

Este proyecto ha sido cofinanciado con el apoyo del programa Erasmus+ de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones de sus autores, y ni la Comisión Europea ni el SEPIE se hacen responsables del uso que pueda hacerse de la información aquí contenida.

Tema

Emprendimiento y comercio digital

Duración

90 minutos

Nivel

Intermedio

Pasos del pensamiento computacional utilizados

Descomposición
Reconocimiento de patrones
Abstracción
Pensamiento algorítmico

Enfoque metodológico

Gamificación
Aprendizaje basado en retos
Aprendizaje colaborativo
Aprendizaje

CAJA DE APRENDIZAJE DE ACTIVIDADES DESENCHUFADAS

Iniciar un pequeño negocio en línea (tienda virtual, marketplaces)

Esta actividad sin ordenador introduce a los participantes en los fundamentos de la creación y gestión de un pequeño negocio en línea. Los participantes trabajan con tarjetas de escenarios que representan productos, opciones de precios, perfiles de clientes, métodos de envío y estrategias de marketing. Simulan la gestión de una pequeña tienda virtual o la venta a través de plataformas de comercio electrónico, tomando decisiones, identificando patrones en el comportamiento de los clientes y organizando flujos de trabajo. La actividad vincula el emprendimiento con el pensamiento computacional de una manera práctica y accesible.

Grupo objetivo

Adultos con baja cualificación y escasas competencias digitales
Adultos con baja cualificación y escasa formación académica o profesional
Adultos con baja cualificación y escasa participación en programas de formación continua

Objetivos de aprendizaje

Comprender los componentes principales de un negocio en línea
Aprender a organizar los productos, los precios y la logística
Identificar el comportamiento del cliente y las tendencias de ventas
Desarrollar flujos de trabajo estructurados para las operaciones del negocio
Aplicar el pensamiento computacional a la toma de decisiones empresariales

Áreas de Competencia

a) Competencias de Innovación

- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Resolución de problemas
- Comunicación
- Colaboración

experiencial

b) Competencias de Alfabetización Informacional

- Capacidad para acceder, comprender y analizar críticamente la información
- Interpretación de contenido digital y visual
- Conciencia de la influencia y los sesgos de los medios de comunicación

c) Competencias para la Vida y la Carrera Profesional

Flexibilidad y adaptabilidad

Iniciativa y autonomía

Sociabilidad y competencia intercultural

Productividad

Liderazgo y responsabilidad

Resultados del Aprendizaje

Desglosar un negocio en línea en sus componentes clave (productos, precios, envíos, marketing)

Identificar patrones en las preferencias de los clientes y en el comportamiento de compra

Centrarse en los factores esenciales para gestionar con éxito una pequeña empresa

Crear flujos de trabajo paso a paso para gestionar pedidos y clientes

Tomar decisiones fundamentadas sobre la gestión y mejora del negocio

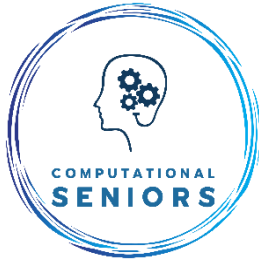
Notas

Utilice tarjetas impresas para productos, tipos de clientes y escenarios de pedidos.

Incluya diversas situaciones empresariales (p. ej., alta demanda, quejas de clientes, retrasos en las entregas).

Fomente los juegos de rol (p. ej., propietario del negocio, cliente, servicio de reparto).

Los facilitadores pueden aumentar la complejidad introduciendo competencia o modificando las condiciones del mercado.



Cofinanciado por
la Unión Europea

Iniciar un pequeño negocio en línea (tienda virtual, marketplaces)

Paso 1: Desglose del negocio en línea

Se introduce a los participantes en el concepto de un pequeño negocio en línea mediante tarjetas de escenarios (productos, precios, clientes, envíos, marketing).

Se les pide que:

- Identifiquen y desglosen los componentes clave de un negocio en línea, tales como:
 - o Productos (qué vender)
 - o Precios (cuánto cobrar)
 - o Envío y entrega
 - o Marketing y promoción
 - o Atención al cliente
- Decidan qué tipo de producto o servicio ofrecerá su negocio
- Organicen estos elementos en categorías claras

Apoyo del facilitador:

- Plantear preguntas orientadoras como: «¿Qué necesitas para empezar a vender en línea?», «¿Qué va primero?»
- Animar a los participantes a visualizar el negocio como un conjunto de partes más pequeñas y manejables

Este paso ayuda a los participantes a comprender la estructura de un negocio en línea al desglosarlo en sus componentes clave.

Paso 2: Reconocimiento de patrones

Los participantes trabajan con escenarios de clientes y datos de ventas sencillos.

Se les pide que:

- Identifiquen patrones en el comportamiento de los clientes, tales como:
 - o Productos populares o comprados con frecuencia
 - o Clientes recurrentes
 - o Demanda estacional (p. ej., mayores ventas durante las fiestas)
- Reconozcan tendencias en precios y preferencias (p. ej., productos más económicos que se venden con mayor frecuencia)
- Debatan cómo las necesidades de los clientes influyen en las decisiones empresariales

Apoyo del facilitador:

- Fomentar la reflexión: «¿Qué productos se venden más?», «¿Cuándo compran más los clientes?»

