

Carlos: Tal vez podríamos llamarnos "Innovadores de Villa". Es un nombre que muestra que estamos aquí para generar cambios positivos en Villa El Salvador.

Valeria: "Innovadores de Villa" suena bien, pero podríamos incluir algo sobre la creatividad que vamos a aportar en el proyecto.

Diego: ¿Qué tal "Creadores de Villa"? Resalta que estamos listos para hacer algo nuevo y útil para nuestras familias.

Santiago: "Creadores de Villa" suena genial. Es un nombre que muestra nuestro compromiso con el trabajo en equipo.

Ana: Entonces, ¿estamos de acuerdo en quedarnos con "Creadores de Villa"?

Carlos: ¡Sí! Es perfecto y refleja quiénes somos y lo que queremos lograr.

Diego: Somos "Creadores de Villa". ¡Vamos a trabajar en el desarrollo de nuestras ideas!



1.3. Distribuimos los roles dentro del equipo

Cuando se organiza un equipo para trabajar bajo la metodología de *Design Thinking*, es importante que cada integrante asuma un rol específico que permita abordar las diferentes fases del proceso de manera efectiva. Las fases del *Design Thinking* son: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Evaluar. Por lo tanto, los roles de cada integrante del equipo emprendedor deberán ser los siguientes:

Líder



Guía al equipo a lo largo de las fases del *Design Thinking*, asegurándose de que se sigan correctamente los pasos y las técnicas.

Investigador



Coordina la recolección de información sobre los usuarios y sus necesidades. Además, analiza los problemas desde su perspectiva.

Creador



Lidera la fase de ideación. Fomenta la creatividad y la generación de ideas disruptivas.

Diseñador



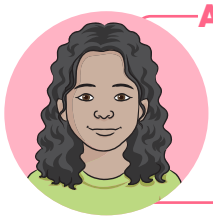
Coordina la fase de prototipado. Transforma las ideas en conceptos visuales y prácticos.

Evaluador



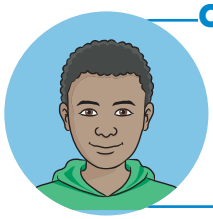
Dirige la evaluación del prototipo con los usuarios. Recopila comentarios y ajusta la solución según las observaciones recibidas.

(Conocedor de las cualidades y sueños de los estudiantes, el docente los orientó para que cada uno asuma la responsabilidad de una de las fases de la metodología del Design Thinking. Y así quedó organizado el equipo "Creadores de Villa")



Ana - Líder

Con entusiasmo, asumo el rol de líder. Mi sueño de ser científica y mejorar la salud de las familias de mi barrio me impulsa a guiar al equipo.



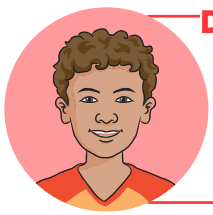
Carlos - Investigador

Mi pasión por entender las necesidades de mi entorno y construir viviendas más seguras para las familias de Villa El Salvador me da una perspectiva valiosa para recopilar información.



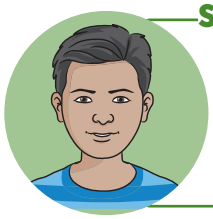
Valeria - Creadora

Mi creatividad y pasión por innovar me impulsan. Sueño con ser veterinaria y cuidar a las mascotas de mi barrio, lo que me inspira a aportar soluciones oportunas.



Diego - Diseñador

Sueño con ser programador y usar mi habilidad para crear aplicaciones y herramientas que ayuden a las familias de mi barrio.



Santiago - Evaluador

Mi mente analítica y atención a los detalles me permiten poner a prueba los prototipos y asegurar que las soluciones resulten eficaces para las familias de mi barrio.

1.4. Determinamos la situación problemática y el reto del proyecto



Carlos: Chicos, recuerden que nuestro profesor nos dijo que, para entender una situación problemática, primero debemos analizar el contexto, en este caso, donde viven las familias de nuestro barrio. Después, identificar el problema específico y el desafío que debemos enfrentar. Comenzaremos describiendo el entorno donde nuestras familias trabajan y emprenden, teniendo en cuenta las oportunidades que existen en Villa El Salvador. Luego, discutiremos las dificultades económicas y sociales que comparten y elegiremos juntos el problema más relevante para las familias de nuestro barrio. Finalmente, plantearemos un reto o desafío que podamos asumir. ¡Así que, manos a la obra!

Para la próxima reunión, traigan información sobre el contexto local y las oportunidades disponibles. Estoy seguro de que también encontraremos problemas, los que juntos podemos convertirlos en oportunidades para mejorar la vida de nuestras familias.

> "El apoyo de una familia unida da fuerza para enfrentar las injusticias del mundo".
>
> *Martin Luther King Jr.,* líder clave del movimiento por los derechos civiles.

¿Sabías que...?

Hay un distrito en Lima que empezó como un desierto y hoy es un símbolo de lucha y trabajo en equipo. ¡Ese lugar es Villa El Salvador!

En 1971, muchas familias sin hogar se unieron y ocuparon un gran terreno arenoso al sur de Lima. ¿Te imaginas llegar a un lugar lleno de arena y empezar a construir casas con tus propias manos? Pues eso hicieron estos pioneros. Con ayuda de líderes comunitarios y movimientos sociales, Villa El Salvador creció y se convirtió en una comunidad unida y organizada. Los vecinos no solo construyeron sus hogares, sino que también crearon un lugar donde todos podían participar en las decisiones importantes. ¡Fue como levantar una ciudad donde cada persona tenía un papel fundamental!

Contexto

Carlos: Chicos, ¿cómo les fue con la información sobre el contexto local y las oportunidades que encontramos aquí en Villa El Salvador?

Ana: Yo hablé con algunos comerciantes del mercado y ellos me dijeron que hay muchas frutas y verduras frescas. Además, noté que en las bodegas hay muchos envases que podrían ser reutilizados.

Santiago: También me enteré de que en el colegio hay muchos papeles y cuadernos en desuso. A veces los estudiantes tiran cosas que aún se pueden usar. ¡Podríamos organizarnos para recogerlos y darles un nuevo uso!

Diego: Yo fui a algunas bodegas y vi que hay muchas cajas de cartón que podrían ser reutilizadas. ¡Podríamos transformarlas en decoración o incluso en juguetes! También vi algunos desechos plásticos en la playa que podrían convertirse en artículos artísticos.

Carlos: ¡Excelente! Está claro que hay muchas oportunidades si colaboramos. ¿Qué les parece si en nuestra próxima reunión cada uno trae más ideas sobre cómo podemos utilizar estos materiales y mejorar la vida de nuestras familias de nuestro barrio?

Ana: ¡Sí! Así podremos crear un plan de acción y convertir esos problemas en oportunidades. Estoy emocionada con lo que podemos lograr juntos.

Problema

Carlos: Y, ¿cómo les fue con la indagación sobre los problemas que enfrentan nuestras familias de nuestro barrio? Creo que sería bueno hacer una lista de lo que hemos encontrado para luego pensar en soluciones.

Ana: He conversado con mis papás y me dijeron que muchos en el barrio tienen trabajos temporales. Algunos son vendedores en los mercados, pero cuando hay baja en las ventas se quedan sin ingresos. Eso hace que sea difícil comprar cosas básicas como útiles escolares.

Valeria: Yo también hablé con mis padres. Ellos trabajan en la construcción y, cuando no hay proyectos, están sin empleo. Eso nos afecta mucho, sobre todo cuando necesitamos más herramientas para estudiar en casa.



Santiago: Totalmente de acuerdo. Además, muchos de nosotros no tenemos acceso a internet en casa. He notado que hay jóvenes que tienen que pedir prestado el internet a vecinos o alquilarlo en alguna tienda. No siempre es fácil, y hay que pagar por ello.

Diego: Además, he notado que en las bodegas y tiendas del barrio se desechan muchos papeles y cartones que podríamos reutilizar. Si nos organizamos, podemos crear algo útil y generar ingresos.

Carlos: Tenemos varios problemas. La falta de empleos estables, acceso limitado a internet y el desperdicio de materiales. ¿Y si buscamos soluciones para mejorar estas situaciones?

Todos: ¡Sí, suena bien!

Reto del proyecto

Carlos: Ya tenemos el contexto y los problemas claros. Ahora, formulemos nuestro reto como una pregunta. Les propongo el siguiente y me dicen qué les parece.

¿Cómo podríamos mejorar la economía de las familias de nuestro barrio para contar con computadoras y herramientas digitales que nos permitan acceder a una educación moderna, aprovechando los recursos de nuestro entorno?



Ana: Estoy de acuerdo. Además, el profesor nos mencionó la técnica *"HMW"*, que significa *"How Might We"*, o "¿Cómo podríamos...?". Nos ayuda a hacer preguntas abiertas y encontrar oportunidades y soluciones sin limitarnos.

Valeria: Sí, con esta técnica no estamos diciendo que ya tenemos la solución, sino que estamos abriendo la posibilidad de encontrar respuestas creativas. Es una manera eficaz de trabajar en equipo y proponer ideas nuevas.

Santiago: Exacto, la técnica *HMW* nos permite pensar juntos sin presión y explorar soluciones nuevas. ¡Es una gran forma de comenzar!

Diego: ¡Me encanta que todos estemos de acuerdo! Entonces, usemos esta pregunta como nuestro punto de partida.

2. Desarrollamos la etapa de "Creación" del proyecto

"La creatividad es el lenguaje universal que da vida a nuestras ideas más profundas".

Ken Robinson, educador y defensor del poder de la creatividad en la educación.

Los "Creadores de Villa" han identificado el reto que quieren resolver al terminar su proyecto. Para lograrlo, aplicarán las metodologías *Design Thinking*, *Running Lean*, su herramienta *Lean Canvas* y la metodología Desarrollo de clientes, en la etapa de Validación de clientes de *Steve Blank*. Si usan estas metodologías correctamente, en la cuarta etapa del proyecto, podrán crear una microempresa. Para ello, deberán desarrollar las cinco etapas del proyecto, que se describen a continuación:

1 Preparación

En la primera etapa se fortalece el desarrollo personal del equipo, un proceso presente en todas las etapas. Se refuerza la autoconfianza y las habilidades personales, esenciales al inicio, pero que se continúa trabajando a lo largo del proyecto.

2 Creación

En esta etapa se busca el prototipo que responda de forma creativa e innovadora a las necesidades de las familias de nuestro barrio, a fin de que el producto resulte útil y atractivo.

3 Planificación

En esta etapa se planea la validación del prototipo, ahora como Producto Mínimo Viable, mediante la metodología del *Running Lean* y su herramienta *Lean Canvas*, tomando en cuenta los recursos locales y el contexto de Villa El Salvador.

4 Ejecución

Se pone en marcha el plan. Se elabora y valida el Producto Mínimo Viable, luego se realizan los ajustes necesarios, según el resultado de la validación para que esté listo para el lanzamiento de la microempresa.

5 Evaluación

Finalmente, se revisa el proyecto para ver qué salió bien, qué se puede mejorar y aprender de lo realizado para usarlo en futuros proyectos.

¿Sabías que...?

El concepto de ***Design Thinking*** fue desarrollado y popularizado por David Kelley, cofundador de la firma de diseño IDEO, junto con su equipo. *Design Thinking* es una forma de pensar y trabajar que te ayuda a resolver problemas creando soluciones útiles, creativas y centradas en las personas. Kelley, además de innovar en el campo del diseño, fundó el programa de diseño en la *Universidad de Stanford*, conocido como el *d.school (Hasso Plattner Institute of Design).*

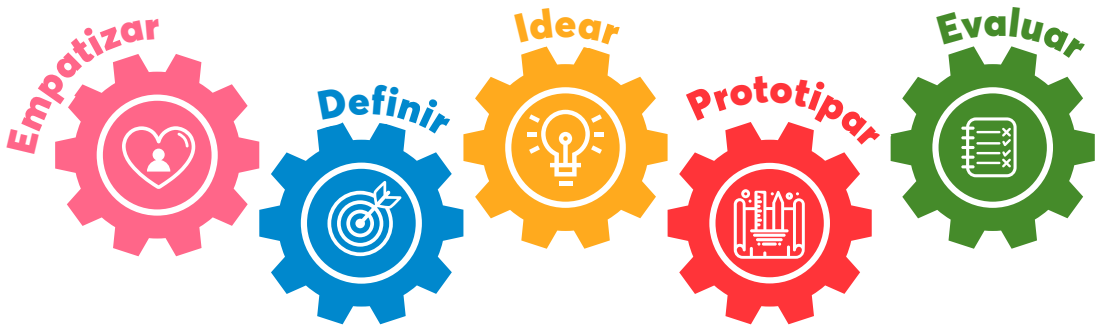
2.1. Aplicamos la metodología del *Design Thinking*

> "La capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios
> define el éxito de un negocio".
>
> *Jack Welch,* líder empresarial icónico y CEO de General Electric.

El *Design Thinking* es como una herramienta mágica para diseñar soluciones innovadoras, como videojuegos, aplicaciones o hasta nuevos productos, situando siempre al usuario en el centro. Es como ser un detective, un inventor creativo y un crítico de arte, todo en uno.

Eres el héroe de tu propia historia! Tú tienes el poder de crear cosas increíbles y solucionar problemas de la vida real. Desarrolla tu creatividad al máximo.

El *Design Thinking* tiene cinco fases muy emocionantes:



¿Por qué es importante el *Design Thinking*?

La importancia del *Design Thinking* radica en su enfoque centrado en el usuario para la resolución de problemas, fomentando la innovación y la creactividad a través de un proceso iterativo.

El *Design Thinking* no solo se limita al diseño de productos o servicios, sino que también se aplica a la resolución de problemas en diversos campos, incluyendo la educación, la gestión empresarial y la mejora de procesos.

¿Para qué sirve?

Para ayudar a resolver problemas de manera divertida y colaborativa. Además, porque su aplicación es múltiple: desde crear productos hasta mejorar tu barrio!

Los "Creadores de Villa" ya tienen claro su reto de la etapa de Creación:

¿Cómo podríamos desarrollar un prototipo innovador de bisutería artesanal utilizando materiales naturales y diseños creativos, que atraiga a quienes buscan accesorios bellos y atractivos, genere ingresos y mejore la economía de las familias de nuestro barrio en Villa El Salvador?

Ahora comienza la fase de **Empatizar** del *Design Thinking*. En esta fase, el equipo necesita entender a las personas para quienes va a crear, aprendiendo sobre sus gustos, deseos y problemas.

2.2. Desarrollamos las fases del *Design Thinking*

Fase Empatizar

En esta primera parada, te conviertes en un súper espía. Observas a las personas que usarán tu creación, escuchas sus historias y tratas de entender cómo piensan y sienten. ¡Es como meterte en su cabeza!

Primer paso: Seleccionamos a los entrevistados

Carlos: Podríamos preguntar a nuestros vecinos artesanos y también a sus clientes, qué les gusta y qué problemas tienen con las herramientas, materiales, diseños que usan a diario. Así podremos encontrar formas de ayudarles.

Valeria: ¡Buena idea, **Carlos**! Y no solo preguntarles qué necesitan, sino cómo se sienten con lo que ya tienen. A veces, las emociones nos dicen más que las palabras.

Diego: Cuando conversemos con ellos, escuchemos atentamente. Así, quizás descubramos cosas que ni ellos sabían que necesitan.

Ana: ¡Oigan, equipo! Para hacer algo que realmente les encanta a los artesanos de nuestro barrio y a sus clientes, primero tenemos que entender bien lo que necesitan y quieren. Vamos a empezar con entrevistas directas con ellos.

Santiago: Podríamos ir a eventos del barrio, como reuniones culturales, ferias artesanales. Hablando de manera más casual, la gente suele compartir más. También aprovecharíamos para entrevistar a los turistas que compran a nuestros vecinos artesanos.

Ana: Exactamente. Queremos que las conversaciones sean naturales para que nos cuenten sus historias reales. Eso nos ayudará a entenderlos mejor.

Carlos: Organicemos quién visitará a los artesanos o a sus clientes y qué preguntas haremos. Podemos turnarnos para explorar diferentes puntos de vista.

Valeria: Y recordemos llevar algo para anotar todo lo que nos dicen. Incluso podríamos grabar las charlas, si ellos están de acuerdo.

Diego: Yo puedo preparar unos permisos para las grabaciones, así todos se sienten cómodos sabiendo qué estamos haciendo.

Santiago: Sería bueno reunirnos después de las entrevistas para hablar de lo que aprendimos y ver si necesitamos cambiar nuestras preguntas.

Ana: Chicos, ya cumplimos el primer paso de la planificación de la entrevista: definir a quiénes entrevistaremos entre nuestros vecinos artesanos y sus clientes. Ahora pasamos al segundo paso: elaborar las preguntas.

Segundo paso: Elaboramos las preguntas para la entrevista

Ana: Chicos, necesitamos preparar buenas preguntas para nuestras entrevistas.

Valeria: ¡Claro! No podemos preguntar solo cosas como: ¿Te gusta esto? o ¿Qué opinas de aquello?. Esas respuestas serían demasiado cortas. Necesitamos que las personas compartan más y se expresen con libertad.

Santiago: ¿Debemos hacer preguntas que los hagan reflexionar más? Como las que empiezan con ¿Por qué? Por ejemplo: ¿Por qué eliges hacer esto de esta forma? o ¿Por qué te parece importante este problema?

Carlos: Sí, las preguntas de ¿Por qué? son geniales para eso. Ayudan a las personas a explicar sus razones. También podríamos hacer preguntas como ¿Y si...? o Si tuvieras una solución ideal, ¿cómo te gustaría que fuera?.

Diego: Me gusta tu idea. También podríamos usar preguntas que comiencen con ¿Qué pasaría si...? o ¿Cómo te sientes cuando...?. De esta manera, comprenderemos mejor lo que les importa de verdad.

Ana: ¡Exacto! Estas preguntas nos ayudan a encontrar ideas. Son pistas sobre aspectos que las personas no expresan directamente, pero que son muy importantes. A veces, ni siquiera ellos lo han notado.

Valeria: Si preguntamos ¿Por qué te molesta este problema?, podrían decirnos algo en lo que no habíamos reparado. Y eso podría cambiar todo nuestro proyecto.

Santiago: También podemos preguntar: Si pudiera cambiar algo de tu situación, ¿qué harías? Esta pregunta podría brindarnos nuevas ideas.

Carlos: Y no debemos tener miedo de hacer muchas preguntas. Lo importante es escuchar atentamente y profundizar en la conversación. Si alguien menciona algo interesante, podemos indagar más: ¿Podrías explicarme mejor? o ¿Qué te hace pensar eso?.

Diego: Aquí les comparto tipos de preguntas para empatizar.

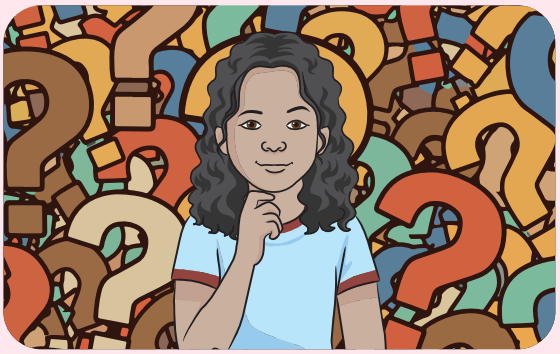
1. **¿Por qué...?** (Profundiza en las razones y motivaciones)
2. **¿Y si...?** (Explora escenarios y posibilidades)
3. **¿Qué pasaría si...?** (Invita a imaginar alternativas)
4. **¿Cómo te sientes cuando...?** (Descubre emociones y experiencias)



Valeria: ¡Listo, equipo! Con estas preguntas, vamos a descubrir lo que realmente piensan las personas. ¡Manos a la obra! Ahora hagamos un listado de preguntas relacionadas con las bisuterías artesanales elaboradas con materiales naturales.

Ana: Chicos, he preparado algunas preguntas para la fase de empatizar. Estas preguntas nos ayudarán a entender lo que las personas realmente piensan y sienten sobre la bisutería artesanal con materiales naturales. Recuerden que lo importante es profundizar en las ideas no solo obtener respuestas rápidas. Veamos qué les parecen las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué prefieres bisutería hecha con materiales naturales?
2. ¿Qué representa para ti la bisutería artesanal?
3. ¿Cómo te sentirías si ya no hubiera bisutería hecha a mano?
4. Si diseñaras tu propia pieza de bisutería, ¿cómo sería?



5. ¿Por qué crees que es importante apoyar a los artesanos locales?
6. ¿Qué pasaría si las personas dejaran de usar materiales naturales en la bisutería?
7. ¿Cómo te sientes cuando usas algo hecho de materiales naturales?
8. ¿Por qué piensas que algunas personas prefieren productos hechos a mano?
9. ¿Qué historia te gustaría que contara una pieza de bisutería artesanal?
10. Si tuvieras que explicar por qué la bisutería artesanal es especial, ¿qué dirías?

Ana: Estas preguntas están diseñadas para obtener respuestas más profundas y descubrir aspectos que no siempre son evidentes. Por ejemplo, al preguntar sobre el significado de usar bisutería artesanal, podríamos acceder a un mejor conocimiento de las emociones y valores de las personas.

Valeria: ¡Me gusta, **Ana**! La pregunta ¿Por qué crees que es importante apoyar a los artesanos locales? nos ayudaría a conocer qué valoran las personas en este tipo de productos.

Santiago: Sí, y la de Si diseñaras tu propia pieza de bisutería, ¿cómo sería? Nos daría ideas sobre lo que la gente realmente desea. Así podríamos crear algo que les encante.

Carlos: Creo que están bien enfocadas. Me gusta la pregunta ¿Qué historia te gustaría que contara una pieza de bisutería artesanal? Nos ayudaría a conectar mejor con las emociones de nuestros clientes.

Diego: ¡Buen trabajo, **Ana**! Podríamos añadir una pregunta sobre cómo las personas conocieron la bisutería artesanal y qué despertó su interés.

Ana: ¡Gran idea, **Diego**! La incluiré. Entonces, ¿estamos todos de acuerdo en usar estas preguntas para la entrevista?

Todos: ¡Sí!

Ana: ¡Perfecto! Con estas preguntas estamos listos para empatizar y descubrir lo que valoran las personas en la bisutería artesanal. ¡Vamos a hacerlo!

Tercer paso: Realizamos la entrevista



Ana: Señora Rosa, muchas gracias por recibirnos. Queremos conocer más sobre la bisutería artesanal y lo que representa para usted. ¿Le parece bien que grabemos la conversación?

Señora Rosa: Claro, no hay problema.

Valeria: *(Grabadora en mano).* ¡Perfecto! Entonces, comencemos. ¿Qué la inspiró a elaborar bisutería con materiales naturales?

Señora Rosa: Bueno, todo comenzó con mi deseo de crear piezas hermosas a partir de elementos que nos brinda la naturaleza. Disfruto ver cómo mis manos convierten algo sencillo en algó único y especial.

Santiago: *(Asiente y mantiene contacto visual).* ¿Cómo se siente cuando alguien compra sus joyas?

Señora Rosa: ¡Muy feliz! Siento que un pedacito de mi trabajo acompaña a las personas que llevan mis joyas.

Valeria: ¿Cómo reaccionaría si alguien le dijera que prefiere la bisutería industrial?

Señora Rosa: *(Sonríe).* No me incomoda, pero les explico que cada pieza hecha a mano tiene una historia. Cada pieza es única, no como las de fábrica.

Ana: ¿Qué historia le gustaría que cada pieza contara?

Señora Rosa: La historia de la naturaleza, las tradiciones y la dedicación de los artesanos. Quiero que perciban esa conexión.

(Todos escuchan atentamente, sin interrumpir. Valeria toma notas, sin perder contacto visual).

Santiago: ¿Qué cree que piensan las personas cuando ven sus creaciones por primera vez?

Señora Rosa: A menudo se sorprenden y comentan lo hermoso que son los diseños.

(El equipo se reúne después de hacer la entrevista).

Ana: ¡Chicos, felicitaciones! La entrevista con la señora Rosa salió excelente. Los consejos clave para entrevistar que establecimos y seguimos fueron muy útiles. Si aplicamos estos consejos, cada entrevista será aún mejor que la anterior. ¡Descubriremos cosas increíbles para nuestro proyecto de bisutería artesanal! Vamos a recordar estos consejos:

1. **Preparar preguntas, pero ser flexibles:** Preparamos nuestras preguntas, pero agregamos algunas espontáneas según lo que nos contaba la señora Rosa.
2. **Escuchar más que hablar:** Le dimos espacio para expresarse sin interrupciones, logrando respuestas más profundas.
3. **Evitar preguntas que se responden con sí o no:** Nuestras preguntas la motivaron a explicar y compartir más detalles.
4. **Hacer una pregunta a la vez:** No la abrumamos con varias preguntas al mismo tiempo.
5. **No sugerimos respuestas:** Mantuvimos un tono neutral, sin influir en las respuestas.
6. **Estar atentos al lenguaje corporal:** Observamos su emoción y sus sonrisas, lo que nos dio más pistas sobre sus sentimientos.
7. **No interrumpir:** Respetamos los turnos de cada uno, permitiendo que la señora Rosa hablara sin interrupciones.
8. **Grabar la conversación:** Esto nos permitió concentrarnos en escuchar sin preocuparnos por anotar.
9. **Pedir historias puntuales:** Sus respuestas nos permitirán comprender mejor la historia detrás de su trabajo.
10. **Ser respetuosos y empáticos:** Creamos un ambiente donde se sintió cómoda para expresarse.

Cuarto paso: Analizamos las impresiones de las entrevistas

Ana: Ahora que terminamos la entrevista con la señora Rosa, compartamos lo que cada uno recordó y lo que nos llamó la atención. No nos preocupemos todavía por interpretar.

Valeria: Me gustó cuando contó cómo empezó a hacer bisutería con materiales naturales. Dijo que quería crear cosas con lo que le ofrece la naturaleza. Fue hermoso cómo lo describió.

Santiago: Sí, a mí también me impactó esa parte. Además, cuando mencionó que cada pieza tiene una historia y que quiere que la gente sienta esa conexión... Me hizo reflexionar sobre cómo algo sencillo puede tener un significado profundo.

Carlos: ¿Recuerdan cuando dijo que las piezas hechas a mano son diferentes a las de fábrica? Me pareció interesante que destacara esa diferencia. Nunca lo había pensado así, pero es cierto: cada pieza es única.

Diego: También mencionó que las personas se sorprenden cuando ven su bisutería porque no imaginan que lo natural puede ser tan bonito. Me pareció fascinante ya que muestra cómo perciben estos productos.

Ana: Yo me quedé con lo que dijo sobre su felicidad cuando alguien compra una de sus piezas. Para ella, no es solo una venta, sino un pedacito de su trabajo y dedicación que acompaña después al comprador. Se percibía lo profundo de su emoción.

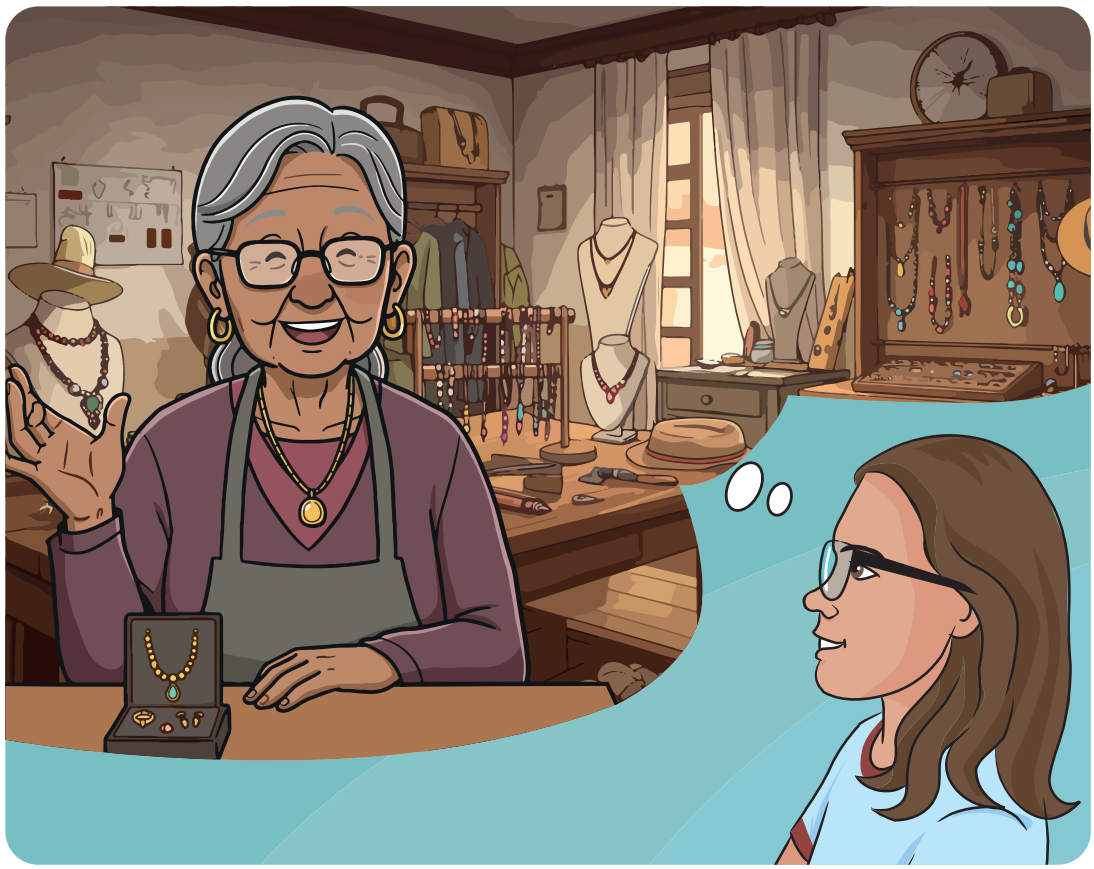
Valeria: ¡Sí! También dijo que quiere que cada pieza cuente una historia sobre la naturaleza y las tradiciones. Me hizo pensar en cómo podríamos contar esa historia a través de nuestro proyecto.

Santiago: ¿Recuerdan lo emocionada que estaba al hablar de los artesanos locales? Se notaba su orgullo. Eso demuestra lo esencial que es valorar su trabajo.

Carlos: También comentó que algunas personas no valoran lo hecho a mano. Eso me hizo pensar sobre la necesidad de que más personas conozcan estos productos.

Ana: ¡Qué buenos recuerdos, chicos! Cada uno notó detalles distintos, todos valiosos. Escuchar estas historias nos va ayudar mucho a entender mejor a las personas que valoran la bisutería artesanal. Ahora, pensemos en cómo usar toda esta información.

Diego: Sí, pero primero… ¡Debemos agradecer nuevamente a la señora Rosa! Su historia fue impresionante y nos ha dejado mucha información valiosa.



"Cada entrevista es una oportunidad para aprender y crecer, independientemente del resultado".

Anónimo.

Fase Definir

Aquí analizas toda la información que recopilaste y tratas de encontrar el problema principal que quieres resolver. Es como armar un rompecabezas gigante.

Usamos el mapa de empatía



Ana: ¡Vamos, equipo! Ahora que hemos reunido mucha información en la fase de Empatizar, es hora de definir el reto que queremos resolver en esta fase. El mapa de empatía nos ayudará a organizar y entender mejor todo lo que hemos observado y escuchado.

Diego: Entiendo, es como ser detectives y buscar qué cosas se repiten en lo que la gente dice o hace, ¿verdad?

Ana: Exactamente, **Diego**. Primero, vamos a revisar toda la información en nuestro mapa de empatía y buscar patrones. Esto significa identificar qué comportamientos o problemas son más frecuentes entre las familias de nuestro barrio.

Carlos: Así podemos descubrir aspectos importantes que quizás todos experimentan, pero no lo dicen directamente. Esos son nuestros *insights,* ¿verdad?

Valeria: ¡Sí! Esos *insights* son como secretos revelados que muestran qué necesitan realmente las personas. Nos ayudan a entender no solo lo que hacen, sino por qué lo hacen.

Santiago: Entonces, ¿cómo definimos el problema?

Ana: Bueno, usamos esos *insights* para escribir una declaración del problema. Debe ser clara y enfocada en lo que las familias necesitan. Por ejemplo, si descubrimos que muchas familias quieren aprovechar mejor los materiales que ya tienen, podríamos preguntar: "¿Cómo podríamos diseñar herramientas que ayuden a nuestras familias a reutilizar materiales de forma creativa y fácil?".

Diego: Ah, entonces no es solo decir qué está mal, sino pensar en cómo podríamos encontrar la solución de una forma que realmente quieran usar.

Carlos: Correcto. Y esta declaración nos guiará cuando empecemos a pensar en soluciones. Debe ser lo bastante específica para que nuestras ideas sean claras y útiles.

Valeria: ¡Esto es emocionante! Al definir bien el problema, nuestras soluciones serán mejor diseñadas para ayudar realmente a las personas.

Ana: Perfecto, empecemos a completar nuestro mapa y a identificar esos patrones. ¡Manos a la obra, Creadores de Villa!

Determinamos la declaración de punto de vista (POV)

Diego: ¡Listo! He notado que las personas valoran mucho la autenticidad y la calidad. No quieren algo que se desgaste rápido; buscan durabilidad y belleza en cada pieza.

Carlos: Además, quieren que sus compras tengan un impacto positivo. Muchos están interesados en saber cómo sus elecciones de compra pueden contribuir al bienestar ambiental y social.

Santiago: Basándonos en eso, nuestra declaración de punto de vista podría ser:

POV

"Necesitamos diseñar bisutería que no solo sea atractiva y duradera, sino que también utilice materiales naturales y procesos sostenibles para apoyar tanto a nuestras comunidades como al medio ambiente".

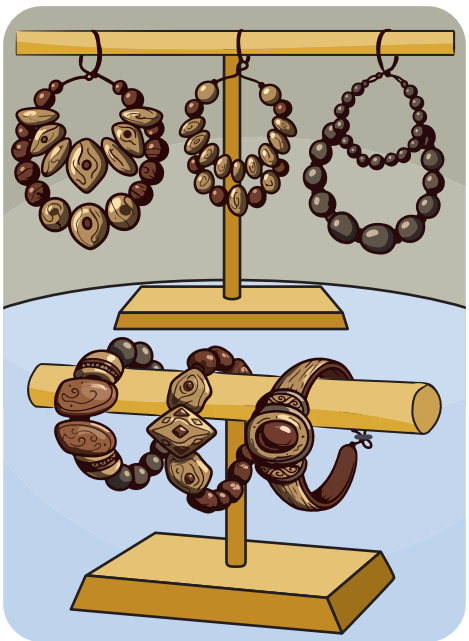
Ana: Eso suena increíble, **Santiago**. Para hacerlo aún más específico, ¿qué tal si ajustamos un poco más el enfoque hacia la individualidad del cliente?

Diego: Tal vez podríamos formular así:

¿Cómo podemos crear bisutería artesanal atractiva y útil hecha con materiales naturales para complementar atuendos?

Carlos: Eso capta perfectamente las principales necesidades identificadas. Nos centramos en ofrecer valor estético, ético y duradero.

Santiago: ¡Excelente! Con una guía tan clara, la fase de Ideación será mejor enfocada. Este punto de vista nos ayudará a desarrollar productos que verdaderamente resuenen entre nuestras familias y clientes.



Ana: Estupendo, entonces con este reto bien definido y nuestro punto de vista precisado, avancemos a la siguiente fase del proceso de *Design Thinking*. ¡Es hora de idear soluciones creativas y prácticas que cumplan con estos criterios!

¿Sabías que...?

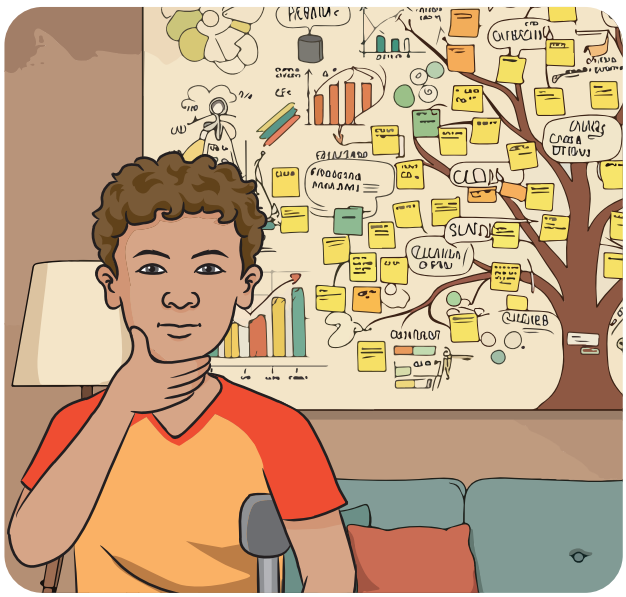
Imagínate que quieres entender cómo se siente tu mejor amigo cuando está triste. Un mapa de empatía es como un dibujo de sus pensamientos y sentimientos. ¡Es como ser un detective de emociones!

Fase Idear

¡La parte más divertida! En esta etapa, dejas volar tu imaginación y creas muchas ideas geniales y hasta un poco locas. ¡Cuantas más ideas tengas, mejor!

Utilizamos la técnica de mapa mental

Ana: ¡Excelente trabajo, chicos! Ahora que tenemos bien definido el reto, vamos a explorar soluciones en la fase de Idear para nuestra bisutería artesanal. Para esto, usaremos la técnica del Mapa mental. Nos ayudará a organizar nuestras ideas visualmente.



Diego: ¿Mapa mental? ¿Cómo funciona eso?

Ana: Es como dibujar un gran árbol de ideas. Empezamos con nuestro problema principal en el centro y, luego, ramificamos con posibles soluciones. Cada rama puede tener más ramas con detalles o variaciones de la idea principal.

Carlos: Suena divertido. ¿Cómo comenzamos?

Ana: Primero, escribimos en el centro de un papel grande el reto que definimos. "Necesitamos bisutería artesanal atractiva y útil hecha de materiales naturales para complementar atuendos bellos". A partir de ahí, comenzaremos a ramificar.

Santiago: Yo podría agregar ramas para tipos de bisutería como collares, pulseras o aretes.

Diego: Voy a añadir una rama para técnicas y materiales, como el uso de piedras naturales, madera y técnicas de tejido o ensamblaje.

Carlos: A mí me gustaría explorar la decoración. Podemos pensar en elementos como cuentas de vidrio o cerámica diseñados por nosotros mismos.

Ana: No olvidemos una rama para las técnicas que vamos a usar. Podemos explorar métodos tradicionales combinados con innovaciones modernas para crear diseños únicos.

Santiago: ¿Y si añadimos una rama para el público objetivo? Podríamos pensar en productos para jóvenes, adultos o incluso líneas especiales para eventos como bodas.

Diego: Genial, también deberíamos tener una rama para considerar cómo vamos a comercializar estos productos. ¿Será en ferias, en línea o en tiendas locales?

Ana: ¡Estas ramas están tomando forma! Cada idea que añadimos nos ayuda a ver todas las posibilidades. Después de dibujar nuestro mapa mental, podemos discutir cuál de estas ramas tiene más potencial y cuáles son las más factibles de realizar.

Carlos: Este mapa nos da una clara visión de todo lo que podríamos hacer. Luego, podemos votar cuál de estas ideas nos gusta más y es más viable.



Ana: Exacto, chicos. Después de completar nuestro mapa, elegiremos las ideas más prometedoras y empezaremos a prototipar. Este método nos permite ser creativos, pero también organizados.

(El equipo empieza a completar su mapa mental con ideas vibrantes y creativas, imaginando el camino hacia su innovadora línea de bisutería artesanal).

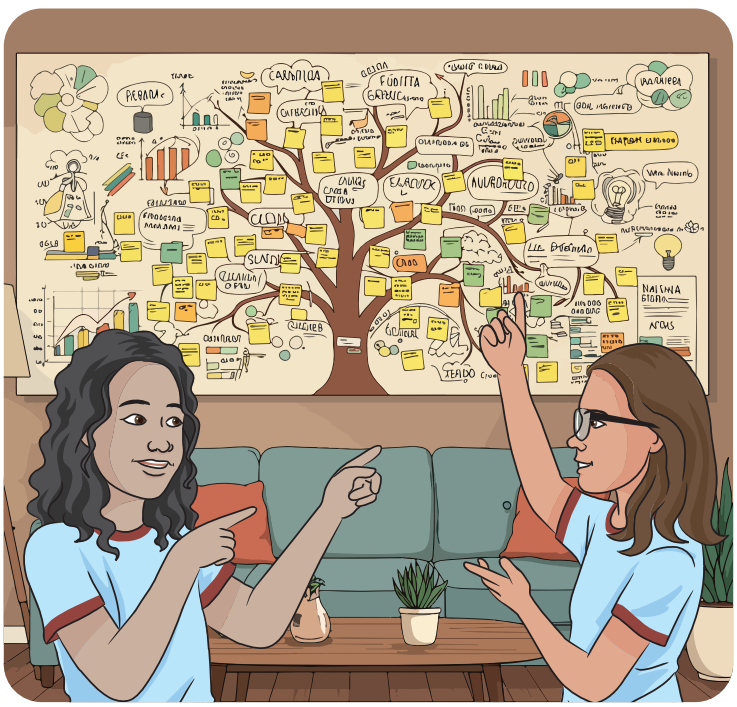
Ana: Antes de pasar a los prototipos, necesitamos decidir qué idea de bisutería vamos a desarrollar primero. Vamos a hacer una votación rápida. Cada uno elige su favorito.

Diego: Yo voto por las pulseras con elementos naturales. Creo que serán muy populares, sobre todo, entre los jóvenes y los turistas que visitan el mercado.

Carlos: Yo prefiero los collares con piedras naturales y madera. Son únicos y creo que se podrían vender fácilmente en eventos de la comunidad o en tiendas especializadas.

Santiago: Me inclino por los aretes con diseños inspirados en la naturaleza. Ofrecen un toque de elegancia y sostenibilidad, lo que puede resultar muy atractivo para las tiendas de moda y los compradores conscientes del medio ambiente.

Valeria: Y yo creo que las pulseras ajustables con cuentas de cerámica serían fantásticas, porque atraerían no solo a jóvenes sino también a adultos que buscan accesorios únicos y sofisticados para sus atuendos.



Ana: Parece que todos tenemos diferentes favoritos. Vamos a contar los votos. Todos, levanten la mano por su elección.

(Los jóvenes levantan las manos para votar).

Ana: Bien, veo que la mayoría prefiere las pulseras con elementos naturales. Es una opción atractiva y parece que tiene el mayor potencial de agradar a un amplio rango de personas.

Diego: ¡Sí! Estoy emocionado por comenzar a trabajar en ellas. ¿Qué necesitamos para empezar?

Ana: Necesitaremos materiales como cuerdas, cuentas de vidrio y piedras naturales, además de herramientas básicas para el montaje. También podríamos buscar algunos tutoriales en línea para inspirarnos en nuevas técnicas.

Carlos: Podría hablar con un joyero local para que nos dé algunos consejos sobre cómo trabajar con estos materiales naturales y garantizar que los acabados sean de alta calidad.

Santiago: Yo puedo preparar un espacio en nuestra aula para que trabajemos sin interrupciones.



Ana: Empecemos por reunir los materiales y planificar nuestra primera sesión de trabajo para el viernes. ¡Estoy segura de que vamos a crear algo increíble!

Diego: No puedo esperar para ver cómo nuestras pulseras cobran vida.

Ana: ¡Así es! Una vez que tengamos algunos modelos confeccionados, los mostraremos a nuestras familias y amigos para ver qué piensan y obtener más ideas sobre cómo podemos mejorarlas.

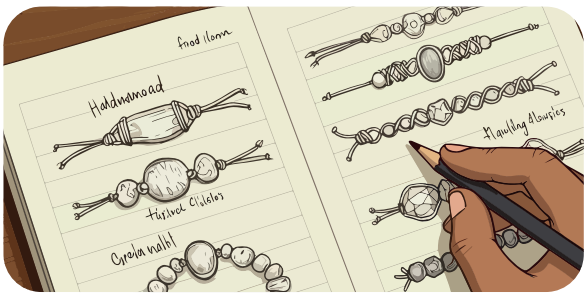
Santiago: Es emocionante pensar que no solo estamos creando algo bonito, sino también reutilizando materiales y ayudando a nuestras familias. ¡Adelante, equipo!

Ana: Eso es lo maravilloso del *Design Thinking*. Nos permite no solo solucionar problemas, sino también hacerlo de una manera creativa y beneficiosa para todos. Ahora, vamos a hacer que estas ideas se conviertan en realidad.

Fase Prototipar

Es hora de transformar, hacer realidad tus ideas. Puedes hacer un dibujo, una maqueta o, incluso, una versión sencilla de tu creación. ¡Es como construir un castillo de arena!

Creamos pulseras artesanales



Santiago: ¡Bien, equipo! Ahora que hemos decidido enfocarnos en las pulseras, es momento de pasar a la fase de **Prototipar**. Aquí es donde convertimos nuestras ideas en productos reales que podemos tocar y mostrar.

Diego: Entonces, ¿por dónde empezamos?

Carlos: ¡Primero hacemos un boceto! Dibujamos rápidamente cómo queremos que se vean nuestras pulseras. Podemos experimentar con diferentes estilos y materiales.

Santiago: Exacto. Vamos a usar materiales naturales como piedras, madera y cuentas de cerámica. Queremos que cada pulsera sea atractiva, elegante y refleje la belleza natural de los materiales.

(El equipo se reúne para hacer los bocetos).

Carlos: Voy a dibujar algunos diseños de pulseras. Probaré diferentes texturas y colores para que cada pieza tenga un carácter único. Los bocetos no tienen que ser perfectos; solo necesitamos una idea clara de cómo se verán.

Ana: ¡Buena idea, **Carlos**! Podríamos considerar diferentes cierres y ajustes para que nuestras pulseras sean accesibles a más personas.

Diego: Me gusta esa idea. Podemos ofrecer una variedad, desde diseños simples y sutiles hasta opciones más audaces y llamativas.



Santiago: Una vez que tengamos los bocetos, podemos comenzar a experimentar con los materiales. Hagamos algunos modelos iniciales para ver cómo se ven y se usan mejor.

Ana: Mientras trabajamos en los prototipos, también deberíamos pensar en las técnicas de acabado. Podemos usar barniz en algunas piezas de madera para resaltar su grano natural o pulir las piedras para que brillen más.

Carlos: Es importante que todos los cierres sean duraderos y de buena calidad, para que las pulseras no solo sean bonitas sino también funcionales y seguras de usar.

Diego: Cuando tengamos algunos prototipos listos, podemos mostrarlos a un grupo pequeño de amigos y familiares para obtener sus opiniones. Esto nos ayudará a entender qué funciona y qué podríamos mejorar.

Santiago: ¡Perfecto! Esto nos dará la oportunidad de ajustar nuestros diseños y técnicas según la retroalimentación. ¡Manos a la obra, equipo! Estoy emocionado de ver cómo nuestras ideas de pulseras toman forma.

Ana: Esto va a ser emocionante. Estamos creando algo hermoso utilizando materiales de nuestro entorno de manera sostenible.

(Carlos dibujó bocetos de diferentes estilos de pulseras, incorporando elementos naturales como piedras y madera. Después de que el equipo acordó el diseño, se puso a trabajar en los prototipos).

Santiago: Ya que tenemos los bocetos, hagamos el prototipo. Esto significa crear una versión de prueba de nuestras pulseras usando los materiales que hemos seleccionado, sin preocuparnos por la perfección. Lo importante es ver cómo lucen y se sienten.

Carlos: He investigado sobre cómo unir las piezas de manera que sean duraderas. Podemos usar hilo de cáñamo o cuerda de algodón ecológico para ensartar las cuentas y piedras.

Ana: ¡Perfecto! Me encargaré de ensartar las piezas. Vamos a combinar colores y texturas para que las pulseras destaquen y se vean atractivas y elegantes.

Diego: Yo haré los acabados. Agregaré detalles finales como pequeños nudos y, tal vez, algún colgante sutil para darle un toque especial a cada diseño.

(El equipo se pone a trabajar. Ana ensarta con cuidado las cuentas y piedras, Diego agrega los detalles finos, y Carlos asegura las uniones. Todos colaboran para crear prototipos impactantes y de alta calidad).

Santiago: ¡Lo logramos! Nuestro primer prototipo está listo. ¿Qué opinan?

Carlos: ¡Genial! Los materiales naturales y los detalles de diseño las hacen lucir muy atractivas y elegantes.

Ana: A mí también me gusta. Podríamos agregar diferentes cierres para que se ajusten a todos los gustos y tamaños de muñeca.

Diego: Sí, eso le daría un toque más personalizado. Es un buen primer paso, pero hay otros aspectos que podemos mejorar.

Valeria: ¡Estoy de acuerdo! Ahora que tenemos el prototipo, podemos pasar a Evaluar o Testear. Veremos qué opinan las personas y qué mejoras podríamos hacer.

Santiago: En resumen, en la fase Prototipar, creamos versiones reales de nuestras pulseras artesanales. Hicimos bocetos, elegimos materiales, y obtuvimos unas piezas increíbles que estamos listos para mostrar y probar.

Fase Evaluar

Ahora es el momento de poner a prueba tu creación. Pides a otras personas que la usen y les preguntas qué piensan. Sus opiniones te ayudarán a mejorarla. ¡Es como hacer una fiesta de lanzamiento!



Ana: Chicos, ahora que tenemos nuestros prototipos de pulseras artesanales, debemos comprobar si realmente funcionan y cumplen con lo que queremos. ¿Cómo haremos esta evaluación?

Carlos: Podemos empezar mostrándoselas a amigos y vecinos. Podemos preguntarles si les gusta el diseño, si encuentran las pulseras atractivas y si creen que serían un buen complemento para sus atuendos.

Diego: Quizás podamos organizar una reunión pequeña para que las prueben, las lleven puestas y nos den su opinión.

Santiago: Sí, necesitamos escuchar directamente lo que piensan. Como en la fase de empatizar, queremos saber cómo se sienten al ver y usar los prototipos.

Carlos: También podemos usar la técnica de "Me gusta, no me gusta, sugerencias". Esto nos ayudará a adaptar el diseño según sus comentarios.

Ana: Me parece un buen plan. Con toda esa información, podemos hacer mejoras y asegurarnos de que nuestras pulseras cumplan las expectativas de las personas en nuestro barrio.

Probamos y ajustamos el prototipo

Ana: Como lo pensamos, mostremos nuestros prototipos de pulseras artesanales a personas cercanas, como familiares, amigos y algunos vecinos. Hagámosles preguntas como las siguientes para obtener opiniones valiosas: *¿Qué opinas del diseño? ¿Te parecen atractivas? ¿Crees que complementarían tu atuendo? ¿Comprarías una pulsera como esta? ¿Cuánto pagarías? ¿Qué cambiarías o mejorarías en ellas?*

Diego: Algunas respuestas serán positivas. Lo importante es recibir sugerencias, como mejorar la comodidad al usarlas y considerar variaciones en los diseños para mayor variedad. Y no olvidemos anotar todas las recomendaciones para realizar ajustes.

Ana: Ya tenemos suficientes opiniones. Ahora es momento de ajustar algunos detalles.

Carlos: Sí, debemos asegurarnos de que las pulseras sean cómodas de usar. Tal vez podamos cambiar ciertos materiales.

Diego: Y creo que ofrecer diferentes tamaños, las haría más inclusivas y versátiles.

Santiago: Nuestro siguiente paso es convertir estos prototipos en un producto mínimo viable (PMV) para seguir evaluando.

Valeria: Exactamente. Con estos ajustes podremos realizar más pruebas y asegurarnos de que vamos en la dirección correcta.

Todos: ¡Listos para mejorar los prototipos!

3. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Confianza en sí mismo

> "Cuando entiendes tus emociones, tienes el poder de transformarte a ti mismo".
>
> *Oprah Winfrey* (1954), periodista, presentadora de televisión y filántropa estadounidense.

Ana: Chicos, quiero compartir con ustedes la historia de **Thomas Edison**, un inventor que nunca se rindió, a pesar de los obstáculos. Edison es conocido por haber inventado la bombilla eléctrica, pero su camino estuvo lleno de desafíos. Desde joven, Edison era curioso y apasionado por la ciencia. Sin embargo, tuvo muchas dificultades en su educación. Sus maestros no creían en él y lo consideraban un niño problemático. A pesar de esto, nunca perdió la confianza en sí mismo. Cuando decidió convertirse en inventor, tuvo que enfrentar muchos fracasos antes de lograr sus inventos más famosos.

Se dice que Edison fracasó más de mil veces antes de encontrar la manera de crear una bombilla que funcionara. Cuando le preguntaron sobre sus fracasos, él respondió: "No he fallado. He encontrado mil maneras que no funcionan". Finalmente, su perseverancia lo llevó a convertirse en uno de los inventores más exitosos de la historia.

Carlos: ¡Increíble, **Ana**! Es asombroso pensar en cuantas veces Edison pudo haberse rendido. Su historia demuestra que, aunque enfrentes dificultades, la autoconfianza y la perseverancia son fundamentales para el éxito.

Diego: Me parece inspirador cómo no se dejó afectar por las opiniones de sus maestros. Por eso debemos confiar en nosotros mismos y en nuestras ideas, incluso si otros dudan.

Santiago: Además, el hecho de que Edison aprendiera de sus fracasos es muy valioso. A veces tenemos miedo de equivocarnos, pero cada error, nos enseña algo. Debemos verlo como una oportunidad para mejorar.

Valeria: Lo que más me motiva de Edison es su actitud ante el fracaso. Él nunca se dio por vencido. Y, por ello, en nuestro proyecto debemos mantener esa misma mentalidad, incluso cuando las cosas no salgan como esperamos.



Ana: La historia de Edison nos enseña que, sin importar cuántas veces caigamos, lo importante es levantarnos y seguir adelante. Si creemos en nosotros mismos y trabajamos con determinación, también podemos lograr grandes cosas. Así, cuando enfrentemos desafíos, recordemos su perseverancia.

Carlos: Ahora que hemos reflexionado sobre esto, el profesor nos ha entregado una rúbrica que debemos contestar para autoevaluarnos y, luego, aplicarla a cada uno de nuestros compañeros de los "Creadores de Villa".

3.1. Aplicamos una rúbrica sobre confianza en sí mismo

Escoge un lugar donde estés cómodo y selecciona tus respuestas a la rúbrica, marcando con un aspa (X) , la cual se muestra a continuación. Sé sincero y piensa en tus habilidades al trabajar en equipo.

Rúbrica: Confianza en sí mismo				
Criterios	Inicio	En proceso	Logrado	Destacado
Autoconocimiento	Tiene dificultad para reconocer sus fortalezas y debilidades.	Reconoce algunas de sus habilidades, pero con inseguridad.	Muestra buen autoconocimiento y acepta tanto sus fortalezas como debilidades.	Tiene un excelente autoconocimiento y utiliza esta información para crecer.
Toma de riesgos	Evita los riesgos y se siente incómodo ante nuevos desafíos.	Acepta algunos riesgos, pero se siente ansioso.	Se siente cómodo tomando riesgos y afrontando nuevos desafíos.	Busca constantemente nuevos desafíos y aprende de cada experiencia.
Resiliencia	Se rinde fácilmente ante el fracaso y no busca aprender de él.	Se siente desanimado por el fracaso, pero intenta seguir adelante.	Maneja el fracaso con una actitud positiva y aprende de la experiencia.	Muestra gran resiliencia y utiliza el fracaso como una oportunidad de aprendizaje.
Expresión personal	Tiene dificultad para expresarse y se siente inseguro al hablar.	Se siente un poco inseguro al expresar sus pensamientos.	Comunica sus ideas y sentimientos con claridad y confianza.	Expresa sus ideas de manera asertiva y con seguridad, inspirando a otros.
Interacción con los demás	Se siente incómodo en interacciones sociales y evita el contacto visual.	Tiende a ser reservado, pero participa cuando se le invita.	Se relaciona con otros de manera segura, fomentando un ambiente positivo.	Inicia interacciones y promueve un ambiente de apoyo y colaboración entre los demás.

Ana: Chicos, el docente nos ha pedido que reflexionemos sobre lo que hemos aprendido hasta ahora. ¿Qué opinan sobre nuestra experiencia?

Carlos: Creo que hemos aprendido a colaborar de manera efectiva. La metodología del *Design Thinking* nos ayudó a pensar creativamente para resolver problemas, especialmente, al entender las necesidades de los turistas.

Valeria: Sí, y también me di cuenta de que nuestras ideas iniciales no siempre son las más efectivas. Fue un proceso interesante ir ajustando nuestras propuestas a lo largo del camino.

Diego: A mí me enseñó que el diseño no solo debe ser atractivo, sino también útil y creativo.

Santiago: Exacto, y también entendí que evaluar un prototipo va más allá de simplemente probarlo. La retroalimentación de los usuarios fue crucial para hacer mejoras.

4. Analizamos la importancia de trabajar cooperativamente

El cuento de los números



Había una vez un país muy especial llamado Numerolandia, donde todos los habitantes eran números. Cada número tenía un trabajo y una función en la vida diaria de este lugar. Sin embargo, a pesar de sus diferencias, vivían todos en paz y armonía.

El número Uno era pequeño, pero soñaba con grandes cosas. Siempre decía: "Aunque soy pequeño, puedo hacer mucho si me lo propongo". Sin embargo, sentía que los demás números lo subestimaban por ser el menor.

Un día, el rey de Numerolandia, el Cero, decidió convocar una gran reunión. "Queridos números", dijo el Cero, "nuestro reino está en problemas. Los cálculos no están funcionando bien y las operaciones matemáticas están fuera de control. Debemos encontrar una solución".

Los números comenzaron a discutir y culparse unos a otros. El Dos decía: "Soy importante porque duplico todo", mientras que el Cinco presumía de que gracias a él se podía contar fácilmente. Diez se jactaba de ser el número perfecto porque todos los demás números podían llegar a él sumando. Pero nadie escuchaba al pequeño Uno.

Uno, cansado de no ser tomado en cuenta, decidió tomar acción. Se acercó al rey Cero y le susurró: "Majestad, tengo una idea, pero necesitaré la ayuda de todos los números". El Cero, intrigado, decidió escuchar al Uno. Entonces, Uno propuso un gran plan: "Todos los números tienen un valor importante por sí mismos, pero si trabajamos juntos, podemos hacer algo mucho más grande. ¡Multipliquémonos, sumémonos y combinémonos para hacer cálculos perfectos!".

Todos los números estuvieron de acuerdo y empezaron a colaborar. El Tres se combinó con el Cuatro para hacer Doce, el Cinco se multiplicó por el Dos para llegar a Diez, y Uno demostró que, cuando se colocaba a la izquierda de los números, como en el caso del Diez o Cien, podía hacerlos crecer mucho más.

Gracias a la cooperación y el entendimiento de que cada número, grande o pequeño, tenía su lugar y su función, Numerolandia se convirtió en un reino armonioso y próspero. Desde entonces, todos los números comprendieron que su verdadero valor radicaba en trabajar juntos.

Moraleja: No importa cuán pequeño o grande seas, todos tienen un valor importante, y juntos se pueden lograr grandes cosas.

5. Reflexionamos sobre lo que aprendimos

"Cada dificultad es un trampolín hacia una versión más fuerte de ti mismo".

Maya Angelou (1928-2014), poeta y activista por los derechos civiles estadounidense.

5.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "Veo, Pienso, Me pregunto"

(Los "Creadores de Villa" están aplicando la rutina de pensamiento "Veo, Pienso, Me pregunto", en la creación de pulseras artesanales con materiales naturales de alta calidad y diseños creativos).

Ana: Chicos, nuestro profesor nos ha pedido que usemos una rutina de pensamiento para reflexionar sobre lo que hemos hecho hasta ahora en nuestro proyecto. La rutina que usaremos hoy es "Veo, Pienso, Me Pregunto". ¿Alguien sabe de qué trata?

Carlos: Sí, esta rutina tiene tres partes: Primero, describimos lo que observamos; luego, explicamos lo que pensamos sobre ello; y finalmente, planteamos preguntas para profundizar en lo que no sabemos o queremos explorar más.

Diego: ¡Perfecto! Vamos a hacerlo. Empecemos con la primera parte: "Veo". ¿Qué hemos hecho hasta ahora en el proyecto?

Ana: Veo que hemos desarrollado prototipos de pulseras con materiales naturales y técnicas de diseño innovadoras. También noto que hemos considerado varios estilos para que sean versátiles y atractivas.

Valeria: Veo que nuestros prototipos están bien pensados, pero aún podemos explorar más combinaciones de materiales y colores para hacer que cada pieza sea única.

Santiago: Sí, veo que hemos hecho un gran trabajo en la selección de materiales, pero aún necesitamos definir algunos acabados para mejorar la durabilidad y la comodidad al usar las pulseras.

Ana: ¡Muy bien! Ahora pasemos a la segunda parte: "Pienso". ¿Qué piensan sobre lo que hemos observado?

Carlos: Pienso que estamos en un buen camino, pero es importante realizar pruebas de mercado para verificar la aceptación del público. Deberíamos considerar organizar una pequeña feria o usar redes sociales para recibir comentarios directos.

Diego: Pienso que las pulseras tienen un gran potencial, pero necesitamos asegurarnos de que realmente capturan la esencia de la creatividad y la calidad que queremos proyectar.

Valeria: Pienso que hemos avanzado mucho en la estética, pero quizás necesitamos más *feedback* de nuestro público objetivo para asegurar que las pulseras no solo sean bonitas sino también funcionales y cómodas.

Ana: ¡Perfecto! Ahora vayamos a la última parte: "Me Pregunto". ¿Qué nos preguntamos a partir de lo que hemos visto y pensado?

Santiago: Me pregunto si podríamos incorporar elementos más personalizables. ¿Cómo podríamos hacer que cada pulsera se ajuste a los gustos personales del usuario?

Carlos: Me pregunto si deberíamos explorar más materiales o técnicas que aún no hemos considerado. ¿Existen otros materiales naturales que podrían añadir valor a nuestras pulseras?

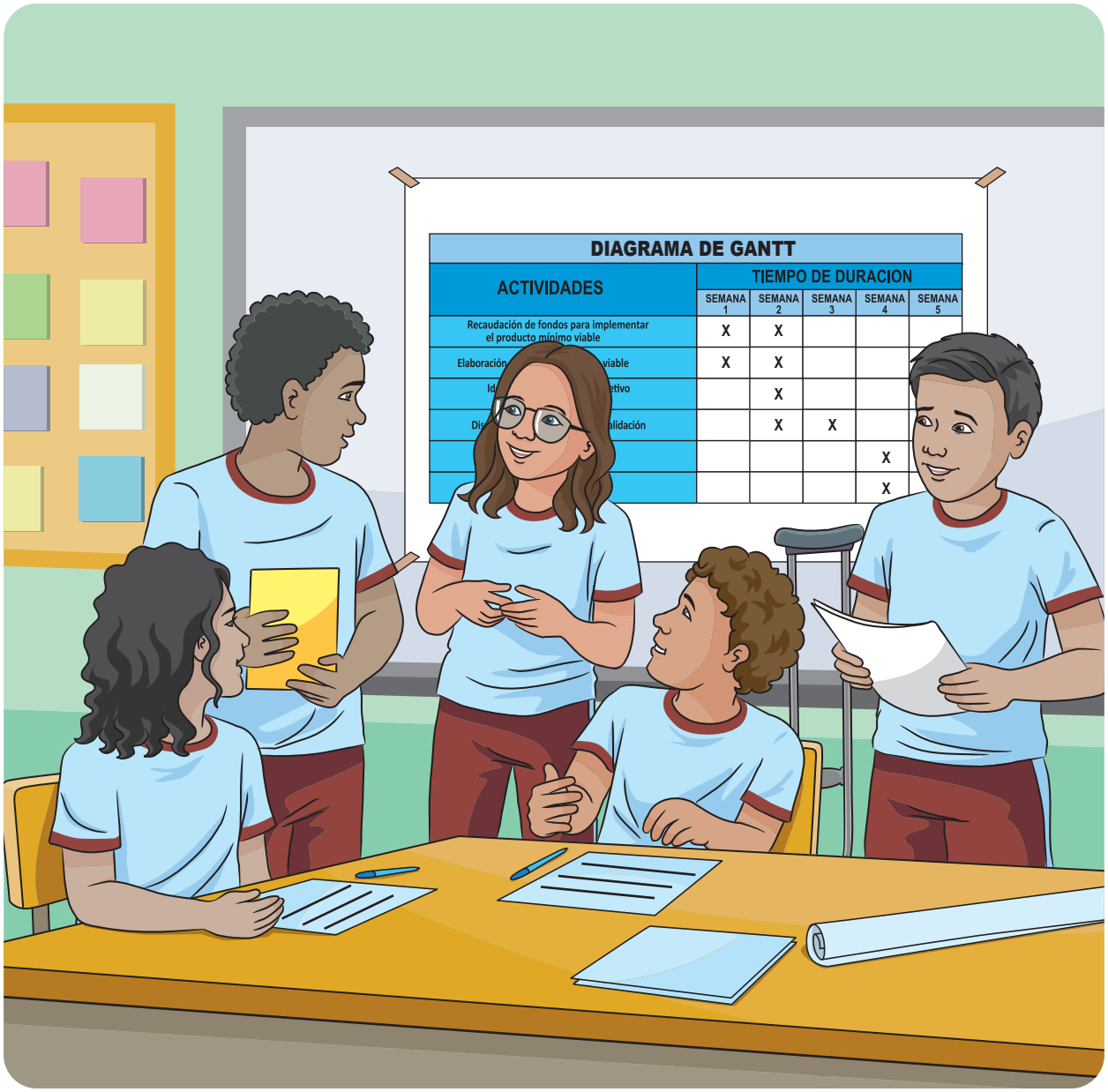
Valeria: Me pregunto cómo podríamos mejorar la presentación de las pulseras. ¿Sería posible crear empaques que refuercen la percepción de alta calidad y creatividad?

Ana: ¡Excelentes preguntas! Ahora tenemos puntos claros para seguir mejorando. Sigamos este enfoque para profundizar en las fases que tenemos pendientes. ¡Vamos por ello!

Todos: ¡Vamos!



Planificamos la validación del Producto Mínimo Viable (PMV)



"La mejor manera de predecir el futuro es planificarlo".

Peter Drucker (1909-2005), experto en gestión empresarial.

Propósito del capítulo

Al terminar este capítulo, serás capaz de planificar la ejecución del proceso de validación de tu prototipo, ahora denominado "producto mínimo viable". Además, aprenderás a organizar y gestionar los recursos necesarios para esta validación. Asimismo, desarrollarás habilidades técnicas para crear productos que permitan validar tus ideas y suposiciones con compañeros de clase, vecinos o emprendedores locales.

1. Determinamos la situación problemática y el reto en la etapa de "Planificación" del proyecto

> "En las raíces de la familia encontramos la fortaleza para enfrentar cualquier desafío".
>
> *John Ronald Reuel Tolkien* (1892-1973), escritor, filólogo y docente inglés.

Contexto

Los integrantes del equipo "Creadores de Villa", tras completar exitosamente el proceso de *Design Thinking,* han diseñado pulseras artesanales utilizando materiales naturales de alta calidad. Estas pulseras están diseñadas para complementar atuendos con un toque único y creativo, aportando belleza y estilo a quienes las usan.



Problema

El siguiente paso para el equipo es avanzar hacia la fase de planificación de su emprendimiento. Se enfrentan al desafío de producir sus primeras series del producto mínimo viable (PMV), esenciales para probar el mercado y validar si las pulseras cumplen con las expectativas y necesidades del público objetivo, especialmente, personas interesadas en accesorios de moda que complementan sus atuendos. Necesitan asegurarse de contar con los recursos económicos adecuados, adquirir los materiales específicos necesarios para la producción en masa, y desarrollar un plan detallado que les permita validar efectivamente la aceptación del producto por parte de los clientes potenciales.

Hasta este momento, el equipo "Creadores de Villa" ha basado sus estrategias en suposiciones derivadas de observaciones y entrevistas preliminares sobre lo que sus potenciales clientes valoran y necesitan en términos de accesorios de moda creativos y de calidad.

Reto del proyecto: *How might we?*

¿Cómo podríamos planificar y obtener los recursos necesarios para producir las pulseras artesanales de manera eficiente, validando nuestras ideas iniciales y asegurándonos de que nuestro producto cumple con las expectativas de quienes buscan accesorios de moda atractivos y de alta calidad?

Este reto les propone algo muy interesante: encontrar formas creativas e innovadoras para mejorar cómo se fabrican y venden sus pulseras. La idea no es solo que sean bonitas o útiles, sino que también se conviertan en un elemento importante dentro de la moda y el estilo personal de las personas.

Como verdaderos "Creadores de Villa", ustedes tienen la oportunidad de pensar como emprendedores: ¿Cómo pueden hacer que sus pulseras sean únicas y llamen la atención? ¿Qué materiales usarán? ¿Cómo se las mostrarán a sus posibles clientes? Estas son preguntas clave que los ayudarán a mejorar su proyecto.

A través de este desafío, aprenderán a conocer mejor a su público (es decir, a las personas que quieren que usen sus pulseras) y a tomar decisiones inteligentes sobre cómo producirlas y venderlas. También van a poder fortalecer su propuesta de valor, que es eso que hace que su producto sea especial y diferente a los demás.

Además, este reto les permitirá adaptarse a las condiciones reales del mercado, usando su creatividad, trabajo en equipo y capacidad para resolver problemas. ¡Es una gran oportunidad para crecer como creadores, diseñadores y emprendedores jóvenes!

"Cuando enfrentas un reto y te esfuerzas, estás desarrollando habilidades nuevas. Adaptarte y aprender te dará la seguridad para los siguientes desafíos".

Angela Duckworth (1970), psicóloga e investigadora estadounidense experta en perseverancia y motivación.

2. Aplicamos la rutina de pensamiento "Pensar, Explorar, Cuestionar" para comprender el problema

"Puedes encontrar esperanza en cada amanecer y fortaleza en cada experiencia".

Maya Angelou (1928-2014), escritora, cantante y activista por los derechos civiles estadounidense.

Ana: Chicos, hemos avanzado bastante con el prototipo de las pulseras artesanales, pero ahora necesitamos planificar bien cómo vamos a producirlos y validarlo con las personas que los usarán, especialmente, aquellas interesadas en accesorios únicos y de calidad. El profesor nos recomendó usar la rutina de pensamiento "Pensar, Explorar, Cuestionar" para entender mejor el desafío de la planificación. ¿Les parece si comenzamos?

Pensar

Carlos: Creo que lo primero que deberíamos hacer es definir todas las tareas que tenemos por delante. Debemos fabricar las pulseras, conseguir los materiales necesarios, hablar con potenciales clientes para ver si realmente les resulta atractivo y funcional y, luego, ajustar lo que haga falta según sus comentarios. Pero, ¿cómo podemos organizar todo eso?

Valeria: Tal vez sería útil visualizar todo con un diagrama de *Gantt*, así podríamos ver qué tareas debemos realizar, quién será el responsable de cada tarea y cuánto tiempo nos llevará cada una. De esa manera, sabríamos en qué momento debemos hacer cada acitivdad.



Explorar

Diego: Pero, ¿hemos considerado todas las herramientas que podemos usar? Quizás haya algo más simple que un *Gantt.* Aunque si queremos hacer un seguimiento detallado de cada tarea, puede que esa sea la mejor opción.

Santiago: También deberíamos preguntarnos si el diagrama de *Gantt* será suficiente. A veces las cosas no salen como planeamos y los plazos pueden retrasarse. ¿Qué haremos si eso ocurre? ¿Podremos ajustar los tiempos y las responsabilidades?

Ana: Tienes razón, debemos explorar cómo podríamos revisar el *Gantt* cada semana y ajustar las tareas atrasadas para evitar que el trabajo se acumule y perdamos el control.

Carlos: Y si no conseguimos todos los materiales a tiempo, necesitamos un plan alternativo. Tal vez podamos comenzar con una cantidad pequeña de pulseras y, si los clientes las aceptan bien, producir más después.

Cuestionar

Diego: También conviene revisar si los plazos establecidos son realistas. Quizás seamos demasiado optimistas con las fechas. ¿Cómo podemos garantizar que las tareas se completen sin prisas y de buena calidad?

Valeria: Podemos hacer una prueba para ver cuánto tiempo nos toma realmente crear una pulsera. Cronometrar el proceso nos dará una mejor idea de cómo planificar la producción.

Santiago: Además, debemos pensar en la validación del producto. ¿Cómo vamos a probar las pulseras con los clientes? ¿Qué preguntas les haremos para asegurarnos de que cumplen con sus expectativas y necesidades?

Ana: Entonces, ya identificamos todas las tareas, examinamos herramientas como el diagrama de *Gantt* y evaluamos si los tiempos y recursos disponibles son adecuados. Revisaremos el plan cada semana y actualizaremos lo necesario, y verificaremos que todos cumplan con sus responsabilidades.

Carlos: ¡Me parece muy bien! Si seguimos estos pasos, podremos planificar de manera eficiente y estar preparados para cualquier inconveniente.

Todos: ¡Vamos, equipo, que lo lograremos!

"El secreto del éxito es la constancia en el propósito y la planificación de cada paso."

Benjamin Disraeli (1804-1881), político y escritor británico que enfatizó la importancia de la planificación en el logro de objetivos.

3. Planificamos utilizando el diagrama de *Gantt*

> "Si algo es lo suficientemente importante, hazlo, incluso,
> si las probabilidades están en tu contra".
>
> *Elon Musk* (1971), empresario e innovador, fundador de la empresa *SpaceX.*

Ana: ¡Chicos, ya hemos terminado algunas pulseras artesanales como nuestro producto mínimo viable (PMV)! Ahora, como nos explicó el profesor, tenemos que validar nuestro trabajo. ¿Alguien sabe lo que significa validar?

Carlos: Validar significa comprobar si nuestras pulseras cumplen con las expectativas de quienes las usarán, especialmente, para quienes valoran la bisutería de calidad. Además, buscamos confirmar que resuelvan una necesidad real antes de continuar con la producción.

Valeria: Ah, entonces, ¿se trata de ver si les atraen y si las comprarían? Pero, ¿cómo hacemos una validación que sea efectiva?

Diego: Según lo que leí sobre el método *Lean,* validar significa realizar "experimentos". No se trata solo de preguntar, sino de observar si realmente usarán el producto y si cumple con sus expectativas. Es llevar nuestras pulseras al mundo real para probarlas.

Santiago: ¿Y cómo hacemos estos experimentos? No podemos solo dar las pulseras y esperar a ver qué pasa, ¿verdad?

Ana: El profesor nos habló del *Lean Canvas*, una herramienta que puede ayudarnos a organizar estos experimentos. Esta herramienta contiene nueve bloques que permiten validar nuestro PMV. Primero, debemos comprobar que nuestras pulseras realmente resuelvan una necesidad de quienes valoran la bisutería.

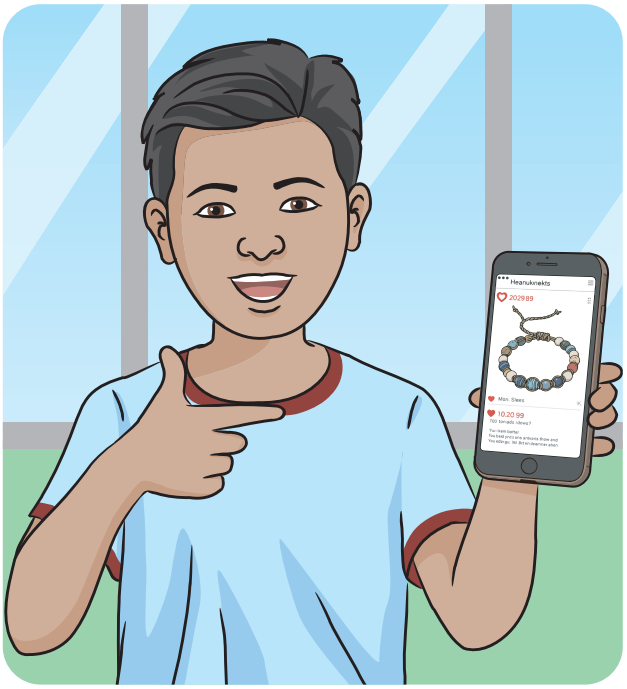
Carlos: Claro, eso lo abordamos en el bloque de Problemas. Identificamos que las personas buscan pulseras con diseño estético y utilidad práctica. ¿Cómo podemos confirmar que estamos resolviendo ese problema?



Diego: Este es el momento de validar nuestro producto. Podemos llevar algunas pulseras a ferias de arte o *boutiques* locales, mostrar el producto y observar si genera interés o intención de compra.

Santiago: ¡También podríamos hacer pruebas en línea! Podríamos publicar fotos de nuestras pulseras en las redes sociales y medir la interacción de las personas. Eso nos ayudaría a ver si hay interés.

Valeria: Entonces, la validación no se trata solo de preguntar si les gusta, sino de observar si lo comprarían o lo usarían. ¿Correcto?



Ana: ¡Exacto! Además, podemos usar el bloque de Propuesta de valor del *Lean Canvas* y preguntarles algo como: "¿Por qué elegirías esta pulsera en lugar de otras?". Si sus respuestas coinciden con lo que pensamos, es una buena señal.

Carlos: Y si no lo compran o no muestran interés, esa información también es valiosa. Eso nos diría que hay que hacer ajustes, ya sea en el diseño o en el precio.

Santiago: ¡Exacto! Y es mejor saber eso ahora, antes de gastar más tiempo o recursos en fabricar más pulseras.

Ana: Lo que dice **Santiago** es clave. Si algo no funciona, no pasa nada, es parte del proceso de aprendizaje. Ajustamos lo necesario y seguimos adelante.

Diego: Entonces, en resumen, validamos cuando presentamos nuestras pulseras a clientes reales y observamos su reacción. Si las compran y consideran útiles. ¡Perfecto! Si no, realizamos los ajustes necesarios hasta que el producto funcione.

Valeria: ¡Ahora lo entiendo mejor! Vamos a hacer esas pruebas y, con suerte, nuestras pulseras serán todo un éxito.

Ana: ¡Muy bien, equipo! Pero antes de empezar la validación, el profesor nos sugirió que planifiquemos las tareas. Mencionó el Diagrama de *Gantt*, una herramienta útil para organizar nuestro trabajo de manera eficiente.

Carlos: He oído hablar de eso, pero no estoy muy seguro de cómo funciona. ¿Alguien ya lo ha usado?

Valeria: Yo leí un poco sobre eso. El Diagrama de *Gantt* es una herramienta que te permite organizar las tareas de un proyecto, indicando la duración de cada tarea y su fecha de finalización. Es similar a un cronograma, pero con una representación más visual y precisa.

Santiago: ¡Ah, ya entiendo! Es como un calendario donde podemos ver qué tareas se deben hacer y cuándo.

Diego: Exacto. Lo más útil es que nos permite ver si una tarea depende de otra. Por ejemplo, no podemos validar nuestras pulseras sin tener suficientes unidades terminadas.

Ana: ¡Correcto! Si una tarea depende de otra, la colocamos después en el diagrama. De esta forma, podemos ver todas las tareas necesarias y asegurarnos de que no olvidemos nada importante.

Valeria: ¡Qué útil! Pero, **Ana**, ¿cómo hacemos un diagrama de *Gantt*? ¿Lo dibujamos?

Ana: Hoy en día, existen muchas herramientas digitales que facilitan la creación de diagramas de *Gantt*. Incluso, el profesor mencionó que podemos apoyarnos en la inteligencia artificial (IA) para agilizar y optimizar el proceso.

Carlos: ¡Genial! Entonces, ¿empezamos por listar todas las tareas y las organizamos en el diagrama de *Gantt*?

Ana: ¡Exacto! Primero hacemos un inventario de lo que tenemos y, luego, planificamos las actividades de validación. ¡Manos a la obra, equipo!

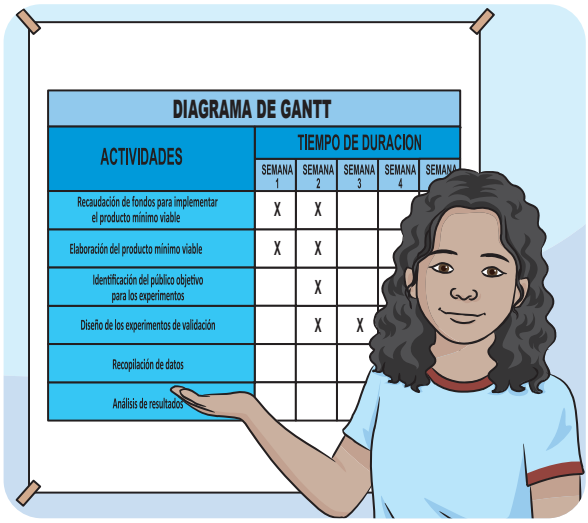


Diagrama de *Gantt* del proceso de validación del PMV de los "Creadores de Villa"

Tareas	Duración (días)	Responsable	Estado (%)
Hacer inventario de materiales	2	Valeria	100
Elaborar presupuesto	1	Santiago	100
Conseguir financiación (ventas pequeñas)	5	Ana y Diego	0
Comprar materiales faltantes	3	Carlos y Valeria	0
Fabricar 20 pulseras	7	Todo el equipo	0
Preparar muestrario y fotos para redes	3	Ana y Diego	0
Realizar la validación con clientes	5	Todo el equipo	0
Recoger comentarios y ajustar el PMV	3	Santiago y Valeria	0

¿Sabías que...?

El término "diagrama de *Gantt*" fue acuñado en 1923 por el ingeniero consultor **Henry Wallace Clark**. El diagrama de *Gantt* es una herramienta de gestión de proyectos que representa gráficamente el cronograma de un proyecto. Se utiliza para planificar, ejecutar y controlar un proyecto.

4. Ejecutamos tareas previas antes de la validación

"El negocio más exitoso no solo genera dinero, sino también libertad".

Robert Kiyosaki, (1947), empresario, inversor, escritor y orador motivacional estadounidense.

4.1. Realizamos un inventario

Ana: ¡Perfecto, equipo! Antes de iniciar los experimentos de validación de nuestras pulseras artesanales, necesitamos asegurarnos de que tenemos todos los materiales requeridos. Comencemos con un inventario de lo que tenemos y de lo que necesitamos adquirir.

Diego: De acuerdo, vamos a verificar lo que ya poseemos y lo que nos falta para completar al menos 20 pulseras.

Valeria: ¡Exacto! Esto nos ayudará a organizarnos y a calcular cuánto más material debemos comprar.

Inventario de materiales

Materiales que ya tenemos:

Material	Cantidad disponible
Cuentas de colores	1000 unidades
Hilos de nylon	20 rollos
Cierres metálicos	50 unidades
Herramientas de ensamblaje	5 kits
Cajas de presentación	15 unidades

Materiales que necesitamos para completar 20 pulseras:

Material	Cantidad disponible
Cuentas de colores adicionales	500 unidades
Hilos de nylon adicionales	5 rollos
Cierres metálicos adicionales	10 unidades
Cajas de presentación adicionales	5 unidades

Presupuesto preliminar:

Para estimar el costo de los materiales faltantes, los "Creadores de Villa" han investigado precios en tiendas de artesanía locales y en línea. A continuación, se presenta el presupuesto:

Material	Precio aproximado (por unidad o paquete)
Cuentas de colores	S/0.10 por unidad
Hilos de nylon	S/5.00 por rollo
Cierres metálicos	S/1.00 por unidad
Cajas de presentación	S/3.00 por unidad



Total, estimado de dinero que necesitan: S/8.10

Carlos: Con estos números, podemos armar un presupuesto y ver cómo financiaremos la compra de los materiales que nos faltan.

4.2. Recaudamos fondos para elaborar el producto mínimo viable

Ana: Chicos, ¿y si hacemos galletas de avena con arándanos y chocolate? Son fáciles de preparar y las podemos vender en la escuela y reunir fondos para nuestros materiales.

Carlos: ¡Eso suena riquísimo! Podemos hacer una gran cantidad de galletas y empacarlas en bolsitas para que se vean bien presentadas.

Santiago: Solo necesitamos avena, arándanos, trozos de chocolate, azúcar y mantequilla. Y si cada uno de nosotros se encarga de algo, podemos hacerlas rápido.

Diego: Podemos venderlas en bolsitas o también en pequeñas cajas con el logo de nuestro proyecto. Además, podemos hacer carteles en la escuela para anunciar que las estamos vendiendo.

Ana: Perfecto, entonces dividimos las tareas: unos hacen las galletas, otros preparan los carteles y el resto se encarga de venderlas durante los recreos. ¡Va a ser genial!

Ejecución del plan

Los "Creadores de Villa" se reunieron después de clases para preparar las galletas de avena con arándanos y chocolate. Utilizaron ingredientes sencillos, como avena, arándanos secos, trozos de chocolate, azúcar y mantequilla. Formaron pequeñas bolitas de masa, las hornearon y, luego, las empaquetaron en bolsas de celofán decoradas con etiquetas hechas a mano, que incluían el nombre de su proyecto y el precio.

(Durante el recreo, el equipo promociona las galletas colocando carteles y ofrece muestras a sus compañeros).

Ana: ¡Lo logramos, chicos! Vendimos todas las galletas en el primer recreo. ¡Fue un éxito!

Carlos: ¡Y estaban tan deliciosas que algunos nos pidieron más para mañana!

Valeria: Fue muy fácil, y no gastamos mucho. Además, todos nos felicitaron por las galletas. ¡Nos quedó muy bien!

Santiago: ¡Sí! Ahora tenemos el dinero para los materiales y nos divertimos mucho.

Diego: ¡Fue una gran idea! Si necesitamos más dinero, ya sabemos cómo hacerlo.



4.3. Compramos materiales para elaborar el producto mínimo viable

Ana: ¡Genial, chicos! Ya reunimos suficiente dinero con las ventas de galletas. Ahora podemos comprar lo que nos falta para hacer más pulseras. Vamos a buscar materiales creativos que las hagan muy atractivas.

Carlos: Tienes razón, **Ana**. Debemos ver bien qué necesitamos y dónde podemos comprar. Hay que asegurarnos de que los materiales sean de buena calidad y muy bonitos.

Valeria: Busqué en internet y encontré unas tiendas que venden artículos de artesanía con descuentos. Podríamos comprar algunos productos *online* para probarlos.

Santiago: También debemos pensar en el planeta. Elijamos materiales que no afecten el medio ambiente. Así, nuestras pulseras serán bonitas y respetuosas con la naturaleza.



Diego: Claro, conviene revisar si esos materiales ya están disponibles para no atrasarnos.**Valeria**, ¿podrías llamar o enviar un correo para solicitar muestras? Así sabremos si realmente nos sirven antes de adquirir grandes cantidades.

Ana: Mientras **Valeria** se encarga de eso, **Carlos** y yo podemos visitar tiendas cercanas para revisar los materiales directamente. A veces conviene observarlos directamente para confirmar si cumplen con lo que buscamos.

Carlos: ¡Vamos! Yo llevo la lista de lo que necesitamos y revisaré bien los detalles para evitar errores.

Valeria: ¡Perfecto! Yo me pongo en contacto con los proveedores *online* y les pido muestras. Así podremos comparar opciones y elegir las más adecuada.

Santiago: Y no olvidemos de llevar la cuenta de cuánto gastamos. Hay que usar bien nuestro dinero y apuntar todo para no pasarnos del presupuesto.

Diego: Cuando tengamos todo, deberíamos revisar cada material para ver si es tan bueno como pensamos. Así evitamos contratiempos más adelante.

Ana: ¡Súper! Estamos haciendo todo paso a paso y eso nos ayudará a hacer unas pulseras increíbles. Me alegra ver cómo todos colaboramos y damos lo mejor de nosotros.

(Los "Creadores de Villa", con su entusiasmo juvenil, se organizan para adquirir los materiales necesarios, verificando que cada material cumpla con sus expectativas de calidad y sostenibilidad. Están tan emocionados al ver cómo sus ideas creativas se transforman en pulseras únicas y atractivas).

"El control de los materiales es una lección de responsabilidad que dura toda la vida."

Stephen Covey (1932-2012), autor del bestseller *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*, enfocado en principios de liderazgo y organización.

5. Elaboramos pulseras artesanales

"La simplicidad es la máxima sofisticación en cualquier producto".

Walter Isaacson (1953), periodista, escritor y biógrafo, quien escribió sobre la vida de Steve Jobs.

(Tras verificar que contaban con materiales de alta calidad, los "Creadores de Villa" iniciaron la fabricación de 20 pulseras artesanales, diseñadas para combinar estética y funcionalidad).

5.1. Organizamos el espacio de trabajo

Ana distribuyó los materiales en diferentes mesas, designando áreas específicas para los abalorios, los hilos y las herramientas necesarias.

Carlos preparó una zona dedicada para el diseño, donde se realizarían los conjuntos y ajustes de las pulseras.

Santiago consiguió las herramientas, asegurándose de que todos tuvieran acceso a pinzas, cortadores y pegamento.



5.2. Diseñamos el patrón base para las pulseras

Ana: Valeria y yo nos encargaremos del diseño, estableceremos los patrones base para cada pulsera, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Funcionalidad y estética: Cada pulsera tendría una longitud estándar de, aproximadamente, 18 cm, dejando un margen para ajustarlas con facilidad a distintas medidas.

Selección de colores y de tipo de material: Los colores deben ser vibrantes y armoniosos y los materiales naturales deben ser de piedra, madera y cerámica.

5.3. Armamos las pulseras

Diego: Carlos y yo cortaremos y prepararemos los hilos y cadenas necesarias para formar las bases de las pulseras.

Valeria: Ana y yo aplicaremos técnicas de ensamblaje para intercalar los abalorios y asegurarse de que cada pieza tenga un acabado profesional.

Santiago: Me encargaré de asegurar los cierres y ajustar el tamaño de cada pulsera.

5.4. Realizamos el control de calidad antes del empaque

Carlos y **Valeria** realizaron una supervisión minuciosa:

Inspección visual: Verificaron que todas las pulseras presentaran un acabado uniforme y libre de defectos.

Pruebas de durabilidad: Evaluaron la resistencia de los cierres y el ensamblaje frente al uso cotidiano.

5.5. Diseñamos un empaque especial

Santiago diseñó cajas pequeñas hechas con material reciclado, ajustadas al tamaño de las pulseras, para garantizar su protección durante el transporte. Cada caja contenía una tarjeta con el logo de los "Creadores de Villa" y una breve reseña sobre la sostenibilidad y el diseño artesanal de las pulseras.

5.6. Distribuimos responsabilidades para la producción final

Ana y **Valeria** se enfocaron en los detalles finales y en la estética de las pulseras. **Diego** y **Carlos** se encargaron del montaje y las pruebas de calidad. **Santiago** coordinó el embalaje y la logística de distribución.

5.7. Concluimos el proceso de fabricación

Al finalizar, los "Creadores de Villa" completaron con éxito la producción de 20 pulseras únicas y quedaron listas para validar el producto mínimo viable con el público objetivo.

El equipo se mostró entusiasmado por presentar sus creaciones y dispuesto a recibir retroalimentación para seguir perfeccionando sus productos.



6. Creamos un muestrario de fotos y realizamos publicidades *online*

"No trabajes por tu negocio, trabaja para construir sistemas que lo hagan prosperar".

Michael Gerber (1936), emprendedor y cofundador de Michael E. Gerber Companies.

(Después de completar las pulseras artesanales, los "Creadores de Villa" sabían que el siguiente paso era promocionar el producto mínimo viable (PMV). Por ello, crearon un muestrario atractivo para difundirlo en redes sociales).

6.1. Preparamos un estudio fotográfico

Ana propuso montar un pequeño estudio fotográfico en el salón de clases, usando telas naturales y decorativas como fondo para destacar la belleza de las pulseras.

Diego se encargó de recoger los materiales necesarios: una tela lisa como fondo, iluminación suave sin reflejos y una mesa pequeña para disponer las pulseras.

Santiago y **Valeria** colocaron las pulseras de forma creativa, mostrando los distintos diseños y la calidad de los materiales para que se vieran atractivas en las fotos.

6.2. Realizamos una sesión de fotografía

Carlos fue el fotógrafo, utilizando su celular con cámara de alta calidad y una aplicación de edición para capturar y mejorar las imágenes.

Ana y **Santiago** organizaron las pulseras en diferentes posiciones, resaltando la variedad y los detalles artesanales.

Valeria propuso realizar varias tomas desde distintos ángulos para captar la textura y el brillo natural de los abalorios y piedras.

