

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA JUAN DE DIOS CARVAJAL	Código FP 67
	FORMATO PARA ELABORACIÓN DE MÓDULOS	01-07-2020

<b>MÓDULO No 1</b> <b>FECHA: DEL 25 DE ENERO AL 12 DE MARZO</b>			
Asignatura: Emprendimiento	Grados: 7°1	Intensidad Semanal: 1	Periodo: 1
Docente(s): Oscar Fernando Acosta			
Fecha de entrega: <b>26 DE FEBRERO</b>			
Contacto del/los docentes(s): <b>OSCAR ACOSTA</b> ( <a href="mailto:oscaracosta@iejuedioscarvajal.edu.co">oscaracosta@iejuedioscarvajal.edu.co</a> )			
Horarios y forma de atención del/los docentes(s): <b>WhatsApp (SOLO LOS JUEVES Y VIERNES DE 1 A 5 DE LA TARDE)</b>			
Competencias a trabajar en este modulo Identifica la importancia de las necesidades humanas, como entender cuáles son básicas y cuales secundarias. El alumno entiende e identifica la pirámide de Maslow como elemento visual que define la jerarquía de las necesidades humanas			
Introducción:			
<p><b>¡Hola Queridos Estudiantes!</b></p> <p>Continuamos en este confinamiento para salvar nuestras vidas y la de nuestros seres queridos, hoy llegamos a ustedes a través de este nuevo módulo de trabajo, el cuarto y esperamos que sea de los últimos, deseamos verte pronto, verte sano y verte feliz. Aquí estamos para ayudarte y acompañarte, recuerda que cuentas con nuestro apoyo. Cuídate, no salgas de tu casa, ayuda con los quehaceres del hogar y sé tolerante para que la convivencia sea más fácil en esta larga cuarentena, cuida también de tu salud física y mental.</p> <p>Este módulo funciona igual a los anteriores, debes leer muy bien la teoría y luego contestar las preguntas del taller, ten en cuenta que todo lo que necesitas para solucionar el taller está en este mismo documento. Si tu conexión a internet es buena puedes hacer las actividades de profundización, no son obligatorias. No olvides seguir las recomendaciones para tomar fotos si lo vas a hacer con tu celular o utiliza Word o cualquier otra herramienta tecnológica si tienes la facilidad y quieres hacerlo.</p>			



**UN DÍA MIENTRAS SE**



ALGUNOS TIPS QUE TE AYUDARÁN EN ESTOS DÍAS DE CUARENTENA

**Como siempre, me levanto temprano**



AUN TENGO SUEÑO... PERO ES UN NUEVO DÍA PARA NUEVAS AVENTURAS

**Me baño y me pongo ropa limpia**



CREO QUE VOY A USAR ESA ROPA DE MI CLOSET QUE TENÍA OVIDADA

**Como un desayuno que me dé energía**



UN BUEN DESAYUNO PUEDE TENER: BEBIDA CON LECHE CEREAL FRUTA PROTEÍNA HARINA

MI MASCOTA ESTÁ MUY FELIZ PORQUE ESTOY TODO EL DÍA EN CASA PARA JUGAR CON EL



**Hago las guías que me envió mi 'profe'**

**No olvides ESTUDIAR un rato**

Mira las noticias o canales educativos y recreativos. Aprovecha la televisión.

**Almuerzo con mi familia**



LOS ALMUERZOS ESTOS DÍAS SON UN EXPERIMENTO NUEVO DE SABORES

**Ayudo con las tareas del hogar...**



VOY A APROVECHAR PARA LAVAR MIS MANOS MUY BIEN

**Organizo mi cuarto**



AHORA YA TENGO MÁS ESPACIO PARA JUGAR

**También hay tiempo para jugar**



ESTE ES UNO DE MIS MOMENTOS FAVORITOS DEL DÍA, CONSTRUIR NUEVAS HISTORIAS CON MIS JUGUETES Y ENSEÑARLES LO QUE APRENDI DURANTE EL DÍA

RECUERDA QUE A LO LARGO DEL DÍA DEBES LAVAR TUS MANOS MÍNIMO CADA TRES HORAS



Cuida a los que **más** quieres



**Después de comer, me acuesto temprano**

(NO ESTAMOS DE VACACIONES!)

