



PERÚ

Ministerio  
de Educación



Nombre del Proyecto:

**"Glow Natural"**



Integrantes del equipo:

**Kammila Trujillo López 1**  
**Camila Dayana Valeriano Serin 2**  
**Máximo Emiliano García Alfaro 3**  
**Benjamin Francisco Araujo Ramírez 4**  
**Alvin Mahonrri Rivas Quevedo 5**

Docente asesor:

**JHON HENRY PAREDES LEÓN**

Código modular:

**Código Modular del Asesor (Si es  
nombrado)**

Código modular de la Institución Educativa:

**0622456**

Nombre de la Institución Educativa:

**81017 SANTA EDELMIRA**

Categoría:

**C**



## PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “Nombre del Proyecto de emprendimiento”

### I. Ubicación de los criterios de selección:

#### I.1. Para la Etapa I.E.

Criterios de selección	Descripción	Páginas
Criterio de Forma	Presenta los datos completos solicitados en la carátula del Portafolio.	
Responde a un público objetivo	Se visibiliza con nitidez cuál es el público objetivo en el reto o desafío de la Fase Definir del Desing Thinking.	
Alineación con los enfoques de EPT.	La alternativa de solución, crea impactos positivos en su entorno, que evidencie cambio notable en su comunidad a partir de su aplicación. Se visibiliza en la Fase de Ideación al elegir la alternativa de solución que se trabajará.	
Producto innovador	La innovación se evidencia como un producto único, diferenciado de otros que cubren las mismas necesidades. Se visibiliza en el prototipo final que se obtiene en la Fase Evaluación del Desing Thinking	

#### I.2. Para la UGEL/DRE

Criterios de selección	Descripción	Páginas
Alineados con la economía circular.	Algunas partes del producto del proyecto están diseñados para que sean reutilizables y reciclables y se hace uso de algunos materiales que proceden de productos en desuso.	
Digitalización e Innovación.	Los productos del proyecto incluyen diseño digital o automatización o robotización, o el internet de las cosas.	
Cambio Climático	Los productos del proyecto incluyen acciones notables frente al cambio climático.	
Alineados con la Economía naranja	Los productos del proyecto están orientados a promover la industria creativa.	
Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en cada una de las	El portafolio muestra fotografías fechadas del equipo de estudiantes, trabajando en cada una de las etapas del proyecto, mínimamente tres (3) fotografías por cada	

etapas del proyecto	etapa: Preparación, Creación, Planificación, Ejecución/Comercialización y Evaluación.	
Evidencias fotográficas de trabajo en cada una de las cinco fases del Design Thinking	El portafolio muestra fotografías fechadas del equipo de estudiantes, trabajando en cada una de las fases del Design Thinking, mínimamente tres (3) fotografías por fase: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Evaluar.	

## I. Preparación:

I.1. Situación problemática redactada considerando las necesidades de las personas del contexto (barrio, distrito, comunidad)

En el distrito de Víctor Larco Herrera, ubicado en la provincia de Trujillo, se observa un aumento en los problemas dermatológicos en la población adolescente, especialmente relacionados con el acné, la resequedad y las irritaciones cutáneas. Esta situación se ve agravada por el uso frecuente de productos comerciales que contienen químicos agresivos, los cuales, lejos de mejorar la salud de la piel, muchas veces la deterioran aún más.

A pesar de la creciente preocupación por el bienestar y el autocuidado en esta etapa de desarrollo, existen pocas alternativas naturales, accesibles y específicas para este grupo etario dentro del mercado local. Además, se identifica una falta de conocimiento en la comunidad sobre los beneficios del uso de productos artesanales elaborados con ingredientes naturales, como aceites esenciales, plantas medicinales y glicerina vegetal, los cuales podrían contribuir significativamente a mejorar la salud dermatológica sin efectos secundarios nocivos.

Esta necesidad no satisfecha, sumada al interés de algunos jóvenes y familias por adoptar estilos de vida más saludables y sostenibles, genera una oportunidad para el desarrollo de un proyecto de elaboración de jabones artesanales dirigidos a adolescentes. Esta propuesta no solo busca atender una necesidad de salud y cuidado personal, sino también fomentar una cultura de consumo responsable y promover la producción local en el distrito.

