



## BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 21 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



Publicado por:





Secundaria

## 3.º, 4.º y 5.º grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 21

# Aplicamos el modelo de negocios Lean Canvas\* (Parte V)

DÍAS 4 Y 5

**Actividad:** Comprendemos la fijación de precios (día 4)

**Actividad:** Formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos (día 5)

## RECURSOS Y/O MATERIALES A USAR (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



### PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno u hojas de papel, si son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia





Secundaria

## ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

# Iniciamos informandonos ....



Actividad

Comprendemos la fijación de precios (día 4)

### ¡Nos informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

#### Fijación de precios en el canal físico

Tienes un buen producto o un buen servicio y una de tus preocupaciones es: ¿cómo puedo fijar el precio? Es una duda que todos los emprendedores se hacen, sobre todo al inicio de la implementación de su proyecto. Hoy compartiremos algunos consejos al respecto, sin embargo, primero quiero darte el consejo más importante sobre la fijación de precios: el precio no debería ser un elemento de competencia, mucho peor si estas comenzando. Debes tener en cuenta que el precio influye en la percepción que tiene el cliente sobre tu producto, por lo cual tiene incidencia en el posicionamiento de este; por ejemplo, si tus precios son baratos, los consumidores pueden pensar que tus productos no son de calidad. En todo caso, podrá ser un elemento para utilizar en algunas de tus campañas de marketing, pero no te posiciones como un proveedor de productos o servicios baratos. No es sostenible en el tiempo.

Una buena forma de fijación de precios debe tener en cuenta varios factores, tales como: el segmento de clientes, los costos de elaboración del producto, el valor agregado que el producto ofrece y, para obtener los mejores resultados, hay que empezar conociendo en detalle los precios de la competencia. Recuerda, no vayas por el camino de “ser barato”, al contrario, fija el precio al máximo que el segmento de clientes pueda pagar. Veamos con más detalle cada uno de estos factores:

Publicado por:





Secundaria

**APRENDO**  
en casa

# ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

**Conocer en detalle los precios de la competencia.** Lo primero que tienes que observar es con qué productos compites. Si tu producto es innovador, podrías estar en un mercado nuevo, y podrías sentirte tentado de pensar: "No tengo competencia, por lo que puedo poner los precios que yo quiera", pero esto puede ser un error. Las personas satisfacemos nuestras necesidades con los productos que existen en el momento, estos pueden ser los "productos sustitutos", por ejemplo, si tu producto innovador es la "miel mantequilla", no solo compites con otros tipos de presentación de miel de abeja, sino que existe también la "miel de caña" que puede ser comprada por los consumidores como un producto sustituto con el cual tengas que competir. Por lo tanto, no debes conocer solo los precios de los productos con los cuales compites directamente, sino también los precios de los "productos sustitutos".

**Costos de elaboración del producto.** Debes calcular cuánto te costó producirlo o elaborarlo. A pesar de que es un dato muy importante, recuerda que una buena forma de fijación de precios debe tener en cuenta varios otros factores. Una mala práctica de fijación de precios es calcular el costo de fabricación y añadirle un porcentaje sobre ese costo y así dar el precio, esto sucede comúnmente, tú no puedes caer en este error, iten en cuenta otros factores!

**¡ sigamos aprendiendo  
con la lectura ...!!**



Publicado por:





Secundaria

## ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

**Conocer el segmento de clientes al que te diriges.** Desde el inicio debes saber cuál es tu mercado objetivo y debes saber cuál es el precio máximo que puede pagar, no solo en función de su capacidad de pago, sino cuánto están pagando por productos con los cuales vas a competir. Recuerda que en el modelo de negocios Lean Canvas, que venimos trabajando, hay una diferenciación inicial, entre los *early adopters* y tu segmento de clientes objetivo. Los primeros te ayudan a mejorar el producto para que logres, luego, abarcar al segmento objetivo.

**El valor que el producto ofrece.** Es la diferenciación que tienes con respecto a otros productos con los cuales tienes que competir, afianzar esta diferenciación en el posicionamiento en el segmento de clientes es vital. Esto te permitirá poner mejores precios a tus productos. Recuerda que la innovación que ofreces es la que te hará pasar, de estar compitiendo en mercados existentes, a mercados nuevos, donde puedes manejar mejores precios. Esta estrategia es llamada “océanos azules” y la desarrollaremos más adelante, en próximas sesiones.

**¡ sigamos aprendiendo  
como fijar precios ...!!**

### Los SUBGRUPOS DEL MERCADO





# ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

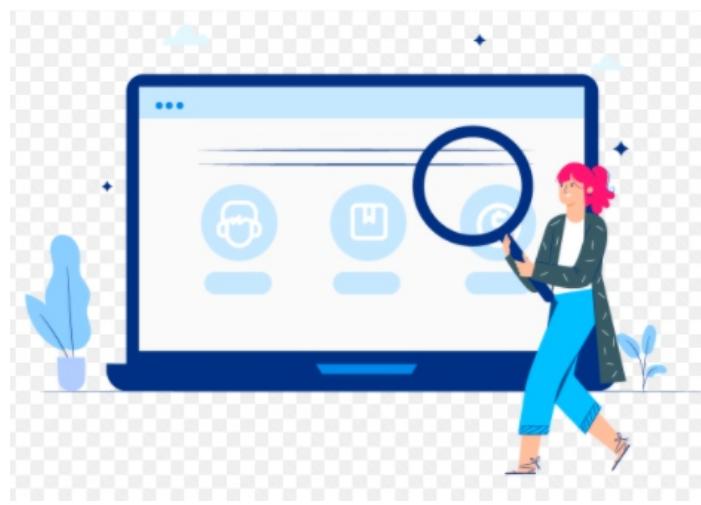
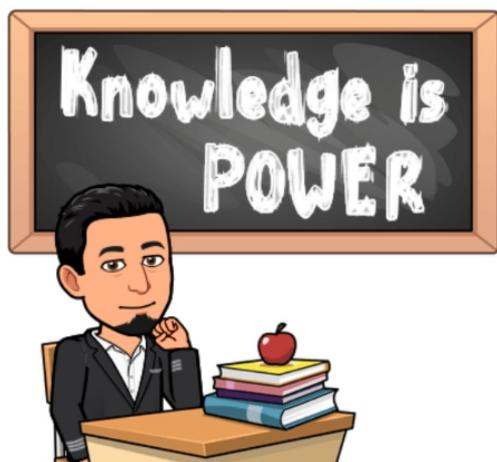
## Fijación de precios en el canal web

Elegir el canal web te da la posibilidad de llegar a muchas más personas de las que llegarías con el canal físico, pero el éxito de tus ingresos en el canal web depende casi por completo de la creación de demanda, es decir, de atraer la mayor cantidad de visitantes al sitio web y de convencerlos a comprar tu producto. Acá, la fijación de precios juega un papel fundamental.

Los clientes, en el canal web (tienda *on-line*), a diferencia de un canal físico (tienda física), tienen herramientas para buscar diferentes productos y precios, esta actividad la realizan con mucha facilidad y rapidez, hasta quedarse con la mejor opción, y en esa elección, el precio es clave, siempre sin dejar de lado otros factores importantes como la atención al cliente, etc.

En el canal web, el precio es uno de los primeros elementos que llama la atención de las personas. Si para tu proyecto elegiste el canal web, debes entender que la batalla del precio es decisiva, sobre todo porque en una tienda virtual ya no tienes la ventaja de la ubicación del negocio, si estás ubicado en una calle principal, en la esquina de la cuadra o en una galería, como se hace en las tiendas tradicionales; en este canal todos compiten en igualdad de condiciones, entonces el precio se vuelve más decisivo.

## ¡ sigamos aprendiendo ...!!





Secundaria

# ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

En el canal web, para el cliente, los precios son mucho más transparentes y los productos más fáciles de encontrar y de comparar, a diferencia de las tiendas físicas; en esta última, había que buscar al vendedor y preguntar por el precio. En cambio, en el canal web tu producto y tus precios son visibles las 24 horas del día, domingos y feriados. En este escenario, para fijar el precio de tu producto es aún más importante conocer en detalle los precios de la competencia. Sin embargo, igual que en el canal físico no debes dejar de considerar los costos de elaboración del producto, el valor que tu producto ofrece para los clientes en innovación y el precio máximo que podría pagar el segmento de clientes objetivo.

Luego de la lectura que has realizado. Escribe o graba en un audio lo siguiente:

- Mediante un organizador gráfico, organiza cómo se deben fijar los precios en un canal físico.

**one**





## ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos la fijación de precios)

- Mediante un cuadro comparativo, muestra la diferencia fundamental en la fijación de precios entre un canal web con un canal físico.

