



## BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 28 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



Publicado por:





Secundaria

**APRENDO**  
en casa

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

SEMANA 24

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

DÍAS 4 Y 5

**Actividad:** Comprendemos el bloque métricas del lienzo Lean Canvas (día 4)

**Actividad:** Determinamos las métricas en el canal físico (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

Publicado por:





Secundaria

## ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el bloque métricas del lienzo Lean Canvas)

# Iniciamos informandonos ....



Actividad

Comprendemos el bloque métricas del lienzo Lean Canvas (día 4)

### iNos Informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Llegamos al bloque métricas y debes establecer tus hipótesis, esto te ayudará a orientarte si tu negocio ha comenzado bien o no, y te dará pistas de cómo lo puedes mejorar. Puede darse que en el camino puedas cambiar o mejorar las métricas, no te preocupes, es el proceso de mejorar los supuestos de acuerdo con la realidad.

Para un producto físico, a venderse por un canal físico, como una tienda, necesitamos saber en qué momentos es mucho más conveniente establecer la métrica, eso depende fundamentalmente de establecer aquello que deseamos medir, para saber en qué hay que mejorar.

- Podríamos establecer métricas para medir cuántas personas entran a la tienda, pero que al final no compran. Esto daría ocasión para revisar, ¿por qué no compran?, ¿será por el precio?, ¿la calidad del producto?, ¿no se sienten cómodos con la atención? La métrica, en este caso, nos ayudará a responder estas preguntas, corregir lo necesario y realizar un análisis más minucioso; la misma métrica nos mostrará, más adelante, si se han tomado las correcciones adecuadas, al reportar, por ejemplo, que ha bajado el número de personas que no compran.





Secundaria

# ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el bloque métricas del lienzo Lean Canvas)

- Podríamos establecer métricas para medir cuántas personas regresan a la tienda para comprar. En este caso debemos llevar nota de lo que compran con frecuencia, por cuáles productos preguntan; igualmente es necesario indagar más sobre por qué regresan a la tienda y, al mismo tiempo, saber sobre tu cliente, su nombre, su número telefónico, su email, para así comunicarle sobre ofertas, descuentos o saludarlo por su cumpleaños. La métrica, al brindarte información sobre las personas que regresan a la tienda, te favorecerá al momento de utilizar estrategias de fidelización, como las mencionadas.
- También se puede establecer métricas para saber cuántas personas vienen a la tienda recomendadas por los primeros clientes. Significará, posiblemente, que hay cosas que se están haciendo muy bien y que habrá que fortalecerlas.

No se debe establecer muchas métricas, basta con una o dos, hay que tener en cuenta que las únicas métricas que deben utilizarse son aquellas sobre las que se pueda actuar o mejorar.

Si observas, gracias a tu métrica, que los clientes regresan y, en algunos casos, hasta recomiendan tu negocio a otras personas, esto se puede dar no solo por la calidad de tu producto o su precio, sino por el buen trato que reciben y la buena comunicación en tu canal físico.

Para que los clientes se sientan bien con nuestra comunicación, la tenemos que adaptar a su estado de ánimo, y para eso se necesitar trabajar en mejorar nuestra inteligencia emocional. ¿Qué componentes emocionales son importantes para las relaciones positivas en la venta? En la venta, la empatía es clave para poderte poner en la piel de tus clientes y así entender de forma más eficiente qué es lo que buscan. Con la assertividad, podrás gestionar mucho mejor las objeciones de tus clientes. Finalmente, dar uso a la habilidad para la resolución de conflictos o situaciones hostiles, aquí la clave es la autorregulación de tus emociones. Saber expresar nuestras emociones de manera adecuada, manteniendo su autocontrol, es clave, sobre todo cuando se atiende a los clientes.





# ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el bloque métricas del lienzo Lean Canvas)

Luego de la lectura realizada, elabora un mapa mental relacionado con algunos de los momentos que consideres puedan ser convenientes para establecer las métricas de tu proyecto de emprendimiento.

**¡Muy bien!**

Anota o registra la actividad realizada, que luego colocarás en tu portafolio. Estos insumos te ayudarán para realizar la siguiente actividad y las que irás desarrollando en los siguientes encuentros.

## one – mapa mental





Secundaria

## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

Actividad

Determinamos las métricas en el canal físico (día 5)

### ¡ lee detenidamente

iCreamos!

**para que comprendas ...!!**

**¡Felicitaciones!** Estamos en el octavo bloque del lienzo Lean Canvas, estableciendo las hipótesis del bloque métricas; en esta oportunidad, lo haremos para negocios relacionados con canales físicos.

