



PLAN DE APRENDIZAJE REMOTO

Tecnología

Estimados padres, madres, apoderados y sobre todo queridos estudiantes, considerando la realidad que estamos viviendo hoy como país y a nivel mundial relacionada con este virus que está afectando a los chilenos y a nuestra vida cotidiana, cambiando nuestros hábitos, y lo que hacemos día a día, es que estamos aplicando este plan de aprendizaje que en algunos casos puede ser complejo, pero tenemos que tener presente que la vida nos pone desafíos y pruebas, algunas pequeñas y otras grandes, que debemos saber superar con el apoyo de nosotros sus profesores y el colegio en general, de sus padres, amistadas, etc.

Es por ello que los insto a hacer un esfuerzo en el desarrollo de este material que cada uno de nosotros sus profesores estamos preparando con dedicación y tratando que sea lo más didáctico posible.

A cuidarse y valorar lo que tenemos, fuerza que de esto salimos todos juntos!!!!

Con relación a la guía tiene diferentes actividades de observación e interpretación de datos, de responder preguntas abiertas y completación, la idea es establecer un horario de trabajo diario no muy extenso pero de concentración y sin tener distracciones como computador, celular televisión a no ser que lo requieran para resolver dudas de la misma guía.

También tienen un ítem de desafíos que si tienen internet los pueden resolver.

Por las dudas que se puedan presentar mi correo es el siguiente ipalmahuerta@gmail.com

Saludos cordiales.

Ivonne Palma Huerta, profesora de Ciencias



Servicios N° 3 Tecnología

CONTENIDO	Servicios, características y negocios minoristas.
NOMBRE ALUMNO/A	
OA/AE	Identificar los tipos de negocios minoristas y sus características principales. Relacionar los negocios minoristas con los servicios. Reconocer diferentes servicios.
Habilidades	Observar, describir, identificar, explicar
Instrucciones Generales.	Lean con atención y concentración la guía de contenidos y resuelvan en un lugar en lo posible tranquilo y libre de distracciones como celulares, televisión y computador Las actividades las pueden resolver en la misma guía o en un cuaderno Por cualquier duda que pueda surgir pueden aclararla en mi correo ipalmahuerta@gmail.com



LOS NEGOCIOS MINORISTAS Y LOS SERVICIOS

Un **Servicio** son un conjunto de **acciones** las cuales son realizadas para **servir** a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. La etimología de la palabra nos indica que proviene del latín “**Servitium**” haciendo referencia a la acción ejercida por el verbo “**Servir**”.

Los servicios prestados en una comunidad cualquiera están determinados en clases, a su vez estas clases están establecidas de acuerdo a la figura, personal o institucional que lo ofrece o imparte.

Existen **servicios públicos** y **servicios especializados**. Los servicios pueden ser considerados también como un emprendimiento.

Una vez seguro de que desea emprender un negocio minorista, el primer paso consiste en resolver por cuál tipo de esa forma de negocio siente inclinación

a) TIPOS DE NEGOCIOS

Los negocios minoristas pueden clasificarse en dos tipos: los que manejan productos de diversas clases, comúnmente conocidos como comercios minoristas, y los que no manejan productos, comúnmente conocidos como negocios de prestación de servicios. Naturalmente, algunos negocios funcionan como empresas que a la vez manejan productos y suministran servicios.

1- Minoristas

Hay dos clases básicas de minoristas: los que le trabajan personalmente a su clientela, frecuentemente con una oficina instalada en su propia casa (modalidad que suele denominarse ventas directas) y los que le trabajan desde un almacén o una tienda.



Ambas clases de minoristas buscan atraer clientes, y, por esta razón, las ventas pueden depender mucho de la publicidad. Entre los tipos de establecimientos minoristas más comunes se incluyen:

Negocios minoristas	Negocios minoristas
Aparatos (domésticos, electrodomésticos, etc)	Calefacción y aire acondicionado
Repuestos y partes para vehículos	Artículos para el hogar
Librerías papelerías	Panadería
Materiales de construcción	Joyas, relojes, piedras preciosas.
Ropa	Agencias de ventas por correo
Tiendas por departamentos	Artículos médicos quirúrgicos y hospitalarios
Muebles	Casas rodantes
Fontanería y calefacción	Equipos y artículos de jardinería.
Artículos deportivos	Ferreterías

2. EMPRESAS DE SERVICIOS

Como empresas de servicios generalmente se clasifican aquellas que no se encargan directamente de ofrecer un producto tangible que se compra y se vende. Aunque se incluyan productos o porciones de un producto, lo que suele fundamentalmente pagar el cliente es la habilidad o el servicio de los empleados del negocio.