I.2. El reto planteado es desafiante pero alcanzable

Reto
¿Cómo podemos elaborar y promover jabones artesanales con ingredientes naturales que contribuyan al cuidado de la piel de los adolescentes del distrito de Víctor Larco Herrera, atendiendo sus necesidades dermatológicas y fomentando hábitos de autocuidado saludable y sostenible en la comunidad?

El reto planteado es desafiante pero alcanzable	<b>Sí</b>
---	-----------

### I.3. Representación gráfica elaborada de los roles de cada integrante en el equipo.

<p>Enlace de la representación gráfica del equipo, en Canva</p> <p><a href="https://www.canva.com/design/DAGnGvZU-eo/q2YAxTcwi-xLZZdWSj5uWg/edit?utm_content=DAGnGvZU-eo&amp;utm_campaign=designshare&amp;utm_medium=link2&amp;utm_source=sharebutton">https://www.canva.com/design/DAGnGvZU-eo/q2YAxTcwi-xLZZdWSj5uWg/edit?utm_content=DAGnGvZU-eo&amp;utm_campaign=designshare&amp;utm_medium=link2&amp;utm_source=sharebutton</a></p>
--



### I.4. Nombre del Equipo redactado

Nombre del equipo	Que representa (significado)
"INNOVADORES DEL FUTURO"	Representa a un grupo de jóvenes emprendedores con visión de futuro dispuestos a innovar y transformar ideas en un proyecto exitoso.


### I.5. Roles del equipo

V. 2024	DATOS DEL ALUMNO	V. 2025
GERENTE GENERAL	Kammila Trujillo López	LIDER
PRODUCCIÓN	Máximo García Alfaro	INVESTIGADOR
LOGISTICA	Camila Valeriano Serin	CREADOR
MARKETIN	Benjamin Araujo Ramírez	DISEÑADOR
FINANZAS	Alvin Rivas Quevedo	EVALUADOR

### I.6. Mantra redactado

Mantra redactado	Significado de la Mantra para nuestro Equipo
<p>CREAR, CRECER, TRIUNFAR:</p> <p>"Cada idea es una semilla, cada esfuerzo un paso adelante. Con creatividad enfrentamos desafíos, con trabajo constante construimos el éxito. No hay límites para quien se atreve a soñar y actuar. Juntos, transformamos ideas en realidades. ¡Somos Innovadores del Futuro, porque emprender es crecer!"</p>	<p>Representa la esencia del equipo <i>Innovadores del Futuro</i>. Motiva a imaginar nuevas ideas, aprender y mejorar constantemente, y alcanzar el éxito con esfuerzo y trabajo en equipo. Refleja una actitud positiva, valiente y enfocada en transformar ideas en realidades.</p>

### I.7. Nombre de un personaje emprendedor local escogido y descrito en 5 líneas máximo por qué se escogió a dicho personaje.

	Personaje emprendedor
	Nombres y apellidos
	Mirian hinojosa
	Distrito
	San Isidro
	Provincia
	lima
	Región
	lima

	Emprendimiento
	le savon Perú ,jabones y productos naturales hechos de insumos vegetales que no afectan al medio ambiente ni dañan la piel
¿Por qué se escogió a dicho personaje?	
<p>Escogí a Miriam porque considero que es una emprendedora que quiere ayudar a cambiar la sociedad cuidando el medio ambiente y la salud de las personas, usando lo que nos da la naturaleza, además en una entrevista da buena vibra y tiene las ganas de hacer que su emprendimiento crezca que es lo nosotros también buscamos con el nuestro por eso la elegimos, se nota su entusiasmo y alegría al lograr meter en el mercado su producto lo que nosotros estamos buscando</p>	

#### I.1. Canción del equipo emprendedor.

## Canción

🎵 Canción: "Somos el Futuro"  
Letra original – Innovadores del Futuro

(Verso 1)

Caminamos con ideas en el corazón,  
creando soluciones con pasión.  
Nada nos detiene, vamos a brillar,  
somos un equipo listo para innovar.

(Verso 2)

Con cada reto nace una oportunidad,  
con cada error, más fuerza y verdad.  
No solo soñamos, ¡hacemos que pase!,  
creemos en grande, no hay quien nos alcance.