Tomado de: <https://www.educacionbogota.edu.co>

## Modulo 1

# El mercado y los clientes

### El mercado

Un mercado se compone de un conjunto de personas con necesidades por satisfacer, y dinero y voluntad para gastarlo, localizadas en un área geográfica o sector en donde también existen empresas o negocios que satisfacen sus necesidades o deseos particulares, lo que los lleva a establecer una relación de **intercambio**, generalmente de dinero por bienes o servicios.

### El cliente

El cliente es una persona que invierte o gasta una cantidad de dinero en la consecución de un bien o de un servicio. Estos bienes y servicios son ofrecidos por empresas o personas en un contexto denominado mercado. En general todas las personas son clientes, consumidores o usuarios de algo o de alguien, pues siempre compran productos o utilizan servicios.

Por ejemplo, tu familia es cliente de la tienda en donde le venden pan, leche y huevos. Es cliente del supermercado o del almacén de zapatos y de ropa; también es cliente de la compañía que le brinda el servicio de telefonía celular, entre otros.

### Cientes externos e internos

**Los clientes externos** son aquellos que compran en una empresa o negocio y desarrollan una relación con base en el producto o servicio que se les vende.

**Los clientes internos** son los empleados o colaboradores de la misma compañía, que están relacionándose continuamente entre ellos.





▲ La calidad de la atención que reciben los clientes es uno de los factores que determina la fidelidad.

### Cientes actuales y potenciales

Los clientes también se pueden clasificar según la relación que tengan con la empresa; dicha relación puede ser actual (en el presente), es decir, los que compran hoy, o puede ser potencial, es decir, aquellos que no siendo clientes pueden llegar a serlo.

### Cientes activos e inactivos

Si se tiene en cuenta la frecuencia de compra, existen clientes que mantienen una **periodicidad** y fidelidad a la empresa o negocio; a éstos se les llama activos. Hay otros clientes cuyos períodos de compra son **irregulares** y, por lo tanto, en ocasiones compran, en otras van a la competencia, o sencillamente no se mantienen fieles a la empresa; estos clientes se llaman inactivos.

### Desarrolla competencias empresariales

1. Indaga en tu familia cuál es el supermercado en el que con mayor frecuencia hacen las compras. Identifica cinco razones que justifiquen esa tendencia.
2. ¿Qué relaciones puedes establecer entre clientes actuales, satisfechos y fieles?



Amplía información en: [http://www.emprendimientonorma.com/nivel\\_e/tema1/profundiza/](http://www.emprendimientonorma.com/nivel_e/tema1/profundiza/)

### Cientes, según la satisfacción

De acuerdo con el grado de satisfacción, los clientes pueden clasificarse en altamente satisfechos, satisfechos e insatisfechos.

Los clientes **altamente satisfechos** son aquellos que sienten que sus compras cumplen plenamente sus expectativas, incluso más allá de lo que esperaban. Los clientes **satisfechos** son los que sienten que el producto o servicio que compraron cumple justamente con sus expectativas esperadas. Los clientes **insatisfechos** son quienes sienten que el producto o servicio adquirido no cumple con sus expectativas.

### Cientes fieles e infieles

El cliente **fiel** es aquel que a través del tiempo permanece leal a una marca, a un producto, a un servicio o a una determinada empresa o almacén.

El cliente **infiel** cambia constantemente de empresa debido a múltiples factores como el precio, la calidad del producto, el tipo de atención recibido o simplemente porque piensan que debe darse una oportunidad para intentar y probar otras opciones con otras empresas y otros productos.

El concepto de **fidelidad** se relaciona con el de **satisfacción** como la consecuencia final y fundamental de la permanencia o no de los clientes con las empresas y con los productos o servicios que compran.

En este punto cabe la pregunta: ¿qué es o en qué consiste la satisfacción de las personas?

