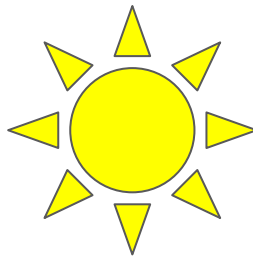


Costos en empresas no industriales

- La bibliografía sobre temas de costos hace casi exclusiva referencia a empresas industriales donde los procesos de transformación de la materia prima constituyen uno de los pilares básicos del análisis.
- Las empresas que prestan servicios, es decir que no transforman materia prima, tienen un producto que utiliza mano de obra y tecnología susceptible al análisis de costos y habrá que adaptar la metodología de cálculo a la modalidad operativa con la que se presta el servicio.
- Resulta difícil generalizar una metodología única, por lo cual es básico comprender el negocio en sus aspectos comerciales y operativos, ya que en la práctica se presenta una variedad enorme de casos.



ASPECTOS GENERALES

Una empresa de servicios es aquella que a través de diferentes procesos, que implican una serie de actividades, es capaz de ofrecer o prestar un servicio específico, o bien servicios integrados.

Los servicios se definen como “actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de necesidades”

“Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

“Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o técnicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos a la venta; por lo tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”.

CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS

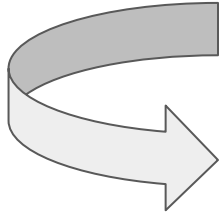
Los productos brindados por diversas empresas se clasifican en determinadas categorías:

- El bien tangible puro: La oferta consiste primordialmente en un bien tangible, ejemplo de ello pueden ser los alimentos. El producto no va acompañado de servicios.
- El bien tangible con servicios anexos: La oferta consiste en un bien tangible acompañado por uno o más servicios, por ejemplo los barbijos inteligentes se podría acompañar de un dispositivo wearable para informar el comportamiento de las pulsaciones cardíacas cuando se utiliza el barbijo.
- El híbrido: La oferta consiste en bienes y servicios por partes iguales. Por ejemplo, la persona que acude a los restaurantes va tanto por los alimentos como por el servicio.
- Servicio principal con bienes y servicios secundarios anexos: La oferta consiste en un servicio principal acompañado de servicios adicionales o bienes de apoyo, por ejemplo el servicio de conexión a la Internet se completa con servicios de televisión digital HD y contenido On Demand.
- El servicio puro: La oferta consiste primordialmente en un servicio. Por ejemplo, podemos citar el cuidado de niños, la psicoterapia y los masajes.

MODELO EMERGENTE DE EMPRESA

Considerar a cada **organización** como una **empresa de servicios**:

SERVICIOS A CLIENTES EXTERNOS



SERVICIOS CON BASE EN LA INSTALACIONES DE LA EMPRESA

SERVICIOS CON BASE EN EL ENTORNO DEL CLIENTE (IN SITU)

SERVICIOS A CLIENTES INTERNOS

SERVICIOS QUE SIRVEN DE SOPORTE PARA PROCESOS DE DATOS, CONTABILIDAD, MANTENIMIENTO, ETC.

CARACTERÍSTICAS EN LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS



PERSPECTIVAS DE DISEÑO DEL PRODUCTO

1. SISTEMAS CERRADOS (el cliente no participa en el proceso de producción)

SUPONE POSIBILIDADES DE DEMANDA ACOTADAS A LOS CRITERIOS DE LA DIRECCIÓN
=> TÉCNICAS DE CONTROL DE OPERACIONES, ESPECÍFICAS DEL PROCESO

2. SISTEMAS ABIERTOS (el cliente participa del proceso asociado al servicio)

El diseño del servicio debe considerar al cliente en cuanto a: **CONOCIMIENTO- EXPERIENCIA - MOTIVACIÓN - HONESTIDAD**, ESO SUPONE MÚLTIPLES POSIBILIDADES DE DEMANDA E INVALIDA LAS TÉCNICAS DE CONTROL TRADICIONALES, POR LO TANTO HABRÁ QUÉ:

=> MULTIPLICAR LAS MEDICIONES SOBRE LOS RESULTADOS

=> CONSIDERAR QUE EL PERSONAL INTERACTÚA INTENSIVAMENTE CON LOS CLIENTES

=> LA INTERVENCIÓN DE LA DIRECCIÓN SE REDUCE AL MÍNIMO (LLEGARÍA TARDE)

SERÁ NECESARIO: ALTA LA MOTIVACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL PERSONAL

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

Todo el mundo es un experto en servicios (el cliente sabe lo que quiere)

Los servicios son idiosincráticos lo que resulta bueno para unos puede ser muy malo para otros

La calidad de trabajo en la prestación del servicio no es igual a la calidad del servicio percibida por el cliente

La mayoría de las veces no hay un servicio único sino que hay un paquete de servicios que contienen un mix de atributos tangibles e intangibles