Entre los más comunes tipos de servicios se cuentan:

Contabilidad	-Consultarla y relaciones públicas
Agencias de publicidad	-Lavanderías.
Clubes atléticos	-Computarización y procesamiento de datos
Estacionamiento de vehículos	-Escuelas de baile
Reparaciones mecánicas y de carrocerías	-Fotocopiado
Arrendamiento y <i>leasing</i> de vehículos	-Servicios científicos
Comunicaciones	-Arrendamiento y <i>leasing</i> de equipos
Hoteles y moteles.	-Reparación de radios y televisores.
Seguros.	-Agencias de viajes.
Asesorías jurídicas	-Cinematógrafos
Laboratorios dentales.	

b) CLASES DE PRODUCTOS

Los productos al menudeo, o artículos de consumo, presentan sus propias características peculiares que requieren diferentes procedimientos de comercialización, según la clase de producto de que se trate. Los productos al menudeo generalmente pueden clasificarse en artículos de primera necesidad, artículos de consumo corriente y artículos especiales.

1. Artículos de primera necesidad

Los artículos de primera necesidad son productos que el consumidor desea comprar con el mínimo esfuerzo y cuyo precio no es una consideración importante.

Las tiendas de alimentos de primera necesidad constituyen el ejemplo típico de un mercado para productos de esta naturaleza. Ofrecen artículos básicos a precios relativamente bajos, que los clientes adquieren con prontitud cuando los necesitan y no los han podido comprar en ninguna otra parte.



La comercialización de productos de primera necesidad generalmente no requiere personal de ventas altamente capacitado. La vecindad de los competidores no es problema porque tales tiendas están abiertas cuando otras no lo están.

La manera como se exhiban y dispongan los productos en este tipo de tiendas es muy importante, pues son considerables las ganancias que se logran con la venta de artículos que los clientes compran llevados por el primer impulso.

2. Artículos de consumo corriente

Antes de adquirir los artículos de consumo corriente, los compradores van de tienda en tienda para comparar precios, calidades, estilos, nivel de servicio y otros factores similares. Esta clase de mercancía no suele tener la salida de los productos de primera necesidad, porque sus precios son relativamente más altos.

La mayoría de los artículos para uso doméstico, la ropa y los automóviles son ejemplos de productos a los cuales el cliente generalmente les dedica un buen tiempo haciendo comparaciones antes de comprar.

Para vender esta clase de productos se requiere un personal muy bien informado y debidamente remunerado, pues su capacidad para explicar las ventajas del artículo en comparación con el de la competencia es decisiva, como también lo es su habilidad para influir en los clientes al llegar el momento de determinar cuánto vale su dinero.

3. Artículos especiales

Invariablemente, los precios de los artículos especiales son relativamente altos, pero esto no preocupa mayormente a los compradores, a quienes interesa ante todo la calidad. Ejemplos de esto son la joyería y el vestuario fino.

A los compradores no es fácil disuadirlos de buscar la tienda donde se venda el producto cuya marca de fábrica quieren.

En el caso de los productos especiales o de lujo, el atractivo de la tienda y la categoría del servicio algunas veces son más importantes que en los de artículos de primera necesidad o de consumo corriente. Tampoco las ventas con precios de descuento revisten importancia, pero sí una publicidad de más vasto alcance.

No todos los productos corresponden exactamente a una de las tres categorías esbozadas. Hay mucho traslapeo de productos e incluso de clientes. Lo que para un cliente constituye un artículo de primera necesidad, para otro puede ser apenas un producto de consumo corriente.

c) CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS QUE SOBREVIVEN

Independientemente del tipo de artículos que finalmente elija para iniciar su negocio, hay algunas características generales que determinan cuáles productos sobreviven en el mercado. De acuerdo con tales características, todo indica que un producto sobrevive si:

- a) tiene un mercado relativamente amplio y no hay un proveedor dominante (es decir, no existe una situación monopolística);
- b) es similar a otros productos que han sobrevivido y tiene la misma aceptación de esos otros productos;
- c) es fácilmente reconocible;
- d) tiene una o más ventajas tales como presentación, empaque, precio o rendimiento)
- e) puede ser mejorado, para conservar su competitividad, si es necesario, o abandonado cuando



termine su ciclo de vida.

Preguntas específicas.

