



# Gestión de Operaciones

---

## Capítulo 5: Diseño de las Operaciones de Servicio



# Introducción

---

- Antecedentes:
  - En Estados Unidos más del 70% del PNB y el 80% de la fuerza de trabajo están enclavados en el sector de servicios.
  - En los países industrializados cerca del 70% de los empleados trabajan en el área de servicios.



# Introducción

---

- Servicios Típicos:
  - Transporte.
  - Medicina.
  - Finanzas. Comunicaciones.
  - Comercio.
  - Educación.



# Características

---

- Principales características de los servicios:
  - Son intangibles (ejemplo: corte de pelo).
  - Se producen y consumen en forma simultánea.
  - Sólo se puede observar su resultado después de hechos.
  - Requieren de contacto directo con el cliente.
  - Son no inventariables.
  - Generalmente corresponden a una mezcla de atributos tangibles e intangibles (paquete de servicios).



# Características

---

- Pueden ser:
  - Internos:
    - Procesamiento de datos.
    - Mantención de equipos.
  - Externos:
    - Comercialización.
  - In:
    - Servicios de limpieza.
    - Reparaciones.
  - En la base:
    - Hospital.
    - Peluquería.



# Características

Manufactura	Servicios
El producto es tangible	El servicio es intangible
La propiedad se traslada al momento de la compra	Generalmente no se traslada la propiedad
Se puede revender el producto	No es posible revenderlo
Se puede hacer una demostración del producto antes de la compra	El producto no puede almacenarse
La producción precede y el consumo pueden separarse en el espacio	La producción y el consumo deben ocurrir en el mismo lugar
El producto puede transportarse	El producto no puede transportarse (aunque pueden transporta a los productores)
El vendedor produce	El Consumidor toma parte parte directamente en el proceso de producción y de hecho puede realizar una parte de la producción
Es posible un contacto indirecto entre la compañía y su cliente	En la mayoría de los casos se necesita un contacto directo
El producto puede exportarse	Normalmente no se puede exportar el servicio, pero el sistema de suministro de servicio sí
La empresa se organiza por funciones, separando ventas y producción	Ventas y producción no pueden separarse como funciones

