

3.º, 4.º y 5.º grado: Educación para el Trabajo**SEMANA 18**

Aplicamos el modelo de negocios Lean Canvas (Parte II)

DÍAS 4 Y 5

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

Actividad: Analizamos los canales físicos y canales web del bloque Canales (día 5)

iHola!

Gracias por conectarte y ser parte de **Aprendo en casa**.

En la guía anterior lograste formular las hipótesis de los cuatro primeros bloques del lienzo del modelo de negocio Lean Canvas. Ahora, comprenderás y analizarás el bloque “canales”, para que posteriormente, en la siguiente semana, establezcas las hipótesis correspondientes.

Si tienes alguna dificultad para realizar la actividad, solicita el apoyo de un familiar.

iEmpecemos!

**PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?**

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

**SEGUNDO, ¿QUÉ HAREMOS?**

En la presente guía deberías continuar redactando la hipótesis del bloque “canales”, sin embargo, previamente realizarás la comparación y diferenciación de los canales de distribución de productos o servicios con base en la información de la presente guía u otras informaciones a las que puedas recurrir; luego analizarás los canales de distribución que existen en tu localidad. Por tanto, en esta semana realizarás dos actividades:

En la primera actividad, comprenderás, en el bloque canales, los “canales físicos” y “canales web” del lienzo del modelo de negocio Lean Canvas. En la segunda actividad, tu reto será analizar los “canales físicos” y “canales web” del bloque canales, en el marco de tu contexto y proyecto.

Tienes 40 minutos para trabajar cada actividad.

¿Preparada/o?

Actividad

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



¡ATENCIÓN/O!, QUE AQUÍ ENTRAMOS DE LLENO AL DESARROLLO

Acomódate en el espacio de tu casa asignado para realizar con tranquilidad tus actividades. Recuerda lavarte las manos y desinfectar los útiles que utilizarás.

Nos informamos

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Desde tiempos antiguos, un producto era un bien físico, es decir, algo que podía ser tocado o probado de alguna forma, como los automóviles, los cuadernos, los libros, los muebles, los artículos para el hogar y otros. Estos productos físicos se hacían llegar a los clientes a través de un canal de venta físico, había que ir a la tienda y tratar con los vendedores; también había diferentes formas de distribución física, como los vendedores de puerta en puerta, repartidores en motos, vendedores en triciclos y otros. A continuación, observa o escucha algunos ejemplos de productos que se venden a través de canales físicos:

PRODUCTO FÍSICO	CANAL FÍSICO
Zapatos	Tiendas Bata
Películas	El cine
Ropa casual	Tiendas Topitop
Muebles	Tienda de muebles
Libros	Librería Crisol

Actualmente, los productos no solo llegan al cliente por el canal tradicional, conocido comúnmente como “canal físico”–canal de distribución y ventas con puntos físicos de contacto con el cliente, que puede incluir tiendas mayoristas, tiendas minoristas y representantes, intermediarios, vendedores u otros–, sino también el “canal web” –canal de ventas y de distribución a través de internet o redes de datos que se utiliza para transmitir mensajes y productos a dispositivos de computadoras, portátiles y móviles–. Por medio del “canal web” se puede llegar a conectar tu producto con miles de personas en cualquier parte del mundo, ya sea por medio de una computadora, tableta o un celular. Debido al incremento en el hábito de las personas de navegar por la red, las tiendas virtuales tienen la ventaja de no “cerrarse nunca”, es decir, permanecen activas las 24 horas del día y todos los días. Ahí la venta *on-line* tiene una gran ventaja sobre el canal físico.

Observa el siguiente ejemplo: un cuadro comparativo de productos físicos que son vendidos por el canal web.

PRODUCTO FÍSICO	CANAL WEB
Zapatos	Zappos.com
Películas	Neflix.com
Ropa casual	Topitop.pe
Muebles	Casadesign.com
Libros	Amazon.com

Ahora, luego de la lectura que has realizado y de los ejemplos presentados, elabora un cuadro comparativo entre lo que has entendido por “canal físico” y por “canal web”

CANAL FÍSICO	CANAL WEB



Escribe o graba en un audio la siguiente respuesta:

¿Para qué crees que te sirve lo que has aprendido? ¿Por qué?

¡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.

Actividad

Analizamos los canales físicos y canales web del bloque Canales (día 5)



¡TÚ MISMA/O ERES!