6.3. Editamos fotos

Carlos y Diego editaron las fotos usando una aplicación gratuita y ajustaron la iluminación y el contraste para resaltar los colores naturales de las pulseras y conservar un estilo auténtico y llamativo.

Valeria recomendó mantener un fondo neutro en las fotos para que las pulseras destacaran como protagonistas.



6.4. Redactamos textos para las publicaciones

Ana y **Carlos** redactaron descripciones breves para las fotos, destacando la artesanía y la autenticidad de las pulseras:

"Explora la belleza de lo natural con nuestras pulseras artesanales, perfectas para cualquier ocasión".

"Cada pulsera es única, hecha a mano con materiales seleccionados por su calidad y belleza".

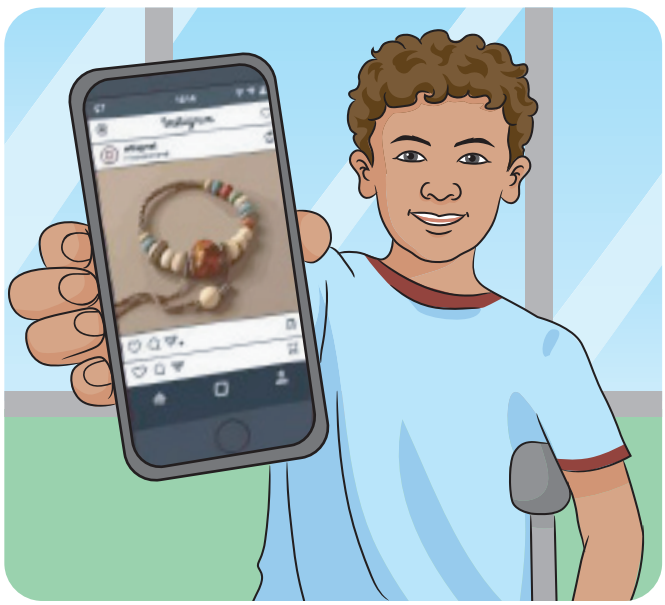
"Descubre cómo nuestras pulseras pueden complementar tu estilo y dar un toque especial a tu día a día".

Incluyeron una breve reseña sobre la inspiración de cada diseño y el valor de emplear materiales naturales.

6.5. Seleccionamos plataformas para publicar

Diego sugirió comenzar con *Instagram* y *Facebook* por su popularidad y capacidad para mostrar imágenes de alta calidad.

Santiago configuró las cuentas y publicó fotos con sus respectivas descripciones, utilizó *hashtags* relevantes y etiquetó a referentes del ámbito de la moda sostenible para ampliar el alcance.



"Crear *hashtags* específicos para tu emprendimiento escolar ayuda a construir la identidad de la marca y a participar en comunidades digitales afines".

Mott Marketing, expertos en estrategias digitales y marketing de contenidos.

7. Formamos un equipo *startup*

"El trabajo en equipo no es solo compartir ideas, es construir algo más grande juntos".

Steve Jobs (1955-2011), visionario conocido por liderar equipos hacia la innovación.

Ana: Chicos, el profesor nos explicó un concepto súper interesante. Nos habló de las *microstart-ups,* que son empresas pequeñas, pero organizadas de manera profesional, donde cada miembro del equipo tiene un rol específico. ¡Así podemos trabajar de manera más eficiente y lograr nuestros objetivos más rápido!

Carlos: ¡Oh, sí! Me acuerdo. Nos dijo que en una *microstart-up,* cada persona tiene una responsabilidad clave, como si fuera una empresa de verdad. De hecho, nos habló de algunos roles importantes: *CEO, CTO, CFO, CMO y CPO.*

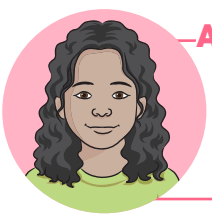
Valeria: ¡Exacto! Y cada rol tiene un área de trabajo diferente. Por ejemplo, el *CEO* se encarga de dirigir el proyecto y tomar decisiones. El *CTO*, que es el *Chief Technology Officer*, se ocupa de la parte técnica, como la plataforma digital, y el *CFO*, que soy yo, maneja las finanzas del proyecto.

Santiago: Entonces, si seguimos este modelo, podemos organizar nuestro proyecto como una empresa real. Así cada uno de nosotros puede enfocarse en lo que mejor sabe hacer, y todo estará más claro. ¡Sería perfecto!



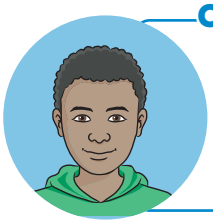
Diego

Me encanta la idea. Quisiera ser el *CPO (Chief Product Officer)*, responsable del diseño y calidad del producto. Siempre pienso en cómo lograr que las pulseras sean originales y llamativas.
¡Estoy listo para comenzar!



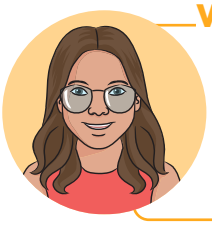
Ana

¡Genial, **Diego**! ¿Quién quiere ser el *CEO*? Yo puedo asumirlo, porque disfruto coordinar tareas y tomar decisiones importantes para que todo funcione correctamente.



Carlos

Si soy el *CTO (Chief Technology Officer),* me encargaré de las plataformas digitales y de todos los aspectos técnicos. Quiero asegurarme de que todo funcione sin problemas, desde la venta en línea hasta la gestión digital del proyecto.



Valeria

Si soy la C*FO (Chief Financial Officer)*, me encargaré de las finanzas,organizaré el uso del dinero y cuidaré que no gastemos más de lo que tenemos. ¡Es rol esencial para mantener el presupuesto!



Santiago

Yo me encargaré del *marketing,* así que soy el *CMO (Chief Marketing Officer).* Me ocuparé de promocionar el proyecto en redes sociales y atraer a más clientes para nuestras pulseras. ¡Quiero que todos conozcan lo que estamos haciendo!

Ana: ¡Perfecto! Entonces, con estos roles claros, tenemos todo lo necesario para organizarnos como una *microstart-up* de verdad. Yo coordinaré todo y aseguraré que el equipo siga avanzando en cada fase. ¡Esto va a ser un éxito!

Carlos: Con todos enfocados en sus áreas, vamos a ser mucho más productivos. Y además, podremos tomar decisiones mucho más rápido.

Valeria: Sí, y con cada uno de nosotros aportando en lo que mejor sabe hacer, vamos a llevar "Creadores de Villa" a lo más alto.

Santiago: ¡Estoy listo para empezar! Vamos a hacer crecer este proyecto y asegurarnos de que nuestras pulseras lleguen a todo el mundo.

Ana: ¡Entonces, vamos a trabajar duro! Crearemos un plan, asignaremos tareas y vamos a asegurarnos de que cada uno cumpla con lo que le corresponde. ¡Empecemos con todo!

Santiago: ¡Sí, vamos!

¿Sabías que...?

Según **Chris Guillebeau**, escritor y emprendedor defensor de las *microstartups* como motor de aprendizaje positivo, dice que una *microstart-up* es el primer gran paso de un estudiante soñador: un pequeño proyecto lleno de pasión, creatividad y la ambición de convertir sus ideas en realidad.

8. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Resiliencia

"La resiliencia no significa no caer, sino levantarte cada vez con más fuerza y propósito".

Viktor Frankl (1905-1997), neurólogo, psiquiatra y filósofo, fundador de la logoterapia.

Ana: Chicos, después de todo lo que hemos vivido en este proyecto, creo que es importante reflexionar sobre cómo hemos manejado todos los obstáculos. Empezamos sin mucha experiencia, pero aquí estamos, ¡y cada vez lo hacemos mejor!



Carlos: ¡Es cierto, **Ana**! Al principio, todo parecía tan complicado, y tuvimos algunos fracasos. Pero hemos seguido adelante, y eso demuestra que hemos sido resilientes, ¿no? Nos caímos un par de veces, pero nos levantamos y seguimos trabajando en nuevas ideas.

Valeria: Sí, recuerdo cuando no conseguimos suficientes materiales al principio, y pensé que podríamos rendirnos. Pero, en vez de eso, nos organizamos y buscamos soluciones creativas, como vender las galletas de avena. ¡Eso fue un gran ejemplo de resiliencia!

Santiago: ¡Exacto! También cuando lanzamos a las redes sociales las pulseras, hubo momentos en los que no recibíamos tantas ventas como esperábamos, pero no dejamos que eso nos desmotivara. Siempre buscamos maneras de mejorar: ajustamos las fotos, ofrecimos personalizaciones, ¡y al final eso nos dio resultados!

Diego: Lo que me ha impresionado más es cómo nos apoyamos mutuamente cuando las cosas no salían como queríamos. En lugar de echarnos la culpa, nos ayudamos a encontrar soluciones. Cuando uno de nosotros se sentía abrumado, otro estaba ahí para levantarlo. Eso es resiliencia en equipo.

Ana: Sí, la clave ha sido no rendirnos nunca. A veces nos sentimos frustrados, pero siempre encontramos formas de adaptarnos y continuar.

Carlos: ¡Claro que sí! No solo demostramos resiliencia al enfrentar los obstáculos, sino también al aprender de cada situación vivida. Por ejemplo, cuando algo no funcionó, analizamos qué falló y evitamos repetir los mismos errores.

Valeria: Eso también es resiliencia: aprender de los fracasos. No solo se trata de seguir trabajando, sino de saber adaptarse. ¡Es lo que nos ha hecho más fuertes como equipo!

Santiago: Además, cuando conseguimos todo lo necesario para los materiales y todavía nos quedó algo de dinero extra. Me sentí muy orgulloso de todo lo que hemos logrado. A veces es fácil perder la perspectiva, pero ver cómo superamos los retos me hizo notar cuánto hemos crecido.

Diego: ¡Es verdad! Al principio todo parecía tan incierto. Pero ahora podemos decir con confianza que somos un equipo resiliente. Siempre que surgen problemas, sabemos cómo enfrentarlos y salir adelante juntos.

Ana: Me siento muy orgullosa de todo lo que hemos logrado. Creo que lo mejor es que, aunque hemos tenido dificultades, nunca perdimos de vista lo que queríamos lograr. Eso es lo que hace que nuestro proyecto sea fuerte. ¡Seguimos adelante con más energía que nunca!

Carlos: Y, lo más importante, es que cada vez que enfrentamos un reto, lo vemos como una oportunidad para mejorar. Eso, sin duda, es lo que nos ha hecho más resilientes.



8.1. Aplicamos una rúbrica sobre resiliencia

Escoge un lugar donde estés cómodo y selecciona tus respuestas a la rúbrica, marcando con un aspa (X) , la cual se muestra a continuación. Sé sincero y piensa en tus habilidades al trabajar en equipo.

Rúbrica: Resiliencia			
Criterios	**NIVEL 1: BAJO**	**NIVEL 2: INTERMEDIO**	**NIVEL 3: ALTO**
Manejo de fracasos y obstáculos	No demuestra capacidad para manejar fracasos. Se desmotiva fácilmente y abandona el proyecto.	Muestra algo de resiliencia, pero tiende a rendirse ante los obstáculos. A veces busca soluciones.	Demuestra una gran capacidad para afrontar fracasos. Aprende de ellos y persiste con determinación.
Adaptabilidad	Resiste el cambio y muestra rigidez ante nuevos enfoques o situaciones imprevistas.	Se adapta a los cambios, pero necesita tiempo y apoyo para ajustarse a nuevas situaciones.	Se adapta rápidamente a los cambios y muestra flexibilidad ante situaciones imprevistas.
Gestión del estrés	No maneja bien el estrés; se muestra abrumado y no busca soluciones activas.	Maneja el estrés moderadamente, pero a veces se siente superado y necesita ayuda para mantener el enfoque.	Maneja el estrés de manera efectiva, mantiene la calma y sigue trabajando en soluciones.
Capacidad de aprendizaje continuo	No busca aprender de los errores ni investiga nuevas formas de mejorar.	Aprende de sus errores, pero a veces no aplica lo aprendido de manera consistente.	Busca activamente aprender de los errores y está comprometido con la mejora continua.
Persistencia y determinación	Abandona rápidamente ante los primeros problemas. Muestra poca constancia.	Muestra algo de persistencia, pero pierde la motivación al enfrentarse a dificultades mayores.	Se mantiene determinado y persiste incluso en situaciones difíciles, demostrando gran tenacidad.
Actitud positiva y optimismo	Tiene una actitud negativa ante los problemas y no muestra esperanza en los resultados.	Muestra una actitud positiva en algunos momentos, pero se desmotiva con facilidad.	Mantiene una actitud positiva ante las adversidades, siempre busca soluciones con optimismo.
Resolución de problemas	No aborda los problemas de manera efectiva y se siente perdido cuando surgen desafíos.	Aborda los problemas con alguna efectividad, pero a veces necesita apoyo para encontrar soluciones.	Resuelve problemas de manera proactiva y eficaz, encuentra soluciones de forma independiente.
Búsqueda de apoyo y colaboración	No busca ni acepta ayuda cuando la necesita, trabaja de manera aislada.	Busca ayuda en algunos casos, pero a veces prefiere trabajar solo.	Busca apoyo de manera proactiva y sabe cuándo delegar o pedir ayuda para avanzar.

9. Reflexionamos sobre lo que aprendimos

> "La gestión eficiente es hacer las cosas bien; el liderazgo es hacer las cosas correctas".
>
> *Peter Drucker* (1909-2005), consultor y profesor de negocios, tratadista y abogado austriaco.

Ana: Chicos, nuestro profesor nos ha pedido que reflexionemos sobre lo que hemos aprendido hasta ahora en el capítulo. Vamos a responder algunas preguntas que nos ayudarán a pensar en nuestro progreso.

Reflexionar

Ana: ¿Qué hemos logrado hasta ahora?

Carlos: Hemos completado casi todo lo que planeamos. Fabricamos las pulseras con los materiales naturales que conseguimos y los resultados fueron realmente impresionantes.

Valeria: Sí, logramos crear productos que no solo son útiles y bellos, sino también sostenibles. Todo fue como lo habíamos imaginado, aunque enfrentamos algunos desafíos inesperados.

Ana: ¿Qué aprendimos del proceso de planificación?

Santiago: Aprendimos lo útil que es el Diagrama de *Gantt* para organizar nuestro trabajo. Nos ayudó a distribuir las tareas de manera clara y a asignar responsabilidades efectivamente.

Diego: También mejoramos nuestra capacidad de trabajar en equipo y de apoyarnos mutuamente cuando alguno de nosotros necesitaba ayuda.

Ana: ¿Cuáles fueron los mayores retos que enfrentamos?

Carlos: Uno de los retos fue la falta de materiales en algunos momentos, y también la gestión del tiempo fue un desafío considerable.

Valeria: Y la comunicación ocasionalmente fue complicada. A veces no estábamos todos al tanto del estado de las tareas de los demás.

Replantear

Ana: Ahora, pensamos en lo que podríamos haber hecho mejor. ¿Hay algo que deberíamos cambiar en nuestra planificación?

Santiago: Creo que deberíamos haber sido más precisos con el tiempo estimado para cada actividad. A veces subestimamos cuánto nos tomaría completar ciertas tareas.

Diego: Podríamos implementar más controles de avance para asegurarnos de que todo progresara como esperábamos.

Ana: ¿Qué podríamos mejorar para prevenir problemas en el futuro?

Carlos: Necesitamos gestionar mejor los materiales. Asegurarnos de tener todo lo necesario antes de comenzar evitaría muchos retrasos.

Valeria: Y, definitivamente, mejorar la comunicación constante. Así todos estaríamos mejor informados sobre el progreso y cualquier contratiempo.

Revisar

Ana: Por último, revisamos lo que podemos mejorar y hagamos los ajustes necesarios. ¿Las tareas estaban suficientemente detalladas?

Diego: Algunas sí, pero otras no fueron tan claras. A veces había confusión sobre quién debía hacer qué.

Santiago: Podemos ser más detallados en las descripciones de las tareas y asignar tiempos más realistas para cada una.

Ana: ¿Establecimos puntos de control adecuados?

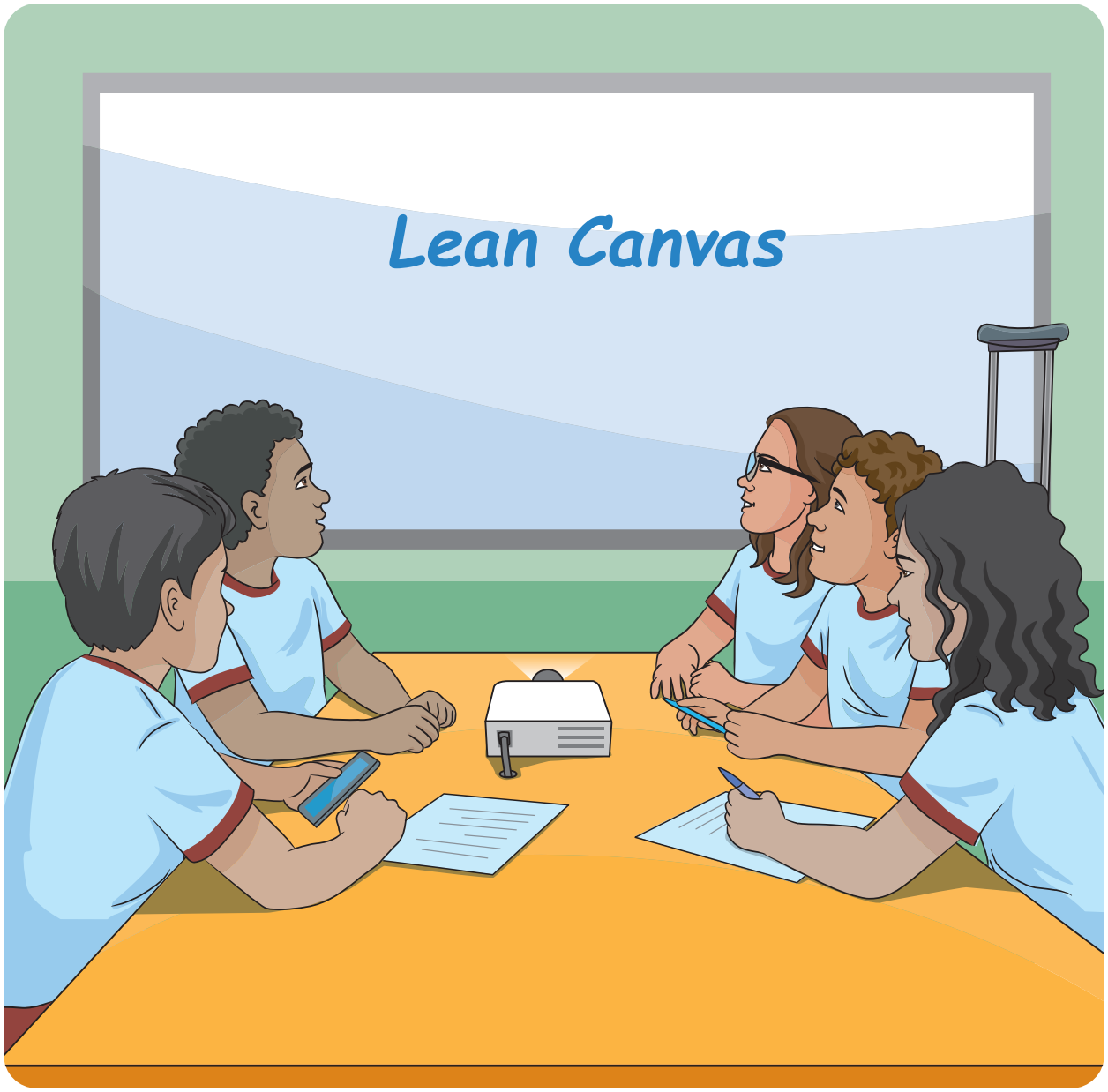
Carlos: Creo que podríamos haber tenido más reuniones breves para verificar el progreso, lo que nos habría ayudado a hacer ajustes sobre la marcha.

Recomendar

Ana: Asegúrate de que cada tarea esté bien detallada y establece reuniones regulares para revisar el progreso y realizar ajustes si es necesario. ¡Bien, equipo! Hemos reflexionado, replanteado y revisado nuestro trabajo. Aprendimos mucho de esta experiencia y ahora estamos mejor preparados para enfrentar futuros desafíos ¡Sigamos adelante!



Validamos el Producto Mínimo Viable (PMV)



"No encuentres clientes para tus productos, encuentra productos para tus clientes".

Seth Godin (1960), escritor y fundador de varias empresas.

Propósito del capítulo

Al terminar este capítulo, serás capaz de probar tus ideas del proyecto con las personas que lo usarán para descubrir qué opinan y cómo puedes mejorarlo. Además, usarás la herramienta *Lean Canvas,* que te ayudará a organizar tus ideas, identificar posibles problemas y garantizar el éxito de tu proyecto.

1. Determinamos la ruta a seguir

> "No compitas en precio, compite en valor".
>
> *Jeff Bezos* (1964), empresario, ingeniero, fundador y exdirector ejecutivo de *Amazon*.

Ana: Chicos, ¿por qué creen que ya no se usa el plan de negocios tradicional para iniciar un emprendimiento, como se hacía antes?

Diego: Porque escribir un plan de negocios es como hacer una tarea larguísima... muy aburrida y difícil de entender.

Santiago: Steve Blank dice que los planes de negocios son como una bola de cristal rota. Intentas predecir el futuro, pero... ¡nadie sabe lo que va a pasar en realidad!

Carlos: ¿Cómo sabemos si nuestra idea va a funcionar? No queremos lanzarnos al vacío.

Ana: Y ahí entra el modelo de negocios, amigos. En lugar de escribir páginas y páginas, usamos herramientas como el *Lean Canvas* . Es más rápido, visual y nos permite comprender lo que realmente necesita la gente.

Diego: ¿Y qué pasa si la gente no quiere lo que hicimos?

Ana: ¡Exactamente! Por eso probamos nuestras ideas con los usuarios antes de construir todo. Si algo no les gusta, lo cambiamos. Steve Blank llama a esto "salir del edificio", porque no puedes emprender solo sentado frente a tu computadora.

Valeria: ¿Salir del edificio?

Santiago: Se trata de salir a hablar con la gente, escuchar sus problemas y aprender de ellos.

Carlos: Entonces, en lugar de escribir un súper plan, solo tenemos que probar ideas rápido.

Ana: ¡Exacto, **Carlos**! Con el modelo de negocios podemos ir ajustando nuestra idea a medida que aprendemos. Es como construir un rompecabezas, pero con piezas que pueden cambiar de forma.

Diego: Esto suena mucho más divertido que hacer un plan de negocios. ¡Empecemos a usar el *Lean Canvas!*

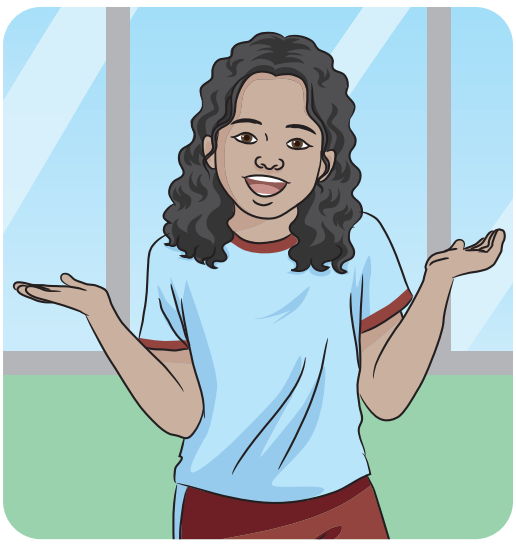
Todos: ¡Sí!

Valeria: ¡Pero primero salimos del edificio! Yo me encargo de llevar botellas de agua.

2. Aplicamos el *Lean Canvas*

"Un buen producto es intuitivo; un gran producto es inolvidable".

Johnny Ive (1967), diseñador industrial inglés que integró el equipo de transformación de *Apple.*



Ana: Bueno, equipo, ya sabemos que lo de los planes de negocios tradicionales ya quedaron atrás. Ahora debemos elegir: ¿Usamos el Lienzo de Modelo de Negocios de Osterwalder o el *Lean Canvas* de Ash Maurya?

Diego: Pero... ¿cuál es la diferencia? Ambos tienen cuadros y nos hacen pensar en cosas importantes.

Valeria: El de Osterwalder parece más completo. Mira, habla de socios clave, recursos clave... ¡todo clave!

Santiago: Pero... ¿nosotros tenemos socios clave? Porque yo lo único que tengo con clave es la mochila, que está cerrada con candado.

Carlos: ¡Exacto! Somos estudiantes, no una empresa gigante. A nosotros lo que nos interesa es validar si nuestra idea realmente funciona.

Ana: ¡Bien dicho, **Carlos**! Aquí es donde el *Lean Canvas* de Ash Maurya tiene más sentido para nosotros. Es más sencillo, más directo y está diseñado, especialmente, para *startups* como la nuestra, que todavía estamos viendo si nuestra idea tiene futuro.

Valeria: Pero ¿por qué sería mejor para nosotros?

Ana: Primero, no nos pide cosas como "socios clave" o "recursos clave". En lugar de eso, nos hace pensar en los problemas reales de nuestros clientes y en cómo nuestras ideas pueden resolverlos.

Santiago: ¡Y tiene una sección solo para el problema! Eso nos ayudará a centrarnos en lo más importante: entender qué necesita la gente antes de crear algo que a nadie le interese.

Diego: ¿Y qué pasa con el dinero?

Ana: También lo tiene cubierto. Hay un espacio para costos y otro para ingresos, pero no es el foco principal. Lo primero es validar si nuestra idea tiene sentido.

Carlos: Es como un videojuego. Antes de desbloquear el siguiente nivel, debes completar la misión actual: descubrir si tu idea realmente funciona.

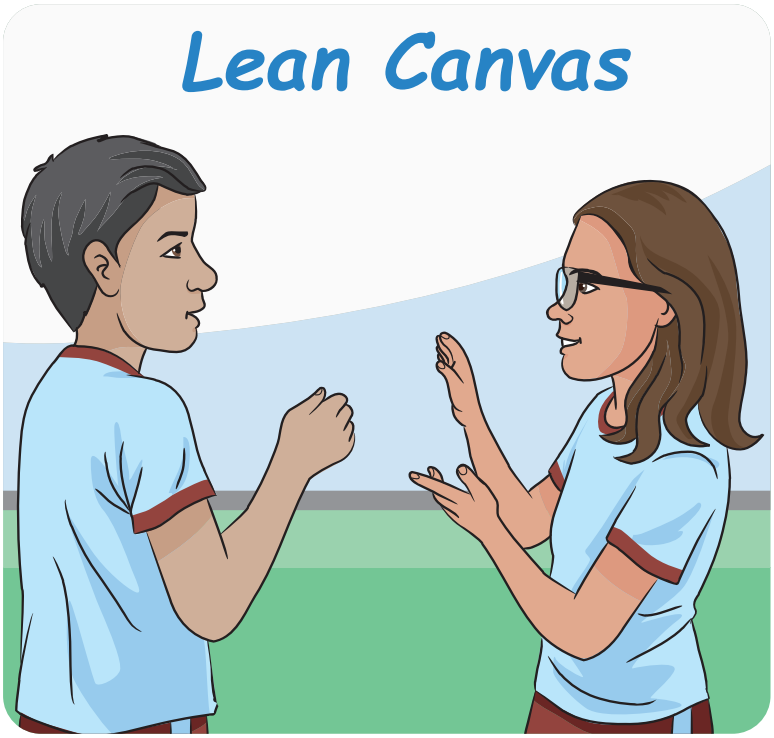
Valeria: ¡Exacto! Además, dice Ash Maurya que el *Lean Canvas* es como una brújula. Nos ayuda a movernos rápido y ajustar nuestra idea si algo no está funcionando.

Santiago: Entonces, ¿por qué complicarnos con algo más pesado? ¡*Lean Canvas* es perfecto para principiantes como nosotros!

Diego: Bueno, ya estoy convencido. ¿Empezamos a llenarlo?

Ana: ¡Eso es espíritu de equipo, **Diego**! Vamos a usar el *Lean Canvas* y asegurarnos de que los "Creadores de Villa" sean el próximo gran éxito.

Carlos: Solo recuerden: nuestra misión es salir al mercado con algo que la gente ame. ¡Así que manos a la obra, "Creadores de Villa"!



¿Sabías que...?

El ***Lean Canvas*** es una guía útil para quienes quieren iniciar un pequeño negocio, como un proyecto escolar. Fue creado por un señor llamado Ash Maurya en 2010. Imagina que quieres vender algo, como pulseras o limonada. El *Lean Canvas* te ayuda a pensar en qué necesitas para crearlos, cómo atraer compradores y qué hacer si algo no sale como esperabas. ¡Es como un plan de juego para hacer que tu idea sea un éxito!

3. Preparamos la validación del Producto Mínimo Viable (PMV)

> "El diseño no es solo cómo se ve, es cómo funciona".
>
> *Steve Jobs*, (1955-2011), visionario empresario, inventor y diseñador estadounidense.

Ana: Bueno, equipo, ¡lo logramos! Nuestro prototipo de pulseras quedó increíble. Pero esto es solo el comienzo. Ahora completemos el *Lean Canvas* para darle forma a nuestro negocio.

Diego: ¿Dónde colocamos el problema que nuestras pulseras ayudan a resolver en el *Lean Canvas*?

Ana: En el bloque de **Problemas**. Este lo tomamos del reto que definimos durante la fase "Definir" del *Design Thinking*. ¿Cuál era nuestro reto en esa fase?

Santiago: Que muchas personas buscan accesorios únicos y sostenibles, pero no encuentran opciones hechas con materiales naturales que, además, respeten el medio ambiente.

Ana: ¡Exacto! Ese fue nuestro punto de partida. Ahora pasemos al bloque de **Solución**. ¿Qué descubrimos al evaluar nuestras ideas?

Valeria: ¡Nuestras pulseras artesanales hechas con semillas, fibras naturales y tintes ecológicos!

Carlos: ¿Recuerdan qué es una "hipótesis"?

Ana: Una hipótesis es una idea que creemos que es verdad, pero que necesitamos comprobar. Es como decir: "Creo que a los clientes les van a encantar nuestras pulseras porque son sostenibles y únicas".

Diego: ¿Y cómo sabemos si es verdad?

Ana: Aquí es donde entra algo clave. En el ***Lean Canvas***, nuestras hipótesis deben ser falsables.

Valeria: ¿Falsables? ¿Eso significa que tienen que ser falsas?

Ana: Significa que tienen que ser probables de demostrar si son falsas o no. Por ejemplo, si decimos: "A todos en el mundo les van a encantar nuestras pulseras", no podemos probarlo. Pero si decimos: "Creemos que al 70% de los adolescentes de nuestra escuela les gustaría comprar nuestras pulseras", eso sí podemos medirlo.

Santiago: Entonces, nuestra hipótesis podría ser: **"Los adolescentes valoran las pulseras artesanales hechas con materiales naturales y están dispuestas a pagar por ellas"**.

Ana: ¡Perfecto! Esa es una hipótesis clara y que podemos validar.