(Coro)

🎵 ¡Somos los Innovadores del Futuro!  
Jóvenes con visión, con rumbo seguro.  
Construyendo hoy el mañana mejor,  
con trabajo, coraje y mucho amor.  
¡Vamos unidos, sin mirar atrás!  
El cambio comienza con los que quieren más.  
¡Somos, somos... los del futuro ya! 🎵

(Puente)

Ideas que vuelan, mente despierta,  
el mundo se abre, la puerta está abierta.  
De cada intento hacemos una historia,  
vamos dejando huella, sembrando victoria.

(Coro final)

🎵 ¡Somos los Innovadores del Futuro!  
Nada es imposible si el sueño es puro.  
Manos que crean, voces que inspiran,  
miradas firmes que nunca se retiran.  
¡Juntos brillamos, somos el motor!  
¡Innovadores del Futuro, con todo el honor! 🎵



--

## II. Creación:

### II.1. Fase Empatizar de la metodología del Design Thinking:

Reto
¿Cómo podríamos nosotros elaborar jabones artesanales y naturales que contribuyan al cuidado de la piel de los adolescentes de Víctor Larco Herrera atendiendo sus necesidades y formentando hábitos de autocuidado ?

- El reto o desafío planteado inicia con la pregunta ¿Cómo podríamos nosotros...?

El reto o desafío planteado inicia con la pregunta ¿Cómo podríamos nosotros...?	<b>Sí</b>
---	-----------

- El reto formulado da lugar a variadas alternativas de solución, no se centra en una única solución.

El reto formulado da lugar a variadas alternativas de solución, no se centra en una única solución	<b>Sí</b>
--	-----------

- Cuadro con los aspectos que le falta conocer para realizar el proyecto.

Lo que no sabemos y quisiéramos conocer más	Personas que por su labor nos pueden brindar información sobre lo que no sabemos o fuentes de internet	Información obtenida



--	--	--

- Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la entrevista (entrevista cualitativa del Design Thinking).

Entrevistado	Entrevistador	Necesidades
Roger Rivas Castro	Alvin Rivas Quevedo	Inaccesible económicamente. Desea un producto asequible sin sacrificar calidad
Adrian alfaró Reyes	Maximo Garcia Alfaro	Inseguridad para el uso dermatológico. Busca productos naturales y confiables
Rosa Serin Rodriguez	Camila Valeriano Serin	Uso de productos químicos. Prefiere jabones con ingredientes naturales orgánicos

- Registro de las necesidades recogidas aplicando la técnica de la observación.

Observado	Observador	Necesidades
Roger Rivas Quevedo	Alvin Rivas Quevedo	Evita comprar jabones costosos, se interesa por productos más accesibles
Adrian Alfaro Reyes	Maximo Garcia Alfaro	Tiene la piel sensible. Lee etiquetas buscando componentes naturales
Rosa Serin Rodriguez	Camila Valeriano Serin	Rechaza productos con fragancias artificiales, prefiere aromas naturales

**Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Fase Empatizar del Design Thinking**

	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

## II.2. Fase Definir de la metodología del Design Thinking:

- Organizador elaborado, de lo que “quería saber más” de fuentes secundarias

Temáticas de lo que queremos saber más	Fuentes secundarias a revisar	Información obtenida
Ingredientes mas valorados por los consumidores	Blogs de cosmetica natural, foros de internet , tik tok o youtube	El aceite de coco , la manteca de karite y aceites esenciales son muy valorados
Tendencias del mercado de jabones naturales	Paginas de emprendimiento y articulos de revistas cosmeticas	Crecimiento en demanda de productos ecologicos y sin quimicos agresivos
Presentaciones de productos y empaques que sean sostenibles	Pinterest, instagram, tiendas ecologicas	El uso de papel kraft, empaques biodegradables es tendencia

### Listado de Necesidades Más Frecuentes

Técnica usada: Entrevistas a personas de nuestro entorno + Mapa de empatía

#### 1. Quieren que el jabón no les irrite la piel

Nos dijeron que algunos jabones les dan picazón o resequedad, por eso prefieren algo más suave y natural.

#### 2. Les gustaría saber qué ingredientes tiene

A varias personas les da miedo usar cosas que no saben qué contienen, así que buscan que sea todo claro y explicado.

#### 3. Buscan que sea ecológico

Nos dijeron que les gustaría que no contamine, que no tenga plásticos y que sea mejor para el planeta.