- Resaltar cómo los patrones pueden orientar la toma de mejores decisiones

Este paso ayuda a los participantes a identificar tendencias y a comprender mejor el comportamiento de los clientes.

Paso 3: Creación de flujos de trabajo (pensamiento algorítmico)

Los participantes diseñan un proceso claro y paso a paso para gestionar las operaciones de su negocio en línea.

Deben:

- Establecer reglas sencillas, tales como:
 - o «Confirmar cada pedido antes del envío»
 - o «Responder rápidamente a las consultas de los clientes»
 - o «Verificar la disponibilidad del producto antes de publicarlo»
- Organizar las acciones en una secuencia lógica; por ejemplo:
 1. Recibir el pedido
 2. Confirmar el pago
 3. Preparar/empaquetar el producto
 4. Enviar el pedido
 5. Gestionar los comentarios o problemas de los clientes

Finalmente, los participantes:

- Presentan su flujo de trabajo al grupo
- Explican cómo su proceso garantiza la eficiencia y la satisfacción del cliente
- Comparan diferentes enfoques y debaten posibles mejoras

Apoyo del facilitador:

- Fomentar el realismo: «¿Funcionaría esto en un negocio real?»
- Plantear desafíos (p. ej., retrasos en la entrega, quejas de clientes) y preguntar cómo se adaptan los flujos de trabajo

Este paso ayuda a los participantes a desarrollar procesos estructurados y replicables para gestionar un pequeño negocio en línea.

Orientaciones para el facilitador

Antes de la actividad

Comience preguntando a los participantes si alguna vez han comprado o vendido productos en línea. Converse sobre los diferentes tipos de negocios en línea, como los de productos artesanales, alimentos locales, ropa o artículos de segunda mano. Explique que gestionar un negocio en línea exitoso implica más que simplemente vender productos; también requiere planificación, organización y atención al cliente. Introduzca los conceptos de pensamiento computacional que ayudarán a los participantes a organizar sus ideas.

Durante la actividad

Anime a los participantes a debatir cada decisión empresarial antes de llegar a una conclusión. Plantee preguntas como: "¿Qué producto tiene más probabilidades de atraer clientes?", "¿Cómo decidirían el precio?" o "¿Qué sucede si varios clientes hacen un pedido al mismo tiempo?". Si los grupos terminan antes de tiempo, plantee nuevos escenarios —como retrasos en las entregas, quejas de clientes o un aumento de la demanda— y anímelos a adaptar su flujo de trabajo sin dejar de satisfacer a los clientes.

Después de la actividad

Invite a los participantes a presentar su modelo de negocio y a explicar el razonamiento detrás de sus decisiones. Compare los diferentes flujos de trabajo y analice cómo la organización y la planificación contribuyen al éxito empresarial. Haga hincapié en que existen muchas soluciones posibles y que, a menudo, los emprendedores deben revisar sus procesos a medida que cambian las necesidades de los clientes y las condiciones del mercado. Refuerce la idea de que el pensamiento computacional facilita una toma de decisiones estructurada en el ámbito del emprendimiento.

TARJETAS DE ESCENARIO

Iniciar un pequeño negocio en línea (tienda virtual, marketplaces)

Categorías de tarjetas

Productos

Precios

Envío

Marketing

Servicio al cliente

Gestión de pedidos

Niveles de prioridad

Esencial

Es imprescindible hacerlo; el negocio no puede funcionar sin ello.

Alta

Importante: afecta directamente a los clientes o a los ingresos.

Media

Útil; puede haber retrasos cuando el equipo está ocupado.

Imprime y recorta las tarjetas de las siguientes diapositivas para usarlas en la actividad

Elegir qué vender

PRODUCTOS

Cuándo: Antes del lanzamiento

Decide qué producto o servicio ofrecerá tu tienda online. Investiga qué tiene demanda y elige algo que puedas conseguir o fabricar.

Prioridad: Esencial

Redactar descripciones de productos

PRODUCTOS

Cuándo: Antes del lanzamiento

Crea títulos y descripciones claros para cada producto. Incluye el tamaño, el color, el material y cualquier otro detalle que los clientes necesiten para decidir.

Prioridad: Esencial

Tomar fotos de productos

PRODUCTOS

Cuándo: Antes del lanzamiento

Fotografía cada producto con buena iluminación y un fondo limpio. Las fotos nítidas aumentan la confianza del cliente y las ventas.

Prioridad: Alta

Consultar disponibilidad de existencias

PRODUCTOS

Cuándo: Antes de publicar y de forma continua

Confirma que dispones de suficiente stock antes de publicar un artículo. Elimina o pausa las publicaciones cuando se agote un producto.

Prioridad: Alta

Establecer los precios

PRECIOS

Cuándo: Antes del lanzamiento

Calcula el costo de cada producto, incluyendo materiales, embalaje y envío. Fija un precio que cubra los costos y genere ganancias.

