



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 3  
“EL MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS”

1.- DATOS INFORMATIVOS

I.E.	NTRA. SRA. DE LOURDES		AREA	EPT	
GRADO	SECCIÓN	UNIDAD	DURACIÓN	FECHA	DOCENTE
QUINTO	A – B	III	2 horas	Del 13 al 17 de mayo	Prof. Diana Luz Surco Quispe

2.- PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIA 1: Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social.		Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas.			
DESEMPEÑO PRECISADO	PROPÓSITO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	EVIDENCIA O PRODUCTO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	
Recoge en equipo información sobre necesidades o problemas de un grupo de usuarios de su entorno a partir de su campo de interés empleando técnicas como entrevistas grupales estructuradas y otras. <b>Formula la propuesta del modelo de negocios Lean Canvas, completando la información de los nueve bloques de su estructura.</b> Organiza e integra información reconociendo patrones entre los factores de esas necesidades y problemas.	Formula los bloques del modelo de negocio Lean Canvas, en relación a su propuesta emprendedora para la planificación y ejecución de su proyecto.	Desarrolla en el equipo la estructura del Lean Canvas.	Lean Canvas de la propuesta de emprendimiento.	Lista de cotejo	
ENFOQUES TRANSVERSALES		VALORES - ACTITUDES			
AMBIENTAL		RESPECTO Las estudiantes demuestran actitud de respeto de opinión con sus compañeras en el desarrollo del trabajo en equipo.			
COMPETENCIAS TRANSVERSALES		DESEMPEÑOS			
Gestiona su aprendizaje de manera Autónoma		Organiza un conjunto de acciones en función del tiempo y de los recursos de que dispone, para lo cual establece una elevada precisión en el orden y prioridad, y considera las exigencias que enfrenta en las acciones de manera secuenciada y articulada.			

3.- SECUENCIA DIDÁCTICA

PROCESOS DE APRENDIZAJE	
<b>INICIO (20 minutos)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Saludo respetuoso y motivante para iniciar la sesión.</b></li> <li>• <b>Problematización: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO</b></li> <li>• <b>Reto o desafío: Propósito de aprendizaje: Señalan las normas de convivencia,</b> se plantea a los estudiantes el propósito de aprendizaje, el criterio de evaluación y el producto a obtener en la actividad. Se organiza el trabajo de la competencia transversal y el enfoque transversal.</li> </ul>	
<b>DESARROLLO (55 minutos)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Motivación:</b> La docente presenta una imagen sobre el valor de la unidad para recordar el trabajo en equipo.</li> <li>• <b>Colocamos el valor de la UNIDAD III: Respeto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Saberes previos: ¿Qué entiendes por modelo de negocios?</b></li> <li>• <b>Conflicto cognitivo: ¿Para qué nos sirve conocer el modelo de negocios Lean canvas?</b></li> <li>• <b>Organización:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La docente presenta las diapositivas sobre el Lean Canvas, da a conocer que se centra fundamentalmente en entender el problema o necesidad del cliente, explica los nueve (9) bloques que conforman su estructura: segmento de clientes, problema, propuesta de valor, solución, canales, flujos de ingreso, estructura de costos, métricas clave y ventaja competitiva.</li> <li>• Presenta algunos ejemplos para realizar una propuesta y solicita a las estudiantes que elaboren el esquema como parte del requisito para el proyecto de emprendimiento.</li> <li>• Pregunta si hay dudas y consultas, la docente evalúa el avance de cada equipo.</li> <li>• Las estudiantes organizan la información, se organizan para formular las hipótesis de cada bloque del modelo de negocios Lean Canvas.</li> <li>• Las estudiantes hacen uso del aula de innovación.</li> <li>• La docente recuerda a las estudiantes como serán evaluadas.</li> <li>• Las estudiantes ingresan al link del DRIVE para revisar el material de apoyo para actividad propuesta en la sesión.</li> <li>• Al finalizar las estudiantes envían la evidencia al correo electrónico de la docente.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• <b>Gestión y acompañamiento:</b> El docente monitorea, gestiona y acompaña el aprendizaje de los estudiantes. Resuelve dudas.</li> <li>• <b>R.1.-</b> El docente involucra activamente a todos o casi todos los estudiantes en el proceso de aprendizaje.</li> <li>• <b>R.2.-</b> El docente promueve el Razonamiento, la Creatividad y/o el pensamiento crítico durante la sesión.</li> <li>• <b>R.3.-</b> El docente monitorea activamente a los estudiantes, evalúa el progreso de los aprendizajes y les brinda retroalimentación por descubrimiento o reflexión. Guía en el análisis para que por ellos mismos encuentren la respuesta.</li> </ul>	



