



CERTUS

Lineamientos para:
Desarrollo de Productos y
Servicios y Conformación
de grupos de trabajo- 2025

Línea de Emprendimiento



Contenido

1. Introducción	2
2. Conceptos Básicos	2
3. Tendencias de Consumo	3
4. Lineamientos de Desarrollo de Productos y Servicios	3
5. Lineamientos finales por UD	5

Lineamientos de Productos y/o Servicios en la Línea de Emprendimiento

1. Introducción

Durante el último milenio, la decisión a la hora de diseñar productos y/o servicios ha dado un giro de 360°, en el Perú y el mundo; el pasar de un diseño enfocado solo en los productos a un diseño enfocado en base a las necesidades y deseos cambiantes y constantes de los consumidores. El punto clave ha sido centrarse en estas necesidades y deseos; lo que ha logrado el múltiple desarrollo de elementos creativos e innovadores con el fin de facilitar los estilos de vida, las emociones, el confort, entre otros aspectos que nos brindan las últimas tendencias cada año.

Actualmente, se viene trabajando con nuevas metodologías ágiles que nos permiten aterrizar las ideas creativas y volverlas innovadoras para el mercado de consumo; la adaptación constante ha sido el eje que permite que los productos y/o servicios tengan un mejoramiento continuo acorde a lo que mercado necesita; esto se traduce en ***“Escuchar siempre al mercado las 24 horas al día y 365 días al año”***.

El contexto de covid 19 sirvió como catalizador para acelerar este tipo de cambios constantes y adaptaciones en el mercado, el cual todo emprendedor debe estar atento a escuchar, observar, comprender y empatizar con los consumidores.

Toda innovación debe estar sustentada en tendencias de mercado que nos darán un ciclo de vida mucho más amplio y sostenible en el tiempo; y por ende garantizar nuestros ingresos proyectados.

2. Conceptos Básicos

Emprendimiento: Crear o iniciar una actividad o negocio con el fin último de generar beneficios tangibles e intangibles.	Diseño: Es la actividad creativa para desarrollar productos y/o servicios con un objetivo funcional y/o estético.	Creatividad: Competencia que resulta del desarrollo de habilidades como la observación, inspiración y fluencia de conocimiento previo que nos ayuden a generar ideas originales en base a un pensamiento divergente.	Innovación: Es la creatividad aplicada, implementando ideas originales y que sean comerciales, lo cual denota un impacto en el consumidor.
Tendencia de Consumo: Tipos de comportamientos de consumo que tienen un grupo de personas que marcan las nuevas necesidades y deseos.	Moda: Estilo de consumo constante y de corto tiempo.	Customer Design: Es un tipo de proceso de diseño centrado en el consumidor en base a customización de sus productos y/o servicios. Es un tipo de diseño emergente en estos tiempos modernos.	Cliente-Consumidor: Es la persona que no solo se encarga de la función de las compras directas, sino que tiene la experiencia de consumo y puede dar opiniones al respecto.
Brainstorming: Metodología básica de generación de ideas para dar soluciones en equipos de trabajo.	Pensamiento Divergente: Llamado también pensamiento lateral, es aquel que posee criterios con mucha originalidad, rompe parámetros de lo tradicional; busca la mejor solución con nuevos enfoques. No emplea la lógica solo la creatividad.	Pensamiento Convergente: Trabaja en soluciones concretas y absolutas a problemas dados, emplea la lógica y la racionalidad.	Trabajo Colaborativo: Es la suma de los aportes generados en un equipo de trabajo para alcanzar un único objetivo establecido. Cada integrante es responsable del trabajo y/o aprendizaje.



Diccionario de la Real Academia Española
Pensamiento Convergente y Divergente. Gerivar (2010) Recuperado de: <https://es.slideshare.net/geriverar/pensamiento-convergente-y-divergente-4685003>

3. Tendencias de Consumo

Las tendencias de consumo marcan las pautas de los nuevos estilos que el mercado y principalmente lo que el consumidor va adoptando a lo largo del tiempo. Las fuentes de tendencias de consumo más relevante a considerar como referencias son:

