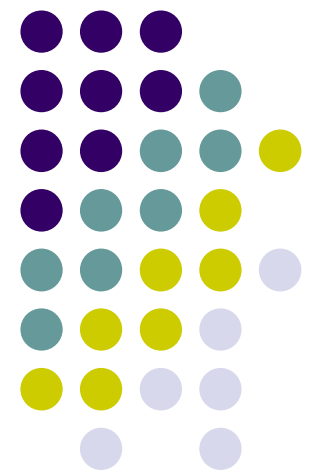

El negocio de los servicios

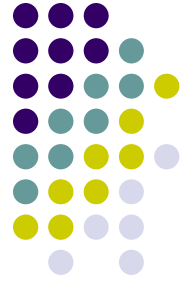




Qué es un servicio?

- Es un acto o desempeño que ofrece una parte a otra.
- Son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado a favor del receptor del servicio.

Características del servicio



- Intangibilidad
- Inseparabilidad
- Heterogeneidad o Variabilidad
- Caducidad
- Simultaneidad de la producción y el consumo

Intangibilidad



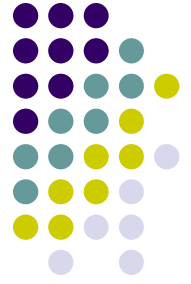
- Los servicios no pueden verse ni tocarse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición.
- Para reducir incertidumbre causada por la intangibilidad, los compradores buscan una evidencia tangible que les proporcione información y confianza sobre el servicio.
- La naturaleza del desempeño es la que proporciona los beneficios.



Dramaturgia en el servicio

- La idea del servicio como un desempeño que no es posible, tocar o retirar conduce a al uso de metáforas teatrales para la administración del servicio, que comprar la entrega del servicio con la representación de una obra, siendo el personal de servicio los actores y el cliente la audiencia.



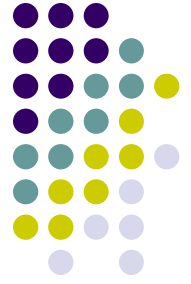


Inseparabilidad

- En los servicios de hospitalidad, el proveedor del servicio como el cliente deben estar presentes para que la transacción se lleve a cabo.
- También significa que los clientes forman parte del producto (pareja, grupo)
- Los clientes y los empleados deben conocer el sistema de entrega del servicio.(forma de pago)



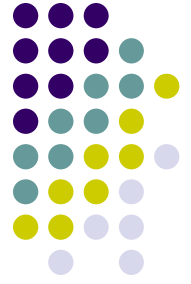
Heterogeneidad o Variabilidad



- La falta de consistencia en el producto es una causa importante de la insatisfacción del cliente.
- El alto grado de contacto entre el proveedor de servicios y el cliente, significa que la consistencia de los productos depende de las habilidades y el desempeño del proveedor.

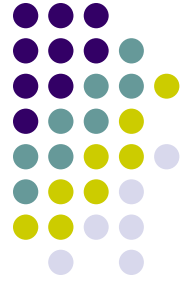


Caducidad o Carácter perecedero



- Los servicios no pueden almacenarse.
- Para que los servicios aumenten al máximo las ganancias, deben manejar la capacidad y la demanda, y que no pueden vender el inventario no vendido.
- Ejm. Si un Hotel cuenta con 100 habitaciones no pueden reservar 140, especulando que las personas que reservaron no lleguen.

Aspectos distintivos de los servicios



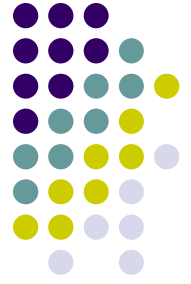
- El servicio se debe adaptar a las necesidades del cliente, tener un precio realista y distribuirse a través de los canales convenientes y promoverse en forma activa con los clientes.

Aspectos distintivos de los servicios



- Los clientes no son propietarios de los servicios
- Las personas como parte del servicio
 - El manejo de los encuentros entre los clientes y el personal de servicio servicio para lograr una experiencia satisfactoria es un reto para las empresas.
- Mayor variabilidad en las entradas y salidas operativas
 - El servicio se lleva a cabo mientras el cliente no esta y también cuando está presente.

Aspectos distintivos de los servicios



- Dificultad en la evaluación de los clientes
 - Algunos servicios destacan la propiedad de la experiencia que se percibe solo después de la compra.
 - Una empresa que adquiera la reputación de ofrecer un trato ético a sus clientes ganará la confianza.
- Ausencia de inventario de servicio después de su ejecución.

Cómo difieren los servicios entre sí?



- Importancia del factor tiempo.
- Diferentes canales de distribución.
- Servicios esenciales y suplementarios
 - Ejm. En el servicio de la hospitalidad se complementa con alimentos y bebidas.

www.gamboaresort.com



Tipos de servicios



- Grado de calidad, tangible o intangible
- Quién o que es el receptor directo del proceso de servicio?
- El lugar y el momento de la entrega del servicio.
- Personalización vs estandarización
- Naturaleza de la relación con los clientes
- Nivel de equilibrio entre oferta y demanda
- Grado en que las instalaciones, el equipo y las personas forman parte de la experiencia del cliente

Preguntas

Asignación de lectura