- **R.4.-** El docente propicia un ambiente de respeto y proximidad, muestra calidez, empático con sus necesidades afectivas y físicas.
- **R.5.-** El docente utiliza mecanismos formativos para regular positivamente el comportamiento de los estudiantes.
- Los estudiantes desarrollan su producto en el cuaderno de trabajo. Comparten las conclusiones de su trabajo. El docente **retroalimenta** y evalúa el aprendizaje.

CIERRE (15 minutos)	4.- RECURSOS Y MATERIALES	TRABAJO EN CASA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Registra el proceso creativo en su cuaderno o folder.</b></li> <li>• <b>Evaluación Metacognitiva:</b> ¿He logrado mi aprendizaje propuesto en esta actividad? ¿Qué aprendí hoy? ¿Me resultó fácil o difícil de aprender? ¿Por qué?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material para exposición</li> <li>• Aula de innovación, computadora, USB y otros.</li> </ul> <p><a href="https://acortar.link/jip7ul">https://acortar.link/jip7ul</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investiga economía circular, la economía naranja, la digitalización e innovación y cambio climático</li> <li>• <b>Próxima clase:</b> Completa la práctica.</li> </ul>
	ACTIVIDAD DIFERENCIADA	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Completa la actividad.</li> </ul>	

Docente

Coordinadora

LISTA DE COTEJO											
Competencia		Gestiona proyectos de emprendimiento económico y social									
Capacidad		- Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas.									
Desempeño		Recoge en equipo información sobre necesidades o problemas de un grupo de usuarios de su entorno a partir de su campo de interés empleando técnicas como entrevistas grupales estructuradas y otras. <b>Formula la propuesta del modelo de negocios Lean Canvas, completando la información de los nueve bloques de su estructura.</b> Organiza e integra información reconociendo patrones entre los factores de esas necesidades y problemas.									
Nombres y apellidos		Criterios/ evidencias								NOTA	Sugerencias
		1		2		3					
		SI	NO	SI	NO	SI	NO				
1	AVENDAÑO BALLON, Ariadne Xiomara Belen										
2	BENAVENTE HUISA, Ailen Deyanira										
3	BORDA MEDINA, Carol Fernanda										
4	CCAMA LITARI, Abril Luciana										
5	CERVANTES BENTURA, Camila Yamilete										
6	CHOQUE ZAPATA, Mayte Andrea										
7	CRUZ QUISPE, Dayana Daniela										
8	DEL MAR ARATA, Britza Kiara										
9	DELGADO TITO, Lucero Luciana										
10	FERNANDEZ SANTIAGO, KARLA ISABEL										
11	FLORES QUISPE, Diana Alessandra										
12	GARCIA DIAZ, Ivet Yajaira										
13	GUILLEN MEZA, Adriana Sofia										
14	MANUTUPA VARGAS, Yenaira Cristina										
15	MAYTA APAZA, Yhadira Soleil										
16	OLANDA CHANCUAÑA, Victoria Monserrat										
17	OLAVE AYQUI, Allisson Xiomara										
18	PARI MACHACA YINYER										
19	PINO HUARSAYA, Mishel Lindsay										
20	QUISPE CCASANI, Karol Herminia										
21	TICA GUTIERREZ, Avril Carrie										
22	TICONA CALSINA, Yarida Luz										
23	VALDIVIA VALDIVIA, Rafaela Abigail Renata										
24	VARGAS CHOQUE, Maria Fernanda										

1. Recolecta información para elaborar la propuesta de su modelo de negocios.
2. Desarrolla en equipo la estructura del Lean Canvas con la información de su propuesta.
3. Registra la evidencia en su cuaderno.



### ANEXOS

## SESIÓN DE APRENDIZAJE N°3: EL MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS.

**PROPÓSITO:** Formula los bloques del modelo de negocio Lean Canvas, en relación a su propuesta emprendedora para la planificación y ejecución de su proyecto.

**Capacidades:**

Crea una propuesta de valor.

Trabaja cooperativamente en equipo.