## Diferencias entre Manufactura y Servicio

# Marco Conceptual



## El Triángulo de Servicio



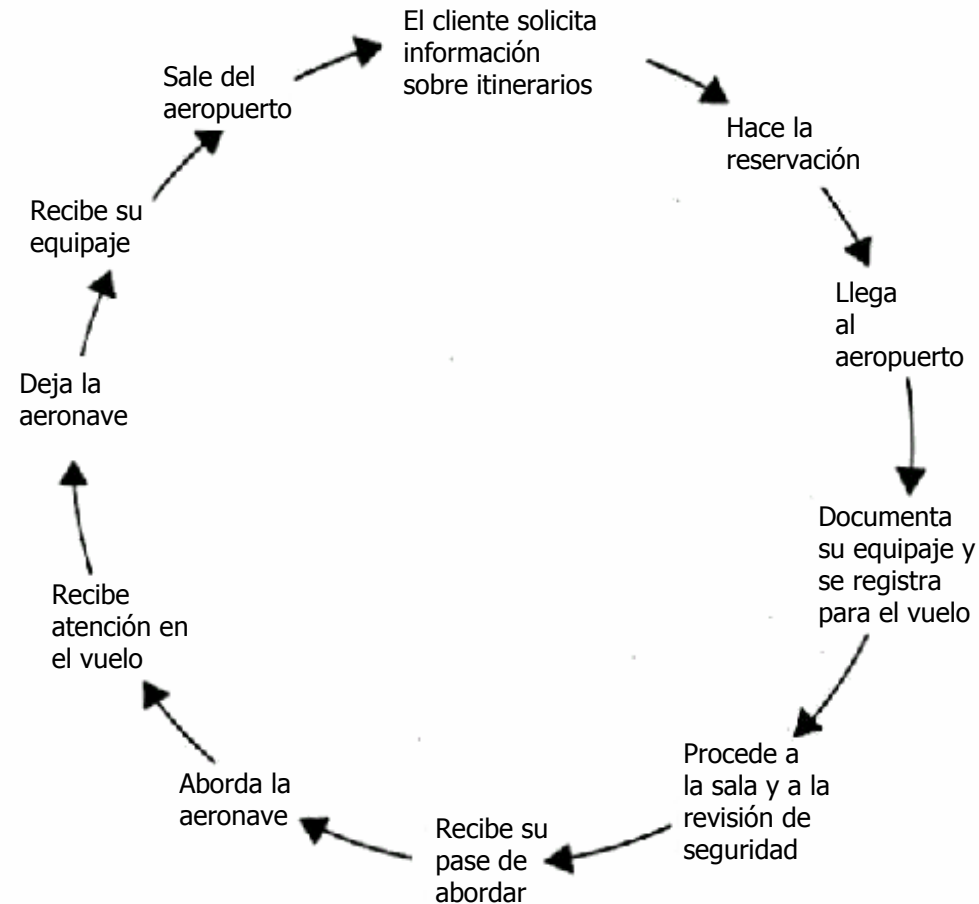
# Marco Conceptual

---

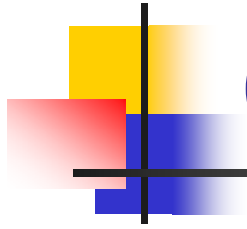
- Requerimientos para un buen servicio:
  - ☆ Saber quién es el cliente y cómo satisfacerlo.
  - 🕒 Asientos cómodos, formatos fáciles de llenar, ambientes agradables...
  - 🕒 Empleados orientados a servir al cliente.
  - 🕒 Computadores que no fallen.  
Sistemas rápidos, confiables y fáciles de usar.
  - 🕒 Diseño de sistemas según la línea estratégica de la empresa.
  - 🕒 Personal conozca e identifique la estrategia.



# Ciclo de Servicio



## Ciclo de Servicio de una Línea Aérea



# Ciclo de Servicio

---

- Para tener en cuenta:
  - Comienza cuando el cliente entra en contacto con el suministrador del servicio y termina cuando sale.
  - Es importante analizar todos los puntos de contacto con el cliente en las distintas etapas y ver cómo mejorar cada uno.

