

## **Actividad | 3 | Mapa de Lienzo Canvas y**

### **Proceso de Gestión Del Cambio Lewin**

#### **Reingeniería de procesos**

---

## **Ingeniería en Desarrollo de Software**



**TUTOR: Felipe de Jesús Araúz López**

---

**ALUMNO: Sarahi Jaqueline Gómez Juárez, sara\_2mil@outlook.com**

---

**FECHA: 22 de septiembre de 2023.**

---

## Índice

<b>Índice.....</b>	<b>2</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>Descripción .....</b>	<b>5</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>7</b>
<b>Desarrollo.....</b>	<b>10</b>
<i>El Lienzo de Modelo Canvas: “Tienda Física y Tienda en Línea de Muebles”</i> .....	<i>.10</i>
<i>Modelo de Gestión del Cambio de Lewis para El Cambio en la Estrategia de</i> <i>Marketing y Promoción: .....</i>	<i>11</i>
<i>Modelo de Gestión del Cambio de Lewis para El Cambio en la Eficiencia de la</i> <i>Gestión de Inventario .....</i>	<i>12</i>
<b>Conclusión: .....</b>	<b>13</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>14</b>

## **Introducción**

En el siguiente proyecto podrás visualizar la elaboración de un modelo de negocio enfocado a una tienda de muebles que trabaja de forma física (“tienda física”) y a su vez contiene su propia tienda digital (“tienda en línea”), además podrás observar 2 cambios identificados acorde a las problemáticas encontradas en las cuales se aplicarán los criterios del modelo de gestión de Kurt Lewis.

Recordemos que el modelo de negocio Canvas es una herramienta de negocios visual y práctica que describe, prueba e implementa y maneja los modelos de negocio durante su ciclo de vida, un modelo de negocio describe fundamentos de como una organización crea, desarrolla y captura valor.

El modelo canvas está compuesto por los siguientes apartados: segmentos de mercado(clientes), propuestas de valor, canales de distribución y comunicación, relación con el cliente, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, red de empresas colaboradoras es decir asociaciones clave o socios clave y estructura de costos, por ahora solo serán mencionados, más adelante serán descritos detalladamente dentro de este documento, además como ya se había mencionado antes, identificaremos dos de las problemáticas más relevantes que enfrentan las tiendas de muebles físicas en una era digital, en las que se incluirán las competencias de las tiendas en línea, aplicando los principios del modelo de gestión de Kurt Lewis, estos cambios se implementarán y consolidarán dentro de este modelo de negocios, utilizando las estrategias y herramientas adecuadas que garanticen el éxito a largo plazo, enfocándonos en la combinación de lo físico y lo digital.

Kurt Lewis fue un destacado psicólogo y teórico de la gestión que desarrolló una teoría

de cambio organizacional que se conoce como “ Teoría de la Dinámica de Grupo de Lewin” o “Modelo De Gestión De Kurt Lewin” que se ha convertido en un estándar en la gestión empresarial, ya que su enfoque está en el cambio como en el proceso que implica la descongelación de las prácticas existentes(Descongelar), la introducción de nuevos métodos (Cambio o movimiento) y la posterior consolidación(Re-Congelamiento) de los cambios, ofreciendo una base sólida para abordar problemáticas que ayuden a satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

Identificaremos la importancia de la adquisición de este conocimiento dentro de la vida cotidiana o laboral.

## **Descripción**

En el siguiente documento podrás visualizar la ejecución de estrategias para realizar un modelo de negocio, en este caso será el modelo de negocio Canvas:

este suele estar constituido de la siguiente manera:

1: Segmento de mercado (Clientes): en esta identificamos los diferentes segmentos de clientes, explicando quién es nuestro cliente, así como a quien nos dirigimos y quienes son los clientes más importantes para nuestra empresa.

2: Propuestas de valor: en este se describe lo que ofrece nuestra tienda que la hace única, es decir ¿Qué problemas ayudamos a resolver?, ¿Qué necesidades satisfacen? y ¿Qué ofrecemos a cada segmento al que nos dirigimos?

3: Canales: en esta se describen los canales de distribución y comunicación que se utilizan para llegar a nuestros clientes.