## MODELO DE NEGOCIO LEAN CANVAS

El llenado del modelo de negocios Lean Canvas se centra fundamentalmente en entender el problema o necesidad del cliente, para luego poner el foco en el diseño del producto; el lado derecho representa al segmento mercado, también denominado segmento de clientes, mientras que el lado izquierdo muestra la solución y corresponde al segmento producto. El esquema Lean Canvas está constituido por nueve segmentos, llamados "bloques": segmento de clientes, problema, propuesta de valor, solución, canales, flujos de ingreso, estructura de costos, métricas clave y ventaja competitiva.

LIENZO LEAN CANVAS

<b>PROBLEMA</b> Problemas top 3 <i>(Alternativas)</i>	<b>SOLUCIÓN</b> 3 características del producto/ servicio  <b>MÉTRICAS CLAVES</b> Actividades clave a medir	<b>PROPUESTA DE VALOR</b> Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	<b>VENTAJA ESPECIAL</b> Que te hace especial/ diferente.  <b>CANALES</b> Vía de acceso a clientes	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> Segmento objetivo  <i>(Early adopters)</i>
<b>ESTRUCTURA DE COSTES</b> Costos		<b>FLUJO DE INGRESOS</b> Cómo vamos a ganar dinero		

### Segmento de clientes.

El Lean Canvas diferencia entre el "cliente objetivo" o también denominado "segmento objetivo" y los "early adopters". Los early adopters son aquellos primeros clientes, las personas cercanas a tu entorno familiar que están dispuestas a mejorar tu producto o servicio brindando retroalimentación a tu propuesta de valor.

El "cliente objetivo" o "segmento objetivo" es el segmento al que quieres llegar, pero generalmente, hasta no probarlo y validarlo con los early adopters. En el "segmento objetivo", los datos demográficos pueden estar referidos a información general sobre su edad, su sexo, tipo de vivienda, ocupación, ingresos. Los datos demográficos hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones, valores. Ver el siguiente ejemplo:

Un cliente objetivo es el segmento al que quieres llegar, pero generalmente, hasta no probarlo y validarlo con los early adopters. En el "segmento objetivo", los datos demográficos pueden estar referidos a información general sobre su edad, su sexo, tipo de vivienda, ocupación, ingresos. Los datos demográficos hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones, valores. Ver el siguiente ejemplo:

### Soluciones.

Las soluciones son características de la propuesta de valor que corresponden a los problemas planteados, por ejemplo:

- Establecer controles de calidad que garanticen que los productos no sean adulterados, el producto debe tener las autorizaciones sanitarias de los organismos correspondientes.
- Mejorar la distribución de tal manera que se llegue a zonas que actualmente no se llega.
- Mejorar la presentación, no solo en el empaque, sino en variedad de tipos de miel para distintas formas de consumir.

### Estructura de costes.

**Costo:** Valor en dinero de todos los recursos necesarios para la elaboración de un producto o servicio determinado.

Entre los costos más importantes están:

Cuánto te costará crear tu producto o propuesta de valor. Este costo se expresa en dos tipos: costos fijos y costos variables.

Los **costos fijos** son aquellos que intervienen en la elaboración del producto, pero que no varían si aumenta o disminuye la cantidad de unidades elaboradas. Por ejemplo, el costo del alquiler de un espacio siempre será igual, sin importar la cantidad de productos que elabores. En cambio, se denomina **costo variable** cuando el costo aumenta o disminuye dependiendo de cuál es la cantidad de unidades elaboradas. Por ejemplo, el número de envases utilizados, la cantidad de insumos requeridos, entre otros.

PRESUPUESTO BÁSICO - PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO			
NOMBRE DEL PROYECTO		CANTIDAD DE PRODUCTOS	
Miel de abeja		100 unidades	
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>		<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>GASTOS DE INVERSIÓN</b>		<b>GASTOS FIJOS</b>	
<b>GASTOS DE ACTIVOS</b>		<b>GASTOS VARIABLES</b>	
Permisos de funcionamiento de la instalación	1.000,00	Servicios básicos	1.000,00
Decoración	1.000,00	Depreciación de equipos	1.000,00
		Materiales administrativos	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.000,00</b>
		<b>GASTOS FIJOS PRODUCCIÓN</b>	<b>3.000,00</b>
		<b>GASTOS VARIABLES PRODUCCIÓN</b>	<b>300,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>3.300,00</b>

### Problemas

En este bloque también se deben poner las "alternativas existentes" que viene planteando el cliente, ten en cuenta que los clientes de alguna manera están solucionando sus problemas, no están esperando tu solución.