Carlos: Y si al final descubrimos que a nadie le interesan las pulseras, ¿qué hacemos?

Ana: ¡Ajustamos nuestra idea! Por eso las hipótesis falsables son geniales: si no funcionan, aprendemos rápido y probamos algo nuevo.

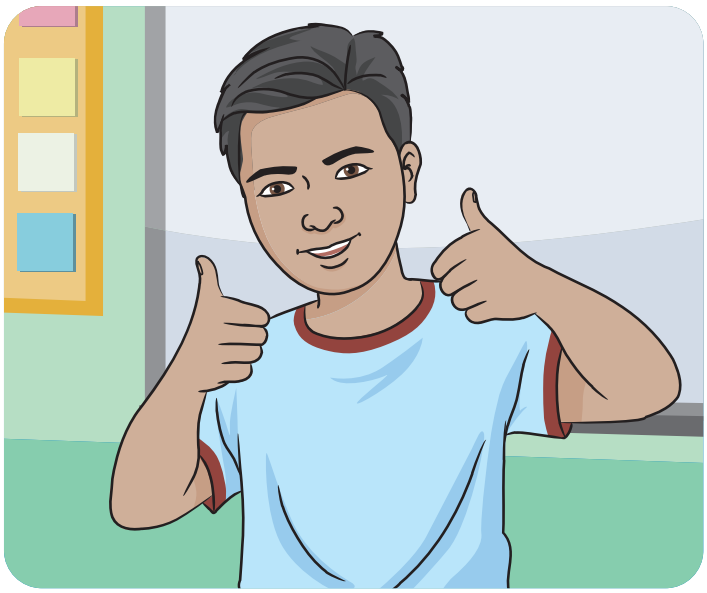
Diego: ¡Me gusta! Es como un experimento de ciencias, pero más divertido porque ¡podemos ganar dinero!

Valeria: Entonces, ¿qué sigue? ¿Cómo validamos nuestras hipótesis?

Ana: ¡Entrevistas, encuestas y prototipos! Pero primero terminemos de completar nuestro *Lean Canvas*. Aún nos falta pensar en nuestros clientes y en cómo llegaremos a ellos.

Carlos: Y si nuestras pulseras se vuelven famosas, ¿hacemos una colección edición limitada para celebridades?

Santiago: ¡Primero validamos nuestras hipótesis, **Carlos**!



¿Sabías que...?

Eric Ries, en *El método Lean Startup*, nos dice que un verdadero experimento sigue el método científico. Comienza con una hipótesis clara que hace predicciones sobre lo que se supone que debe suceder.

Ustedes estudiantes, no tengan miedo de lanzar sus ideas: lo importante es formular hipótesis claras y probarlas. Emprender no es adivinar, sino ir descubriendo la verdad a través de experimentos. Cada experimento —acierto o error— es una oportunidad para aprender más y acercarse al éxito.

4. Identificamos los riesgos del proyecto

> "El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día".
>
> *Robert Collier* (1885-1950), escritor y empresario estadounidense.

Ana: Equipo, hemos avanzado mucho con nuestras hipótesis, pero antes de validarlas, tenemos que hacer algo muy importante: identificar los riesgos.

Carlos: ¿Riesgos? ¿Es como si nuestras pulseras pudieran explotar?

Valeria: ¡Claro que no, **Carlos**! Los riesgos tienen que ver con lo que podría salir mal con nuestra idea o que no hemos tenido en cuenta.

Diego: ¡Exacto! Lo aprendí leyendo sobre *Running Lean.* Ash Maurya dice que identificar los riesgos nos ayuda a estar preparados y evitar sorpresas.

Santiago: Pero... ¿de qué tipo de riesgos estamos hablando?

Ana: Hay tres tipos principales de riesgos que debemos tener en cuenta:

1. Riesgos del cliente.
2. Riesgos del problema.
3. Riesgos de la solución.

Carlos: ¡Dime que esto no incluye matemáticas!

Ana: Tranquilo, **Carlos**. No hay cálculos aquí, solo preguntas inteligentes. Por ejemplo, en los riesgos del cliente: ¿Y si nuestro público no es el que pensamos?

Valeria: ¡Buena pregunta! Tal vez asumimos que a los adolescentes les interesan nuestras pulseras, pero en realidad no.

Diego: También hay riesgos del problema: ¿Qué pasa si el problema que creemos que estamos resolviendo no es tan importante para ellos?



Santiago: O riesgos de la solución: ¿Y si las pulseras no les gustan o no están dispuestas a pagar el precio que tenemos en mente?

Carlos: Bueno... entonces, ¿cómo evitamos esos riesgos?

Ana: No se trata de evitarlos, sino de usarlos para prepararnos. Primero, identificamos los riesgos y, a partir de ellos, creamos preguntas para validar nuestras hipótesis falsas.

Valeria: ¿Cómo serían esas preguntas?

(Ana ese acerca a la pizarra y escribe las preguntas para cada tipo de riesgo).

1. **Para el riesgo del cliente:** "¿Quién usa accesorios artesanales y por qué?"
2. **Para el riesgo del problema:** "¿Qué tan importante es para ti usar productos sostenibles?"
3. **Para el riesgo de la solución:** "¿Te gustaría esta pulsera? ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?"

Diego: ¡Eso tiene sentido! Así no estamos adivinando, sino probando.

Santiago: ¡**Ana** está aplicando ciencia pura! Hipótesis, riesgos y validaciones.

Carlos: Bueno, si esto nos ayuda a no equivocarnos.

Valeria: ¡Entonces hagamos una lista de nuestros riesgos y preparemos preguntas!

Ana: ¡Eso es! Recuerden: el que no identifica riesgos, se arriesga más. ¡Vamos "Creadores de Villa".

¿Sabías que...?

"***Running Lean*** es una metodología sistemática para iterar de un plan A a un plan que funcione, antes que se agoten los recursos". Así definió Ash Maurya, autor del libro *Running Lean,* sobre este conocido método que se aplica en el mundo del emprendimiento y la innovación.

5. Validamos el Producto Mínimo Viable (PMV)

> "Un negocio que solo hace dinero es un negocio pobre".
>
> *Henry Ford* (1863-1947), fundador de la compañía *Ford Motor Company* .

5.1. Definimos nuestras hipótesis falsables

Ana: ¡Bueno, equipo, hora de ponernos serios! Vamos a llenar cada bloque de nuestro *Lean Canvas*. Tenemos que establecer hipótesis falsables para cada bloque.

Carlos: ¿Otra vez hipótesis? ¿No pueden ser afirmaciones seguras tipo "Nuestras pulseras son las mejores del universo"?

Valeria: Eso no funciona, **Carlos**. Las hipótesis falsables son ideas que podemos probar para saber si son verdaderas o falsas. ¡Es como hacer ciencia, pero más divertido!

Diego: Y recuerda, si descubrimos que algo no funciona, ajustamos rápido. Mejor eso que gastar tiempo y dinero en una idea que no sirve.

Santiago: ¡Empecemos aquí! Nuestro problema es que mucha gente busca accesorios únicos, pero no encuentra opciones sostenibles y artesanales. ¿Cómo lo ponemos como hipótesis?

Ana: Podríamos decir: "Creemos que al menos el 70 % de los adolescentes de nuestra escuela quieren accesorios únicos y sostenibles".

Carlos: ¡Eso es falsable! Podemos hacer encuestas para comprobarlo.

Valeria: Ahora el bloque de Clientes. ¿Cómo identificamos quiénes son?

Diego: Podría ser algo como: "Creemos que nuestros clientes ideales son adolescentes entre 12 y 16 años interesados en moda y sostenibilidad".

Santiago: ¡Fácil de validar! Podemos preguntarles directamente si les interesan esas cosas.



Ana: Ahora, la solución. Aquí entra nuestro producto mínimo viable de pulseras. ¿Qué hipótesis podemos plantear?

Valeria: ¿Qué tal: "Creemos que nuestras pulseras hechas con materiales naturales son vistas como bonitas y valiosas por al menos el 60 % de los encuestados"?

Ana: Me gusta. También podemos preguntar cuánto estarían dispuestos a pagar.

Diego: ¿Y qué tal los canales? ¿Cómo llegaremos a nuestros clientes?

Santiago: Podríamos decir: "Creemos que *Instagram* y *TikTok* son los mejores canales de comunicación para llegar a nuestros clientes".

Valeria: ¡Yo puedo encargarme de las publicaciones creativas!

Ana: Perfecto. Ahora, el bloque de Ingresos. ¿Qué opinan?

Carlos: Hipótesis: "Creemos que cada pulsera se puede vender por 15 soles y que al menos 50 personas en nuestra escuela estarían dispuestas a comprarlas".

Ana: ¿Y en el bloque de Costos?

Santiago: "Creemos que podemos producir cada pulsera por menos de 5 soles usando materiales reciclados y naturales".

Valeria: ¡Esto está quedando buenísimo! Ahora sabemos qué preguntas hacer para validar cada bloque.

Ana: ¡Equipo, estamos listos para validar nuestras hipótesis y llevar nuestras pulseras al siguiente nivel!

Carlos: ¡Sí, capitana Ana! ¡Zarpemos hacia el mercado!

Todos: ¡Vamos, "Creadores de Villa"!

5.2. Preparamos las entrevistas

Ana: Muy bien, equipo. Hemos definido nuestras hipótesis falsables. ¡Ahora toca prepararnos para validarlas! Y para eso, según Ash Maurya en *Running Lean*, la mejor herramienta son las entrevistas cara a cara.

Carlos: ¿Cara a cara? Pero, ¿por qué no hacemos un ***focus group***? Es más rápido, ¿no?

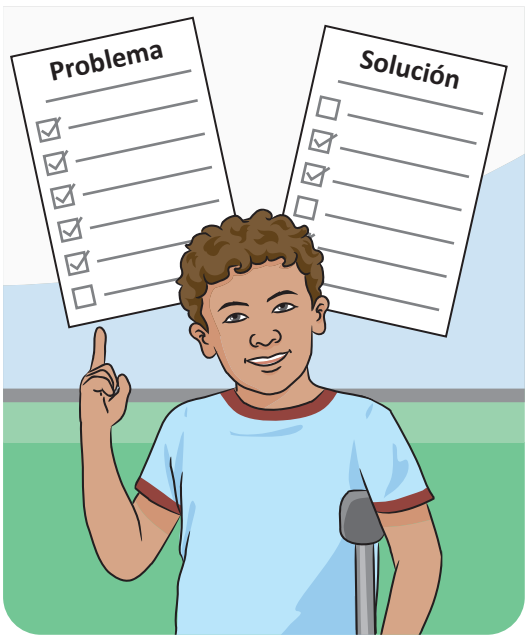
Diego: Porque los *focus groups* son como reuniones con amigos donde todos terminan diciendo lo que creen que quieres oír. No es información real, **Carlos**.

Valeria: ¡Exacto! Ash dice que en un grupo es difícil saber lo que cada persona piensa realmente. Las entrevistas cara a cara nos dan respuestas más sinceras y profundas.

Santiago: ¿Y los cuestionarios? Podríamos mandar uno por ***WhatsApp*** a todo el colegio.

Ana: Los cuestionarios son buenos para tener estadísticas generales, pero no nos dan detalles importantes. Lo que necesitamos es entender cómo piensan y sienten las personas. ¡Eso solo se consigue hablando directamente con ellas!

Carlos: Genial, entonces nos toca hablar con desconocidos. ¿Qué sigue? ¿Nos lanzamos al mercado con nuestras preguntas?



Diego: ¡Tranquilo, **Carlos**! Hay dos tipos de entrevistas según *Running Lean*. Primero, las de Problema y, luego, las de Solución.

Santiago: ¿Y cuál es la diferencia?

Valeria: Las entrevistas de Problema se hacen para comprender si lo que creemos que es un problema realmente lo es para las personas. Por ejemplo: "¿Qué tan difícil te resulta encontrar accesorios sostenibles y bonitos?".

Ana: Es como si fuéramos detectives. Escuchamos y tratamos de descubrir qué les preocupa de verdad.

Carlos: "¡Elemental, mi querida **Valeria**!". ¿Y las de Solución?

Diego: Ahí les mostramos nuestro prototipo y validamos si les gusta o no. Por ejemplo: "¿Qué opinas de esta pulsera? ¿La usarías? ¿Pagarías por ella?".

Santiago: ¡Eso me gusta! Es como si pusiéramos a probar nuestras ideas directamente con los usuarios.

Valeria: Pero hay algo importante: en ambas entrevistas, no podemos hacer preguntas que guíen las respuestas. Por ejemplo, no podemos decir: "¿Te encantan estas pulseras, verdad?".

Todos: ¡No, **Valeria**!

Ana: Recuerden, el objetivo es escuchar, no vender. Y lo más importante: nunca presionen para que nos digan lo que queremos oír.

Diego: Entonces, ¿descartamos *focus groups* y cuestionarios?

Ana: ¡Así es! Nos enfocamos en entrevistas cara a cara porque queremos respuestas reales.

Santiago: Entonces, ¿empezamos con las entrevistas de Problema primero, verdad?

Valeria: ¡Exacto! Así entendemos si realmente estamos resolviendo algo que les importa.

Carlos: ¡Muy bien! Prepárense, "Creadores de Villa", porque vamos a escuchar, aprender y conquistar el mercado.

Ana: ¡Eso es, **Carlos**! Ahora, hagamos una lista de preguntas claras y al grano para empezar con las entrevistas de Problema. ¡Vamos!

¿Sabías que...?

Un ***focus group*** es un grupo de personas que opinan sobre un producto o idea antes de que salga al mercado. Por ejemplo, los videojuegos suelen probarse con *focus groups* antes de ser lanzados. Esto ayuda a los creadores a mejorar los juegos y asegurarse de que resulten divertidos y atractivos para el público.

La entrevista de problemas y sus preguntas

Ana: ¡Bien, equipo! Nuestra hipótesis falsable para el bloque de Problemas es: "Las personas interesadas en accesorios prefieren productos artesanales y sostenibles, pero no encuentran opciones accesibles y de calidad". Ahora debemos validarla con entrevistas de Problema.

Carlos: O sea, vamos a preguntarles si eso es cierto, ¿no?

Valeria: Más o menos, **Carlos**. No vamos a decirles directamente: "¿Es cierto que prefieres cosas artesanales y sostenibles?". ¡Eso sería muy obvio! Tenemos que preguntar sin influir en sus respuestas.

Diego: Exacto, debemos hacer preguntas que nos den pistas claras para saber si realmente es un problema para ellos.

Santiago: Entonces, empecemos a preparar las preguntas. ¿Qué les parece esto: "¿Qué tipo de accesorios sueles comprar?".

Ana: ¡Buena pregunta! Eso nos ayuda a entender sus hábitos de compra. ¿Qué tal esta otra?: "¿Qué buscas en un accesorio, además de que sea bonito?".

Valeria: O también: "¿Te importa de qué materiales están hechos los accesorios que compras?".

Carlos: Y si dicen que sí, podemos preguntarles por qué. Como: "¿Qué tan importante es para ti que sean sostenibles?".

Diego: Me gusta esa. Y para confirmar si el precio es un problema, podemos preguntar: "¿Alguna vez has dejado de comprar algo que te gustaba porque era muy caro?".

Santiago: Pero debemos asegurarnos de escuchar más y hablar menos. Si no, podríamos influir en sus respuestas.

Ana: ¡Exacto, **Santiago**! Las entrevistas de Problema no son para convencer a nadie, sino para descubrir la verdad. Y recuerden: siempre debemos estar atentos a lo que dicen y cómo lo dicen.

Diego: ¿Y qué hacemos con las respuestas?

Ana: Las anotamos en una tabla. Por ejemplo:

Pregunta: ¿Qué tipo de accesorios sueles comprar?

Respuesta: Pulseras, collares y anillos, pero siempre que sean económicos.

Pregunta: ¿Te importa de qué materiales están hechos?

Respuesta: Sí, prefiero que no sean de plástico porque duran poco.

Santiago: Y si encontramos patrones en las respuestas, por ejemplo, si todos mencionan que prefieren materiales duraderos, eso nos ayuda a validar nuestras hipótesis, ¿cierto?

Ana: ¡Exacto! Pero si las respuestas nos muestran que a nadie le importa que sean sostenibles, tendremos que ajustar nuestra hipótesis.

Carlos: ¡Ay, eso dolería!

Valeria: Por eso es mejor saberlo ahora que más tarde. Así evitamos trabajar en algo que no nos interesa.

Ana: Ya tenemos las preguntas. Ahora debemos hacer una lista de personas para entrevistar. Piensen en amigos, familiares, vecinos, alguien que se parezca a nuestro ideal de cliente.

Santiago: ¡A mi hermana le encantan las pulseras! Podríamos empezar con ella.

Diego: Y **Valeria** conoce a un montón de gente en el taller de arte.

Ana: ¡Perfecto! Ya tenemos nuestra misión: entrevistar al menos a 10 personas esta semana. Y recuerden, las entrevistas son para aprender, no para vender.

Preguntas clave para las entrevistas de Problema

¿Qué tipo de accesorios sueles comprar?

¿Qué buscas en un accesorio, además de que sea bonito?

¿Te importa de qué materiales están hechos los accesorios que compras?

¿Qué tan importante es para ti que sean sostenibles?

¿Alguna vez has dejado de comprar algo que te gustaba porque era muy caro?

Nota: Las respuestas serán la clave para decidir si la hipótesis se valida o necesita ajustarse. ¡El siguiente paso es enfrentar la realidad!

(Los integrantes del equipo "Creadores de Villa" se ponen a trabajar sus próximas entrevistas cara a cara).



La entrevista de soluciones y sus preguntas

Ana: ¡Equipo, nos toca preparar las entrevistas de Soluciones! Este es el siguiente paso después de haber hecho las entrevistas de Problemas.

Diego: ¿Y cuál es la diferencia? Ya hablamos con la gente sobre los problemas, ¿no?

Valeria: Sí, pero ahora queremos saber si nuestra solución les interesa de verdad. En las entrevistas de Soluciones, validaremos lo que vamos a desarrollar en los bloques de Solución, Propuesta de valor y otros elementos del *Lean Canvas*.

Carlos: ¿Cómo sabemos qué preguntar?

Ana: Vamos bloque por bloque, como hicimos con las hipótesis. El objetivo es validar si nuestra idea tiene sentido para los clientes.

Bloque: Solución

Santiago: Para el bloque de Solución, nuestra hipótesis es: "Las personas comprarán pulseras hechas con materiales naturales si combinan diseño bonito y un precio accesible".

Ana: Así que el objetivo aquí es saber si nuestra idea de pulseras es atractiva para ellos. ¿Qué preguntas podemos hacer?

Valeria: Podemos preguntar algo como: "¿Qué te parece la idea de usar materiales naturales para accesorios?".

Diego: O: "¿Si el diseño es bonito, estarías dispuesto a pagar un poco más por algo sostenible?".

Carlos: También: "¿Qué opinas del precio que estamos considerando?".

Ana: Así sabremos si nuestra solución resuelve lo que ellos buscan.

Bloque: Propuesta de valor

Ana: En este bloque, nuestra hipótesis es: "Las personas valoran que las pulseras sean únicas, sostenibles y representen un estilo personal".

Santiago: Entonces debemos preguntar si nuestra propuesta les llama la atención. Algo como: "¿Te interesa la idea de tener un accesorio único y personalizado?".

Valeria: ¿Y qué tal esto?: "¿Es importante para ti que lo que usas refleja tu estilo y valores?".

Diego: También podemos preguntar: "¿Qué más buscarías en una pulsera para sentir que vale la pena comprarla?".

Ana: ¡Perfecto! Estas preguntas nos ayudarán a entender si realmente les importa lo que estamos ofreciendo.

Bloque: Segmento de clientes

Carlos: En el bloque de clientes, nuestra hipótesis dice: "Nuestros clientes ideales son jóvenes de 15 a 25 años interesados en moda sostenible".

Valeria: Entonces, debemos validar si realmente ellos son quienes estarían interesados. Podemos preguntar: "¿Qué te atrae más al momento de comprar accesorios?".

Diego: Y también: "¿Has comprado algo similar antes? ¿Dónde lo encontraste?".

Ana: Así sabremos si estamos apuntando al público correcto o si debemos ajustar nuestro segmento.

Bloque: Canales

Ana: Ahora, para Canales, nuestra hipótesis es: "Nuestros clientes prefieren comprar accesorios a través de redes sociales como *Instagram* o en ferias locales".

Santiago: Para validar eso, podemos preguntar: "¿Dónde sueles buscar accesorios como pulseras o collares?".

Valeria: Y: "¿Prefieres comprar en línea o en persona? ¿Por qué?".

Diego: Eso nos dará una idea clara de cómo llegar a ellos.

Bloque: Flujos de ingreso

Ana: Finalmente, para Flujos de ingreso, nuestra hipótesis es: "Los clientes estarán dispuestos a pagar entre 15 y 30 soles por nuestras pulseras".

Carlos: Entonces, ¿podemos preguntar algo como: "¿Qué precio considerarías justo para una pulsera artesanal hecha con materiales sostenibles?".

Valeria: Sí, pero también podemos preguntar: "¿Cuánto has pagado antes por accesorios similares?".

Ana: Con esas respuestas, sabremos si el precio que creemos es adecuado o necesitamos ajustarlo. Ya tenemos objetivos claros y preguntas para cada bloque. Recuerden que en estas entrevistas de Soluciones, buscamos confirmar si nuestra idea tiene sentido y si los clientes estarían dispuestos a pagar por ella.

Santiago: ¿Puedo llevar una de las pulseras como regalo para las entrevistas?

Valeria: ¡Claro que no, **Santiago**! Queremos respuestas sinceras, no por el regalo.

Ana: Bien, chicos, manos a la obra. ¡Vamos a programar las entrevistas!

Preguntas clave para las entrevistas de Soluciones

1. ¿Qué te parece la idea de usar materiales naturales para accesorios?
2. ¿Te interesa la idea de tener un accesorio único y personalizado? ¿Por qué?
3. ¿Prefieres comprar en línea o en persona? ¿Por qué?
4. ¿Qué precio considerarías justo para una pulsera artesanal hecha con materiales sostenibles?

Objetivo: Validar si las soluciones planteadas en el *Lean Canvas* son realmente atractivas para los clientes y ajustar los bloques según sea necesario.

5.3. Realizamos las entrevistas

Entrevista problemas

Los "Creadores de Villa" están listos para llevar a cabo su primera entrevista de problemas. Se encuentran en una feria artesanal, donde han preparado un pequeño espacio con carteles sobre su proyecto y su producto mínimo viable de sus pulseras.

(Ana lidera la conversación mientras Diego toma notas, Valeria se encarga de observar las reacciones, y Santiago y Carlos apoyan con preguntas adicionales).

Ana: ¡Hola! Gracias por dedicar unos minutos a conversar con nosotros. Somos estudiantes trabajando en un proyecto de pulseras sostenibles. Queremos conocer mejor los problemas que enfrentas al comprar este tipo de accesorios.

Entrevistada: Claro, suena interesante. ¿Qué desean saber?

Valeria: Para empezar, ¿qué es lo que más te molesta de los accesorios que encuentras en las tiendas?

Entrevistada: Diría que muchos se rompen rápido o no se ven tan únicos como me gustaría. A veces siento que todo el mundo lleva lo mismo.

Diego: ¡Buena información! Y, ¿has tenido algún problema para encontrar accesorios hechos con materiales más sostenibles?

Entrevistada: Sí, casi nunca los veo. O si los hay, son carísimos.

Carlos: ¿Qué haces cuando quieres algo diferente o más especial?

Entrevistada: A veces compro en ferias como esta. Aquí encuentro cosas únicas, pero no siempre son de buena calidad o sostenibles.

Santiago: ¡Eso es súper útil! Entonces, si encontrases un accesorio que fuera único, de buena calidad y sostenible, ¿te interesaría?

Entrevistada: Claro, pero dependería del precio.

Ana: Entendido. Última pregunta: Cuando buscas accesorios, ¿qué tan importante es para ti que sean personalizables, algo que refleje tu estilo personal?

Entrevistada: Creo que sería genial tener algo que realmente diga algo sobre mí.

Valeria: ¡Genial! Eso es justo lo que queríamos saber. Gracias por compartir tus ideas con nosotros.

Entrevistada: De nada. Su proyecto suena muy bien. ¡Espero verlo pronto!



Santiago: ¡Uf, nuestra primera entrevista fue todo un éxito!

Ana: Sí, ahora tenemos una idea más clara de los problemas que enfrentan nuestros clientes. La clave es que muchos sienten que los accesorios no son únicos o sostenibles, y que las alternativas existentes no siempre son accesibles.

Diego: Y, además, ya sabemos que la personalización es algo muy valorado. Esto confirma algunas de nuestras hipótesis, pero también nos da pistas para ajustarlas.

Carlos: ¿Qué aprendimos sobre las otras opciones que encuentran en el mercado?

Valeria: Que están usando ferias como esta o compran en línea, pero esas opciones no siempre cumplen sus expectativas. Es algo a considerar en nuestra propuesta.

Ana: Perfecto, equipo. Ahora que tenemos esta información, podemos analizarla con calma y prepararnos para la próxima fase. ¡A seguir adelante!

Puntos clave de las entrevistas de problemas

1. **Objetivo:** Identificar los problemas principales de los clientes al buscar accesorios y validar las hipótesis del bloque Problemas.
2. **Preguntas realizadas:**
   - ¿Qué es lo que más te molesta de los accesorios que encuentras en las tiendas?
   - ¿Has tenido algún problema para encontrar accesorios sostenibles?
   - ¿Qué haces cuando quieres algo más único o especial?
   - ¿Qué tan importante es para ti que los accesorios reflejen tu estilo personal?
3. **Observación:**

   También recogieron información sobre alternativas existentes, lo cual les ayudará a refinar su propuesta de valor.

   Este proceso dejó claro qué áreas explorar más a fondo y qué ajustar en su modelo de negocio.

(Los integrantes del equipo "Creadores de Villa" se reúnen alrededor de una mesa para recopilar y organizar las notas, mientras disfrutan de un helado para celebrar su logro).

Entrevista soluciones

Los “Creadores de Villa” están en una cafetería artesanal, listos para llevar a cabo su primera entrevista soluciones. Han reunido a uno de los participantes de su entrevista anterior para presentarles la idea de las pulseras artesanales sostenibles y validar si su solución realmente encaja con las expectativas del cliente.

(Ana lidera la conversación, mientras que Valeria muestra los prototipos, Santiago toma notas, Diego observa las reacciones y Carlos se encarga de hacer preguntas específicas).

Ana: Hola de nuevo, gracias por aceptar nuestra invitación. En nuestra última conversación, hablamos sobre los problemas que encuentras al buscar accesorios únicos y sostenibles. Hoy queremos mostrarte una solución en la que hemos estado trabajando para ver qué opinas.

Entrevistada: Claro, estoy emocionada por ver qué han hecho.

Valeria: Aquí están nuestras pulseras artesanales. Están hechas con materiales naturales como semillas y fibras recicladas, y además, ¡puedes personalizarlas!

Carlos: Queremos que cada pulsera sea única, como tú. Por ejemplo, puedes elegir colores, texturas y hasta grabar tu inicial o un pequeño símbolo. ¿Qué te parece?

Entrevistada: ¡Wow! Me gustan. Se ven diferentes a lo que suelo encontrar. ¿De verdad puedo personalizarlas?

Ana: Totalmente. Estamos pensando que la personalización sea una parte clave de la experiencia. Ahora, queremos saber: ¿Crees que esta solución responde a los problemas que mencionaste antes, como la falta de sostenibilidad y de opciones únicas?

Entrevistada: Definitivamente. Me gusta que sean sostenibles y que pueda tener algo que realmente refleje mi estilo.

Diego: Perfecto, y si estas pulseras estuvieran disponibles en un lugar como este o en una tienda en línea, ¿te interesaría comprarlas?

Entrevistada: Sí, creo que sí. Pero tendría que ver el precio.

Santiago: Entendido. Y hablando del precio, ¿cuánto estarías dispuesta a pagar por algo como esto?

Entrevistada: Quizá entre 20 y 30 soles, dependiendo de los detalles que pueda personalizar.

Valeria: ¡Genial saberlo! Eso nos ayuda a entender mejor tus expectativas. Ahora, imagina que tienes esta pulsera. ¿Qué tan dispuesta estarías a recomendarla a tus amigos o familiares?



Entrevistada: Si me gusta y cumple con lo que promete, ¡seguro que lo haría!

Ana: Muchas gracias por tu tiempo y tus respuestas. Esto nos ayudará muchísimo a mejorar nuestra propuesta y asegurarnos de que sea justo lo que buscas.

Entrevistada: De nada. ¡Ustedes están haciendo un gran trabajo! Espero verlas pronto en venta.

Santiago: ¡Eso fue fantástico! Parece que nuestra solución realmente encaja con lo que necesita.

Carlos: Sí, pero también nos dio un punto clave: el precio. No podemos olvidar que tiene que ser accesible para ellos.

Valeria: Y parece que la personalización es el punto que más les emociona. Tenemos que enfocarnos en eso al diseñar el producto final.

Diego: Además, creo que deberíamos ajustar nuestra hipótesis de valor. Decíamos que "las pulseras únicas y sostenibles serían suficientes", pero parece que la posibilidad de personalizarlas es aún más importante.

Ana: Totalmente de acuerdo. Ahora volvamos al *Lean Canvas* y revisemos los bloques de Propuesta de valor y Solución para actualizar todo con esta nueva información.

(El equipo regresa emocionado, dispuestos a incorporar los resultados en su modelo de negocios).

Puntos clave de las entrevistas de soluciones

1. Objetivos de la entrevista:

- Validar si la solución responde a los problemas del cliente.
- Explorar la disposición a pagar y las expectativas sobre personalización.
- Identificar qué aspectos de la solución generan más interés.

2. Preguntas realizadas:

- ¿Crees que esta solución responde a los problemas que mencionaste?
- Si estuviera disponible, ¿te interesaría comprarla?
- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por esta pulsera personalizada?
- ¿Qué tan dispuesto estarías a recomendarla?

3. Resultados observados:

- La sostenibilidad y la personalización son los puntos más valorados.
- El precio es un factor decisivo y debe ajustarse a las expectativas del cliente.

Esta entrevista permitió a los "Creadores de Villa" ajustar su modelo y validar que están en el camino correcto.

5.4. Analizamos los resultados de las entrevistas

Resultados de la entrevista problemas

(Los "Creadores de Villa" están reunidos, rodeados de notas adhesivas, hojas de entrevistas y sus prototipos de pulseras. Ana, como líder, toma la palabra para iniciar la sesión de análisis de los resultados).

Ana: ¡Equipo, es hora de revisar lo que aprendimos de las entrevistas de problemas! Vamos a ver qué dijeron las personas y cómo nos ayuda esto a afinar nuestros bloques. Empezamos por el **Segmento de clientes.**

Diego: Según las entrevistas, la mayoría de las personas interesadas en nuestras pulseras son chicas jóvenes, entre 16 y 24 años. ¡Acertamos en que los adolescentes y jóvenes son nuestro público principal!