- Euromonitor Internacional: <https://www.euromonitor.com/>
- WGSN: <https://www.wgsn.com/es/>
- Trendwatching: <https://trendwatching.com/>
- Statista: <https://es.statista.com/>
- Mercado Negro: <https://www.mercadonegro.pe/>
- IPSOS Perú: <https://www.ipsos.com/es-pe>
- Arellano Marketing: <https://www.arellano.pe/>
- Kantar: <https://www.kantarworldpanel.com/pe>
- Nielsen Perú: <https://www.nielsen.com/pe/es/>
- CPI: <https://cpi.pe/>
- Gestión El diario de economía y negocios: <https://gestion.pe/>
- El Diario Comercio: <https://elcomercio.pe/>

Es importante señalar que el sustento de los diseños de producto y/o servicios de innovación deben estar basadas en las principales tendencias de mercado para lograr su sostenibilidad en el tiempo; las referencias deben tener veracidad y ser de fuentes confiables. No se aceptará fuentes como blogs, Wikipedia, o fuentes de dudosa procedencia.

No se permitirá ningún tipo de plagio o copia de trabajos entre los estudiantes, ello será reportado y tendrá consecuencias en su calificación académica.

Todos los trabajos quedarán registrados en una base para poder tener un seguimiento continuo de su avance.

4. Lineamientos de Desarrollo de Productos y Servicios

Los lineamientos tendrán 4 puntos a considerar:

1) Productos y/o Servicios con mirada innovadora

Dentro de la línea de emprendimiento, cada unidad didáctica posee actividades de aprendizaje de orden evolutivo hasta poder culminar en el TAP (Trabajo de Aplicación Profesional) el cual es el proyecto final para poder obtener el Título Técnico del programa académico.



Por ello se considera importante poder generar habilidades en cada una de las unidades didácticas para poder llegar a diseñar y sustentar un proyecto de tal magnitud, respondiendo a la promesa de la experiencia de aprendizaje que CERTUS propone a sus estudiantes.

Los productos con mirada innovadora deben tener lo siguiente:

- ✓ Tener base en una tendencia de consumo en crecimiento y sustentar sus necesidades en los procesos de diseño del producto y/o servicio. Se pueden usar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para enfocar la tendencia del proyecto.
- ✓ Se debe calcular una demanda potencial del mercado, empleando la investigación cualitativa y cuantitativa la cual sustente la generación de ingresos a futuro al momento de implementarse.
- ✓ Que tenga oferta de insumos, procesos y tecnología para su adecuación en el mercado.
- ✓ Una propuesta de valor acorde a las necesidades y deseos de los futuros consumidores.
- ✓ Se desarrolle en un sector del mercado en el cual sea competitivo frente a los demás, bajo estrategias de mercado idóneas y originales.

2) Productos restringidos y/o prohibidos

En el mercado existen sectores con saturación de productos y servicios, en los cuales los niveles de investigación ya fueron desarrollados en su máximo nivel; y donde la mirada puede estar enfocada en formas nuevas de hacer las cosas.

Recordemos que las startups son negocios emergentes de alcance inmediato y que sus soluciones no son tan repetitivas; se crean en mercados nuevos y bajo nuevos parámetros de necesidades y deseos de las personas.

Por lo tanto, productos que están restringidos o prohibidos por su poco valor de innovación en el mercado actual:

- ✓ **Galletas** de harinas saludables, exóticas, etc., cuya propuesta de valor en el mercado saturado no genera altos ingresos o impacto en el consumidor.
- ✓ **Chocolates** o que lo usen como base con poco valor agregado.
- ✓ Yogures, panetones, cupcakes, **mermeladas** y Pisco.
- ✓ Textiles sin propuesta de valor relevante y pocos sostenibles con el medio ambiente.
- ✓ Productos frescos sin propuesta de valor relevante y pocos sostenibles en el tiempo.
- ✓ Aplicaciones que se desarrollen en mercados saturados con funcionalidades muy comunes.
- ✓ Servicios empresariales que no generen beneficios adicionales a los ya conocidos en el mercado.
- ✓ Servicios digitales que no generen beneficios adicionales a los ya conocidos en el mercado.
- ✓ Productos importados, ya que son productos finales y no se ve el desarrollo creativo por parte de los estudiantes.