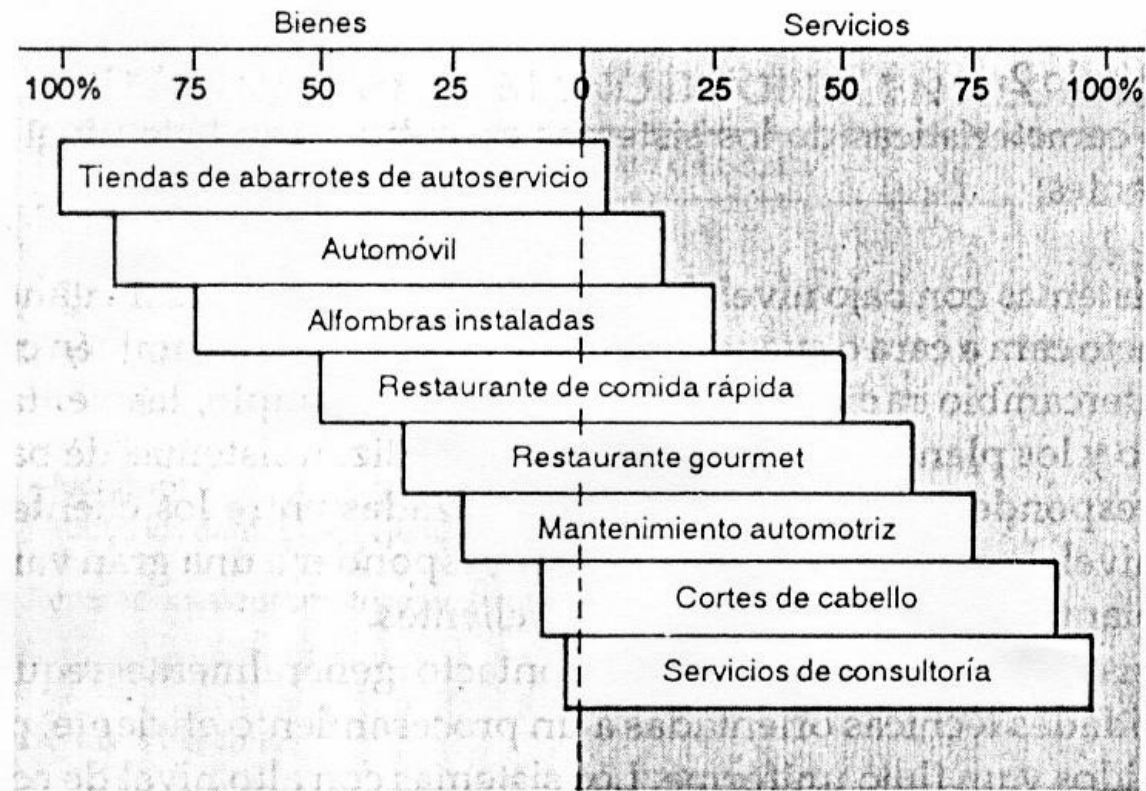


# Ciclo de Servicio

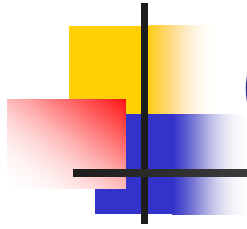
---

- ¿Cómo evitar errores en cada paso?:
  - Bandejas.
  - Beep en tarjeta RedBanc.
  - Llamadas de dentista a pacientes.
  - Colas en Disney.
  - Trenes 1900.

# Definición de los Productos del Servicio



## Comparación de Paquetes de Bienes y Servicios



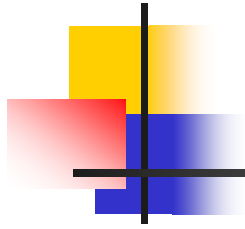
# Contacto con el Cliente

---

- Características:

- Los sistemas con bajo nivel de contacto:

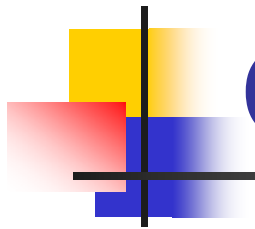
- Se pueden utilizar cuando no se requiere un contacto cara a cara o cuando el cliente no desee esto.
      - Redbanc.
      - Venta por catálogo.
    - Requieren de gente con habilidades técnicas orientadas a un procesamiento eficiente, procedimientos bien definidos y un flujo uniforme.
    - Requieren de menores precios y mayor estandarización.



