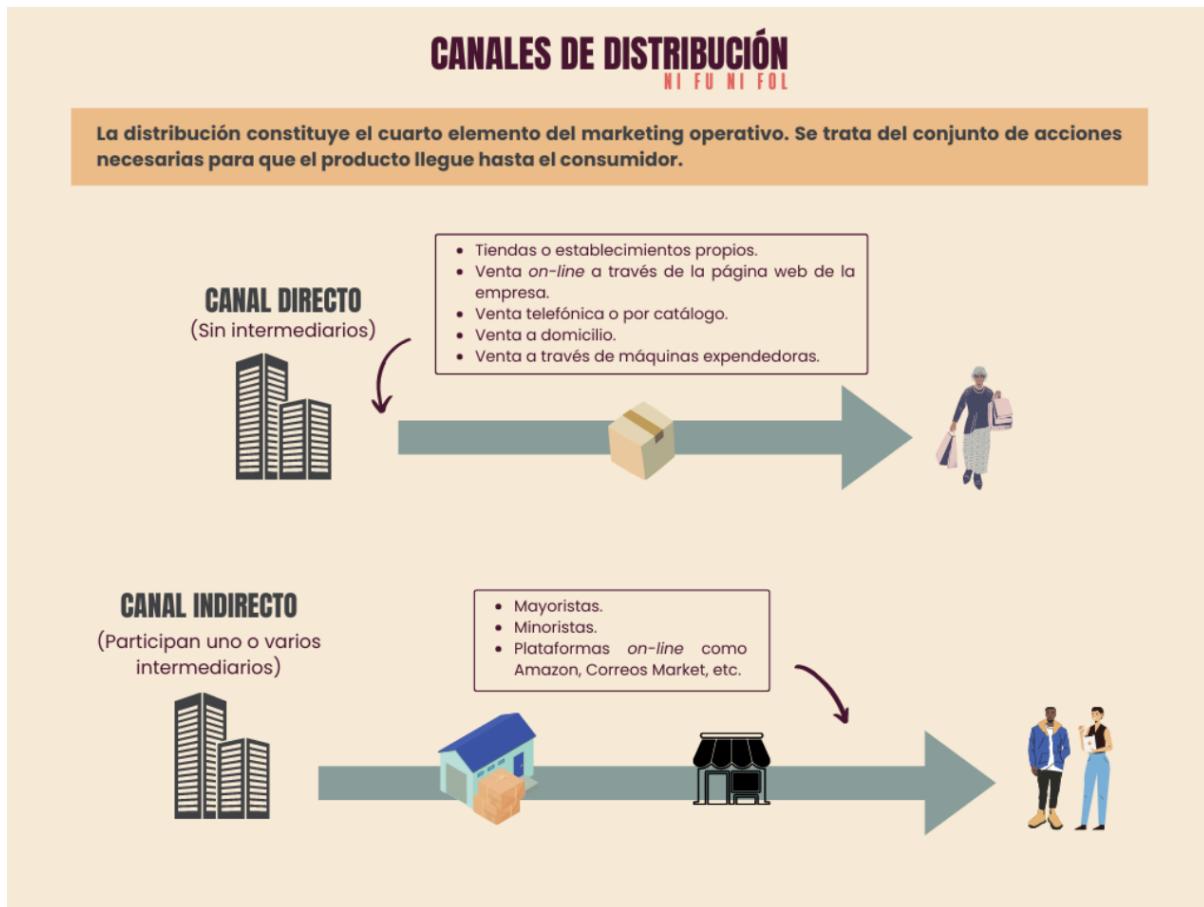


ACTIVIDADES IPE II

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Actividad 1: Lee el artículo y enumera los canales de distribución.

ARTÍCULO PACARI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal directo pero también indirecto.

- Grandes Superficies(Corte Ingles)
- Marketplace(Amazon)
- Tiendas propias(En Quito)
- Exportación Internacional(A 43 países)

Actividad P.E 10: Contesta a las preguntas y desarrolla la estrategia de distribución de tu idea de negocio.



FICHA 6 - EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Objetivo de la ficha: Definir el canal de distribución que va a usar la empresa

Basándote en tu idea de negocio, ¿cuál es el canal de distribución y la forma más adecuada para que tu producto llegue al cliente?

1º) Canal directo: ¿Eres fabricante y vendes directamente a los clientes? ¿Vendes a través de internet, página web, tienda propia?

2º) Canal indirecto: ¿Vendes tus productos a mayoristas o minoristas? ¿Eres un minorista que vende al cliente?

3º) Nuevas formas de distribución: ¿Has pensado abrir una franquicia? ¿O vender, además, mediante comercio electrónico o por venta telefónica?

CON ESTA FICHA SE EVALÚA EL RESULTADO DE APRENDIZAJE 3 CRITERIO DE EVALUACIÓN I)

Actividad 2: Lee el enunciado detenidamente y visualiza los videos para responder a las preguntas.



FICHA 7 - HISTORIAS DE LA DISTRIBUCIÓN

Objetivo de la ficha: Reflexionar sobre dos empresas de distribución y las razones de su éxito

Visualiza estas dos historias de dos gigantes de la distribución mundial como son Amazon y Alibaba y responde a las cuestiones planteadas.