4: Relación con los clientes: en éste se describe a detalle la manera en que nos relacionamos y comunicamos con nuestros clientes, así mismo como los conservamos, a través de la interacción de distintas plataformas y maneras de comunicarnos con ellos implementando estrategias que garanticen la satisfacción de este y a su vez permitan ampliar la cartera de clientes.

5: Fuentes de ingreso: en estas se especifican todas las fuentes de ingreso financiero que tiene nuestra empresa.

6: Recursos clave: aquí se identifican todos los recursos necesarios, como el personal, espacio de almacenamiento, tecnología, entre otros.

7: Actividades clave: Aquí se catalogan y enumera las actividades y acciones cruciales para el negocio.

8: Asociaciones clave: aquí se describen todos los Socios Clave, Redes de empresas Colaboradoras, Alianzas estratégicas, que promueven y ayudan a expandir el negocio.

9: Estructura de Costos: Detalla todos los costos y gastos asociados al negocio, ayudando a identificar cuáles son los recursos y actividades en las que se generan mayores costes financieros.

Así mismo desarrollaremos un modelo de Kurt Lewin para ejecutar 2 cambios identificados en las problemáticas encontradas en la empresa respecto a los procesos:

Primer cambio está enfocado en la estrategia de marketing y promoción: en este proceso se describe como una empresa reconoce la necesidad de cambiar la estrategia, desarrollar e implementar una nueva estrategia asegurando que los cambios se conviertan en parte integral de la empresa para mantener el éxito a largo plazo.

Segundo cambio está enfocado en la Eficiencia de la Gestión de Inventario: en la cual se ha reconocido la necesidad de mejorar la eficiencia en la gestión del inventario implementando un sistema automatizado y a su vez capacitando al personal para que ejecute un correcto funcionamiento del mismo, de igual modo se estableció un procedimiento de control de calidad para garantizar que los muebles que vendemos cumplan con nuestras políticas y estadísticas de calidad, de igual manera en este modelo se reconoce el desempeño de cada uno de los involucrados por medio de una compensación económica y reconocimiento público, con todo ello logramos establecer y mantener una cultura de mejora continua.

“Nuestro comportamiento es intencional; vivimos en una realidad psicológica o espacio de vida que incluye no sólo aquellas partes de nuestro entorno físico y social para nosotros, sino también los estatutos imaginados que actualmente no existen”-Kurt Lewin

## **Justificación**

El objetivo de este proyecto es identificar, desarrollar y capturar el valor de nuestra “Tienda de Muebles” a través del modelo Canvas, por lo cual aplicaremos las siguientes preguntas con la finalidad de dar respuesta de manera objetiva:

Segmento de clientes: ¿Para quienes creamos valor?

Propuestas de valor: ¿Qué valor estamos entregando a los clientes?, ¿Cuál problema estamos ayudando a resolver?, ¿Cuál es necesidad estamos satisfaciendo?, ¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Canales: ¿Cómo haremos para que el cliente reciba nuestra propuesta de valor?, ¿Cómo se va a enterar de que esa oferta existe?

Relaciones con los clientes: ¿Qué tipo de relaciones establecemos para que el cliente se mantenga ligado a nuestra oferta de valor incluso después de haber adquirido el producto o servicio?

Fuentes de ingresos: ¿Cuánto dinero percibimos por el valor generado a nuestros clientes?

Recursos clave: ¿Cuáles son los activos clave para hacer funcionar el modelo de negocio?

Actividades clave: ¿Qué actividades y procesos deben llevarse a cabo para producir o generar una oferta de valor?

Asociaciones clave: ¿Qué red de proveedores y socios hacen que el modelo de negocio funcione?

Estructura de costos: ¿Qué costos son significativos para abordar el modelo de negocio?

Asimismo, el otro objetivo es la aplicación de los criterios del proceso de gestión del cambio de Lewis:

### Etapa 1:

Se reconoce la necesidad de cambio en la organización, por lo cual se busca crear una disonancia conectiva entre la situación actual y deseada, para ello se hace evidente que la forma actual de realizar las cosas ya no es eficaz, de esta manera se comunica la necesidad de cambio para obtener el apoyo de los miembros de la organización, viendo necesarias medidas como la formación, la sensibilidad y motivación para superar la resistencia al cambio.