En el momento de decidir cuáles productos ha de mantener en existencia, sería conveniente que se formulara algunas, o todas, de las siguientes preguntas:

- a) ¿Es un artículo cuyo elevado precio haga vacilar a los clientes antes de comprarlo?
- b) ¿Cuál es la fuente del producto?; ¿hay disponibilidad de éste en forma continuada?
- c) Si el artículo llega a requerir garantía, ¿hay quién la proporcione?
- d) ¿Quién suministra y paga el servicio de reparación, en caso de que se requiera?
- e) ¿Es complejo el producto y difícil de utilizar?

¿Cuál es la diferencia entre productos y servicios?

A menudo escuchamos y utilizamos estas palabras y no tenemos claro en qué se diferencian. Algunas personas piensan inclusive que un bien solo puede pertenecer a una de esas clasificaciones.

Tanto los productos como los servicios son bienes que se ofrecen al mercado con el fin de satisfacer una necesidad de los clientes. Lo que los diferencia e, principalmente, es su tangibilidad.

Así un producto es un objeto tangible, es decir que se puede percibir a través de los sentidos (tacto, gusto, oído, olfato), por ejemplo un par de zapatos.

Los servicios son bienes intangibles, no se pueden percibir inmediatamente a través de los sentidos, por ejemplo servicio de salud o servicios legales.

Cabe destacar que los servicios son inseparables, es decir, se producen y se consumen al mismo tiempo. También son variables: un mismo servicio puede variar dependiendo de quién lo presta, cuando o donde. Y no se pueden almacenar.

Clasificación de los Servicios

- Combinaciones entre bienes y servicios

La oferta de una empresa al mercado puede incluir combinaciones entre bien tangible puro y servicio puro:

Un bien tangible puro, como la pasta de dientes; no incluye algún servicio

Un bien tangible acompañado de servicios, como los automóviles que incluyen garantía de reparación.

Un servicio principal acompañado de bienes y servicios menores, como las aerolíneas que ofrecen servicio de transportación (que es intangible) y además servicio de alimentos (que incluye un bien tangible, el alimento, y un servicio de atención, servir los alimentos)

Un servicio puro, como la consulta del médico, o del psicoanalista.

Servicios basados en personas

- Servicios prestados por mano de obra no experimentada
- Servicios prestados por mano de obra experimentada
- Servicios prestados por profesionales.

Servicios basados en equipos



- Servicios automatizados
- Servicios monitoreado por personas experimentadas
- Servicios monitoreados por personas con experiencia relativa.

ACTIVIDADES

ITEM I: Observa las imágenes y luego responde, identificando cada uno de los servicios representados en las fotografías.

 <p>Casino Escolar</p>	<p>1.- ¿Cuál es el servicio que está representado?</p>
 <p>Productora de Eventos</p>	<p>2.- ¿Cual necesidad cumple este servicio?</p>
 <p>Ferias</p>	<p>3.- ¿Qué necesidad satisface?</p>
<p>Servicio Técnico</p>  <p><i>serviciotecnico@concepcioncity.cl</i></p>	<p>4.- ¿Podrías solicitar estos servicios a tu domicilio? Fundamenta.</p>



ITEM II: Complete la tabla, reconociendo cada uno de los servicios, rellenando las celdas COMO APARECE EN EL EJEMPLO

Nombre de la organización	Servicio	Necesidad	Elementos necesarios
Clinica de Reposo	Alimento, Habitación	Cuidado de Ancianos	Habitaciones, cocina y patio
Vulcanización			
Peluquería			
Hospital			
Colegio.			
Gimnasio.			
Cine			
Restaurante			



ITEM III. Conteste las siguientes preguntas.

1-. ¿Los negocios minoristas pueden ser considerados servicios? Argumente.

2-. Indique la clasificación de los servicios.

3-. Compare los servicios con los productos.

4-. Compare los tipos de productos.



5- ¿Qué significa que un producto sea tangible y un servicio intangible?

6- ¿Los productos se pueden combinar con los servicios?. Explique.

7- Nombre las características de los servicios.

8- Indique las características que debe tener un producto para que permanezca en el tiempo.



Ítem IV. Desafíos

Investigue 3 servicios digitales e indique

Cuál o cuáles son las necesidades que satisface

A qué grupo humano está dirigido, es decir usuarios.

Cuáles son las acciones que realizan para satisfacer las necesidades de sus usuarios

Nombre los recursos que utilizan para satisfacer las necesidades de los usuarios.