Prioridad: Esencial

Investigar los precios de la competencia

PRECIOS

Cuándo: Antes del lanzamiento y de forma continua.

Observa a qué precio se venden productos similares en otras tiendas o mercados. Fija precios competitivos sin vender a precios bajos.

Prioridad: Alta

Crear ofertas y descuentos

PRECIOS

Cuándo: Períodos promocionales

Diseña ofertas especiales, como descuentos por paquetes, rebajas de temporada u ofertas para el primer pedido, para atraer a más clientes.

Prioridad: Media

Revisar los precios periódicamente.

PRECIOS

Cuándo: Mensualmente / después de periodos de baja actividad

Verifica si tus precios siguen siendo adecuados. Ajústalos en función de los cambios en los costos de los materiales, la competencia o la demanda.

Prioridad: Media

Seleccionar un método de envío

ENVÍO

Cuándo: Antes del lanzamiento

Decide cómo se entregarán los pedidos: mediante servicio de mensajería, servicio postal o recogida local. Compara el coste, la rapidez y la fiabilidad.

Prioridad: Esencial

Empaquetar los pedidos de forma segura

ENVÍO

Cuándo: Por pedido

Envuelve los productos de forma segura para evitar daños durante el transporte. Utiliza cajas o sobres del tamaño adecuado e incluye una nota de agradecimiento.

Prioridad: Esencial

Gestionar retrasos en la entrega

ENVÍO

Cuándo: Cuando surjan problemas

Si una entrega se retrasa, contacta con la empresa de mensajería e informa al cliente de inmediato. Ofrece una solución, como un reembolso o un reemplazo.

Prioridad: Alta

Gestionar devoluciones

ENVÍO

Cuándo: Cuando se solicite

Establece una política de devoluciones clara. Procesa las solicitudes de devolución con rapidez y gestiona los reembolsos o reemplazos de manera justa y sin demora.

Prioridad: Alta

Promocionar en redes sociales

MARKETING

Cuándo: Todo el tiempo

Comparta fotos de productos, reseñas de clientes y contenido entre bastidores en las redes sociales para atraer a nuevos compradores.

Prioridad: Alta

Recopilar opiniones de clientes

MARKETING

Cuándo: Después de cada venta

Pide a los clientes satisfechos que dejen una reseña. Las opiniones positivas generan confianza y mejoran el posicionamiento de tu tienda en los marketplaces.

Prioridad: Alta

Identificar al cliente objetivo

MARKETING

Cuándo: Antes del lanzamiento

Define quién es tu cliente ideal: su edad, intereses y presupuesto. Adapta tus anuncios y promociones para atraerlo.

Prioridad: Esencial

Lanzar una campaña de temporada

MARKETING

Cuándo: Antes de las temporadas altas

Planifica promociones en torno a festividades, la vuelta a clases o los periodos estivales, momentos en los que la demanda de los clientes suele aumentar.

Prioridad: Media

Responder a las preguntas de los clientes

SERVICIO AL CLIENTE

Cuándo: A diario / en un plazo de 24 horas

Responde a las consultas de manera rápida y cortés. Es más probable que los clientes compren si reciben una respuesta rápida y útil.

Prioridad: Esencial

Gestionar reclamaciones

SERVICIO AL CLIENTE

Cuándo: Cuando surjan problemas

Escucha el problema del cliente sin discutir. Ofrece una solución práctica y haz un seguimiento para asegurarse de que esté satisfecho.

Prioridad: Esencial

Identificar clientes recurrentes

SERVICIO AL CLIENTE

Cuándo: Todo el tiempo

Identifica a los clientes que te compran más de una vez. Recompensa su lealtad con un pequeño descuento o un mensaje personalizado.

Prioridad: Media

Recibir y confirmar pedidos

GESTIÓN DE PEDIDOS

Cuándo: Por pedido

Revisa cada nuevo pedido tan pronto como llegue. Confirma la recepción con el cliente y verifica que el producto esté en existencia.

Prioridad: Esencial

Confirmar pago

GESTIÓN DE PEDIDOS

Cuándo: Por pedido

Verifica que se haya recibido el pago antes de preparar o enviar el pedido. Nunca realices el envío sin haber confirmado el pago.

Prioridad: Esencial

Preparar y enviar el pedido

GESTIÓN DE PEDIDOS

Cuándo: Por pedido

Selecciona, empaqueta y etiqueta el producto. Entrégalo al servicio de mensajería o a la oficina de correos y comparte el número de seguimiento con el cliente.

Prioridad: Esencial

Seguimiento de pedidos y gestión de seguimiento

GESTIÓN DE PEDIDOS

Cuándo: Después del envío

Monitorea el estado de la entrega y envía al cliente un mensaje de seguimiento tras la entrega para asegurarse de que todo haya llegado según lo previsto.

Prioridad: Alta

Patrones de ventas al contado

GESTIÓN DE PEDIDOS

Cuándo: Semanalmente / mensualmente

Analiza qué productos se venden con mayor frecuencia y en qué momentos. Utiliza estos patrones para planificar los niveles de inventario y las futuras promociones.

Prioridad: Alta