### Etapa 2: Cambio

En esta parte se implementan los cambios planificados, la organización experimenta una transición hacia la nueva forma de operar, teniendo en cuenta que en este proceso se puede generar cierta resistencia y nivel de conflictos mientras que las personas se adaptan a los nuevos procesos y estructuras, para ello se emplean estrategias que ayuden a disminuir dicha problemática y de esta manera crear ese desplazamiento a un nuevo estado o nuevo nivel dentro de la organización, con respecto a patrones de comportamiento, desarrollando nuevos valores, hábitos, conductas y actitudes.

### Etapa 3 Re-congelamiento:

En esta etapa los cambios se consolidan y convierten ya parte de la cultura organizacional, estableciendo una nueva estabilidad y normalidad que refuerzan los nuevos comportamientos y valores junto con las nuevas prácticas, buscando mantener el impulso hacia adelante y evitar recaídas en antiguos hábitos.

Para realizar todo lo antes dicho es necesario tener en cuenta los siguientes puntos clave:

Determinar el problema.

Identificar la situación actual.

Identificar la meta por alcanzar.



Identificarla fuerzas positivas y negativas qué le afectan directamente.

Desarrollar una estrategia para lograr el cambio de la situación actual dirigiéndose a una meta en especial.

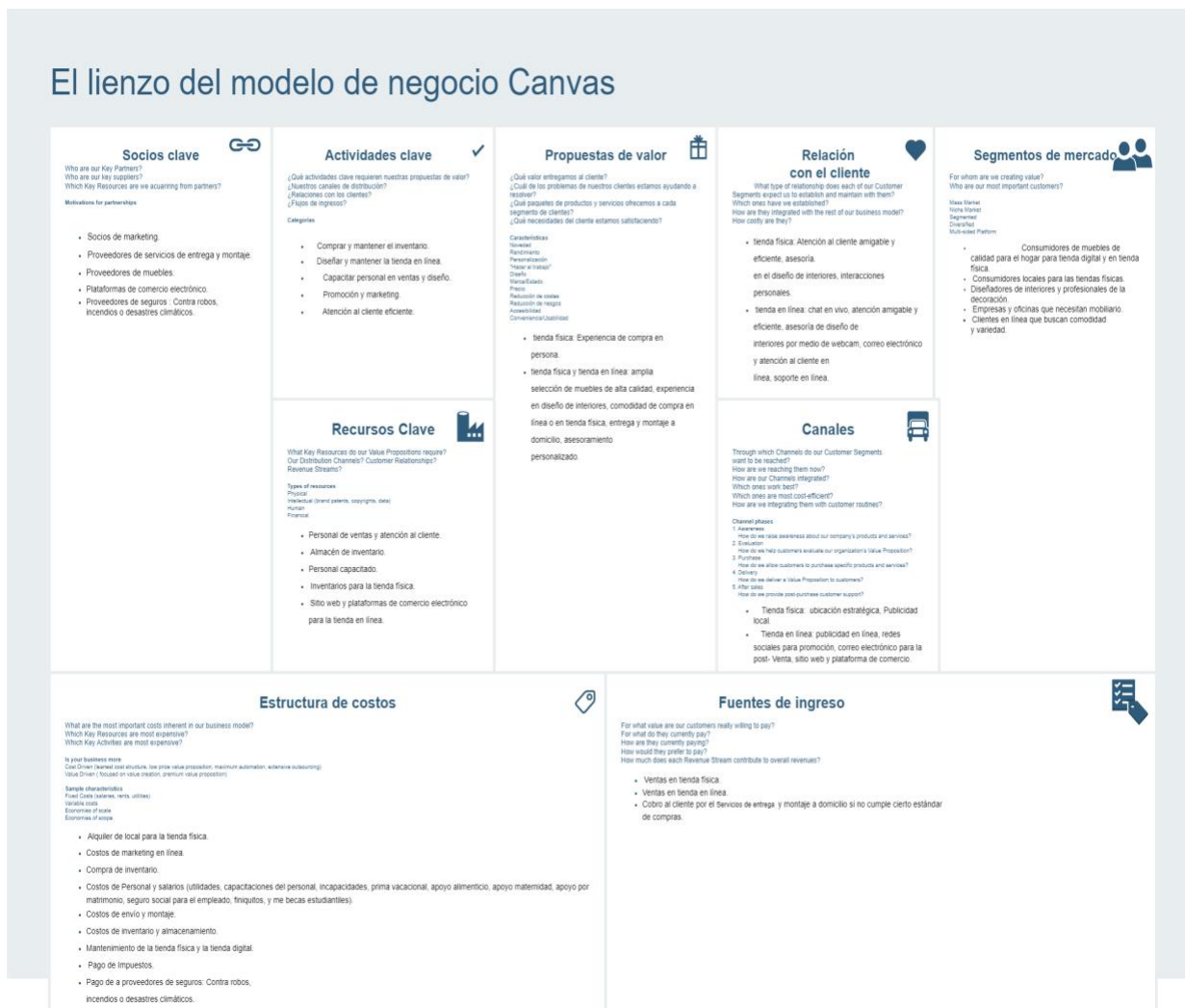
Todo esto para qué nuestra empresa perdure y se adapte con mayor facilidad a los cambios del mercado, ya que las preferencias de nuestros clientes siempre están cambiando, por lo cual es necesario adaptarnos y agilizarnos a las nuevas eras, para garantizar el éxito de nuestro negocio.