Carlos: Sí, pero también hubo algunos chicos que dijeron que les gustaría regalar una pulsera como esta a alguien especial.

Valeria: Eso es interesante, porque no lo habíamos considerado. Podríamos incluir a chicos en nuestro segmento como compradores indirectos.

Ana: Entonces, ajustamos nuestro segmento: **"Jóvenes de 16 a 24 años interesados en moda sostenible, incluyendo compradores para regalo"**.

Santiago: Ahora vamos con el **bloque de Problemas**. ¿Qué dijeron sobre sus problemas con los accesorios actuales?

Valeria: La mayoría mencionó que los accesorios de moda rápida no duran mucho y que muchas veces no sienten que reflejen su estilo personal.

Carlos: También dijeron que no hay muchas opciones sostenibles en el mercado que sean accesibles y bonitas.

Diego: Pero ojo, hay alternativas que están usando ahora. Por ejemplo, algunos compran pulseras hechas a mano en ferias locales, y otros compran en línea porque encuentran precios más bajos.

Ana: Eso es clave. Saber qué alternativas están usando nos ayuda a entender qué competidores o soluciones ya existen. Además, si nuestra propuesta no es mejor o diferente, ¿por qué elegirían nuestras pulseras?

Valeria: Entonces, identificamos las alternativas como: accesorios de ferias locales y tiendas en línea. Podemos usarlas como referencia para mejorar nuestra solución.

Carlos: ¿Pero por qué es tan importante saber sobre las alternativas?

Ana: Porque si las personas ya están solucionando su problema de otra forma, debemos asegurarnos de que nuestra propuesta sea más atractiva, ya sea por diseño, precio, sostenibilidad o algún otro factor. ¡No podemos quedarnos cortos!

Valeria: Totalmente de acuerdo. Ahora, con todo esto, pasemos al **bloque Propuesta de valor.**

Ana: En nuestra propuesta, dijimos que las personas valoran pulseras únicas, sostenibles y que reflejan su estilo personal. ¿Qué encontramos?

Diego: ¡Eso les encantó! La idea de usar materiales naturales y tener diseños personalizados realmente llamó su atención.

Carlos: Aunque algunos dijeron que les gustaría tener más opciones de colores y diseños.

Valeria: Y otros mencionaron que les gustaría un empaque que sea igual de sostenible y bonito, porque eso les haría sentir que están comprando algo especial.

Ana: Entonces, ajustamos nuestra propuesta de valor: "Pulseras únicas y sostenibles hechas con materiales naturales, que reflejan tu estilo personal, con opciones personalizables y un empaque ecológico".

Diego: ¿Y cómo integramos todo esto para mejorar nuestro producto?

Ana: Lo primero es usar estos resultados para redefinir nuestras hipótesis si es necesario y hacer ajustes al prototipo. Además, ahora tenemos más claro qué comunicar en nuestro mensaje y qué aspectos destacar al vender.

Santiago: ¡Perfecto! Cada vez se siente más real este proyecto.

Valeria: Estoy emocionada. Ya sabemos a quién queremos llegar, qué problemas tienen y cómo podemos diferenciarnos.

Ana: ¡Eso es todo por ahora, Creadores! La siguiente etapa será afinar el prototipo y prepararnos para las entrevistas de soluciones. ¡Manos a la obra!

(Los integrantes del equipo "Creadores de Villa" chocan las manos con entusiasmo y se ponen a trabajar en las siguientes acciones para mejorar su producto y validar las nuevas ideas).

Conclusiones del diálogo

1. **Segmento de clientes:**

   Ajustaron su segmento para incluir jóvenes que compran accesorios como regalos.

2. **Bloque de Problemas:**

   Identificaron los problemas clave y las alternativas existentes, lo que les permite buscar un enfoque diferenciador.

3. **Bloque Propuesta de valor:**

   Refinaron su propuesta para incluir personalización y empaque sostenible, alineándose mejor con las necesidades y deseos de sus clientes potenciales.

¿Sabías que...?

Una **propuesta de valor** es una declaración que explica a los clientes cómo un producto o servicio puede beneficiarlos. ¡Su meta es convencer al público objetivo de que la oferta es mejor que la de la competencia!

Resultados de la entrevista soluciones

(Los "Creadores de Villa" están reunidos. Ana tiene su libreta en mano, y todos están emocionados por analizar los resultados de las entrevistas de soluciones).



Ana: ¡Equipo, buen trabajo con las entrevistas de Soluciones! Ahora, revisemos bloque por bloque lo que aprendimos y validemos nuestras hipótesis. Empecemos con el **bloque Solución**. ¿Qué opinan?

Valeria: Bueno, nuestra hipótesis era: **"Las personas valorarán nuestras pulseras artesanales sostenibles y personalizables como una solución innovadora para accesorios únicos".**

Santiago: ¡Claro que sí! Y la mayoría de las personas dijeron que les encanta la idea de poder personalizar las pulseras. Algunos incluso sugirieron nombres o frases que quieren grabar en ellas.

Carlos: Pero también hubo comentarios sobre mejorar la durabilidad. Uno de los entrevistados dijo que las usaría diario, y no está seguro si el material resistiría.

Diego: Entonces, la hipótesis es válida, pero debemos trabajar en reforzar los materiales.

Ana: ¡Excelente! Validamos la solución, pero haremos mejoras en los materiales. ¡Sigamos!

Valeria: Ahora el **bloque Canales.** Nuestra hipótesis era: **"Las redes sociales serán el canal principal para promocionar y vender nuestras pulseras"**. ¿Qué aprendimos?

Carlos: La mayoría mencionó que *Instagram* y *TikTok* son las plataformas que más usan para ver productos. Incluso dijeron que comprarían si ven videos creativos mostrando las pulseras.

Santiago: Pero ojo, también hubo alguien que dijo que le gustaría verlas en ferias locales, porque así puede tocarlas y probarlas antes de comprar.

Diego: Eso significa que los canales digitales son clave, pero no podemos descartar los eventos presenciales para conectar con clientes locales.

Ana: Entonces la conclusión es: validamos que las redes sociales son nuestro canal principal, pero añadiremos ferias locales como opción complementaria.

Valeria: Sigamos con el **bloque Flujos de ingresos.** Nuestra hipótesis era: **"Los clientes estarán dispuestos a pagar entre 20 y 25 soles por nuestras pulseras personalizables"**. ¿Qué dicen las entrevistas?

Carlos: La mayoría dijo que 20 soles les parecía un precio que podían pagar, pero varios comentaron que pagarían hasta 30 soles si incluimos empaques bonitos o algún detalle extra.

Santiago: Eso significa que podemos mantener el rango de 20 a 25 soles, pero podemos ofrecer un paquete especial con presentación bonita o empaque llamativo.

Diego: Sí, algo como una cajita reciclada con un mensaje especial. Eso podría gustarles mucho.

Ana: ¡Perfecto! Validamos el precio, pero exploraremos opciones especiales (*premium)* para aumentar los ingresos.



Valeria: Y finalmente, el **bloque Estructura de costos.** Nuestra hipótesis era: **"Podemos fabricar cada pulsera con un costo de producción menor a 10 soles"**. ¿Cómo vamos con eso?

Carlos: Aquí tuvimos algunas sorpresas. Los costos actuales están dentro del rango, pero si mejoramos los materiales, como dijeron en el bloque Solución, podríamos llegar a los 12 soles por pulsera.

Santiago: Entonces, debemos ajustar nuestra estrategia para que la mejora en los materiales no aumente demasiado los costos. Quizás buscar proveedores más económicos o fabricar en mayor cantidad.

Diego: También podríamos subir ligeramente el precio de las pulseras *premium* para compensar los costos.

Ana: Muy bien. Entonces la hipótesis es parcialmente válida, pero trabajaremos en optimizar los costos para seguir siendo rentables.

¿Sabías que...?

El **flujo de ingresos** es la cantidad de dinero que una empresa recibe de sus actividades comerciales en un periodo de tiempo determinado. Es una herramienta fundamental para las empresas y emprendimientos.

Conclusiones del diálogo

1. **Bloque Solución:**

   Validado con ajustes: Las pulseras son valoradas, pero debemos mejorar la durabilidad de los materiales.

2. **Bloque Canales:**

   Validado: Las redes sociales son el canal principal, pero exploraremos eventos presenciales como ferias locales.

3. **Bloque Flujos de ingresos:**

   Validado: Los clientes aceptan pagar 20-25 soles, y están dispuestos a pagar más si ofrecemos opciones *premium.*

4. **Bloque Estructura de costos:**

   Parcialmente válido: Los costos actuales son manejables, pero mejorar los materiales podría aumentar el costo de producción, por lo que necesitamos optimizar.

Ana: ¡Esto fue súper productivo! Ahora tenemos información clara para seguir avanzando con nuestro *Lean Canvas.* Estamos un paso más cerca de hacer nuestras pulseras realidad. ¡Qué emoción, equipo!

Todos: Sí! ¡Vamos, "Creadores de Villa"!



6. Pasamos de la validación al lanzamiento de la microempresa

"El mejor negocio es el que crece con sus clientes, no a costa de ellos".

Inspirador Anónimo.

(Los "Creadores de Villa" están reunidos en su taller después de empacar un lote grande de pulseras para enviar a sus clientes. Están emocionados porque han alcanzado un flujo constante de pedidos y sienten que están listos para algo más grande).

Ana: ¡Equipo, esto es increíble! Estamos recibiendo pedidos todos los días. A nuestros clientes les encantan las pulseras, están felices, ¡y nosotros también porque hemos logrado que esto funcione!

Valeria: Sí, pero no solo eso, ¡también somos rentables! Cada pedido cubre los costos y aún nos queda una ganancia. Siento que estamos listos para pasar al siguiente nivel.

Diego: ¿Qué significa eso exactamente? ¿Ya no somos una *startup*?

Ana: ¡Exacto! Una *startup* es como un experimento en vivo. Estás buscando una idea que funcione, validando si hay clientes que realmente la quieran, y ajustándote a lo que descubres. Es como si estuvieras construyendo un puente mientras cruzas el río.

Carlos: ¡Vaya imagen, **Ana**! Pero ahora nuestro puente está terminado, ¿no?

Santiago: Sí, pero construirlo no fue nada fácil. Recuerden cómo empezamos con el *Design Thinking*: primero identificamos el problema y, luego, elaboramos el prototipo.

Valeria: Y después usamos el método *Running Lean,* hicimos entrevistas y validamos cada bloque del *Lean Canvas.* Si no hubiéramos hecho, tal vez habríamos elaborado algo que a nadie le interesara.

Ana: ¡Exacto! Imaginen que hubiéramos saltado esos pasos y lanzado una microempresa directamente. ¿Qué habría pasado?

Carlos: Probablemente habríamos fracasado. Como decía Ash Maurya, muchas empresas fallan porque crean productos que nadie quiere.

¿Sabías que...?

Las **microempresas**, como panaderías o pequeñas tiendas de barrio, son la base de muchas economías. Estas microempresas generan empleo para familias y ayudan a que los productos lleguen más cerca de las personas.

Carlos: Probablemente habríamos fracasado. Como decía Ash Maurya, muchas empresas fallan porque crean productos que nadie quiere.

Diego: ¡Uf, qué suerte que sigamos el proceso! Ahora sí podemos decir que estamos listos para convertirnos en una microempresa de verdad.

Santiago: ¿Y qué significa eso? ¿Qué cambia al ser una microempresa?

Ana: Una microempresa es un negocio más establecido. Ya no se trata solo de experimentar y validar ideas. Ahora estamos listos para entrar a un mercado mayor, con un producto sólido y clientes que confían en nosotros.

Valeria: Pero eso también significa más responsabilidad. Tenemos que mantener la calidad, manejar mejor nuestros tiempos, y tal vez buscar formas de crecer.

Ana: ¡Exacto! Pero lo mejor es que ya no tenemos miedo, porque sabemos que nuestro producto funciona. Pasamos por todas las etapas necesarias y ahora estamos listos para dar este gran paso.

Santiago: Entonces, ¿cuál es nuestro primer movimiento como microempresa?

Ana: Creo que lo primero es definir cómo vamos a manejar más pedidos. Tal vez necesitamos organizar turnos o buscar aliados para distribuir las pulseras en más lugares.

Valeria: ¡Y no olvidemos seguir escuchando a los clientes! Aunque ya no seamos una *startup*, eso siempre será clave.

Diego: Yo voto por celebrar primero. ¡Nos lo hemos ganado!

Carlos: ¡De acuerdo! Pero que sea algo sencillo. Después de todo, ¡ahora somos empresarios responsables!

Todos: ¡Los "Creadores de Villa" nunca paran!

"El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos."

Michael Jordan, (1963), exjugador de baloncesto estadounidense considerado como el mejor jugador de baloncesto de todos los tiempos.

7. Organizamos una microempresa

"La clave del éxito en los negocios es saber escuchar más de lo que hablas".

Richard Branson, empresario británico.

(Los "Creadores de Villa" están reunidos en su taller, rodeados de cajas con pulseras listas para ser enviadas. Es momento de definir quién será el responsable de cada área de su nueva microempresa).

Ana: ¡Equipo, ha llegado el momento! Ahora que somos oficialmente una microempresa, necesitamos organizarnos. Cada uno de nosotros asumirá un puesto clave para que todo funcione como un reloj.

Santiago: Pero, **Ana**, ¿qué significa eso exactamente? ¿Vamos a llevar trajes y corbatas?

Valeria: ¡Claro que no, **Santiago**! Pero sí necesitamos definir quién hará qué. Ya no somos solo un grupo creativo. Ahora necesitamos roles para que no se nos escape nada.

Carlos: ¡Exacto! Sin un plan claro, podríamos olvidarnos de cosas importantes, como entregar pedidos a tiempo o calcular las ganancias.

Ana: Por eso propongo cinco puestos: Gerente General, Gerente de Producción, Gerente de Finanzas, Gerente de Marketing y Publicidad, y Gerente de Logística.

Diego: ¿Y quién será quién?

Ana: Bueno, empecemos con el Gerente General. Este será el líder que supervisará todo y asegurará que el equipo trabaje unido.

Valeria: Creo que deberías ser la Gerente General, **Ana**. Eres buena organizando y siempre mantienes el barco en marcha.

Ana: ¡Acepto el desafío! Ahora, ¿quién quiere ser el Gerente de Producción? Este puesto se encargará de que las pulseras se fabriquen con calidad y en el tiempo necesario.

Santiago: ¡Yo, yo! Me encanta trabajar con las manos y, además, puedo asegurarme de que cada diseño sea único.

Carlos: Entonces yo quiero ser el Gerente de Finanzas. Me gusta jugar con números, y alguien tiene que cuidar que no gastemos todo el dinero en cosas innecesarias.

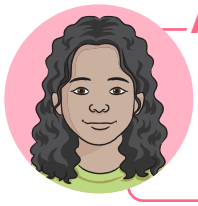
Valeria: Perfecto. Yo me ofrezco como Gerente de *Marketing* y Publicidad. Puedo encargarme de las redes sociales, los carteles y de que todos hablen de nuestras pulseras.

Diego: Entonces queda el puesto de Gerente de Logística. Ese soy yo. Me aseguraré de que los pedidos lleguen a tiempo y de buscar las mejores formas de empacar y enviar.

Ana: ¡Es oficial, equipo! Cada uno tiene su puesto, y juntos vamos a hacer que esta microempresa sea increíble.

Todos: ¡Los "Creadores de Villa" al ataque!

7.1. Definimos los roles



Ana - Gerente General

Es quien coordina todas las áreas, promueve el buen trabajo en equipo y decide lo esencial para que la microempresa funcione bien.



Santiago - Gerente de Producción

Es responsable de producir las pulseras, verifica que tengan buena calidad y que se hagan a tiempo.



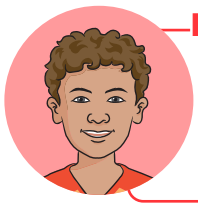
Carlos - Gerente de Finanzas

Es encargado de administrar el dinero, calcular los costos y las ganancias, y verificar que haya suficientes recursos para continuar la producción.



Valeria - Gerente de *Marketing* y Publicidad

Es quien difunde las pulseras en redes sociales y otros espacios, diseña campañas para atraer clientes y construye una marca atractiva.



Diego - Gerente de Logística

Es responsable de gestionar los pedidos, organizar los materiales que se necesitan y verificar que los clientes reciban sus pulseras de manera rápida y eficiente.

Ana: Ahora que tenemos los roles claros, ¡es momento de trabajar como un verdadero equipo de microempresa!

"El trabajo en equipo consiste en la sinergia que se haga con el talento de cada quien".

María Muller (1898-1958), destacada soprano alemana.

8. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Resistencia a la frustración

> "Cuidar de ti mismo no es un acto de egoísmo, es un acto de supervivencia".
>
> *Audre Lorde* (1934-1992), escritora, poeta y activista por los derechos civiles.



La resistencia a la frustración es una habilidad blanda esencial para la vida. Vivimos en un mundo lleno de desafíos, cambios y contratiempos inesperados. Desde obtener resultados diferentes a los esperados hasta enfrentar críticas o rechazos, la frustración puede aparecer en cualquier momento. Sin embargo, la forma en que manejamos esas emociones puede marcar la diferencia entre avanzar o quedarnos estancados.

Desarrollar esta habilidad permite a las personas mantener la calma ante las dificultades, buscar soluciones creativas, aprender de los errores y no rendirse ante los fracasos. En el ámbito académico, la resistencia a la frustración ayuda a superar momentos difíciles, como no entender un concepto de inmediato o no obtener la nota deseada. En el ámbito personal, fortalece las relaciones al fomentar la paciencia y la empatía. Y en el ámbito profesional, es clave para la adaptabilidad, el trabajo en equipo y la capacidad de resolver problemas.

La resistencia a la frustración no significa ignorar las emociones negativas, sino aprender a gestionarlas y convertirlas en oportunidades de crecimiento. Por eso, trabajar esta habilidad desde temprana edad prepara a las personas para enfrentar con mayor confianza las adversidades de la vida.

¿Sabías que...?

La **tolerancia a la frustración** se refiere a la capacidad de una persona para manejar eficazmente las emociones negativas que surgen cuando se enfrentan a situaciones difíciles, obstáculos o retrasos en la consecución de sus objetivos. Implica la habilidad de afrontar los problemas, limitaciones y molestias sin perder el control, desanimarse o reaccionar de forma impulsiva o agresiva.

8.1. Aplicamos una rúbrica sobre resistencia a la frustración

Escoge un lugar donde estés cómodo y selecciona tus respuestas a la rúbrica, marcando con un aspa (X) , la cual se muestra a continuación. Sé sincero y piensa en tus habilidades al trabajar en equipo.

Rúbrica: Resistencia a la frustración				
Criterios	**Inicio**	**En proceso**	**Logrado**	**Destacado**
Reconoce sus emociones ante la frustración	Expresa enojo o tristeza pero no logra identificar claramente la causa de su frustración.	Identifica parcialmente las emociones que experimenta, pero le cuesta relacionarlas con la causa.	Reconoce claramente sus emociones y comprende por qué se siente frustrado.	Identifica sus emociones con precisión y puede explicarlas con ejemplos concretos.
Maneja sus reacciones frente a la frustración	Reacciona impulsivamente (grita, se retira o se bloquea) sin intentar controlar sus emociones.	Intenta manejar sus reacciones, aunque a veces pierde el control o necesita apoyo externo constante.	Controla sus reacciones de manera autónoma y busca soluciones o alternativas de manera calmada.	Maneja sus emociones con serenidad y además ayuda a otros a mantener la calma en situaciones difíciles.
Busca soluciones ante el problema	No intenta buscar soluciones o se rinde rápidamente cuando no obtiene resultados inmediatos.	Busca algunas soluciones, aunque con poca persistencia o de forma desordenada.	Proponga varias soluciones al problema y las evalúe para encontrar la más adecuada.	Busca soluciones creativas y eficaces, aprendiendo del error y motivando a otros a participar en el proceso.
Aprende de la experiencia	No reflexiona sobre la situación frustrante ni identifica aprendizajes posteriores.	Reconoce algunos aprendizajes, pero necesitas apoyo para analizar la experiencia en profundidad.	Reflexiona sobre la experiencia y extrae aprendizajes claros para mejorar en el futuro.	Integra los aprendizajes de la experiencia en su vida cotidiana y los comparte con otros para motivarlos.

9. Reflexionamos sobre lo que aprendimos

"El éxito no es un destino, es el viaje de superar tus propios límites".

Jhon Wooden (1910-2010), legendario entrenador de baloncesto estadounidense.

9.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "¿Qué me hace decir eso?"

(Con los "Creadores de Villa" reunidos, Ana propone aplicar la rutina de pensamiento "¿Qué me hace decir eso?" para reforzar lo aprendido sobre el Running Lean y el Lean Canvas, como sugirió su profesor).

Ana: Chicos, el profesor nos recomendó que usemos la rutina de pensamiento "¿Qué me hace decir eso?" para repasar todo lo que hemos aprendido con el *Running Lean.* Nos ayudará a entender mejor cada paso y a quedarnos con lo más importante.

Santiago: ¡Me parece perfecto! Hemos avanzado tanto, pero estoy seguro de que todavía hay cosas que podemos aclarar mejor.

Valeria: Empecemos por algo básico. ¿Qué aprendimos sobre el **bloque Problemas**?

Ana: Sabemos que es fundamental identificar problemas reales de los clientes, no inventarlos.

Diego: ¿Y qué me hace decir eso?

Valeria: Las entrevistas que hicimos. Nos dimos cuenta de que algunas cosas que pensábamos eran problemas importantes para los clientes, en realidad no lo eran. ¡Tuvimos que ajustar nuestras hipótesis!

Carlos: Totalmente de acuerdo. Sin esas entrevistas, habríamos perdido tiempo y recursos en problemas que no eran relevantes.

Santiago: Entonces, conclusión: entrevistar es clave para encontrar problemas auténticos y no basarnos solo en suposiciones.

Ana: Ahora, vayamos al **bloque Soluciones.**

Diego: Aprendimos que nuestras soluciones tienen que ser claras y específicas, basadas en los problemas que validamos.

Carlos: ¿Y qué me hace decir eso?

Valeria: Porque cuando presentamos nuestras ideas generales al principio, los clientes no se conectan con ellas. Pero cuando mejoramos nuestro producto mínimo viable de pulseras después de escuchar sus problemas, los comentarios fueron súper positivos.

Santiago: Y eso nos confirma que trabajar con productos mínimos viables y testear soluciones es un paso que no podemos saltar.

Ana: ¿Qué pasa con el **bloque Propuesta de valor**?

Valeria: Aprendimos que debemos explicar claramente por qué nuestro producto es único y valioso.

Diego: Algunos clientes no entendían por qué nuestras pulseras eran más caras que otras. Cuando explicamos que usamos materiales naturales y apoyamos a artesanos locales, todo tuvo más sentido para ellos.

Ana: ¡Exacto! Si no comunicamos el valor, no podemos justificar el precio ni conectar emocionalmente con los clientes.

Santiago: ¿Y el **bloque Canales**?

Valeria: Sabemos que los canales correctos dependen de dónde están nuestros clientes y cómo prefieren comprar.

Diego: ¿Qué me hace decir eso?

Carlos: Cuando tratamos de vender por una plataforma que nadie usaba, no tuvimos éxito. Cambiamos a Instagram y los pedidos comenzaron a llegar de inmediato.

Ana: Esto nos enseñó que debemos estar donde están nuestros clientes.

Ana: Última pregunta: ¿Qué aprendimos sobre las hipótesis falsas?

Valeria: Aprendimos que una hipótesis debe ser fácil de probar y también de refutar, si es necesario.

Santiago: Algunas hipótesis iniciales eran tan amplias que no podíamos validarlas correctamente. Tuvimos que ajustarlas para hacerlas más específicas y claras.

Diego: Por ejemplo, no podíamos solo decir "A la gente le gustan las pulseras". Tuvimos que preguntar cosas concretas, como el tamaño, el material o el precio.

Ana: Bueno, chicos, creo que esta rutina nos ayudó a reafirmar todo lo que aprendimos.

Valeria: Sí, y también recordamos que cada paso del *Running Lean* tiene un propósito y no podemos saltarlo si queremos tener éxito.

Carlos: ¡Es increíble cuánto hemos avanzado desde que empezamos!

Santiago: ¡Y todo por escuchar a nuestros clientes, reflexionar y ajustar!

Todos: Los "Creadores de Villa" están listos para lo que venga.

Ana: ¡Equipo!, la rutina de pensamiento: "¿Qué me hace decir eso?" nos ha permitido lo siguiente:

- Consolidar lo aprendido en cada bloque del *Lean Canvas.*
- Reflexionar sobre la importancia de validar hipótesis y ajustarlas.
- Reafirmar el valor de cada paso del *Running Lean.*



Validamos el ciclo de vida del cliente en la microempresa



"El riesgo más grande es no tomar ninguno".

Mark Zuckerberg (1984), cofundador de ***Facebook*** y empresario influyente en el ámbito de la tecnología.

Propósito del capítulo

Al terminar este capítulo, serás capaz de gestionar una microempresa, poner en práctica las estrategias para captar clientes, mantener su lealtad y ofrecerles un servicio de calidad.

1. Determinamos la situación problemática y el reto en la gestión del "Ciclo de vida del cliente" en la microempresa

"El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día".

Robert Collier (1885-1950), escritor y empresario estadounidense destacado por sus estrategias de ***marketing*** para la escritura persuasiva y el ***copywriting.***

Contexto



Después de mucho esfuerzo, aprendizaje y trabajo en equipo, los "Creadores de Villa" se encuentran en un punto emocionante de su camino. Han desarrollado un producto innovador y atractivo, y han fortalecido su trabajo en equipo al adquirir habilidades y valores que conservarán siempre. Sin embargo, su visión va más allá de los logros empresariales.

Con los ojos puestos en el futuro, sueñan con que su microempresa de pulseras artesanales trascienda las fronteras de su distrito. Desean que su éxito motive a otros jóvenes de su comunidad y demuestre que, con creatividad, esfuerzo y un buen equipo, los sueños pueden cumplirse. Su objetivo no es solo vender pulseras, sino dejar una huella positiva en su barrio y aportar al desarrollo de Villa El Salvador, el distrito que sus padres y abuelos construyeron con esfuerzo y esperanza.

Villa El Salvador es conocido como un símbolo de lucha y emprendimiento en el Perú. De un humilde arenal, sus habitantes lograron construir un distrito próspero, impulsado por sueños colectivos y un sólido sentido de comunidad. Los "Creadores de Villa" sienten esa herencia en cada paso que dan. Reconocen que su éxito no les pertenece solo a ellos, sino también a su barrio, a su gente y a quienes confiaron en su proyecto y les enseñaron que el trabajo colectivo da resultados.

Con ese espíritu, sueñan con organizar talleres para enseñar a otros jóvenes a emprender, participar en proyectos que mejoren las áreas comunes del barrio y convertirse en un ejemplo de que la innovación y el compromiso social pueden avanzar juntos. **"Si Villa El Salvador fue capaz de surgir de la nada, nosotros también podemos ayudar a que siga creciendo"**, dice Ana, con orgullo y determinación en sus ojos.

Los "Creadores de Villa" no solo quieren ser emprendedores. Aspiran a formar parte activa de la historia que transformará su comunidad en un lugar mejor. Y así, con el mismo espíritu de lucha que heredaron de sus padres, siguen soñando, planificando y esforzándose por construir un futuro con más oportunidades para todos.

Problema

Ana: Chicos, gestionar nuestra microempresa es tanto un problema como un reto. Evitemos caer en los errores comunes de gestión que menciona Steve Blank.

Santiago: ¿Te refieres a esas prácticas que todos repiten y que terminan haciendo que las microempresas mueran antes de poder crecer?

Ana: ¡Exacto! Como empezar gastando en publicidad y alquilando locales antes de saber si lo que ofrecemos realmente le importa a alguien.

Diego: Pero eso es lo que siempre escuchamos, ¿no? Entonces, ¿qué deberíamos hacer en lugar de eso?

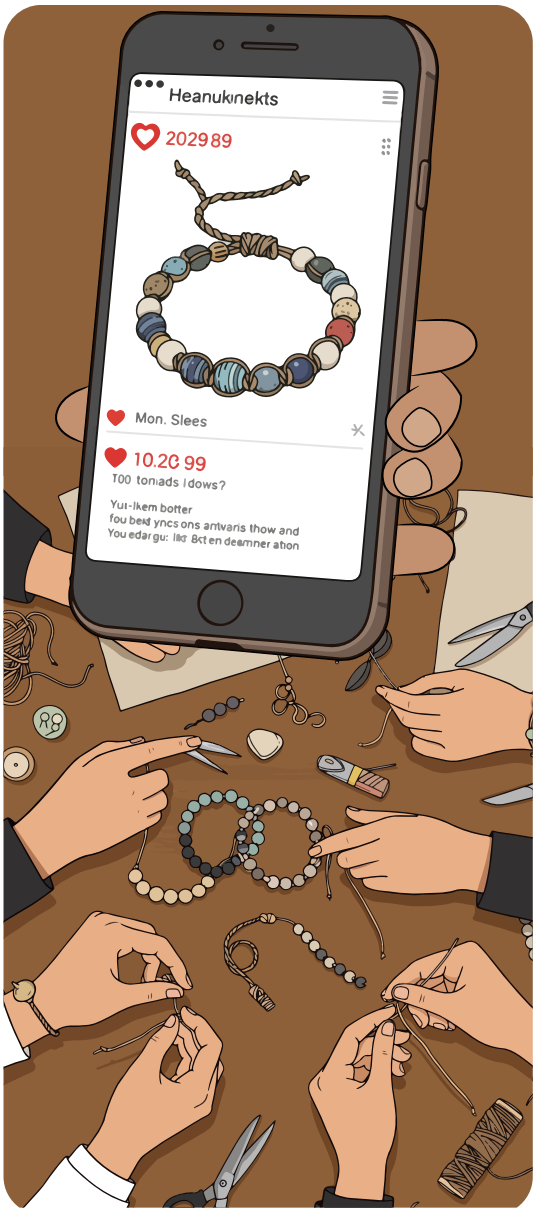
Ana: Steve Blank propone una metodología mucho más lógica llamada Desarrollo de Clientes. ¿Recuerdan cuando usamos el *Design Thinking* y el *Lean Canvas* para descubrir quiénes son nuestros clientes y cuáles son sus problemas?

Valeria: ¡Claro! Ahí entendimos qué necesitan, qué problemas tienen y cómo nuestras pulseras pueden ayudarlos.

Ana: Eso fue lo que Blank llama la etapa de **Descubrimiento de Clientes**. Sin darnos cuenta, ya completamos esa parte. Pero ahora viene la siguiente etapa, la **Validación de Clientes**.

Carlos: ¿Y en qué consiste esa etapa?

Ana: En tres cosas clave: **captación de clientes, retención de clientes y aumento de ingresos de los clientes**.