La dirección efectiva de la empresa de servicios supone desempeñar actividades relacionadas con el mercadotecnia, recursos humanos y operaciones

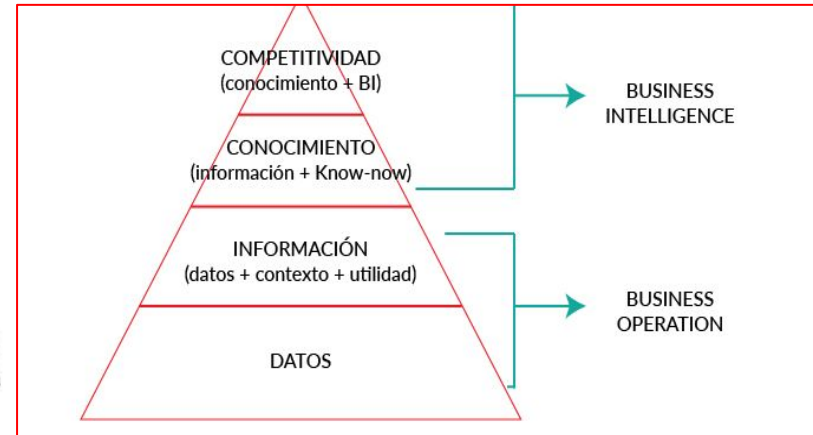
ÁREAS EN LA ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

Por lo general tres áreas:

- El **área de operación**, en muchas empresas como bancos, hoteles y hospitales es usar la mano de obra, materiales y recursos de la tecnología para satisfacer las necesidades de los clientes.
- El **área de soporte** varía con el tipo de empresa dependiendo el servicio que se ofrece. Por ejemplo, en una línea aérea, el departamento de mantenimiento es el área de soporte, en un hospital es el departamento de archivos y en un banco es el departamento de sistemas de información.
- El **área de mercadotecnia y ventas** son relevantes en este tipo de empresas, debido a que a través de ellos se contacta al cliente, se promueve el servicio y se desarrollan nuevos servicios.

DISTINTOS TIPOS DE EMPRESAS

1. **Empresa de servicios de estrategias digitales para empresas.**
2. **Empresa de servicios de complementos (Plugins) para ampliar las funciones de una plataforma o programa.**
3. **Empresa de servicios de mantenimiento y actualización de dispositivos digitales.**
4. **Empresa de servicios de asesoramiento, instalación y mantenimiento de paneles solares.**
5. **Empresa de servicios de instalación de paneles solares para vivienda.**
6. **Empresa de servicios alquiler de computadoras para operar juegos de última generación.**



Productos en empresas de servicios

Los productos del negocio no son inventariables, su consumo es simultáneo con la producción

Se monta una estructura para generar servicios esperando que los clientes vengan, lo cual implica que los costos de esta estructura deben ser afrontados cualquiera sea el nivel de actividad obtenido (costos hundidos)

El cliente está presente en el proceso del producto o al finalizar el mismo, por lo tanto el concepto de calidad se potencia para el cliente.

Se necesitan inversiones importantes en maquinarias, equipos y tecnología, entonces es necesario asegurar operatividad, donde los costos relacionados a mantenimiento y amortización cobran fundamental importancia.

Se necesita mano de obra de alta calificación en forma significativa, estándar (costeo por procesos) o a medida (costeo por órdenes)

CATEGORÍAS DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

COSTEO POR ÓRDENES

Empresas orientadas a prestar un servicio específico. (Asesoramiento contable, diseños de ingeniería, etc.)



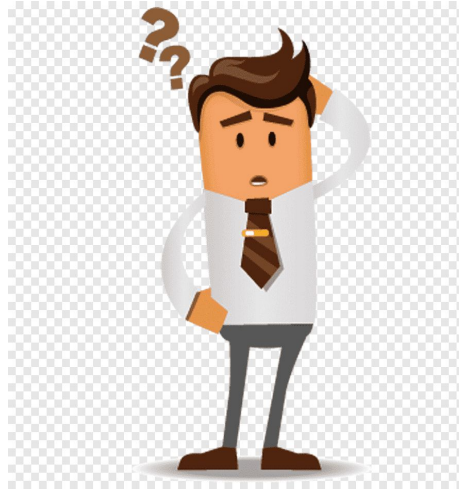
COSTEO POR PROCESO

Empresas orientadas a prestar servicios integrados. (Compañías de seguros, bancos comerciales, clínicas privadas, servicios de comunicación, empresas de logística, etc.)



TIPOS DE INGRESOS PARA EL MISMO NEGOCIO

Ingresos por abono, el cliente paga una suma determinada todos los meses independientemente del servicio que necesite, el negocio se basa en que el cliente utilice el servicio la menor cantidad de veces posibles.



Ingresos por la prestación de cada servicio, el cliente paga una suma de dinero cada vez que requiera el servicio, el negocio se basa en que el cliente utilice el servicio la mayor cantidad de veces posible