Parece ser que la satisfacción es un sentimiento que se origina en la **percepción**, agradable o desagradable, de las experiencias personales que a todos les suceden según afecten los sentidos y los pensamientos, es decir, lo que es grato a tus ojos (lo visual), a tus oídos (lo auditivo), o a tu manera de sentir (lo quíntico), a través de los cinco sentidos: olores, colores, sabores, sonidos y experiencias sensoriales. Todas las experiencias positivas generalmente las quieres repetir y las que no te gustan deseas evitarlas.

## Experiencias de satisfacción

Cada persona tiene unos gustos determinados, lo cual depende de factores como las experiencias vividas, las capacidades desarrolladas y hasta el énfasis que se haga en un determinado órgano de los sentidos. Cuando compras un producto o un servicio pasa igual; éste te causa satisfacción o insatisfacción.



## Satisfacción del cliente

Se entiende por satisfacción del cliente la capacidad que tiene una empresa o negocio para cumplir con las **expectativas** de éste. Esta expectativa se mide por el conocimiento que el cliente tiene sobre el producto o el servicio y por la forma como utiliza o consume lo que compra.

Si un cliente compra un computador su expectativa se basa en la calidad del producto y en la utilidad que le presta cuando lo usa. Igualmente, si asistes a una biblioteca, que ofrece un servicio, esperas encontrar el libro que necesitas. En el primer caso, el producto deber reunir unos requisitos técnicos y mecánicos para que el cliente perciba su uso efectivo y su utilidad; en el caso de la biblioteca el libro debe estar en buen estado, debe estar disponible y además los bibliotecarios deben ser amables y atentos.

## Beneficios de la satisfacción del cliente

- **Creación de fidelidad**, es decir, permanencia y lealtad en la compra del producto o servicio.
- **Es un agente publicitario**. Un cliente satisfecho divulga su satisfacción y se produce un fenómeno denominado "voz a voz" que consiste en una publicidad a través de la cual un cliente habla bien sobre un producto, servicio o empresa; esta publicidad es gratuita y beneficiosa para la empresa. Es como si se cumpliera el refrán con base en el cual "un cliente satisfecho trae más clientes".
- **Aumenta el volumen de ventas**. La suma de todas las compras contribuye a la llamada **participación en el mercado**, que se refleja en el volumen total de ventas de un producto o servicio, en un país o en una determinada región.

## Desarrolla competencias Empresariales

1. Elabora una lista con cinco aspectos que, según el producto o servicio, te gustaría encontrar o evitar cuando compras. A continuación, dos ejemplos:

PRODUCTO O SERVICIO	FACTORES DE SATISFACCIÓN	FACTORES DE NO SATISFACCIÓN
Un vaso de limonada natural	La frescura de los limones y el nivel de azúcar.	Que tenga agua en exceso.
Un juego de video	Que sea nuevo, retador e interesante.	Que requiera de otros complementos costosos.

### Estudiar el mercado

Establecer si los clientes están satisfechos o no es un problema que se resuelve con una investigación de las condiciones en las que se encuentra el mercado. Entre otras, se debe indagar sobre lo que piensan los clientes en relación con aspectos como producto, servicios, el manejo de las quejas y los reclamos y todas las actividades relacionadas con el proceso de **posventa**.

Estudiar el mercado sirve para determinar:

- **La cantidad de clientes** que muy probablemente van a adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un lapso de tiempo.
- **El precio** que los clientes están dispuestos a pagar por los bienes o servicios ofrecidos. Con esta información se puede establecer el precio apropiado para competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.
- **Las características** y especificaciones del servicio o producto que desea comprar el cliente.
- **El tipo de clientes** interesados en los bienes y servicios ofrecidos, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.



▲ La satisfacción de los clientes es el reflejo de factores como la calidad de los productos, los precios y la buena atención, entre otros.

### Vocabulario

**Posventa** (p. 10): tiempo que transcurre después de la compra durante el cual el vendedor o fabricante garantiza asistencia, mantenimiento o reparación de lo comprado.