La historia de Amazon

Amazon, el gran gigante del comercio electrónico tiene una historia. Inicialmente creada en 1995 como tienda online de libros es hoy en día el gran rey de la venta online mundial. Su fundador vio en internet su gran potencial y dejó un trabajo estable y bien pagado para crear Amazon. Visualiza en el siguiente video su historia:

[La historia del rey del comercio electrónico | Caso Amazon](#) 7:54 Canal EmprendeAprendiendo

<https://www.youtube.com/watch?v=eMeQxbMA6CM>

- a) ¿Qué ejercicio y reflexión le llevó a Jeff Bezos a dejar la empresa donde trabajaba para crear una empresa de venta online?
- b) ¿Por qué eligió el nombre de Amazon? ¿Qué significado tenía?
- c) ¿Por qué pudo superar la crisis de la burbuja de internet de comienzos del siglo XXI?
- d) Explica la visión estratégica de Amazon a través de los siguientes ideas: corto plazo / largo plazo, beneficios / reinventar, innovación.

La historia de Glovo

Todos hemos visto a los ryders de Glovo, bien por la calle o tal vez si has realizado algún pedido para tu domicilio. Vamos a analizar la historia de Glovo, sus etapas y crecimiento, sus ventajas y sus dificultades.

[La app de envíos que no contrata ningún repartidor | Caso Glovo](#) 12:56 Canal EmprendeAprendiendo

<https://www.youtube.com/watch?v=ImFz4VggR88>

- a) ¿Cómo comenzó la idea de Glovo cuando Óscar Pierre estaba estudiando? ¿En qué empresa se inspiró?
- b) ¿Cómo consiguió contactar con su actual socio?
- c) ¿Qué financiación consiguieron al inicio y dónde acudieron?
- d) ¿Cómo hicieron para buscar a los repartidores? ¿Qué requisitos se les pedía?
- e) En sus inicios se dieron cuenta de que el modelo de negocio no era escalable. ¿Qué es lo que observaron que fallaba?
- f) ¿Qué crearon para modificar la propuesta de valor y solucionar los anteriores problemas?
- g) Al ampliar su mercado a Madrid vieron que había competencia, como Just Eat que ya existía antes, y la nueva Deliveroo. Como eran empresas con más recursos, ¿qué estrategia adoptó?
- h) Más adelante se dieron cuenta que Just Eat no era su principal competencia. ¿Qué empresas eran y qué hicieron para tener una ventaja competitiva?
- i) ¿Cuál es la última estrategia de Glovo desde 2019?
- j) Para finalizar, ¿cuál es el principal problema legal que tiene Glovo actualmente? ¿Qué relación mercantil o laboral crees que existe realmente según lo que vimos en IPE I el curso pasado?

CON ESTA FICHA SE EVALÚA EL RESULTADO DE APRENDIZAJE 4 CRITERIO DE EVALUACIÓN I)

VÍDEO_1 LA HISTORIA DE AMAZON

VÍDEO_2 LA HISTORIA DE GLOVO

AMAZON

a) La reflexión de Bezos (*Marco de Minimización del Arrepentimiento*):

Se imaginó a sí mismo con 80 años y concluyó que se arrepentiría más de no haberlo intentado que de quedarse en su trabajo seguro.

b) Elección del nombre Amazon: Por dos razones:

1. Por el río Amazonas, porque aspiraba a ser la tienda de libros más grande del mundo.

c) Superación de la burbuja: Sobrevivió porque tenía un plan de negocio real y una estructura logística sólida. No era pura especulación financiera como sus competidores, sino que ya vendía y entregaba productos de verdad.

d) Visión estratégica: Su estrategia ignora el corto plazo y los beneficios inmediatos. En su lugar, optan por el largo plazo: todo el dinero que ganan lo reinvierten en la empresa para financiar la innovación constante y seguir creciendo.

GLOVO

a) Origen e inspiración: La idea surgió mientras Óscar Pierre estudiaba en EE. UU. y vio el auge de Uber. Se inspiró en la empresa americana Postmates (que permitía pedir cualquier cosa, no solo comida).

b) Contacto con el socio: Óscar (joven con la idea) contactó con Sacha Michaud (emprendedor veterano).

c) Financiación inicial: Consiguieron una primera ronda de unos 100.000€ - 120.000€ recurriendo a Business Angels (inversores privados) de Barcelona y al círculo cercano (amigos y familia).

d) Búsqueda de repartidores y requisitos: Los buscaban mediante anuncios en portales de internet y el boca a boca. Los requisitos eran: tener vehículo propio (bici o moto), un smartphone (iPhone/Android) y estar dado de alta como autónomo.

e) Fallo inicial del modelo: Se dieron cuenta de que ser "recaderos" de cosas puntuales (llaves, tabaco) no tenía recurrencia. La gente usaba la app muy poco y el coste de conseguir clientes era mayor que lo que ganaban con ellos.

f) Solución y cambio de valor: Pivotaron hacia la comida y acuerdos con socios (partners). Al cerrar tratos con grandes cadenas (como McDonald's) y restaurantes, lograron que los usuarios usaran la app varias veces a la semana (aumentó la recurrencia).

g) Estrategia ante la competencia (Deliveroo/Just Eat): Como tenían menos dinero, optaron por la multicategoría.

h) Ventaja competitiva frente a rivales logísticos: Se dieron cuenta de que su lucha era contra UberEats y Deliveroo. Su ventaja fue el "Botón Mágico" (Lo que sea) y las alianzas exclusivas con comercios locales y supermercados, no limitándose solo a restaurantes.

i) Estrategia desde 2019: El Q-Commerce (Quick Commerce). Empezaron a abrir sus propios almacenes urbanos (Dark Stores o Super Glovo) para entregar productos de supermercado y conveniencia en menos de 20-30 minutos.

j) Problema legal y relación laboral: El problema son los "Falsos Autónomos" (Ley Rider).

- Glovo(autonoma) Los tribunales determinaron que existe una relación laboral ya que es la empresa quien organiza el trabajo, fija precios... no el trabajador