Acomódate en el espacio de tu casa asignado para realizar con tranquilidad tus actividades. Recuerda lavarte las manos y desinfectar los útiles que utilizarás.

Nos informamos, explicamos lo aprendido y reflexionamos

Uno de los mayores avances comerciales fue la invención de productos que no existían en forma física, como los videojuegos, seguros de vida y salud, acciones, *software* comercial, educativos, almacenamiento en la nube (en inglés, *cloud storage*), *app*



Consideraciones para atender nuestras diversas formas de aprender.

store (tienda de aplicaciones digitales de iPhone), o *play store* (tienda de aplicaciones digitales de Android), entre otros. Esta ola de subirse al comercio virtual también se está dando con negocios pequeños; en este caso, las redes sociales se convirtieron en canales de ventas *on-line*, utilizando *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, entre otros. A continuación, observa o escucha el siguiente ejemplo de productos virtuales vendidos por el canal web.

PRODUCTO VIRTUAL	CANAL WEB
Videojuegos	Linio.com
<i>Software</i> de diseño	Autodesk.com
Seguro de vida	Rimac.com
Aplicativos para móvil	<i>Apps stores</i>
Libros	Amazon.com

Muchos negocios fracasan por no construir el camino o la vía que conecte el producto o servicio con los clientes, se concentran solo en el desarrollo del producto y terminan descuidando la tarea de abrir el camino hacia los clientes, que es el desarrollo de clientes. Puede ser que hayas creado según tu criterio un gran producto o servicio, eso no te garantiza el éxito, a menos que aprendas a construir el producto partiendo de las necesidades o problemas de las personas.

A raíz de la pandemia, muchos negocios grandes y pequeños están sumando al canal de distribución físico que tenían, canales web; uno de los casos más resaltantes, por el valor comercial que representa para el país, es el caso del emporio comercial “Gamarra” que ha lanzando su tienda *on-line*. Este emporio, que representa a cerca de 30.000 negocios, comercializa y distribuye productos físicos como ropa, telas, elásticos, agujas, maquinarias y otros virtualmente, sin embargo, a la vez “Gamarra” mantiene sus tiendas para vender “físicamente”.



Ahora te planteamos el siguiente reto: diferencia, clasifica y relaciona los negocios de tu contexto que utilizan canales físicos o canales web. Para ello, puedes utilizar organizadores como cuadros comparativos, listados u otros.



Escribe o graba en un audio la siguiente respuesta:

Del resultado obtenido a través de los organizadores que empleaste, ¿a qué conclusiones puedes llegar?

¡Excelente trabajo!

Reflexiona

- En tu proyecto de emprendimiento, ¿tu producto es físico o virtual? ¿Por qué?
- Para tu proyecto de emprendimiento, ¿decidirías optar solo por el canal físico? ¿Por qué?
- Para tu proyecto de emprendimiento, ¿decidirías optar solo por el canal web? ¿Por qué?
- En tu modelo de negocio, ¿usarías a las redes sociales como un tipo de canal web? ¿Por qué?
- Para tu proyecto de emprendimiento, ¿optarías por el canal físico y canal web juntos? ¿Por qué?

Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía

- Antes solo se comercializaba “productos físicos”, hoy se comercializa también “productos digitales” como *software*.
- Los negocios que antes solo utilizaban canales físicos están ahora incluyendo para su comercialización y distribución de productos, canales web.
- Existe una tendencia, aun en los negocios pequeños, a utilizar el canal web, para la comercialización y distribución de sus productos.
- Existen productos físicos y productos digitales, los cuales se pueden distribuir a través de canales web, solamente, o también empleando al mismo tiempo ambos canales, el web y el físico.

¡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!



ORIENTACIONES DE APOYO EDUCATIVO DIRIGIDAS A ESTUDIANTES CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

- En caso presentes alguna dificultad de concentración, te sugerimos organizar tus actividades en un calendario visible, en el cual puedas añadir tus pendientes y brindarte mensajes positivos por cada actividad lograda.
- Si tienes dificultades de concentración, te sugerimos dividir la actividad en algunos momentos, puedes usar descansos de 2 a 3 minutos, controlados por reloj, para una actividad de estiramiento.
- Durante tu lectura de los recursos, puedes utilizar apoyos visuales como organizadores gráficos o mapas mentales para identificar las ideas principales y responder las preguntas.
- Te recomendamos que no busques memorizar toda la información, no memorices todos los detalles, pero sí la conexión entre los conceptos, utiliza lo leído y relacionalo con tu vida diaria.