De acuerdo con tu proyecto de emprendimiento, puedes establecer la métrica que te parece más conveniente medir y luego, de acuerdo con los resultados, tomar una decisión para mejorar sobre la base de ellos.

- Puede ser una métrica para establecer un registro de clientes que visitan la tienda. Podrías hacerlo, tal vez, mediante un cupón donde los clientes que te visitan pongan sus datos para un sorteo, aunque sea solo una visita a la tienda y no hayan comprado nada. Así tendrás información importante sobre las personas que entran a tu negocio.
- Puede ser una métrica para establecer un registro de las personas que se interesan en un producto en particular, aceptan una degustación, se prueban una prenda, etc., esto depende de tu proyecto.
- Puede ser una métrica para establecer un registro de las personas que realizan la compra del producto. Esta información puede servir para utilizar estrategias de fidelización posteriores, como llamarlas por teléfono haciéndoles conocer que han llegado productos similares a los que adquirieron, o mandarles una tarjeta por sus cumpleaños, etc. Obviamente, esta métrica también puede reflejar la aceptación del producto por las personas, lo cual sería un dato valioso.





## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

Completa el reto siguiente:

- Puede ser una métrica para llevar el registro de personas que visitan tu tienda recomendadas por clientes, esto podría significar una buena aceptación del producto y que las personas lo están recomendando.

Está claro que se pueden establecer otras métricas, todo depende de tu proyecto de emprendimiento, lo importante es que esa medición te sirva para mejorar o reorientar tu negocio.

Ahora te corresponde establecer una o dos métricas para observar cómo va tu negocio. ¿Qué te interesa medir?

Aspectos que observar	Negocios visitados					two
	Negocio 01	Negocio 02	Negocio 03	Negocio 04	Negocio 05	





Secundaria

# ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

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

## LIENZO LEAN CANVAS

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES
Problemas Top 3  (Alternativas)	3 Características del producto/servicio  <b>METRICAS CLAVE</b> Actividades Clave a Medir	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
ESTRUCTURA DE COSTES	Gastos		<b>CANALES</b> Vía de acceso a clientes	[Early adopter]
		<b>FLUJO DE INGRESOS</b> Cómo vamos a ganar dinero		

QUERER ES PODER



three





Secundaria

# ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

## Ejemplo de métrica

Una muy buena idea es aplicar la técnica del *mystery shopper*, o cliente misterioso en español, para así poder observar a la competencia y aprender sobre sus prácticas de éxito, y cómo las puedes mejorar para tu propio proyecto. Puedes recoger los siguientes datos:

Aspectos que observar	Negocios visitados				
	Negocio 1	Negocio 2	Negocio 3	Negocio 4	Negocio 5
Calidad del producto					
Buena atención al cliente					
Variedad de modelos o productos					



Publicado por:





## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

### Completa el siguiente cuadro

Dependiendo de tu proyecto de emprendimiento, puedes añadir otros aspectos.

Después, con los datos que obtuviste, compara lo que tu negocio ofrece respecto a la competencia. Anota los puntos fuertes y débiles que detectaste y define qué es lo que vas a hacer para superar estos últimos. Puedes utilizar el siguiente cuadro:

Aspectos fuertes que tengo respecto de la competencia	Aspectos débiles que tengo respecto de la competencia	Medidas que voy a tomar para mejorar los aspectos débiles





## ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

### Reflexiona

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

six

---

---

---

---

---

---

---

---



**¡muchas gracias  
por tu empeño y  
atención ...!!**





Secundaria

# ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Determinamos las métricas en el canal físico)

## Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía

- Establecer hipótesis sobre métricas para ver si tu negocio ha comenzado bien, te orientarán en qué puedes mejorar. Estas pueden mejorarse o cambiar en el transcurso de tu proyecto.
- Establecer una métrica depende fundamentalmente de nuestro criterio, ¿qué queremos medir para mejorar?
- Las métricas para un canal físico pueden ser:
  - Para establecer un registro de clientes que visitan la tienda.
  - Para establecer un registro de las personas que se interesan en un producto en particular.
  - Para establecer un registro de las personas que realizan la compra de un producto en particular.
  - Para establecer un registro de personas que visitan la tienda porque fueron recomendados por clientes satisfechos.

### ¡Recuerda!

Sé creativa/o y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Asimismo, comparte tu producción final con tu familia. ¡No te olvides de guardar tu producción en el portafolio!

### ¡Tú eres valiosa/o!

Publicado por:

