NOMBRE:_____

HASTA AQUI PLANTEASTE LAS HIPOTESIS DE LOS BLOQUES (PROBLEMA, SEGMENTO DE CLIENTE, PROPUESTA UNICA DE VALOR Y SOLUCIONES) DEL LIENZO LEAN CANVA

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

Durante los últimos años, en el mundo y en nuestro país ha ido en aumento el uso del "canal web" para la distribución de productos o servicios; en algunos casos, el producto es físico y el canal web, pero en otros casos, tanto el producto como el canal no son físicos, solo existen en forma digital. Por ejemplo, los denominados "motores de búsqueda", como Google, solo existen en web, no existen "físicamente". Para la distribución y venta de sus productos, en el país, muchos negocios, que antes de la pandemia presente solo usaban canales físicos, ahora están incursionando a vender a través de canales web. El caso más importante, por el valor comercial que representa para el país, es el caso del emporio comercial "Gamarra" que se ha subido a la ola de canal web, lanzando su tienda *on-line* y su app. Este emporio, que representa a cerca de 30.000 negocios, ha entrado en operaciones mediante su plataforma digital desde junio de este año, buscando convertirse en la plataforma *on-line* más grande de moda del Perú. En este caso, comercializa y distribuye productos físicos como ropa, telas, elásticos, agujas, maquinarias y otros; a la vez, "Gamarra" mantiene sus tiendas para vender "físicamente".

Esta ola de subirse al comercio virtual, también se está dando con negocios pequeños, en este caso por las redes sociales, se ha empezado a utilizar *Facebook, Instagram, WhatsApp*, entre otros.

AHORA, ANALIZA EL SIGUIENTE RETO:
SEGUN TU EMPRENDIMIENTO ¿QUE CANALES FISICOS Y CANAL WEB USARAS PARA HACER CONOCER TU PRODUCTO A TUS CLIENTES?

LIVEWORKSHEETS