Santiago: ¿Captación? ¿Retención? ¿Aumento de ingresos? ¿Puedes explicarlo más despacio?

Ana: ¡Claro! Primero, la **captación de clientes** significa lograr que más personas conozcan y comprendan nuestras pulseras. Es como atraer nuevos fans.

Valeria: ¡Eso suena divertido! Pero, ¿cómo lo hacemos?

Ana: Ahí entra el *marketing* y la publicidad. Usamos lo que aprendimos en las entrevistas con nuestros clientes para crear mensajes que realmente conecten con ellos.

Diego: ¿Y retención?

Ana: La **retención de clientes** significa que no solo compren una vez, sino que regresen y comprendan más. Por ejemplo, si a alguien le encanta una de nuestras pulseras, podríamos ofrecerle una colección completa o una edición especial.

Carlos: ¿Y el aumento de ingresos?

Ana: El **aumento de ingresos** consiste en incrementar el valor que cada cliente aporta. Por ejemplo, podríamos vender paquetes de pulseras o, incluso, ofrecer talleres para enseñar cómo hacerlas.

Valeria: ¡Eso sería genial! No se trata solo de vender, sino de construir una relación con nuestros clientes.

Santiago: Entonces, tomamos lo mejor del Desarrollo de Clientes y seguimos aprendiendo mientras gestionamos nuestra microempresa.

Ana: ¡Exacto! Steve Blank dice que las empresas que siguen esta ruta no solo sobreviven, sino que crecen de forma sostenible.

Diego: Entonces, vamos por esa ruta. Captamos y aumentamos los ingresos de nuestros clientes.

Carlos: Y seguimos fieles a nuestra misión: no solo alcanzar el éxito, sino también contribuir al desarrollo de Villa El Salvador.

Todos: ¡Vamos, Creadores de Villa! ¡Estamos listos para este nuevo desafío!

¿Sabías que...?

Steve Blank es un pionero del emprendimiento moderno. Su enfoque práctico, basado en la experiencia real, ha ayudado a miles de emprendedores a lanzar sus negocios con éxito. Si alguna vez sueñas con crear tu propia empresa, ¡las ideas de Steve pueden ser una guía valiosa y útil!

2. Exploramos estrategias para la captación, la retención y el aumento de ingresos de los clientes

Ana: Chicos, nuestro profesor nos dejó un reto: usar la rutina de pensamiento de David Perkins llamada **"Las tres preguntas"** para reflexionar sobre cómo podemos mejorar en la captación, retención y aumento de ingresos.

2.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "Las tres preguntas"

Primera pregunta: ¿Qué nos interesa sobre la captación de clientes?

Valeria: ¡Suena como una mini-investigación! Para iniciar, hablemos de la **captación de clientes**.

Ana: A ver... ¿qué nos interesa más de la captación de clientes?

Valeria: Me gusta pensar en cómo podemos atraer a más personas con nuestras pulseras. Quiero aprender más sobre estrategias creativas, como usar las redes sociales.

Santiago: A mí me interesa entender qué buscan los clientes. Si sabemos eso, podemos captar a más personas de forma efectiva.

Diego: Yo creo que la clave está en lograr que nuestros clientes se emocionen cuando descubren nuestras pulseras.

Carlos: Me interesa mucho la publicidad. Siempre me pregunto qué palabras o imágenes funcionan mejor para captar su atención.

Segunda pregunta: ¿Qué me confunde o encuentro difícil?

Ana: Ahora, ¿qué sentimos que es complicado sobre la captación de clientes?

Diego: No sé cómo lograr que nuestro producto destaque entre tantas opciones.

Valeria: Yo encuentro difícil saber qué quieren realmente las personas. ¿Cómo descubres eso sin preguntarles a todos?

Carlos: Me confunde cómo medir si nuestras estrategias de captación funcionan o no.

Santiago: A mí me cuesta saber cómo mantener la atención de los clientes una vez que nos descubren.

Tercera pregunta: ¿Qué me gustaría explorar más?

Ana: Ahora, ¿qué más nos gustaría explorar sobre la captación de clientes?

Valeria: Quiero explorar cómo crear campañas en *Instagram.*

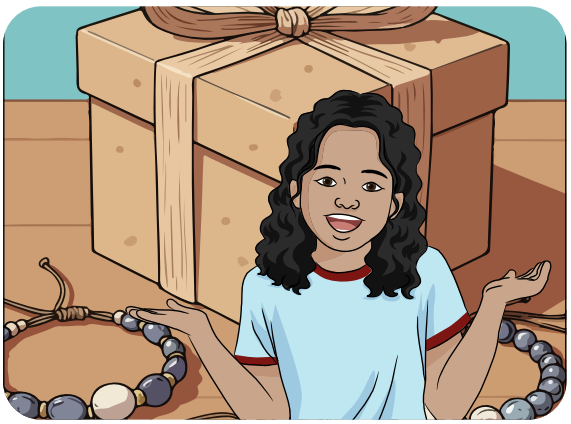
Santiago: Quiero investigar más sobre cómo generar confianza en nuestros clientes desde el primer contacto.

Diego: A mí me gustaría aprender sobre promociones. Tal vez podríamos hacer algo como "compra dos y lleva uno gratis".

Carlos: Yo quiero explorar qué tipo de historias podemos contar para captar clientes.

Ana: ¡Excelente! Ahora pasemos a la **retención de clientes**.

Primera pregunta: ¿Qué hay aquí que me interesa?



Ana: ¿Qué nos interesa sobre la retención de clientes?

Diego: Me gusta la idea de lograr que los clientes vuelvan. Es como construir una relación con ellos.

Valeria: Me interesa pensar en cómo hacer que los clientes se sientan especiales, como si fueran parte de nuestra familia.

Carlos: Quiero aprender más sobre cómo sorprender a nuestros clientes con algo extra.

Santiago: Yo quiero explorar cómo convertir a los clientes en nuestros mejores promotores, que ellos mismos nos recomienden.

Segunda pregunta: ¿Qué me confunde o encuentro difícil?

Ana: ¿Qué nos parece difícil sobre la retención de clientes?

Valeria: No sé cómo mantener la atención de los clientes después de la primera compra.

Santiago: Me cuesta pensar en algo que les haga sentir tan felices como la primera vez que compraron.

Diego: No sé cuánto deberíamos invertir en retener clientes. ¿Será muy costoso?

Carlos: Me confunde cómo saber si estamos reteniendo bien a nuestros clientes.

Tercera pregunta: ¿Qué me gustaría explorar más?

Ana: ¿Qué más nos gustaría explorar sobre la retención de clientes?

Valeria: Quiero investigar cómo personalizar nuestros productos según los gustos de cada cliente.



Santiago: Me interesa explorar la idea de un programa de recompensas o descuentos para clientes frecuentes.

Diego: Deseo entender cómo crear experiencias únicas para nuestros clientes, algo que no olviden.

Carlos: Quiero aprender sobre cómo los datos, como correos electrónicos, pueden ayudarnos a retener clientes.

Ana: Por último, hablemos del **aumento de ingresos**.

Primera pregunta: ¿Qué hay aquí que me interesa?

Ana: ¿Qué nos interesa sobre cómo aumentar nuestros ingresos?

Diego: Me interesa descubrir cómo hacer crecer la microempresa. ¡Más ingresos significan más oportunidades!



Valeria: Quiero aprender a vender más sin presionar a los clientes.

Carlos: Me gusta la idea de ofrecer paquetes o regalos para ganar más dinero.

Santiago: Me interesa saber cómo mejorar lo que ofrecemos para que los clientes quieran pagar más.

Segunda pregunta: ¿Qué me confunde o encuentro difícil?

Ana: ¿Qué nos parece complicado sobre cómo aumentar nuestros ingresos?

Valeria: Me cuesta pensar en formas de aumentar ingresos sin subir mucho los precios.

Carlos: No sé cómo hacer ofertas irresistibles que los clientes quieran aprovechar.

Santiago: Me confunde cómo hacer que un cliente que ya compró quiera comprar otra cosa.

Diego: No sé cómo decidir qué estrategias realmente funcionan para aumentar los ingresos.

Tercera pregunta: ¿Qué me gustaría explorar más?

Santiago: Me gustaría explorar cómo crear promociones por tiempo limitado para vender más.

Valeria: Yo quiero aprender sobre cómo hacer colaboraciones con otros negocios para aumentar nuestros ingresos.

Diego: Me interesa saber cómo desarrollar productos *premium* para clientes especiales.

Carlos: Quiero investigar cómo hacer ofertas escalonadas: “Compra esto y llévate otro con descuento”.

Ana: ¡Listo, equipo! Esta rutina de pensamiento nos ayudó mucho a ver lo que nos interesa, lo que nos confunde y lo que queremos explorar más.

Valeria: ¡Ahora tenemos muchas ideas para mejorar nuestra empresa!

Diego: Y todo con una base sólida para captar, retener y aumentar ingresos.

Santiago: ¡Estamos listos para llevar nuestra microempresa al siguiente nivel!

2.2. Identificamos formas para "captar clientes"

Exploramos una estrategia para captar clientes

Ana: ¡Chicos! Hoy vamos a hablar del famoso embudo de "Captar" de Steve Blank. ¿Recuerdan cómo funciona? ¡Es como una aventura para conseguir clientes!

Santiago: ¡Aventura! Me gusta cómo suena. Pero explícanos paso a paso, **Ana**.

Ana: El embudo tiene cuatro etapas: **Atención**, **Interés**, **Reflexión** y **Compra**. Imagina que es como invitar a alguien a una fiesta. Revisemos cada etapa.

Atención

Ana: Aquí, lo importante es que la gente nos conozca. Es como gritar: "¡Aquí estamos! ¡Vengan a nuestra fiesta!".

Valeria: Como cuando publicamos en *Instagram* con colores súper llamativos.

Carlos: ¡Exacto! Y también cuando entregamos volantes en la feria. Llamamos la atención con algo que se ve rápido.

Diego: O cuando subimos una foto trabajando en el taller. La gente quería saber qué hacíamos.

Interés

Santiago: ¿Y después qué? Ya que nos vieron, ¿cómo despertamos su interés?

Ana: Aquí, les contamos por qué nuestra idea es genial. Es como decirles: "En esta fiesta habrá *pizza* gratis y juegos divertidos".

Valeria: ¡Como cuando contamos la historia de nuestras pulseras y cómo ayudan a la comunidad! Eso hizo que las personas se interesaran más.

Carlos: Sí, y cuando publicamos testimonios de los primeros clientes. Eso les llamó la atención porque mostraba algo real.



Reflexión

Diego: ¿Y luego viene la reflexión? ¿Qué es eso?

Ana: Es cuando los clientes piensan: "¿Realmente quiero ir a esa fiesta?". O en nuestro caso: "¿Quiero comprar este producto?". Aquí debemos darles razones fuertes.

Santiago: Como cuando explicamos los materiales que usamos, que son reciclados y de buena calidad. La gente pensaba: "¡Esto sí vale la pena!".

Valeria: ¡Y cuando respondimos las preguntas en la feria! Algunos no estaban seguros, pero al hablar con nosotros, decidieron que sí querían comprar.

Compra



Carlos: ¡Por fin, la compra! Es cuando dicen: "¡Sí, voy a la fiesta!".

Ana: ¡Exacto! Es el momento en que deciden comprar nuestro producto. Aquí debemos hacerlo fácil para ellos.

Diego: Como cuando les dijimos que podían pagar con tarjeta o efectivo. ¡Facilita mucho!

Valeria: O cuando hicimos una oferta especial: "Si compras dos pulseras, la tercera es gratis". ¡La gente se animó más rápido!

Santiago: Entonces, ¿todo el proceso del embudo es como llevar a alguien desde que nos conoce hasta que se convierte en cliente?

Ana: ¡Exacto! Primero captamos su atención, luego despertamos su interés, después los ayudamos a reflexionar, y finalmente logramos la compra.

Carlos: Y todo lo que vivimos en la feria fue un ejemplo perfecto de cómo funciona este embudo.

Diego: ¡Ahora entiendo! Es como un juego de pasos. Si fallamos en uno, los clientes se pierden.

Valeria: Pero si lo hacemos bien, ¡nuestra microempresa crecerá mucho más!

Ana: ¡Vamos a aplicar este embudo en cada paso que demos! ¡La aventura apenas comienza!

Elaboramos publicidad para captar clientes

Santiago: ¡Equipo! Hoy nos toca crear publicidad para nuestra microempresa. ¿Recuerdan la técnica que nos explicó el profesor?

Ana: ¡Claro! La técnica AIDA: **Atención**, **Interés**, **Deseo** y **Acción**. Es como una receta mágica para hacer anuncios que sí funcionan.

Diego: Muy bien, pero vamos a explicar cada paso con calma.

Atención

Valeria: Aquí, necesitamos captar la atención del cliente rápido. Podemos usar algo visual o una frase que llame mucho la atención.

Carlos: ¡Como cuando pusimos un título gigante con colores llamativos!

Ana: Exacto, algo que haga que la gente diga: "¿Qué es esto?" y quiera seguir mirando.

Interés

Santiago: Ahora que captamos su atención, debemos despertar su interés. ¿Por qué les debería importar nuestro producto?

Diego: Podemos mostrar los beneficios. Por ejemplo: “Hecho con materiales reciclados para cuidar el planeta”.

Valeria: ¡O contar una pequeña historia! Como cuando explicamos cómo nuestras pulseras ayudan a nuestra comunidad.

Deseo

Carlos: Aquí tenemos que lograr que el cliente quiera nuestro producto. ¡Hay que despertar su deseo!

Ana: Podemos mostrar lo especial que es. Por ejemplo: “Cada pulsera es única, hecha a mano por jóvenes emprendedores”.

Valeria: ¡O crear sensación de urgencia! Algo como: “Edición limitada, ¡no te quedes sin la tuya!”.

Acción

Santiago: Finalmente, les decimos qué hacer: “¡Compra ahora!” o “Visítanos en la feria”.

Diego: ¡Tiene que ser claro! No deben quedarse pensando.



Empleamos la técnica de publicidad *Storytelling*

Ana: ¿Recuerdan que el profesor también nos explicó qué es el *storytelling* en publicidad?

Carlos: ¡Sí! Es como contar una historia, pero relacionada con nuestro producto. Así no solo mostramos la pulsera, sino lo que significa. En lugar de decir "Compra nuestra pulsera", contamos algo que haga que las personas sientan algo especial.

Santiago: ¡Como cuando alguien se emociona con una película o un libro! La idea es que conecten con lo que hacemos.

Diego: O sea, ¿vendemos la historia detrás de nuestras pulseras? Algo que muestre por qué son importantes.

Ana: ¡Sí! Y eso hace que la gente recuerde más nuestra marca. Además, nos ayuda a transmitir valores. No solo vendemos pulseras... ¡vendemos sueños, ideas, un propósito!

Valeria: ¡Genial! Vamos a crear una historia que inspire. ¿Listos para empezar?

La historia de la pulsera que cambió un barrio

1) **Narrativa**

   En un pequeño barrio lleno de sueños del distrito, cinco jóvenes emprendedores decidieron cambiar su futuro y el de su comunidad. Todo comenzó con una idea sencilla: crear pulseras. Pero no cualquier pulsera… ¡pulseras con propósito!

   Cada hilo entrelazado lleva la historia de esfuerzo, amistad y amor por su barrio. Utilizando materiales reciclados, transformaron en piezas únicas, llenas de significado, lo que otros descartaban.

   Con cada pulsera que vendían, no solo cuidaban el planeta, sino que también ayudaban a mejorar su comunidad, pues apoyaban pequeños proyectos locales.

2) **"Cuando llevas una de nuestras pulseras, luces genial y además formas parte de este sueño".**

3) **Cierre**

   ¿Te unes a nuestra historia? Compra tu pulsera hoy y lleva contigo un pedacito de Villa El Salvador.

   Visítanos en la feria del barrio este domingo. ¡Te esperamos!

   Muestra imágenes de los "Creadores de Villa" trabajando juntos, la comunidad y a personas usando las pulseras con una sonrisa.

Valeria: ¡Esta historia no solo vende una pulsera, vende un sueño!

Santiago: ¡Eso es lo poderoso del *storytelling!* Conectamos con el corazón de las personas.

Ana: ¡Vamos a contar nuestra historia al mundo entero!

Todos: ¡Sí, juntos somos imparables!

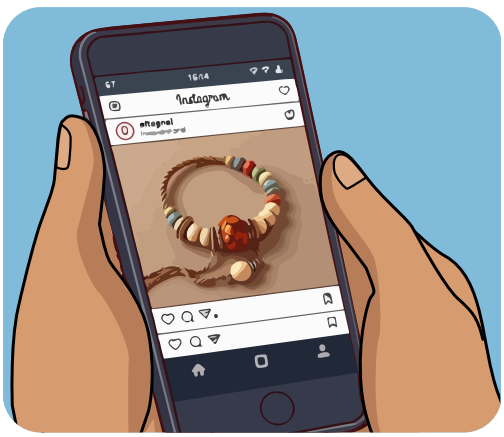
Usamos canales digilates para captar clientes

Ana: Chicos, hoy en día, ¡todo está en línea! Cada vez más personas compran por *internet.* Si no estamos ahí, ¡nos estamos perdiendo muchos clientes!

Diego: ¡Exacto! Además, la tecnología ha avanzado tanto que hasta te puedes medir las tallas en línea. Podríamos ofrecer una guía de tallas interactiva en nuestra página.

Valeria: Entonces, vamos a pensar en cómo captar clientes usando canales digitales. ¿Qué les parece si empezamos con redes sociales?

Ejemplo 1: *Instagram*



Carlos: *Instagram* es perfecto para nosotros. ¡Podemos subir fotos y videos de nuestras pulseras! Las historias también son geniales para mostrar cómo se hacen.

Ana: Y podemos usar *hashtags* como #PulserasArtesanales y #CreadoresDeVilla para llegar a más personas. Además, podríamos hacer sorteos.

Ejemplo 2: *TikTok*

Valeria: ¡Y no nos olvidemos de *TikTok!* Podemos hacer videos cortos mostrando cómo combinarlas con diferentes estilos de ropa.

Santiago: Sí, algo divertido, como "¡Pulsera *Challenge*!". Donde la gente muestre cómo usa nuestras pulseras en su día a día.



Ana: ¡Genial! Así captamos la atención de nuevos clientes *online.* La idea es que nos vean, les interese lo que hacemos y terminen comprando.

Diego: ¡Exacto! Las redes son nuestras aliadas. Y recuerden: la clave está en ser auténticos y conectar con las personas.

Carlos: ¡Vamos a digitalizarnos y mostrarle al mundo lo que tenemos!

Todos: ¡Captar clientes en línea será nuestro próximo gran paso!

2.3. Aplicamos técnicas para "retener clientes"



Imagina que tienes un grupo de amigos que siempre quieren estar contigo porque se sienten bien a tu lado. La **retención de clientes** es algo parecido: consiste en lograr que las personas que ya compraron tu producto sigan eligiéndote y no se vayan a otro lugar.

No se trata solo de vender una vez, ¡se trata de crear una relación! Si les das una buena experiencia, ellos volverán. Es como cuidar una amistad: escuchas, ofreces algo especial y, sobre todo, ¡los haces sentir importantes! Así que, si quieres que tus clientes siempre estén contigo, ¡haz que se sientan en casa!

Los "Creadores de Villa" están reunidos en su taller de pulseras, planeando cómo mantener felices a sus clientes actuales.

Ana: Chicos, ya sabemos cómo captar clientes, ¡pero ahora tenemos que lograr que vuelvan!

Santiago: ¿Cómo? Si ya compraron, ¿no basta con eso?

Valeria: ¡No! Es como cuando haces un amigo. Si no lo cuidas, ¡se va! Lo mismo pasa con los clientes.

Diego: ¡Exacto! La retención de clientes es lograr que las personas que ya compraron nuestras pulseras quieran volver a comprarnos.

Carlos: ¡Entiendo! Entonces, ¿cómo los "retenemos"?

Ana: Necesitamos darles una experiencia increíble. Por ejemplo, podríamos:

1. **Ofrecer descuentos especiales** para clientes frecuentes.
2. **Crear un programa de fidelidad:** cada cinco pulseras, ¡una gratis!
3. **Escuchar sus opiniones** y mejorar lo que no les gusta.

Valeria: Y también mandarles un mensaje agradeciendo su compra. ¡Eso siempre gusta!

Santiago: Entonces, la idea es que no solo nos compren, ¡sino que nos prefieran siempre!

Diego: ¡Exacto! Si se sienten especiales y valorados, ¡volverán por más pulseras!

Carlos: ¡Como cuidar una amistad! ¡Ahora lo entiendo todo!

Ana: ¡Exacto! No solo vendemos pulseras, ¡construimos relaciones!

Todos: ¡Vamos a retener clientes y hacer historia!

(Los integrantes del equipo los "Creadores de Villa" están reunidos, pensando cómo hacer sentir especiales a sus clientes).

Creamos mensajes de fidelización

Ana: ¡Listo, equipo! Vamos a crear mensajes que nuestros clientes los aprecien. ¡Empecemos con el de agradecimiento!

Diego: ¿Qué tal algo así?

Mensaje de agradecimiento

"¡Gracias por tu compra! Cada pulsera que creamos lleva un pedacito de nuestro corazón, y saber que ahora la llevas tú nos haces muy felices. ¡Esperamos verte pronto!".

Carlos: ¡Me gusta! Se siente cálido. Ahora, hagamos uno para sus cumpleaños.

Valeria: ¡Aquí va uno!

Mensaje de cumpleaños

"¡Feliz cumpleaños! Los "Creadores de Villa" te deseamos un día lleno de alegría. Como regalo, tienes un 10 % de descuento en tu próxima pulsera. ¡Celebra con estilo!".

Santiago: ¡Qué genial! Ahora, uno para cuando lancemos nuevos modelos.

Ana: ¿Algo como esto?

Mensaje de novedades

"¡Nuevas pulseras han llegado! Ven a descubrir estilos únicos que te encantarán. ¡Te estamos esperando con diseños frescos y exclusivos!".

Valeria: Falta uno más... ¡Algo para que se sientan parte de nuestra familia!

Diego: ¡Buena idea! ¡Aquí va uno!

Mensaje de conexión especial

"Eres parte de la familia "Creadores de Villa". Gracias por apoyarnos en este camino. Cada compra tuya nos acerca más a nuestro sueño de mejorar nuestro barrio. ¡Juntos somos imparables!".

Carlos: ¡Perfecto! Estos mensajes harán que nuestros clientes se sientan especiales y valorados.

Todos: ¡A fidelizar clientes con todo el corazón!

Usamos las redes sociales para comunicarnos con nuestros clientes

(Los "Creadores de Villa" están reunidos, discutiendo cómo mantener felices a sus clientes en el mundo digital).

Ana: ¡Chicos! Para retener clientes tenemos también las redes sociales que las podemos utilizar.

Valeria: ¿Y cómo lo hacemos? ¿Enviándoles mensajes?

Ejemplo 1: Correo electrónico



Carlos: ¡Sí! Podemos usar el correo electrónico. Imaginemos que alguien compra una pulsera. Después, le enviamos un correo agradeciéndole por su compra.

Santiago: ¡Buena idea! Además, podríamos enviarles correos con novedades: "¡Tenemos nuevos estilos de pulseras!" u "¡Oferta especial solo para ti!".

Valeria: Y no olviden los cumpleaños. ¡Un correo con descuento sería un lindo regalo!

Ejemplo 2: *WhatsApp*



Ana: *WhatsApp* también es clave. Es más personal. Podemos crear un grupo para nuestros clientes más fieles y contarles primero sobre nuevos productos o promociones.

Diego: ¡O enviarles mensajes personalizados! Algo como: "¡Hola, **Valeria**! Gracias por tu compra. ¿Qué te pareció tu pulsera?".

Santiago: ¿Y *YouTube* sirve para retener clientes?

Carlos: ¡Claro! Podemos subir videos tutoriales sobre cómo combinar las pulseras o cómo cuidarlas. Si los clientes encuentran útil nuestro contenido, seguirán conectados con nosotros.

Ana: Entonces, la retención *online* es como decirle a un amigo: "¡No te olvides de nosotros!". Hay que estar presentes y hacerles sentir especiales.

Valeria: ¡Y siempre con cariño y creatividad! Así, nuestros clientes no solo vuelven, ¡sino que se convierten en nuestros mejores promotores!

Todos: ¡A retener clientes y construir nuestra comunidad *online*!

2.4. Proponemos ideas para "aumentar el ingreso de los clientes"



¡Imaginen esto! Tienen una tienda de pulseras y un cliente ya compró una. ¡Genial! Pero, ¿qué pasa después? El "aumento de ingresos" significa invitar a ese cliente a descubrir más cosas que le podrían encantar de nuestra tienda.

¿Cómo se hace?

No se trata solo de vender más, ¡sino de ofrecer algo que realmente le guste o necesite! Por ejemplo:

Productos adicionales: Si alguien compra una pulsera, podríamos mostrarle un collar o unos aretes que combinen. ¡Un juego completo!

Versiones especiales: Podríamos ofrecer una pulsera personalizada con su nombre o un diseño exclusivo.

¿Por qué es importante?

Cuando un cliente compra más cosas o regresa por nuevos productos, ¡es porque está feliz con lo que ofrecemos! Esto no solo ayuda a nuestro negocio a crecer, sino que también crea una relación más cercana y especial con nuestros clientes. ¡Es como cuando un amigo te recomienda más canciones de tu banda favorita!

Ampliar ingresos no es solo vender, ¡es sorprender a nuestros clientes y hacerlos sentir que siempre encontrarán algo especial con nosotros!

(Los "Creadores de Villa" están reunidos en su taller planeando cómo mejorar su negocio de pulseras. Todos están entusiasmados con la idea de ofrecer más a sus clientes).

Ana: ¡Chicos! Hoy vamos a hablar de algo clave: cómo hacer que nuestros clientes compren más cosas que les encanten. Se llama "aumento de ingresos".

Carlos: ¿Y eso cómo se hace? ¿No quiero que suene a que solo queremos vender más...?

Diego: ¡Tranquilo! Se trata de darles más valor. Hay dos tácticas geniales: **venta directa** y **venta cruzada**.

Táctica 1: Venta directa

Ana: La venta directa es cuando convencemos al cliente de comprar más del mismo producto o uno mejor. Por ejemplo, si alguien compra una pulsera simple, podemos mostrarle una pulsera especial con piedras más bonitas.

Valeria: ¡Es como cuando vas por un helado y te convencen de llevar la versión grande con más sabores!

Táctica 2: Venta cruzada (*Cross-Selling*)

Ana: La venta cruzada es diferente: aquí sugerimos productos que complementan lo que ya compraron. Por ejemplo, si alguien compra una pulsera, podemos mostrarle unos aretes que combinen. ¡O un llavero personalizado! Algo que haga juego y también sea útil.

Carlos: ¡Es como cuando compras una tableta y te ofrecen un estuche o un lápiz táctil!

Diego: Esto no solo nos ayuda a vender más, ¡sino que hace que los clientes se sientan especiales porque pensamos en lo que les gusta!

Valeria: ¡Exacto! No se trata de vender por vender. Es como darles más sorpresas que realmente necesitan.

Ana: Entonces, ¡a pensar en ideas creativas para nuestras pulseras! ¡Vamos a hacerlo genial!



¿Sabías que...?

La **venta cruzada** es una estrategia que no solo ayuda a aumentar el valor promedio de cada transacción, sino que también mejora la experiencia del cliente al ofrecerle soluciones relevantes y útiles para sus necesidades.

3. Fortalecemos nuestras habilidades blandas: Creatividad

> "La creatividad es la inteligencia divirtiéndose".
>
> *Albert Einstein* (1879-1955), físico teórico alemán.

Carlos: La creatividad nos permite encontrar soluciones únicas a los problemas y hacer nuestros productos más atractivos.

Valeria: También es importante porque nos ayuda a adaptarnos a los cambios del mercado y a las preferencias de nuestros clientes.

Diego: Exacto, pero ¿cómo sabemos si realmente estamos siendo creativos o solo estamos repitiendo las mismas ideas de siempre?

Santiago: Podríamos evaluar nuestra creatividad con un desafío. Por ejemplo: cada uno podría proponer una nueva idea para mejorar nuestras pulseras y, luego, votamos por la idea más original.

Ana: ¡Excelente idea, **Santiago**! Así mantenemos la mente abierta y generamos un flujo constante de ideas.

Carlos: Además, nos ayuda a aprender de cada intento, sin importar si es exitoso o no, lo cual es esencial para crecer como equipo creativo.



¿Sabías que...?

La **creatividad** es la habilidad de generar ideas originales, novedosas y valiosas. Implica pensar de forma no convencional, romper patrones establecidos y encontrar soluciones innovadoras a los problemas. Es una capacidad inherente al ser humano que se puede desarrollar y aplicar en diversos campos, como el arte, la ciencia, los negocios y la vida cotidiana.

3.1. Aplicamos una rúbrica sobre creatividad

Escoge un lugar donde estés cómodo y selecciona tus respuestas a la rúbrica, marcando con un aspa (X) , la cual se muestra a continuación. Sé sincero y piensa en tus habilidades al trabajar en equipo.

Rúbrica: Creatividad				
Criterios	**Inicio**	**En proceso**	**Logrado**	**Destacado**
Originalidad de ideas	Las ideas no son originales y parecen repetitivas o copiadas.	Las ideas muestran poca originalidad y se basan en conceptos comunes.	Propone ideas interesantes y originales, aunque con elementos conocidos.	Propone ideas altamente innovadoras, únicas y fuera de lo común.
Resolución de problemas	No identifica soluciones claras o sus propuestas son poco funcionales.	Ofrece soluciones simples o predecibles, con poca evidencia de creatividad.	Propone soluciones pertinentes, aunque no totalmente innovadoras, a los problemas planteados.	Encuentra soluciones creativas y efectivas para resolver problemas complejos.
Aplicación en el contexto	Las ideas no tienen relación con el contexto o son irrelevantes.	Las ideas creativas tienen una conexión limitada con el contexto o situación.	Las ideas creativas son aplicables, aunque no totalmente alineadas con el contexto.	Aplica ideas creativas de forma relevante y significativa al contexto real.
Expresión de ideas	Tiene dificultades para expresar sus ideas de manera coherente o comprensible.	Comunica sus ideas de manera básica, sin lograr captar atención o interés.	Comunica sus ideas de manera clara, pero con menos impacto o creatividad.	Comunica sus ideas de forma clara, creativa y con impacto visual o emocional.
Colaboración y trabajo en equipo	No aporta ideas creativas o tiene dificultades para colaborar de manera efectiva.	Participa en el equipo, pero sus ideas creativas son limitadas o poco desarrolladas.	Aporta ideas útiles y creativas que contribuyen al desarrollo del trabajo grupal.	Propone ideas creativas que enriquecen de manera significa el trabajo en equipo.
Confianza e iniciativa	No demuestra confianza en sus ideas y rara vez toma la iniciativa.	Tiene poca confianza en su creatividad y su iniciativa para participar es limitada.	Muestra confianza en sus habilidades creativas, pero necesita más iniciativa.	Demuestra mucha confianza en su capacidad creativa e iniciativa para generar ideas originales.