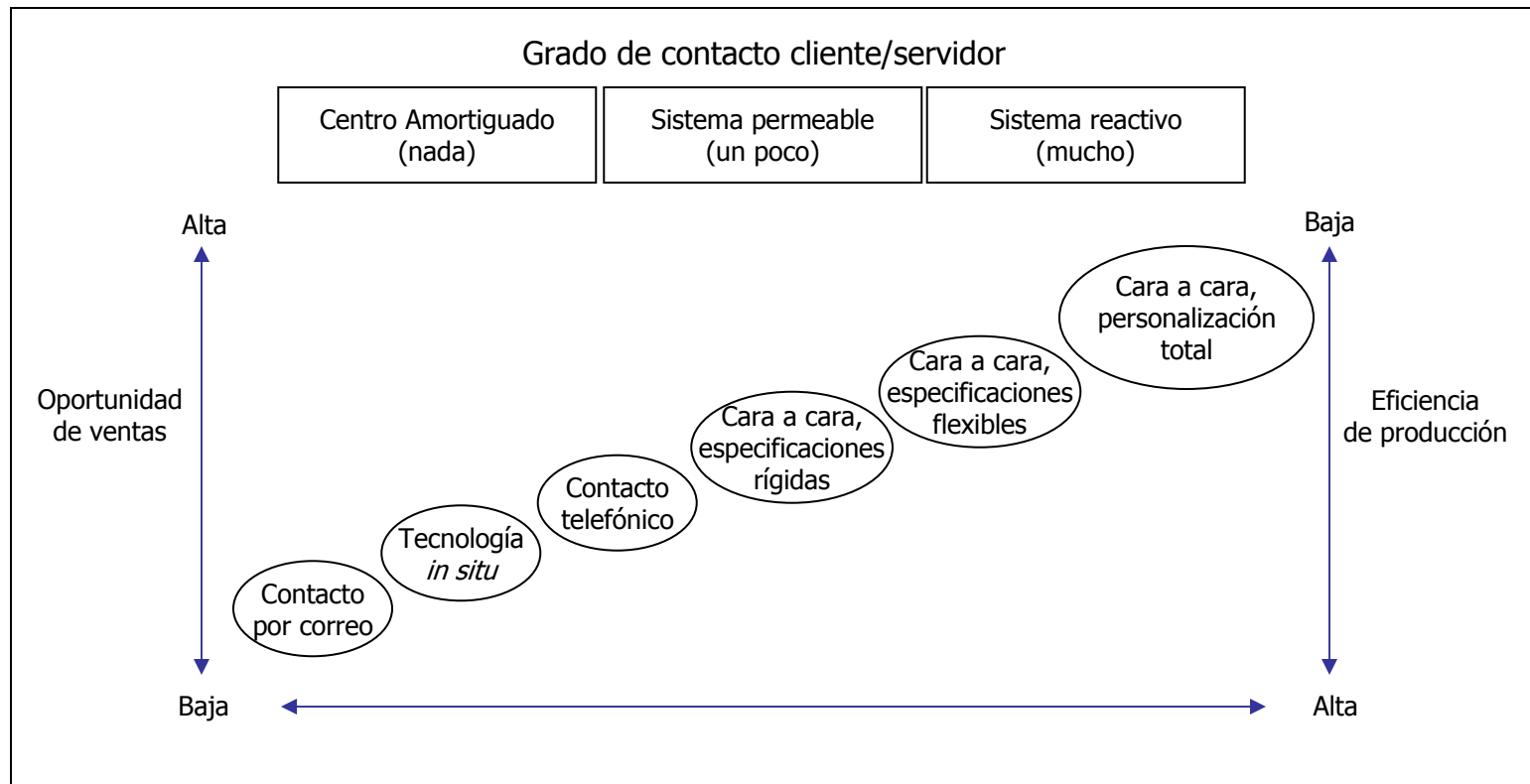
# Contacto con el Cliente

---

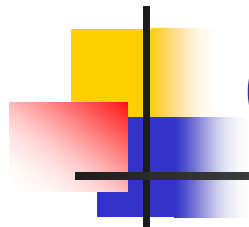
- Los sistemas con alto nivel contacto:
  - Son ideales para responder a una gran variedad de demandas cambiantes o poco seguras entre los clientes.
  - Requieren de gente con buenas habilidades interpersonales, incluyendo versatilidad, personalidad, flexibilidad y orientación al cliente. aceptación al cliente
  - Requieren de mayores precios y ofrecen una mayor adaptación a las necesidades del cliente y conveniencia.
- Ejemplos:
  - Paquetes de turismo.
  - Servicios financieros.
  - Personal versus carta mensual con recomendaciones de compra.



# Contacto con el Cliente



## Grado de Contacto Cliente-Servidor

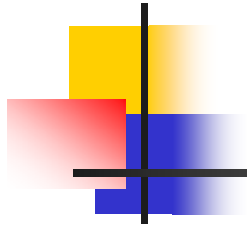


# Contacto con el Cliente

## INTENSIDAD DE LA MANO DE OBRA EN ALGUNOS SERVICIOS

<b>Servicios con baja intensidad de mano de obra:</b>	<b>Relación capital - mano de obra</b>
Servicios eléctricos, gas, servicios sanitarios	14.21
Comunicaciones	5.31
Entretenimiento y recreación	2.49
Hospitales:	
- enseñanza	1.59
- lucrativos	1.63
- todos los demás (por ejemplo, comunitarios)	1.75
Reparaciones automotrices y de otro tipo	1.60
Transporte	1.27
Servicios bancarios	1.20
Hoteles, etc.	1.01
<b>Servicios con alta intensidad de mano de obra:</b>	<b>Relación capital - mano de obra</b>
Valores, intermediarios en mercancías	0.15
Agentes y servicios de seguros	0.18
Servicios empresariales (por ejemplo, publicidad, informes de crédito, correo y reproducción, servicios de construcción, suministro de personal, computadoras y procesamiento de datos, consultoría en administración y relaciones públicas)	0.42
Comercio al mayoreo	0.54
Comercio al menudeo	0.62





# Matriz de Servicio

		Grado de interacción y adaptación	
		Bajo	Alto
Grado de intensidad de la mano de obra	Bajo	<b>Fábrica de servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aerolíneas</li><li>- Camiones</li><li>- Hoteles</li><li>- Balnearios y lugares de recreación</li></ul>	<b>Taller de servicio:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Hospitales</li><li>- Reparación de automóviles</li><li>- Otros servicios de reparación</li></ul>
	Alto	<b>Servicio masivo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Comercio al menudeo</li><li>- Comercio al mayoreo</li><li>- Escuelas</li><li>- Aspectos de la banca comercial</li></ul>	<b>Servicios profesionales:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Médicos</li><li>- Abogados</li><li>- Contadores</li><li>- Arquitectos</li></ul>

## Matriz de Servicio