



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

**FAMAF**  
Facultad de Matemática, Astronomía,  
Física y Computación



UNC

Universidad  
Nacional  
de Córdoba

# DIPLMATURA

## CIENCIA DE DATOS, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SUS APLICACIONES EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS



# Administración Estratégica de Datos

## ¡Bienvenidos!



# Fuerzas poderosas están transformando los mercados





# ¿ Qué son los servicios?



# ¿Qué son los servicios?

- **La perspectiva histórica**

- Smith (1776): Los servicios difieren de los bienes porque son **perecederos**
- Say (1803): Como los servicios son **inmateriales**, el consumo **no puede separarse** de la producción

- **Una perspectiva actual: Beneficios sin la propiedad**

- Arrendamiento de bienes:
  - a) Pago que se hace por utilizar o tener acceso a algo – generalmente durante un periodo definido – en vez de adquirirlo por completo y
  - b) Permite la participación en sistemas de redes que los individuos y las organizaciones no podrían costear



# ¿Qué son los servicios?

**Existen cinco categorías generales dentro del marco de referencia de la no propiedad, y es posible combinar dos o más categorías**

Servicios de  
bienes alquilados

Alquiler de  
espacios y  
lugares definidos

Contratación de  
mano de obra y  
pericia

Acceso a  
ambientes físicos  
compartidos

Acceso y uso de  
sistemas y redes



# Definición de los servicios

- **Los servicios**

- son **actividades económicas** que una parte ofrece a otra
- generalmente utilizan **desempeños basados en el tiempo** para obtener los resultados deseados

- **A cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo, los clientes de servicios esperan obtener valor**

- al acceder a bienes, fuerza de trabajo, instalaciones, entornos, habilidades profesionales, redes y sistemas;
- por lo general **no adquieren la propiedad** de cualesquiera de los elementos físicos involucrados.



# Servicios – Una perspectiva del proceso

- **Existen diferencias entre los servicios, dependiendo de qué es lo que se procesa**
- **Los servicios se clasifican en:**
  - ➔ **Procesamiento hacia las personas**
  - ➔ **Procesamiento hacia las posesiones**
  - ➔ **Procesamiento como estímulo mental**
  - ➔ **Procesamiento de la información**





## 4 Categorías de servicios

	¿Quién o cuál es el receptor directo del servicio?	
Naturaleza de la acción del servicio	Personas	Posesiones
Acciones tangibles	<b>Procesamiento hacia las personas</b> (servicios dirigidos al cuerpo de los individuos): <ul style="list-style-type: none"><li>• Estilistas</li><li>• Cuidado de la salud</li></ul>	<b>Procesamiento hacia las posesiones</b> (servicios dirigidos a posesiones físicas): <ul style="list-style-type: none"><li>• Recarga de combustible</li><li>• Desecho / reciclaje</li></ul>
Acciones intangibles	<b>Procesamiento como estímulo mental</b> (servicios dirigidos a la mente de los individuos): <ul style="list-style-type: none"><li>• Educación</li><li>• Publicidad / RP</li></ul>	<b>Procesamiento de la información</b> (servicios dirigidos a bienes intangibles): <ul style="list-style-type: none"><li>• Contabilidad</li><li>• Servicios bancarios</li></ul>



# **Desafíos que plantean los servicios**



# **Desafíos que plantean los servicios**



# Diferencias, implicaciones y tareas relacionadas de gestión

## Diferencia

- La mayoría de los productos de servicios no se pueden inventariar
- Los elementos intangibles suelen dominar la creación de valor
- Con frecuencia es difícil visualizar y comprender los servicios
- Es posible que los clientes participen en la coproducción

## Implicaciones

- Es posible que los clientes tengan que esperar
- Es más difícil evaluar el servicio y distinguirse de la competencia
- Se percibe mayor riesgo e incertidumbre
- Hay interacción entre cliente y proveedor; una ejecución deficiente podría afectar la satisfacción

## Tareas relacionadas de gestión

- Usar fijación de precios, promociones y reservaciones para administrar la demanda; trabajar con el dpto. de operaciones para ajustar la capacidad
- Destacar indicadores físicos, usar metáforas e imágenes vívidas en la publicidad
- Educar a los clientes para que tomen buenas decisiones; ofrecer garantías
- Desarrollar equipo, instalaciones y sistemas fáciles de usar; entrenar a los clientes , ofrecerles apoyo



# Diferencias, implicaciones y tareas relacionadas de gestión

## Diferencia

- Las personas pueden formar parte de la experiencia de servicio
- Las entradas y salidas operativas tienden a ser mucho más variables
- El factor tiempo suele adquirir mayor importancia
- La distribución puede llevarse a cabo a través de canales que no son físicos

## Implicaciones

- La conducta del personal y de los clientes afecta la satisfacción
- Es difícil mantener la calidad, consistencia y confiabilidad
- Es difícil proteger a los clientes de las fallas
- El tiempo es dinero; el cliente desea el servicio en horarios convenientes
- Canales electrónicos o comunicaciones por voz

## Tareas relacionadas con el marketing

- Reclutar y capacitar a los empleados para reforzar el concepto del servicio
- Moldear el comportamiento del cliente
- Rediseñar para mayor sencillez y a prueba de fallas
- Establecer buenos procedimientos de recuperación del servicio
- Encontrar formas de competir en la velocidad de entrega; ofrecer horarios amplios
- Crear sitios web seguros y fáciles de usar, y acceso telefónico gratuito



# **Integración de funciones gerenciales**



# Integración gerencial

**Hay tres funciones gerenciales que tienen un rol central y roles interrelacionados en la satisfacción de las necesidades de los clientes de servicios**