4. Evaluamos el proyecto de nuestra microempresa

"El único lugar donde el éxito viene antes que el trabajo es en el diccionario".

Vidal Sassoon (1928-2012), estilista y empresario británico.

(Ana, Diego, Valeria, Santiago y Carlos están reunidos para evaluar su proyecto de microempresa. Su objetivo es analizar cómo han aplicado el ciclo de vida del cliente en su emprendimiento).

Ana: Bueno, chicos, hemos avanzado bastante con el proyecto. Ahora vamos a analizar cada etapa del ciclo de vida del cliente para evaluar qué hicimos bien y qué podemos mejorar. Empecemos con la **captación de clientes.** **Diego**, ¿puedes explicar cómo logramos atraerlos?

Diego: ¡Claro! Utilizamos las redes sociales para promocionar nuestras pulseras y ofrecemos descuentos a los primeros diez compradores. Además, organizamos una pequeña feria en la escuela donde montamos un *stand* para exhibir nuestros productos.

Santiago: Eso funcionó bastante bien, porque muchas personas se acercaron. Pero creo que podríamos haber hecho más publicidad en los días previos. No todos sabían que ese día íbamos a vender pulseras.

Valeria: Es cierto, pero lo positivo es que la promoción en redes nos ayudó a atraer clientes más allá de la escuela. En ese sentido, fue un buen inicio.

Carlos: Pasemos a la **retención de clientes.** ¿Cómo hicimos para que las personas que nos compraron regresaran?

Valeria: Ofrecimos descuentos en la segunda compra y la opción de personalizar las pulseras. Además, enviamos mensajes de agradecimiento por *WhatsApp*, acompañados de fotos con nuevos diseños.

Ana: Sí, pero siento que algunos clientes no regresaron porque no les dimos el seguimiento suficiente. Tal vez podríamos haber hecho algo más, como crear una lista de contactos y enviarles recordatorios o promociones especiales.

Diego: Es una buena idea. También podríamos haber hecho algo más visual, como publicar historias en redes sociales mostrando cómo personalizábamos las pulseras de otros clientes.

Santiago: Ahora, hablemos de la **satisfacción del cliente.** ¿Qué comentarios recibimos de las personas?

Carlos: La mayoría nos dijo que les encantaron los diseños y la idea de usar materiales naturales. Sin embargo, algunos mencionaron que los nudos de las pulseras a veces se deshacían, así que tomamos eso como un aspecto a mejorar.

Ana: Yo creo que escuchar esas críticas nos ayudó mucho, porque empezamos a usar un hilo más resistente y a reforzar los cierres. Fue clave para mejorar la calidad del producto.

Valeria: Por último, revisemos la etapa de **recomendación.** ¿Cómo hicimos para que los clientes recomendaran nuestras pulseras?

Diego: Ofrecimos un descuento del 10 % si alguien nos recomendaba con un amigo, y este terminaba comprando. También les pedimos que etiquetaran nuestras publicaciones en redes sociales cuando usaran las pulseras.

Carlos: Eso fue útil, pero creo que podríamos haber incentivado más esa recomendación. Tal vez regalar una pulsera pequeña o un llavero por cada recomendación, habría funcionado mejor.

Ana: En resumen, hemos hecho un buen trabajo, pero definitivamente podemos mejorar en las etapas de retención y recomendación. ¿Qué opinan?

Santiago: Estoy de acuerdo. Lo que logramos en adquisición y satisfacción fue muy bueno, pero debemos reforzar el seguimiento con los clientes.

Valeria: ¡Sí! Creo que con algunas estrategias nuevas podríamos fidelizar a más personas. Tal vez deberíamos empezar a planearlo para nuestra próxima venta.

Carlos: ¡Perfecto! Entonces hagamos una lista de mejoras. Este análisis nos va a ayudar mucho para nuestro próximo paso como microempresa.



5. Reflexionamos sobre lo que aprendimos

"Lo que somos es el resultado de lo que pensamos. Si una persona dice o hace algo, es porque previamente lo pensó. El poder de nuestra mente es infinito y, si lo utilizamos con sabiduría, podemos cambiar nuestra vida".

Buda (siglo VI a.C), príncipe y líder espiritual de la India.

Ana: Bueno, chicos, antes de empezar, quiero explicar la rutina de pensamiento que vamos a usar hoy para reflexionar sobre lo que aprendimos en nuestro proyecto. Se llama **"Veo, pienso, me pregunto"**. La idea es dividir nuestra reflexión en tres partes.

5.1. Aplicamos la rutina de pensamiento: "Veo, Pienso, Me pregunto"

Ana: La idea es dividir nuestra reflexión en tres partes.

1. **Veo:** Observamos lo que hicimos hasta ahora en el proyecto.
2. **Pienso:** Reflexionamos sobre lo que hemos observado y analizamos lo que ha funcionado y lo que no.
3. **Me Pregunto:** Nos hacemos preguntas para seguir aprendiendo, mejorar y pensar en lo que podríamos hacer diferente la próxima vez.

Valeria: ¡Me gusta! Es una forma ordenada de reflexionar sobre lo que hemos hecho y también de pensar en cómo podemos mejorar. ¿Quién empieza con la primera parte?

Veo

Propósito: Observar lo que se ha hecho hasta ahora, enfocándose en el ciclo de vida del cliente.

Santiago: Lo primero que veo es que hemos logrado atraer clientes gracias a las promociones y al uso de redes sociales. A la gente le gustan nuestras pulseras.



Carlos: Yo veo que los clientes están satisfechos con la personalización, aunque algunos mencionaron que las pulseras se dañaban un poco con el tiempo, especialmente los cierres.

Valeria: También veo que nuestros clientes responden bien cuando ofrecemos descuentos. Incluso algunos nos mencionaron en redes sociales, lo cual es positivo para que más personas nos conozcan.

Pienso

Propósito: Analizar lo que se observa y reflexionar sobre cómo se está manejando el ciclo de vida del cliente en el proyecto.

Diego: Pienso que, aunque hemos logrado atraer clientes con las promociones, quizás podríamos haber mejorado el seguimiento para asegurarnos de que regresen a comprar. ¿Qué opinan?

Ana: Sí, yo también lo pensé. Tal vez ofrecer un descuento solo en la primera compra no sea suficiente para mantener su interés. Necesitamos desarrollar más estrategias de fidelización.

Carlos: Estoy de acuerdo. En cuanto a la **satisfacción,** creo que cuando mejoramos la calidad de las pulseras, los clientes lo valoraron. Pero al no hacer un buen seguimiento, no conseguimos que muchos volvieran.

Santiago: Y si lo pensamos desde la **recomendación,** nuestra estrategia de ofrecer descuentos por referir a un amigo no tuvo tanto impacto como esperábamos. Quizá no era lo suficientemente atractiva, y eso me deja pensando en cómo podríamos mejorarla.

Me pregunto

Propósito: Generar preguntas clave para ayudar a los estudiantes a pensar en mejoras y aplicar lo aprendido en su proyecto.

Valeria: Ahora que hemos reflexionado sobre lo que hemos visto y pensado, ¿qué preguntas deberíamos hacernos para mejorar?

Diego: Me pregunto: ¿Qué más podemos ofrecer a nuestros clientes para que sientan que vale la pena regresar a comprar más pulseras? ¿Cómo podemos fidelizarlos mejor?

Carlos: Yo me pregunto: ¿Cómo podemos lograr que los clientes recomienden nuestras pulseras de forma más efectiva?

Santiago: Una pregunta que tengo es: ¿Qué otras estrategias podemos usar para que nuestros clientes se sientan más satisfechos? ¿Quizá algo relacionado con el diseño o el empaque?

Ana: Yo me pregunto: ¿Cómo podemos hacer para que nuestros productos sigan siendo ecológicos y creativos, pero también más resistentes? ¿Cómo mejoramos la calidad sin subir demasiado los precios?

5.2. Realizamos un análisis final y un plan de acción

Ana: Entonces, basándonos en las preguntas que nos hicimos, ¿qué acciones concretas podemos tomar para mejorar?

Valeria: Podemos empezar creando un sistema de fidelización, como un club de clientes frecuentes con descuentos especiales o premios por recomendaciones.

Santiago: También podemos mejorar los empaques para que sean más atractivos y ecológicos. Incluso ofrecer una bolsa reutilizable con cada compra que podría gustarles.

Carlos: Creo que deberíamos invertir más tiempo en mejorar la calidad de las pulseras, especialmente, en los cierres. Podemos probar con materiales más resistentes o incluso ofrecer una garantía.

Diego: Y yo me encargaré de hacer un seguimiento más cercano a los clientes que ya nos compraron, tal vez con encuestas de satisfacción o recordatorios de nuevos diseños.

Ana: ¡Genial! Con estas acciones tenemos un plan para seguir mejorando nuestro proyecto. ¡Manos a la obra!



Epílogo

Queremos mejorar la economía de nuestras familias

Carlos, **Ana**, **Diego**, **Valeria** y **Santiago** comenzaron con una idea: mejorar la economía de las familias de su barrio para que todos tuviesen acceso a computadoras y herramientas digitales. Querían que cada niño pudiera aprender con las mismas oportunidades que otros, que nadie quedara atrás por falta de tecnología.

No fue un camino fácil. Hubo dudas, problemas y días en los que parecía que no avanzaban. Pero en cada obstáculo, aprendieron algo nuevo. Descubrieron que las grandes ideas solo se convierten en realidad con esfuerzo, trabajo en equipo y determinación.

No solo lograron que las familias de su barrio accedieran a computadoras e *internet*, sino que se convirtieron en personas diferentes:

- Aprendieron a planificar y tomar decisiones con seguridad.
- Supieron resolver problemas sin miedo.
- Se atrevieron a asumir riesgos y confiar en su creatividad.
- Comprendieron la importancia del trabajo en equipo y la comunicación.
- Se volvieron más autónomos, resilientes y visionarios.

Lo más increíble es que este proyecto no solo cambió su comunidad. También transformó su forma de ver el mundo.

Hoy, cada uno tiene sueños aún más grandes y la confianza de que pueden lograrlos:

Carlos ya se imagina diseñando ciudades modernas y sostenibles, llenas de tecnología, donde todos tengan acceso a una vida mejor. Será ingeniero civil y creará estructuras que cambiarán el futuro.

Diego está convencido de que la tecnología puede transformar vidas. Por eso, se convertirá en un gran programador y desarrollará *software* revolucionario que ayude a conectar al mundo.

Valeria ha descubierto su amor por los animales y sueña con tener una clínica veterinaria avanzada, donde podrá ayudar a especies en peligro y mejorar la vida de las mascotas.

Santiago ya tiene claro que no solo quiere ganar dinero, sino crear empresas que generen empleos y oportunidades en su comunidad. Será empresario y liderará proyectos innovadores.

Ana ahora ve el universo como un misterio que quiere resolver. Su pasión por la ciencia la llevará a ser una gran científica, capaz de descubrir nuevas tecnologías y contribuir a mejorar la vida de las personas.

(Los integrantes del equipo los "Creadores de VIlla" ya no son los mismos que comenzaron este camino. Son líderes, soñadores y creadores de su propio destino. Ahora saben que los sueños no son solo ideas en la mente, sino planes que se construyen con trabajo y perseverancia).

Todos: Y este no es el final. Es solo el primer paso hacia algo aún más grande.

Referencias bibliográficas

Bienaventuranza, J. (2015). *El manual del éxito del cliente: Cómo las empresas pueden crear experiencias excepcionales y ganar lealtad*. Wiley.

Carreyrou, J. (2019). *Mala sangre: Secretos y mentiras en una startup de Silicon Valley.* Planeta.

Coleman, J. (2019). *Nunca pierdas un cliente otra vez: Cómo convertir a cualquier comprador en un cliente de por vida.* Planeta.

Covey, S. R. (2009). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: Lecciones poderosas para el cambio personal.* Paidós.

Dolabela, F. (2003). *Pedagogía emprendedora.* Editora de Cultura.

Dolabela, F. (2009). *Un Puente Mágico.* Malabares.

García Sanchís, M. C., & Gimeno Ruiz, D. (2018). *Empresa e iniciativa emprendedora: Desafío 0. Proyecto EDIA.* Ministerio de Educación y Formación Profesional y Deportes.

Jiménez, M., Batistello, G., & Rodríguez, P. (2020). *El Design Thinking como metodología para desarrollar el aprendizaje activo en adolescentes.*

Marrón, T. (2009). *Change by Design: Cómo el diseño transforma organizaciones e inspira innovación.* Paidós.

Maurya, A. (2019). *Crea y prueba tus ideas con Lean Canvas*. Editorial Norma, Madrid.

Perkins, D. N. (1986, mayo). *Design certainly goes far beyond the arts. Educational Leadership*, 43(8), 14-18.

Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua.* Deusto.

Shaw, C. (2013). *Revolución de la experiencia del cliente: Cómo las empresas pueden superar a la competencia y ganar lealtad.* Palgrave Macmillan.

CARTA DEMOCRÁTICA INTERAMERICANA

I
La democracia y el sistema interamericano

Artículo 1
Los pueblos de América tienen derecho a la democracia y sus gobiernos la obligación de promoverla y defenderla.
La democracia es esencial para el desarrollo social, político y económico de los pueblos de las Américas.

Artículo 2
El ejercicio efectivo de la democracia representativa es la base delestado de derecho y los regímenes constitucionales de los Estados Miembros de la Organización de los Estados Americanos. La democracia representativa se refuerza y profundiza con la participación permanente, ética y responsable de la ciudadanía en un marco de legalidad conforme al respectivo orden constitucional.

Artículo 3
Son elementos esenciales de la democracia representativa, entre otros, el respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales; el acceso al poder y su ejercicio con sujeción al estado de derecho; la celebración de elecciones periódicas, libres, justas y basadas en el sufragio universal y secreto como expresión de la soberanía del pueblo; el régimen plural de partidos y organizaciones políticas; y la separación e independencia de los poderes públicos.

Artículo 4
Son componentes fundamentales del ejercicio de la democracia la transparencia de las actividades gubernamentales, la probidad, la responsabilidad de los gobiernos en la gestión pública, el respeto por los derechos sociales y la libertad de expresión y de prensa.
La subordinación constitucional de todas las instituciones del Estado a la autoridad civil legalmente constituida y el respeto al estado de derecho de todas las entidades y sectores de la sociedad son igualmente fundamentales para la democracia.

Artículo 5
El fortalecimiento de los partidos y de otras organizaciones políticas es prioritario para la democracia. Se deberá prestar atención especial a la problemática derivada de los altos costos de las campañas electorales y al establecimiento de un régimen equilibrado y transparente de financiación de sus actividades.

Artículo 6
La participación de la ciudadanía en las decisiones relativas a su propio desarrollo es un derecho y una responsabilidad. Es también una condición necesaria para el pleno y efectivo ejercicio de la democracia.
Promover y fomentar diversas formas de participación fortalece la democracia.

II
La democracia y los derechos humanos

Artículo 7
La democracia es indispensable para el ejercicio efectivo de las libertades fundamentales y los derechos humanos, en su carácter universal, indivisible e interdependiente, consagrados en las respectivas constituciones de los Estados y en los instrumentos interamericanos e internacionales de derechos humanos.

Artículo 8
Cualquier persona o grupo de personas que consideren que sus derechos humanos han sido violados pueden interponer denuncias o peticiones ante el sistema interamericano de promoción y protección de los derechos humanos conforme a los procedimientos establecidos en el mismo.
Los Estados Miembros reafirman su intención de fortalecer el sistema interamericano de protección de los derechos humanos para la consolidación de la democracia en el Hemisferio.

Artículo 9
La eliminación de toda forma de discriminación, especialmente la discriminación de género, étnica y racial, y de las diversas formas de intolerancia, así como la promoción y protección de los derechos humanos de los pueblos indígenas y los migrantes y el respeto a la diversidad étnica, cultural y religiosa en las Américas, contribuyen al fortalecimiento de la democracia y la participación ciudadana.

Artículo 10
La promoción y el fortalecimiento de la democracia requieren el ejercicio pleno y eficaz de los derechos de los trabajadores y la aplicación de normas laborales básicas, tal como están consagradas en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y su Seguimiento, adoptada en 1998, así como en otras convenciones básicas afines de la OIT. La democracia se fortalece con el mejoramiento de las condiciones laborales y la calidad de vida de los trabajadores del Hemisferio.

III
Democracia, desarrollo integral y combate a la pobreza

Artículo 11
La democracia y el desarrollo económico y social son interdependientes y se refuerzan mutuamente.

Artículo 12
La pobreza, el analfabetismo y los bajos niveles de desarrollo humano son factores que inciden negativamente en la consolidación de la democracia. Los Estados Miembros de la OEA se comprometen a adoptar y ejecutar todas las acciones necesarias para la creación de empleo productivo, la reducción de la pobreza y la erradicación de la pobreza extrema, teniendo en cuenta las diferentes realidades y condiciones económicas de los países del Hemisferio. Este compromiso común frente a los problemas del desarrollo y la pobreza también destaca la importancia de mantener los equilibrios macroeconómicos y el imperativo de fortalecer la cohesión social y la democracia.

Artículo 13
La promoción y observancia de los derechos económicos, sociales y culturales son consustanciales al desarrollo integral, al crecimiento económico con equidad y a la consolidación de la democracia en los Estados del Hemisferio.

Artículo 14
Los Estados Miembros acuerdan examinar periódicamente las acciones adoptadas y ejecutadas por la Organización encaminadas a fomentar el diálogo, la cooperación para el desarrollo integral y el combate a la pobreza en el Hemisferio, y tomar las medidas oportunas para promover estos objetivos.

Artículo 15
El ejercicio de la democracia facilita la preservación y el manejo adecuado del medio ambiente. Es esencial que los Estados del Hemisferio implementen políticas y estrategias de protección del medio ambiente, respetando los diversos tratados y convenciones, para lograr un desarrollo sostenible en beneficio de las futuras generaciones.

Artículo 16
La educación es clave para fortalecer las instituciones democráticas, promover el desarrollo del potencial humano y el alivio de la pobreza y fomentar un mayor entendimiento entre los pueblos. Para lograr estas metas, es esencial que una educación de calidad esté al alcance de todos, incluyendo a las niñas y las mujeres, los habitantes de las zonas rurales y las personas que pertenecen a las minorías.

IV
Fortalecimiento y preservación de la institucionalidad democrática

Artículo 17
Cuando el gobierno de un Estado Miembro considere que está en riesgo su proceso político institucional democrático o su legítimo ejercicio del poder, podrá recurrir al Secretario General o al Consejo Permanente a fin de solicitar asistencia para el fortalecimiento y preservación de la institucionalidad democrática.

Artículo 18
Cuando en un Estado Miembro se produzcan situaciones que pudieran afectar el desarrollo del proceso político institucional democrático o el legítimo ejercicio del poder, el Secretario General o el Consejo Permanente podrá, con el consentimiento previo del gobierno afectado, disponer visitas y otras gestiones con la finalidad de hacer un análisis de la situación. El Secretario General elevará un informe al Consejo Permanente, y éste realizará una apreciación colectiva de la situación y, en caso necesario, podrá adoptar decisiones dirigidas a la preservación de la institucionalidad democrática y su fortalecimiento.

Artículo 19
Basado en los principios de la Carta de la OEA y con sujeción a sus normas, y en concordancia con la cláusula democrática contenida en la Declaración de la ciudad de Quebec, la ruptura del orden democrático o una alteración del orden constitucional que afecte gravemente el orden democrático en un Estado Miembro constituye, mientras persista, un obstáculo insuperable para la participación de su gobierno en las sesiones de la Asamblea General, de la Reunión de Consulta, de los Consejos de la Organización y de las conferencias especializadas, de las comisiones, grupos de trabajo y demás órganos de la Organización.

Artículo 20
En caso de que en un Estado Miembro se produzca una alteración del orden constitucional que afecte gravemente su orden democrático, cualquier Estado Miembro o el Secretario General podrá solicitar la convocatoria inmediata del Consejo Permanente para realizar una apreciación colectiva de la situación y adoptar las decisiones que estime conveniente.
El Consejo Permanente, según la situación, podrá disponer la realización de las gestiones diplomáticas necesarias, incluidos los buenos oficios, para promover la normalización de la institucionalidad democrática.
Si las gestiones diplomáticas resultaren infructuosas o si la urgencia del caso lo aconsejare, el Consejo Permanente convocará de inmediato un período extraordinario de sesiones de la Asamblea General para que ésta adopte las decisiones que estime apropiadas, incluyendo gestiones diplomáticas, conforme a la Carta de la Organización, el derecho internacional y las disposiciones de la presente Carta Democrática.
Durante el proceso se realizarán las gestiones diplomáticas necesarias, incluidos los buenos oficios, para promover la normalización de la institucionalidad democrática.

Artículo 21
Cuando la Asamblea General, convocada a un período extraordinario de sesiones, constate que se ha producido la ruptura del orden democrático en un Estado Miembro y que las gestiones diplomáticas han sido infructuosas, conforme a la Carta de la OEA tomará la decisión de suspender a dicho Estado Miembro del ejercicio de su derecho de participación en la OEA con el voto afirmativo de los dos tercios de los Estados Miembros. La suspensión entrará en vigor de inmediato.
El Estado Miembro que hubiera sido objeto de suspensión deberá continuar observando el cumplimiento de sus obligaciones como miembro de la Organización, en particular en materia de derechos humanos.
Adoptada la decisión de suspender a un gobierno, la Organización mantendrá sus gestiones diplomáticas para el restablecimiento de la democracia en el Estado Miembro afectado.

Artículo 22
Una vez superada la situación que motivó la suspensión, cualquier Estado Miembro o el Secretario General podrá proponer a la Asamblea General el levantamiento de la suspensión. Esta decisión se adoptará por el voto de los dos tercios de los Estados Miembros, de acuerdo con la Carta de la OEA.

V
La democracia y las misiones de observación electoral

Artículo 23
Los Estados Miembros son los responsables de organizar, llevar a cabo y garantizar procesos electorales libres y justos.
Los Estados Miembros, en ejercicio de su soberanía, podrán solicitar a la OEA asesoramiento o asistencia para el fortalecimiento y desarrollo de sus instituciones y procesos electorales, incluido el envío de misiones preliminares para ese propósito.

Artículo 24
Las misiones de observación electoral se llevarán a cabo por solicitud del Estado Miembro interesado. Con tal finalidad, el gobierno de dicho Estado y el Secretario General celebrarán un convenio que determine el alcance y la cobertura de la misión de observación electoral de que se trate. El Estado Miembro deberá garantizar las condiciones de seguridad, libre acceso a la información y amplia cooperación con la misión de observación electoral.
Las misiones de observación electoral se realizarán de conformidad con los principios y normas de la OEA. La Organización deberá asegurar la eficacia e independencia de estas misiones, para lo cual se las dotará de los recursos necesarios. Las mismas se realizarán de forma objetiva, imparcial y transparente, y con la capacidad técnica apropiada.
Las misiones de observación electoral presentarán oportunamente al Consejo Permanente, a través de la Secretaría General, los informes sobre sus actividades.

Artículo 25
Las misiones de observación electoral deberán informar al Consejo Permanente, a través de la Secretaría General, si no existiesen las condiciones necesarias para la realización de elecciones libres y justas.
La OEA podrá enviar, con el acuerdo del Estado interesado, misiones especiales a fin de contribuir a crear o mejorar dichas condiciones.

VI
Promoción de la cultura democrática

Artículo 26
La OEA continuará desarrollando programas y actividades dirigidos a promover los principios y prácticas democráticas y fortalecer la cultura democrática en el Hemisferio, considerando que la democracia es un sistema de vida fundado en la libertad y el mejoramiento económico, social y cultural de los pueblos. La OEA mantendrá consultas y cooperación continua con los Estados Miembros, tomando en cuenta los aportes de organizaciones de la sociedad civil que trabajen en esos ámbitos.

Artículo 27
Los programas y actividades se dirigirán a promover la gobernabilidad, la buena gestión, los valores democráticos y el fortalecimiento de la institucionalidad política y de las organizaciones de la sociedad civil.
Se prestará atención especial al desarrollo de programas y actividades para la educación de la niñez y la juventud como forma de asegurar la permanencia de los valores democráticos, incluidas la libertad y la justicia social.

Artículo 28
Los Estados promoverán la plena e igualitaria participación de la mujer en las estructuras políticas de sus respectivos países como elemento fundamental para la promoción y ejercicio de la cultura democrática.

EL ACUERDO NACIONAL

El 22 de julio de 2002, los representantes de las organizaciones políticas, religiosas, del Gobierno y de la sociedad civil firmaron el compromiso de trabajar, todos, para conseguir el bienestar y desarrollo del país. Este compromiso es el Acuerdo Nacional.

El acuerdo persigue cuatro objetivos fundamentales. Para alcanzarlos, todos los peruanos de buena voluntad tenemos, desde el lugar que ocupemos o el rol que desempeñemos, el deber y la responsabilidad de decidir, ejecutar, vigilar o defender los compromisos asumidos. Estos son tan importantes que serán respetados como políticas permanentes para el futuro.

Por esta razón, como niños, niñas, adolescentes o adultos, ya sea como estudiantes o trabajadores, debemos promover y fortalecer acciones que garanticen el cumplimiento de esos cuatro objetivos que son los siguientes:

1. Democracia y Estado de Derecho
La justicia, la paz y el desarrollo que necesitamos los peruanos sólo se pueden dar si conseguimos una verdadera democracia. El compromiso del Acuerdo Nacional es garantizar una sociedad en la que los derechos son respetados y los ciudadanos viven seguros y expresan con libertad sus opiniones a partir del diálogo abierto y enriquecedor; decidiendo lo mejor para el país.

2. Equidad y Justicia Social
Para poder construir nuestra democracia, es necesario que cada una de las personas que conformamos esta sociedad, nos sintamos parte de ella. Con este fin, el Acuerdo promoverá el acceso a las oportunidades económicas, sociales, culturales y políticas. Todos los peruanos tenemos derecho a un empleo digno, a una educación de calidad, a una salud integral, a un lugar para vivir. Así, alcanzaremos el desarrollo pleno.

3. Competitividad del País
Para afianzar la economía, el Acuerdo se compromete a fomentar el espíritu de competitividad en las empresas, es decir, mejorar la calidad de los productos y servicios, asegurar el acceso a la formalización de las pequeñas empresas y sumar esfuerzos para fomentar la colocación de nuestros productos en los mercados internacionales.

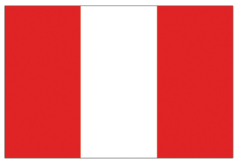
4. Estado Eficiente, Transparente y Descentralizado
Es de vital importancia que el Estado cumpla con sus obligaciones de manera eficiente y transparente para ponerse al servicio de todos los peruanos. El Acuerdo se compromete a modernizar la administración pública, desarrollar instrumentos que eliminen la corrupción o el uso indebido del poder. Asimismo, descentralizar el poder y la economía para asegurar que el Estado sirva a todos los peruanos sin excepción.

Mediante el Acuerdo Nacional nos comprometemos a desarrollar maneras de controlar el cumplimiento de estas políticas de Estado, a brindar apoyo y difundir constantemente sus acciones a la sociedad en general.

DISTRIBUIDO GRATUITAMENTE POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN - PROHIBIDA SU VENTA

SÍMBOLOS DE LA PATRIA

Artículo 49 de la Constitución Política del Perú



BANDERA NACIONAL



ESCUDO NACIONAL

HIMNO NACIONAL DEL PERÚ

CORO
Somos libres: seámoslo siempre;
y antes niegue sus luces el Sol,
que faltemos al voto solemne
que la Patria al Eterno elevó.

HIMNO NACIONAL

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

El 10 de diciembre de 1948, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de Derechos Humanos, cuyos artículos figuran a continuación:

Artículo 1
Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, (...) deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

Artículo 2
Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona (...).

Artículo 3
Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

Artículo 4
Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre; la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas.

Artículo 5
Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Artículo 6
Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica.

Artículo 7
Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración (...).

Artículo 8
Toda persona tiene derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales (...).

Artículo 9
Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.

Artículo 10
Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por un tribunal independiente e imparcial, para la determinación de sus derechos y obligaciones o para el examen de cualquier acusación contra ella en materia penal.

Artículo 11
1. Toda persona acusada de delito tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se pruebe su culpabilidad (...).
2. Nadie será condenado por actos u omisiones que en el momento de cometerse no fueron delictivos según el Derecho nacional o internacional. Tampoco se impondrá pena más grave que la aplicable en el momento de la comisión del delito.

Artículo 12
Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques.

Artículo 13
1. Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado.
2. Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso el propio, y a regresar a su país.

Artículo 14
1. En caso de persecución, toda persona tiene derecho a buscar asilo, y a disfrutar de él, en cualquier país.
2. Este derecho no podrá ser invocado contra una acción judicial realmente originada por delitos comunes o por actos opuestos a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

Artículo 15
1. Toda persona tiene derecho a una nacionalidad.
2. A nadie se privará arbitrariamente de su nacionalidad ni del derecho a cambiar de nacionalidad.

Artículo 16
1. Los hombres y las mujeres, a partir de la edad núbil, tienen derecho, sin restricción alguna por motivos de raza, nacionalidad o religión, a casarse y fundar una familia (...).
2. Sólo mediante libre y pleno consentimiento de los futuros esposos podrá contraerse el matrimonio.
3. La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado.

Artículo 17
1. Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente.
2. Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad.

Artículo 18
Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión (...).

Artículo 19
Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión (...).

Artículo 20
1. Toda persona tiene derecho a la libertad de reunión y de asociación pacíficas.
2. Nadie podrá ser obligado a pertenecer a una asociación.

Artículo 21
1. Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos.
2. Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país.
3. La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público; esta voluntad se expresará mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro procedimiento equivalente que garantice la libertad del voto.

Artículo 22
Toda persona (...) tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, (...) habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

Artículo 23
1. Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.
2. Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a igual salario por trabajo igual.
3. Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social.
4. Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

Artículo 24
Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

Artículo 25
1. Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez y otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad.
2. La maternidad y la infancia tienen derecho a cuidados y asistencia especiales. Todos los niños, nacidos de matrimonio o fuera de matrimonio, tienen derecho a igual protección social.

Artículo 26
1. Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos.
2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos; y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.
3. Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos.

Artículo 27
1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.
2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

Artículo 28
Toda persona tiene derecho a que se establezca un orden social e internacional en el que los derechos y libertades proclamados en esta Declaración se hagan plenamente efectivos.

Artículo 29
1. Toda persona tiene deberes respecto a la comunida ...).
2. En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.
3. Estos derechos y libertades no podrán en ningún caso ser ejercidos en oposición a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

Artículo 30
Nada en la presente Declaración podrá interpretarse en el sentido de que confiere derecho alguno al Estado, a un grupo o a una persona, para emprender y desarrollar actividades (...) tendientes a la supresión de cualquiera de los derechos y libertades proclamados en esta Declaración.

DISTRIBUIDO GRATUITAMENTE POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN - PROHIBIDA SU VENTA