3) Excepciones de aplicación de productos y/o servicios

Todo emprendimiento en marcha puede reinventarse, mejorarse y generar una propuesta de valor adicional. Los estudiantes que ya cuenten con emprendimientos independientes, o quieran mejorar los emprendimientos de sus familiares directos podrán aplicarlo para su proyecto de negocio, cumpliendo lo siguiente:

- ✓ Contar con el negocio constituido, tener RUC.
- ✓ Contar con el insumo principal si quiere desarrollar un nuevo producto.
- ✓ Sustentar una propuesta de valor que le genere ingresos y mejoras en el negocio en marcha.

4) Validación y autoría de proyectos

- El proyecto desarrollado por un equipo de estudiantes tendrá que tener la validación y el VB del docente del curso siguiente.

Por ejemplo si un equipo desarrolló el proyecto **Helados Artesanales** en la UD Emprendimiento: *Creatividad e Innovación* dicho proyecto no necesariamente tendrá que seguir su evolución hasta concluir la UD de evaluación estratégica de negocios en marcha/ Emprendimiento:



Proyecto Integrador, en tanto el proyecto puede alcanzar un nivel de saturación máximo, no ofrecer una propuesta de valor al segmento de cliente, no ser económicamente viable entre otros aspectos.

- La autoría del proyecto corresponde a TODOS los integrantes del equipo. Si los integrantes no continúan en la misma sección, turno, o sede en el siguiente ciclo, el proyecto deberá de ser **modificado** en su estructura, propuestas de valor, segmento de manera que no tengamos el mismo proyecto en diferentes secciones.

5. Lineamientos Finales por UD

Los integrantes de los grupos de trabajo tendrán las siguientes **restricciones**:

- a. Deben de estar matriculados en la MISMA sección.
- b. El grupo NO deberá de modificar sus integrantes pasada la semana 6.
- c. El tema del proyecto NO deberá cambiarse pasada la semana 8.
- d. Es posible que se haga el trabajo de forma individual.
- e. El punto b y c, queda a discreción del docente en caso exceda el tiempo recomendado.

Los trabajos se realizarán de manera grupal bajo los siguientes lineamientos:

- ✓ **Emprendimiento: Creatividad e innovación(1):** Equipos de mínimo 4 integrantes y máximo 6 integrantes.
- ✓ **Emprendimiento: Modelo de Negocio (1):** Equipos de mínimo 2 integrantes y hasta un máximo 6 integrantes.
- ✓ **Emprendimiento: Plan de desarrollo del negocio (1):** Equipos de 2 a 4 integrantes. Que permita un adecuado asesoramiento y desarrollo de los proyectos.

Si la sección del docente cuenta con estudiantes de distintas carreras se recomienda integrar equipos multidisciplinarios hasta de 4 integrantes, con miras al desarrollo del TAP en 6to ciclo. Si la sección cuenta con estudiantes de la misma carrera, informar de manera clara y precisa que en 6to ciclo el TAP se desarrolla con un máximo de 2 integrantes de la misma carrera.

- ✓ **Solo en Emprendimiento: Proyecto Integrador o Evaluación Estratégica de Negocios en marcha,** el docente deberá de colocar su firma o un sello en el formato de observaciones para TAP [Ficha de observaciones TAP 2025](#) con la finalidad de mejorar o modificar los puntos observados y tener un proyecto apto para sustentar.



- ✓ **EL FORMATO DE OBSERVACIONES de 6to ciclo ES REQUISITO PARA SUSTENTAR EL TAP. (Se deberán de enviar en un solo documento, primero el formato y luego el TAP)**
- ✓ **Revisar lineamiento de sustentación TAP(*) en : linktr.ee/emprendimientocertus**

****El número de integrantes está definido en base a lo estipulado por el MINEDU Resolución Viceministerial N° 049-2022-MINEDU (03 de mayo del 2022): (presencial o virtual se aplicará dicha disposición) (pág. 22)***

(...) Para trabajos de aplicación profesional multidisciplinarios pueden ser realizados de manera conjunta hasta un máximo de cuatro (4) estudiantes, en caso de los estudiantes sean del mismo programa de estudios el trabajo puede ser realizado hasta por un máximo de dos (2) estudiantes.

- ✓ **El TAP se podrá sustentar solo o en compañía de los integrantes del grupo indicado en el formato de observaciones de 6to ciclo.**
- ✓ **Bajo ninguna circunstancia los egresados pueden unirse con otros integrantes que no sean los que realizaron el TAP.**