

Curso: 1° año medio.

Asignatura: Tecnología.

Clase: Guía 10. Desarrollo e implementación de un servicio. Creación de una empresa (segunda parte).

Instructivo:

Lea el texto que se presenta en el contenido.

Realice la actividad pedida, **debe copiar y desarrollar solo los cuadros 1 y 2** en hoja de Word, no envíe todo el documento, o no será recibido, coloque el nombre y curso en cada cuadro.

Envíe al correo de la profesora: colmedo@coelgionuevanazaret.cl hasta el día **viernes 30 de octubre de 2020**, antes de las 22:00 horas, por favor, después de esa fecha y hasta 5 días de atraso tendrá un descuento de 1 punto, pasados los 5 días ya obtendrá un 1.

Recuerde enviar el **archivo desde su correo institucional** con: **Nombre del alumno-Asignatura-Curso-Guía**, porque muchos alumnos no lo mandan como corresponde.

Contenido:

En la guía anterior detectó una necesidad de servicio para desarrollar en su comunidad o barrio, creó una mini empresa y su imagen corporativa (nombre y logotipo).

Ahora corresponde ver si su idea de servicio va a funcionar, para ello hay que hacer un estudio de mercado.

¿Qué es un estudio de mercado?

Estudio de mercado es la recolección y análisis de datos que una empresa u organización realiza para determinar su posicionamiento en la industria con respecto a sus competidores con el fin de mejorar sus estrategias de negocios aumentando así su competitividad.

Son acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado (de tu público objetivo, de tus proveedores e incluso, de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio. Se analizan:

- a) Estudio del producto o servicio: qué vas a ofrecer.
- b) Análisis de la oferta: ¿hay personas interesadas en mi servicio? ¿cuál es mi público objetivo: adultos, niños, jóvenes, mujeres, hombres?
- c) Análisis de la demanda: ¿hay otras personas/empresas ofreciendo el mismo servicio que yo?
- d) Análisis de los precios: ¿se cobra por este servicio? ¿cuánto?
- e) Análisis de los canales de distribución y comercialización: ¿cómo puedo ofrecer mi servicio a mi público objetivo? ¿cómo lo promociono? ¿cómo lo hago llegar a las personas?

Son muchas preguntas ¿verdad? Ahora debe responderlas.

Recuerde que usted creó una empresa ficticia que presta un servicio, por lo tanto, debe tener claro qué va a ofrecer y cómo lo hará, si hay información que no tiene puede suponer las respuestas. Describa lo más detalladamente posible.

Llene el siguiente cuadro con el servicio que creó:

Cuadro 1:

SERVICIO:	
NOMBRE ALUMNO:	CURSO:
Etapa	Describe
a) Estudio del servicio	Qué va a ofrecer
b) Análisis de oferta	Mi público objetivo es (considera sexo, edad, localidad, nivel de estudios, ingresos económicos, etc. Mientras más información tienes sobre tu público objetivo mejor)
c) Análisis de la demanda	¿Es necesario tu servicio? ¿Por qué? ¿Habrá personas interesadas?
d) Análisis de los precios	¿Hay otros ofreciendo este servicio? ¿Cuánto cobran por él? ¿Cuánto cobraré?
e) Análisis de los canales de distribución y comercialización	Aquí identifica formas de hacer llegar tu servicio a tu público objetivo (ventas online, presenciales, stands, etc.) ¿Cómo promociono el servicio?

Una vez listo el estudio de mercado, ya sabrá si su servicio funcionará, si no, es tiempo de corregir o buscar otro servicio.

Llene el siguiente cuadro con las especificaciones de su servicio.

Recuerde que este cuadro lo hizo en la guía 2 pero pensando en un servicio para implementar en el colegio, como no se pudo realizar, ahora ese servicio está pensado en la necesidad que existe en su barrio o comunidad donde habita.

Cuadro 2:

NOMBRE ALUMNO:	CURSO:
TIPO Y NOMBRE DEL SERVICIO	
PROBLEMA EXISTENTE	
SOLUCIÓN EXISTENTE	
SOLUCIÓN QUE USTED PLANTEA	
NECESIDAD QUE CUBRE	
CARACTERÍSTICAS (mínimo 3)	
ELEMENTOS NECESARIOS PARA QUE PUEDA FUNCIONAR	
RECURSOS HUMANOS	
GRUPO DESTINATARIO	

Ejemplo de cómo debe llenar el cuadro:

TIPO Y NOMBRE DEL SERVICIO	Panadería “La Marraqueta”
PROBLEMA EXISTENTE	El problema es que en el barrio no existe una panadería cercana.
SOLUCIÓN EXISTENTE	Hay que ir a una panadería que está a 5 cuadras y se llena porque es la única del sector.
SOLUCIÓN QUE USTED PLANTEA	Planteo instalar una panadería más cercana para que el pan esté al alcance de todos.
NECESIDAD QUE CUBRE	Alimentación
CARACTERÍSTICAS (mínimo 3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiene variedad de panes. 2. Realiza reparto a domicilio. 3. Abre todo el día.
ELEMENTOS NECESARIOS PARA QUE PUEDA FUNCIONAR (Infraestructura, maquinarias, herramientas, insumos o materiales)	<p>Infraestructura: Un local, electricidad, gas, agua, furgón repartidor, mesones, repisas.</p> <p>Maquinaria: Hornos, amasadora, mezcladora.</p> <p>Herramientas: Cortador de pan, bol, moldes, bandejas, batidores, cucharas.</p> <p>Insumos o materiales: Harinas, sal, aceite, manteca, levadura,</p>
RECURSOS HUMANOS (PERSONAS NECESARIAS)	Se necesitan 4 personas: 2 panaderos, 1 vendedor, 1 repartidor.
GRUPO DESTINATARIO	Va dirigido a todo tipo de personas que consume pan.

Cuando ya esté definida su empresa, se debe promocionar, debe darla a conocer a la comunidad, ¿cómo lo hará?

Con una campaña comunicacional, debe hacer la publicidad de ella.

Pero esa actividad se hará en la siguiente guía. Ahí se explicará de qué forma puede dar a conocer su empresa.