#### 4. Prefieren que tenga un buen aroma, pero no muy fuerte

No les gustan los olores súper cargados. Prefieren que huelan rico, pero natural.

#### 5. Que el precio sea justo

No quieren que sea muy caro. Les gusta apoyar emprendimientos, pero también miran su presupuesto.

6. Les encanta que sea artesanal o hecho por jóvenes  
Les parece chévere que sea hecho a mano y por personas de su misma ciudad, como nosotros.

7. Que se vea bonito para regalar o tener en el baño  
Algunos dijeron que si el jabón tiene buen diseño o empaque, hasta lo usarían como regalo.

- Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se pregunta, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica.

<b>Necesidades más frecuentes sobre lo que se pregunta</b>	1. ¿este jabon irritara mi piel?
	2. ¿que ingredientes utiizan?
	3. ¿los empaques contaminan?

- Listado de necesidades más frecuentes sobre lo que se observa, obtenidas por medio de la aplicación de alguna técnica.

<b>Necesidades más frecuentes sobre lo que se observa</b>	1. ¿los jabones tienen aromas?
	2. ¿los
	3.

- Problema definido con la técnica del Punto de vista (POV)

Usuario	+	Necesidad	+	Revelación/Insight
	Necesit a		Porque	
<b>Problema definido con la técnica: Point of View (POV) - Punto de vista</b>				

- Nuevo reto o desafío redactado, considerando en el inicio de la pregunta ¿Cómo podríamos nosotros...?, que permita variadas alternativas de solución, teniendo en cuenta la información obtenida en la Fase Empatizar.

<b>Nuevo reto o desafío</b>
¿Cómo podríamos nosotros...?

### Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Fase Definir del Design Thinking

	Fecha
	Descripción

	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

### II.3. Fase Idear de la metodología del Design Thinking

- Descripción del procedimiento seguido de acuerdo a la técnica de creatividad empleada para generar varias alternativas de solución.
- Alternativa de solución seleccionada obtenida por medio de la aplicación de alguna técnica de selección.

<b>Criterio</b>	<b>Idea 1</b>	<b>Idea 2</b>	<b>Idea 3</b>	<b>Idea 4</b>	<b>Idea 5</b>
<b>Es deseable</b> ¿Lo desean las personas? (0 a 5 puntos)					
<b>Es factible</b> ¿Es técnicamente factible? (0 a 5 puntos)					
<b>Es viable</b> ¿Es económicament e viable? (0 a 5 puntos)					
<b>Total</b>					

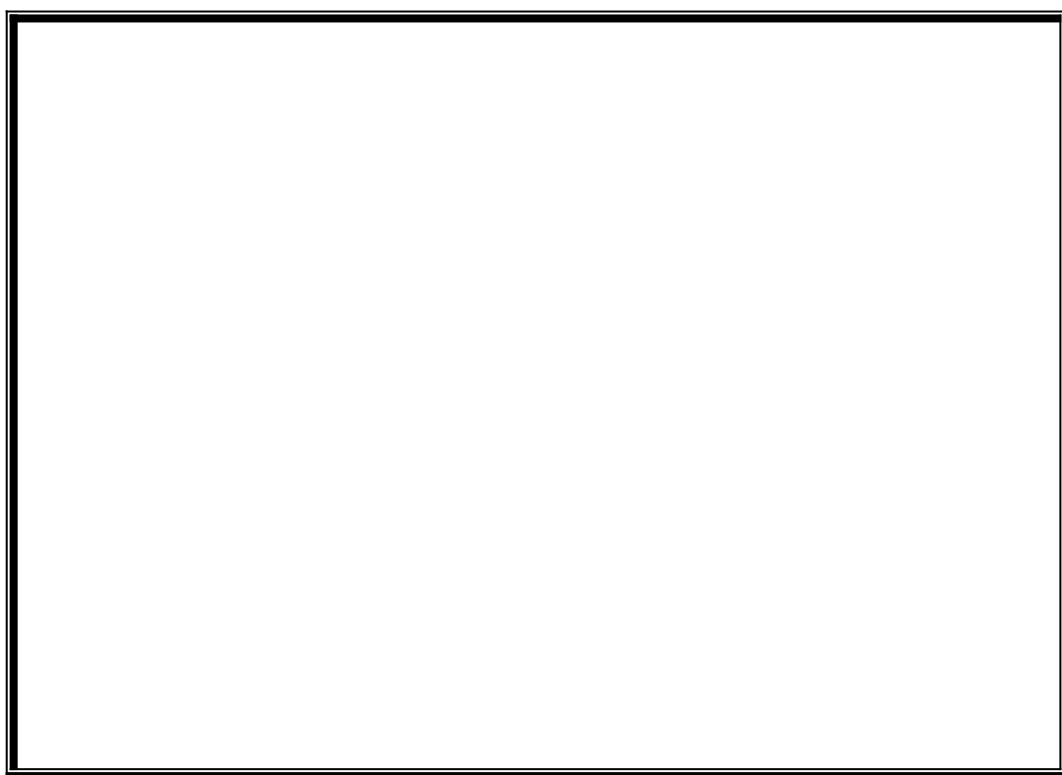
<b>Alternativa de solución seleccionada</b>

Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Fase Idear del Design Thinking	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

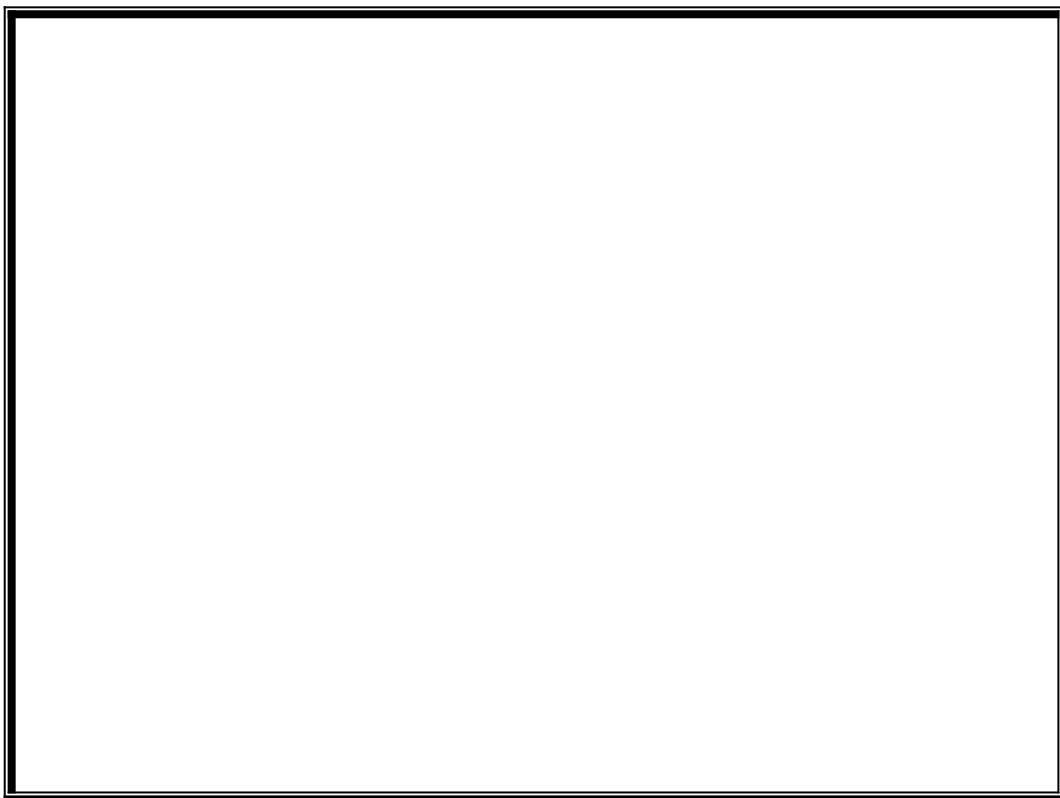


#### II.4. Fase Prototipar de la metodología del Design Thinking:

- Representación gráfica de la idea seleccionada a nivel de boceto (Si se trata de un producto) a nivel de diagrama de flechas (si se trata de un servicio).



- Representación final del prototipo, con materiales reciclados, plastilina, cartones u otros (Si se trata de un producto) si se trata de un servicio, un diagrama de flechas.