“La valencia de un objeto generalmente se deriva del hecho de que el objeto es un medio para satisfacción de una necesidad o tiene algo que ver indirectamente con la satisfacción de una necesidad” -Kurt Lewin

## Desarrollo

**Figura1**

### *El Lienzo de Modelo Canvas: “Tienda Física y Tienda en Línea de Muebles”*



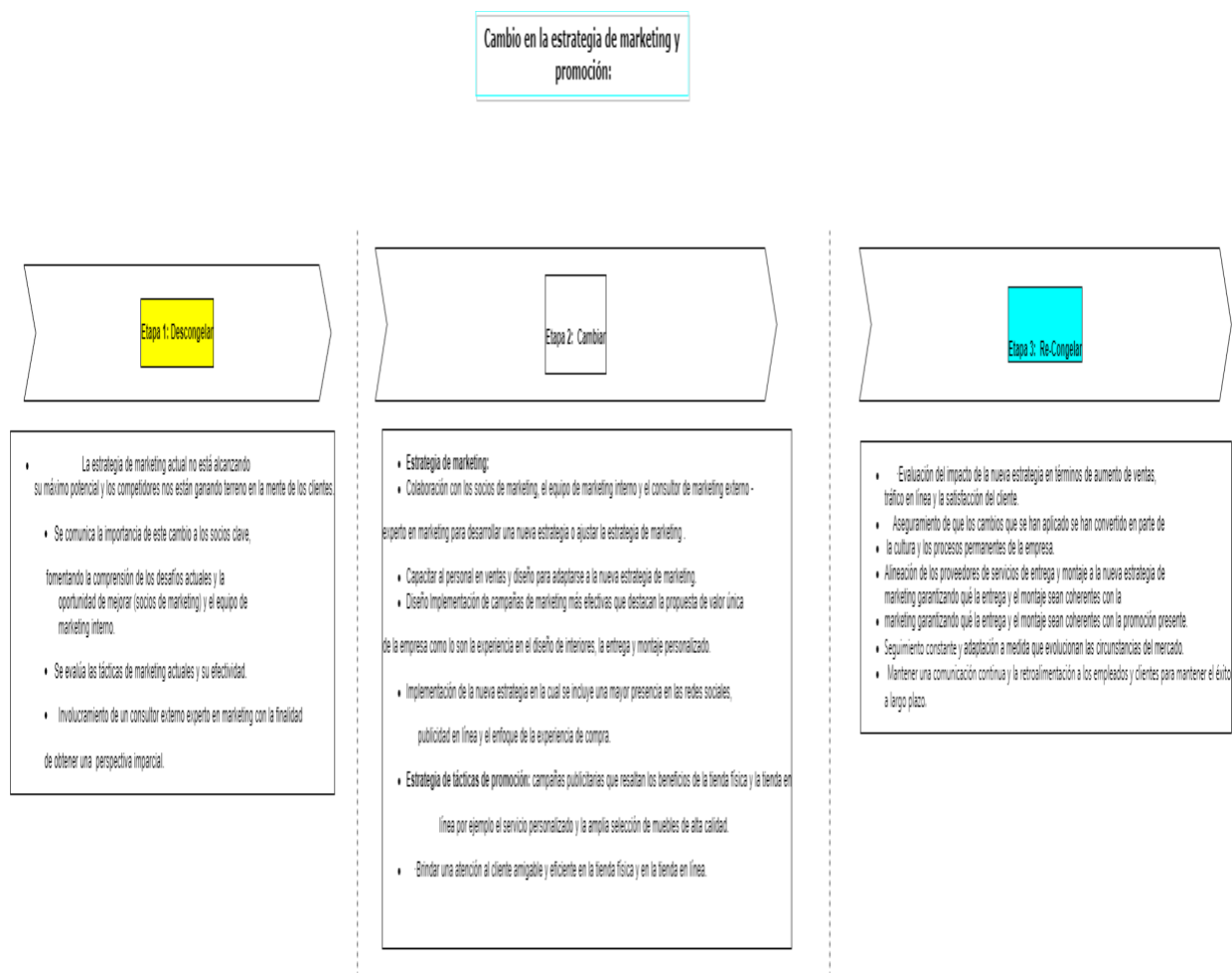
*Nota:* En esta imagen se describen las diferentes actividades y elementos en la que esta constituida la “Tienda de Muebles” enlace para visualizarlo a detalle:

<https://app.diagrams.net/#G18eM0BLXy59gWLJCT3LNB5ioLSjrOHFPH> , se ha creado en diagrams.net. Creación propia.

**Figura 2**

***Modelo de Gestión del Cambio de Lewis para El Cambio en la Estrategia de Marketing y***

***Promoción:***

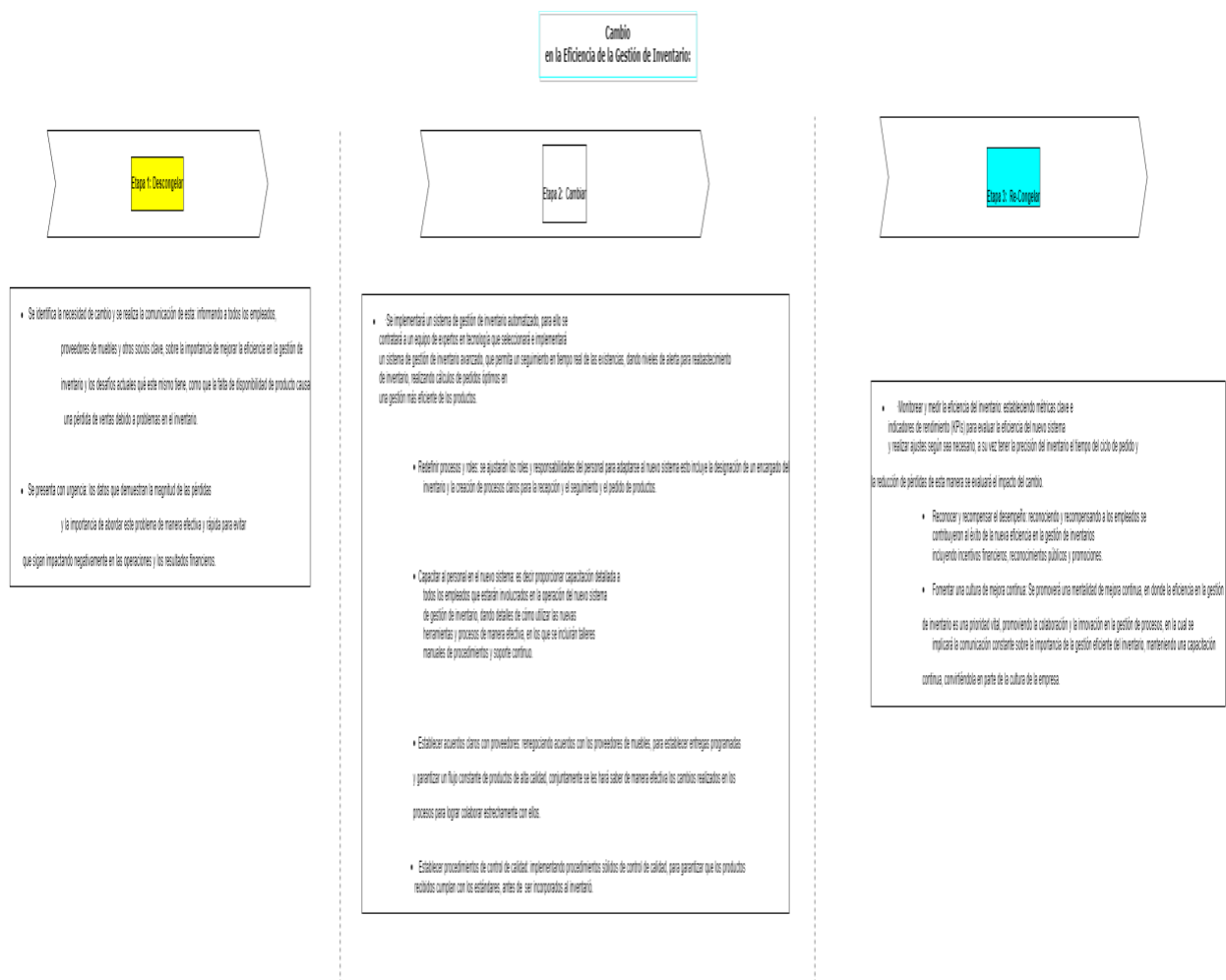


**Nota:** En esta imagen se describen las diferentes actividades y elementos en la que esta planificada la estrategia para mejorar el proceso, así mismo quienes están involucrados en dicho plan estratégico, enlace para visualizarlo a detalle:

<https://app.diagrams.net/#G1r18DYdSqKK6Q8kmsQrTa0ONifon0xXPD> , se ha creado en diagrams.net. Creación propia.

**Figura 3**

***Modelo de Gestión del Cambio de Lewis para El Cambio en la Eficiencia de la Gestión de Inventario***



**Nota:** En esta imagen se describen las diferentes actividades y elementos en la que esta planificada la estrategia para mejorar el proceso, así mismo quienes están involucrados en dicho plan estratégico, enlace para visualizarlo a detalle:

<https://app.diagrams.net/#G1x5hgxyAyhYVna7YA34AkVv9Ndi8A5Lw> se ha creado en diagrams.net. Creación propia.

### **Conclusión:**

La importancia de la adquisición de este conocimiento dentro de la vida cotidiana como en el ámbito laboral es que el Modelo de Gestión de Kurt Lewin facilita el proceso de cambio, permitiendo la adaptación constante a las condiciones, proporcionando una estructura para comprender y gestionar estos procesos de cambio de una manera más efectiva, ayudando a superar la resistencia al cambio, ya que mejora la toma de decisiones por qué nos brinda información sobre cómo implementar cambios, cómo hacerlo y cómo mantener dicho cambio a largo plazo, a su vez aumenta la habilidad de adaptabilidad, ya que brinda herramientas para gestionar el cambio de manera más efectiva y eficiente.