### Sondeo de mercado

Para hacer estudios de mercado se dispone de dos herramientas: los sondeos de mercado y los estudios de mercado.

Un **sondeo de mercado** es una técnica sencilla que se utiliza para saber con mayor certeza qué es lo que los clientes desean comprar, qué les gusta y qué no les gusta, o qué cambios se pueden hacer que sean de beneficio para todos. Los sondeos son generalmente **cuestionarios** o **entrevistas** que son resueltos por los clientes.

### Estudio de mercado

Un estudio de mercado es una investigación que sirve para recopilar, registrar y analizar, de manera organizada, los datos y las cifras relacionados con toda clase de clientes, del mercado, los segmentos y el sector.

Las empresas y los negocios deben mantenerse actualizados sobre los cambios en las condiciones del mercado, en las necesidades o gustos de los clientes y en la llegada de nuevos productos o servicios con los cuales hay que competir.

Un estudio de mercado debe responder:

- Cómo se comporta el entorno.
- Cómo se comporta el cliente.
- Cómo se comportan los principales competidores.
- Cuáles son las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la empresa.

⚠ Algunas empresas acuden a la vía telefónica para adelantar los estudios de satisfacción de los clientes.

## Evaluación

1. Relaciona, con una línea, el concepto de la columna de la izquierda con su explicación de la columna de la derecha.

Actuales  
Potenciales  
Activos  
Inactivos  
Altamente satisfechos  
Satisfechos  
Insatisfechos  
Fieles  
Infieles

- Cambian constantemente de empresa debido a múltiples factores.
- Mantienen una periodicidad y fidelidad a la empresa o negocio.
- Los que compran hoy.
- Aquellos que, a través del tiempo, permanecen leales a una marca, a un producto o a un servicio.
- Sienten que sus compras cumplen plenamente sus expectativas.
- Sienten que el producto o servicio que compraron cumple justamente con sus expectativas.
- Aquellos cuyos periodos de compra son irregulares.
- Aquellos que no siendo clientes pueden llegar a serlo.
- Sienten que el producto o servicio adquirido no cumple con sus expectativas.

1. Si quisieras medir la satisfacción de los clientes de la panadería del barrio, ¿Qué elementos tendrías en cuenta? ¿por qué?
2. ¿Por qué se afirma que la satisfacción de un cliente está relacionada con las experiencias y los sentidos?
3. ¿Qué importancia puede tener para un negocio conocer quiénes son sus clientes potenciales?

**Taller:**

**Desarrollar las actividades propuestas dentro de la teoría del módulo.**

**Tendremos encuentros sincrónicos por la plataforma Google Meets,** donde en ese espacio les explicare los pormenores de la actividad y resolveré las dudas que tengan al respecto y así facilitar el trabajo que tienen.

**Evaluación:**

Recuerden que no hay un formato específico para su trabajo, lo puede hacer tanto en recursos tecnológicos, como a mano y enviar por correo, WhatsApp, entre otros

Si no puede por esos medios, comuníquemelo y buscamos la solución.

PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN DE TRABAJO CON MÓDULOS					
EJE A EVALUAR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SUPERIOR	ALTO	BÁSICO	BAJO
<b>Responsabilidad e Interés</b>	Leí toda la información del módulo.				
	Realicé las actividades teniendo en cuenta un horario				
	Realicé las actividades completas y en el tiempo establecido				
	Seguí atentamente las instrucciones de cada actividad				
	Hice preguntas a un adulto cuando no comprendí algo				
<b>Académico</b>	Estudie todos los temas propuestos				
	Desarrolle cada una de las actividades propuestas				
	Hice uso de la estética para la realización de trabajos				
<b>Sobre el módulo</b>	El contenido fue interesante y entretenido				
	Los temas incluidos me aportaron como persona				
	El contenido fue de fácil comprensión				
<b>Mi opinión sobre el trabajo realizado y sugerencias:</b>					

**Bibliografía:**

Tomado de: Cartilla norma “Educación para el emprendimiento”