- Representación mediante gráficos digitales (diseño digital o la programación mediante computadoras)



Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Fase Prototipar del Design Thinking	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha

	Descripción

#### II.5. Fase Evaluar de la metodología del Design Thinking:

- Descripción del procedimiento de evaluación aplicado de acuerdo a la técnica de evaluación empleada, y fotografías del prototipo final con las mejoras realizadas en relación al prototipo inicial (en forma de comparativa un antes y un después).

Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Fase Evaluar del Design Thinking	
	Fecha
	Descripción

	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

## II.6. Fase de plantar el Modelo de negocio Lean Canvas

Problema	Solución	Propuesta única de valor	Ventaja especial injusta	Segmento de clientes
	Métricas clave		Canales	
Estructura de costos			Flujo de ingresos	
Punto de equilibrio: Precio definido:				

- Bloque de Problema definido
- Bloque de Segmento de clientes
- Bloque de Propuesta única de valor
- Bloque de Solución redactada
- Bloque de Canales de venta definidos
- Bloque de Flujo de ingresos (Como se obtendrá ingresos definido)
- Bloque de Estructura de costos (Punto de equilibrio y precio definido)
- Bloque de Métricas claves definidas



Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Etapa CREACIÓN	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

### III. Planificación

III.1. Inventario elaborado de los recursos con que se cuenta y los recursos o insumos con los que no se cuenta.

Recursos necesarios	Descripción de los recursos	¿Se cuenta?	
		Si	No

III.2. Listado de actividades con la descripción que se realizarían para obtener los recursos que no se cuentan.

Recursos con que no se cuenta	Actividades que se realizarían para obtener los recursos con que no se cuentan	Descripción de las actividades para obtener los recursos

III.3. Diagrama de Gantt elaborado como el plan de implementación del Producto Mínimo Viable (Anteriormente prototipo), Incluye actividades de elaboración del producto o servicio, marketing y ventas.

Tarea/Actividad	Inicio	Fin	Duración	Responsable	SEMANAS						
					1	2	3	4	5	6	7

Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Etapa PLANIFICACIÓN	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

#### IV. Ejecución

IV.1. Listado elaborado de las actividades realizadas para obtener recursos, con su descripción.

Actividades realizadas para obtener recursos	Descripción de las actividades

IV.2. Diagrama de Flechas elaborado, del proceso de producción o de servicio

IV.3. Afiches publicitarios elaborados con la técnica AIDA (Atención, interés, Deseo, Acción).

(Son 3 afiches)

IV.4. Logotipo del producto o servicio

IV.5. Video promocional del proyecto de emprendimiento elaborado, de 30 segundos, aplicando la técnica AIDA.

**Link del video promocional**

--

Guion del video	
A	
I	
D	
A	

#### IV.6. Bloques del lienzo de modelo de negocio Lean Canvas validado

Problema	Solución	Propuesta única de valor	Ventaja especial injusta	Segmento de clientes
	Métricas clave		Canales	
Estructura de costos			Flujo de ingresos	

- Bloque de Problema definido

- Bloque de Segmento de clientes
- Bloque de Propuesta única de valor
- Bloque de Solución redactada
- Bloque de Canales de venta definidos
- Bloque de Flujo de ingresos (Como se obtendrá ingresos definido)
- Bloque de Estructura de costos (Punto de equilibrio y precio definido)
- Bloque de Métricas claves definidas

Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Etapa EJECUCIÓN	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción

	Fecha
	Descripción

## V. Evaluación

V.1. Listado de aspectos positivos que realizaron en la gestión del proyecto de emprendimiento.

<b>Listado de aspectos positivos que se realizaron en la gestión del proyecto</b>	1.
	2.
	3.
	4.
	5.



V.2. Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio.

<b>Listado de actividades para mejorar las ganancias por las ventas del producto o servicio</b>	1.
	2.
	3.
	4.
	5.

V.3. Listado de propuestas que realizarían para innovar el producto o servicio.

<b>Listado de propuestas que realizarían para innovar el producto o servicio</b>	1.
	2.
	3.
	4.
	5.

V.4. Listado de lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto de emprendimiento.

<b>Listado de lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto de emprendimiento</b>	1.
	2.
	3.
	4.
	5.

Evidencias fotográficas de trabajo en equipo en la Etapa EVALUACIÓN	
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción
	Fecha
	Descripción