El modelo de negocios Canvas es una gran herramienta que nos ayuda a diseñar y analizar modelos de negocio que tienen un gran impacto en la vida cotidiana y laboral, se debe a que ayuda a planificar, evaluar, crear e innovar actividades que nos lleven al éxito.

Facultando la identificación de oportunidades de mejora y generación de nuevas ideas de negocio y a su vez enfatiza en la comunicación y la colaboración de una comprensión colectiva de cómo funciona un aspecto en especial o proceso, dándonos la habilidad de desarrollar un pensamiento crítico, que nos da el acceso de evaluar riesgos posibilitando las opciones de éxito antes de tomar decisiones importantes, de esta manera mitigamos los riesgos.

## Referencias

Arizmendi, Y. (2023). Gestión del cambio organizacional &#8211; modelo de Kurt Lewin. *Coacharte*. Recuperado el 22 de septiembre de 2023 de:  
<https://coacharte.mx/modelo-de-cambio-de-kurt-lewin/>

Emprendedores, R. (2022, 28 julio). Canvas: Así se elabora este modelo. *Emprendedores*. Recuperado el 22 de septiembre de 2023 de:  
<https://emprendedores.es/gestion/modelo-3/>

Green, A. (2021, 2 noviembre). *Análisis del modelo de Kurt Lewin: definición, ejemplo y tutorial*. Recuperado el 22 de septiembre de 2023 de:  
<https://gitmind.com/es/modelo-de-kurt-lewin.html>

Mariacamilacrespo. (2023, 10 agosto). ✓ *Modelo Canvas: ¿Qué es y cómo utilizarlo en tu negocio?* Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station. Recuperado el 22 de septiembre de 2023 de:

<https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>