**two**

- ¿Para qué crees que te sirve lo aprendido en relación con tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

**three**

---

---

---

---





Secundaria

## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos)

### Actividad

**Formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos (día 5)**



**¡ lee detenidamente  
para que comprendas ...!!**

**¡Creamos!**

¿Preparada/o para redactar las hipótesis del bloque flujo de ingresos y seguir completando las hipótesis de los bloques de tu lienzo del modelo de negocios Lean Canvas? ¡Así podremos seguir adelante con tu proyecto de emprendimiento! La formulación de las hipótesis consta en redactar tus suposiciones, apoyándote en lo aprendido acerca del flujo de ingresos en la semana 20 y en la primera parte de la presente guía.

La formulación de tu hipótesis debe realizarse de tal manera que se pueda verificar en la realidad, evita hacer una redacción de hipótesis que no se pueda experimentar en el campo; para evitar cometer ese error, es preferible también redactar cómo se podría validar la hipótesis de forma sencilla. Por ejemplo, si el producto de mi proyecto fuese la “miel mantequilla”, la formulación sería la siguiente:

- **Fuente de ingreso principal:** Venta a granel de “miel mantequilla”.
- **Experimento (prueba sencilla para validar la hipótesis):** poner a la venta la “miel mantequilla” como producto principal.
- **Fuentes de ingreso complementarias:** Venta de crema humectante para el cutis basada en la miel de abeja.





Secundaria



## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos)

- **Experimento (prueba sencilla para validar la hipótesis):** poner a la venta la crema humectante para el cutis basada en la miel de abeja como producto complementario.
- **En el canal web, tu fuente complementaria puede ser:** venta de publicidad en la web en tu página.

### Responde

Para la formulación de tus hipótesis debes responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es mi fuente principal de ingresos? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi hipótesis?

**four**

---

---

---

---

---

---

---

---

---





Secundaria

## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos)

### Responde

- ¿Cuáles creo que serían las fuentes de ingresos complementarias a mi producto o servicio? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi hipótesis?

**six**

---

---

---

---

---

---

- ¿Cuáles creo que serían las fuentes de ingresos complementarias en el canal web a mi producto o servicio? ¿Cuál es la prueba más sencilla que se puede ejecutar para confirmar mi hipótesis?

**five**

---

---

---

---

---

---





Secundaria

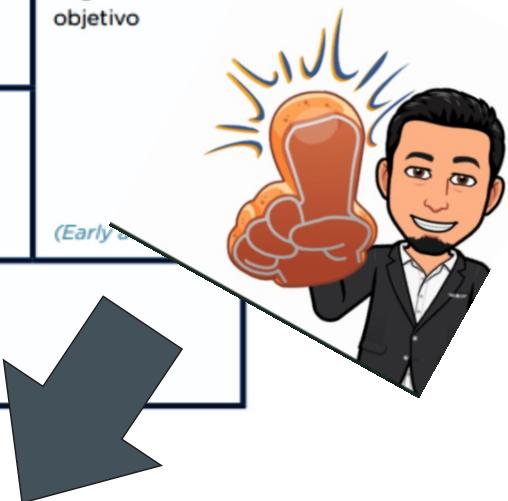
## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos)

### Responde

Una vez que tengas definidas las respuestas correspondientes, redacta de la forma más resumida posible tus hipótesis, en notas adhesivas (*post-it*) o cartulinas pequeñas, y pégalas en tu lienzo Lean Canvas.

| PROBLEMA                              | SOLUCIÓN   | PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA   | VENTAJA ESPECIAL               | SEGMENTO DE CLIENTES |
|---------------------------------------|--|--|--------------------------------|----------------------|
| Problemas top 3<br><br>(Alternativas) | 3 Características del producto/servicio          | Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema. | Qué te hace especial/diferente | Segmento objetivo    |
|                                       | MÉTRICAS CLAVES<br><br>Actividades clave a medir | CANALES<br><br>Vía de acceso a clientes  |                                |                      |
| ESTRUCTURA DE COSTES                  |  | FLUJO DE INGRESOS  |                                |                      |
| Gastos                                |  | Cómo vamos a ganar dinero  |                                |                      |



seven

---

---

---

---

---





## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(formulamos las hipótesis del bloque flujo de ingresos)

### Responde

#### Reflexiona

¿Crees que lo aprendido hoy te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

**eight**

---

---

---

---

**Mil gracias**



**... por tu atención  
y sigue con tu  
emprendimiento ...!!**