En este ejemplo, las "alternativas existentes" que viene utilizando el cliente, podrían ser:

- Miel líquida.
- Miel de café de azúcar.
- Miel en rogabro sanitario.
- Miel cristalizada.

Hay que establecer tres problemas supuestos (en el ajuste de la validación, estos pueden variar o continuar), por ejemplo:

- Existe desconfianza en su adquisición porque existen productos adulterados.
- El tipo de miel de abeja, que buscan las personas, no se encuentra en otras zonas.
- La presentación de los productos no es la mejor.



<b>Costo de inversión</b>	• Gastos preoperativos generales	• Capacitaciones	• Permisos de funcionamiento
	• Gastos de activos	• Equipos	• Herramientas
<b>Costo de producción</b>	• Costos variables totales	• Materia prima	• Insumos
	• Costos fijos totales	• Depreciación	• Administrativos
<b>Costo total</b>	<b>Costo de inversión + Costo de producción</b>		



### Flujo de ingresos

#### BLOQUE - FLUJO DE INGRESOS

Es una estructura conceptual que establece y explica las estrategias de ingreso del negocio.

Modelo de Ingresos

Algunas preguntas que pueden ayudarte en este bloque:

- ¿Serán ingresos puntuales o de forma recurrente?
- ¿Serán precios fijos o variables?
- ¿Tendremos estacionalidad? ¿Habrá venta cruzada?

### Sustento de la métrica "Unidades vendidas"

La evolución de la métrica "Cantidad de visitas a la página" se ha trabajado en función a la meta establecida y a la cantidad lograda. Con base a ella, se propone las acciones para incrementar el número de visitas a la página web.

META	LOGRO	ACCIÓN
100 visitas a la semana	80 visitas a la semana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar campañas de marketing en redes sociales</li> <li>• Optimizar el contenido de la página web</li> <li>• Utilizar palabras clave relacionadas a los productos</li> <li>• Crear contenido atractivo y de calidad</li> </ul>



#### ESTRATEGIA EN EL CANAL FÍSICO

**Venta cruzada** Consiste en ofrecer otros productos/ servicios complementarios relacionados al producto principal.

SALE SALE

Trajes de bioseguridad

### Canales

#### Canales de Distribución

**1 Canal Físico:** Forma habitual de venta donde se exhiben los productos/servicios, en la cuenta con dos modalidades.

**PRIMERA MODALIDAD**  
La venta es directa, se exhiben los productos en un local hasta donde llega el cliente, selección lo que necesita, compra y se retira.

**SEGUNDA MODALIDAD**  
El vendedor ubica el negocio cerca a los posibles clientes, luego de ofrecer el producto por medio de vendedores lo envía hasta al domicilio de los clientes.

#### ESTRATEGIA EN EL CANAL WEB

**Ingresos por venta digital de cursos** El comprador recibe el curso de manera virtual a través de plataformas virtuales donde incluye materiales, videos y certificación.

**Ingresos por cobro de uso** Cuando se cobra por usar servicios en internet como: alojamiento web, uso de aplicaciones, uso de imágenes entre otros.

**Ingresos por suscripciones** Cuando el cliente hace un pago mensual/semanal/anual por la solución de su problema o para satisfacer una necesidad.

**Ingresos por espacio publicitario** Podemos aprovechar el posicionamiento en el mercado de nuestra propuesta de valor para promocionar otros productos o servicios ajenos al nuestro.

#### Canales de Distribución

**2 Canal Web:** Forma de venta a través de medios digitales (redes sociales, páginas web, app).

Debido al avance tecnológico hay productos/servicios que cambiaron de la forma física a forma digital.

Películas en DVD → Películas online  
 Libro físico → Libro PDF  
 Fotos en computadora → Fotos en redes sociales

### Métricas

#### Conoce los indicadores de la métrica

Las métricas nos permiten medir el ajuste del producto con el mercado para crear algo que los clientes quieran. En nuestro caso, tenemos en el léxico de métricas del Linceo Leon Cervas las siguientes hipótesis planteadas:

- Unidades vendidas.
- Número de clientes.
- Cantidad de visitas a la página.



### METACOGNICIÓN

- ▶ ¿He logrado mi aprendizaje propuesto en esta actividad?
- ▶ ¿Qué aprendí hoy?
- ▶ ¿Me resultó fácil o difícil de aprender?
- ▶ ¿Por qué?



## EVIDENCIA

