



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Introducción a los servicios
- Profesora: Issel Melo Campa
- Profesor: Omar Guerrero Hernández
- Período: Julio - Diciembre 2018



Abstract

The services are adapted to the needs of consumers. It has acquired an important participation in the economy, therefore, it is important to know, are the differences with tangible products.

Keywords: consumers, service



¿Qué son los Servicios?

Son actividades que se ofrecen al consumidor en donde son intangibles e imperceptibles para el, uno de sus principales aspectos de valoración es el tiempo de entrega acompañado de buenos resultados.



El valor

Los servicios son valorados principalmente por el valor entregado al cliente.

Este valor es principalmente cuando él obtiene experiencias y soluciones deseadas.



Desafíos importantes

Actualmente los consumidores valoran más el tiempo que invierten en la prestación de un servicio por lo tanto ellos realizan una mayor evaluación de la oferta.



Desafíos importantes

La toma de decisión de los consumidores esta en función del aumento de la competencia.



Desafíos importantes

Así como la integración de la tecnología en la prestación del servicio.



Aspectos diferenciales de los servicios



	BIENES	SERVICIOS
Naturaleza	Cosa tangible	Acción, Interacción (intangible)
Rol de Clientes en la producción	Ninguno	Participan activamente en la prestación
Carácter perecedero	No	Sí
Control de calidad	Previo	Simultáneo o posterior a la prestación
Calidad	Homogénea	Heterogénea y difícil de evaluar para el cliente
Inventarios	Sí	Se maneja capacidad de proceso
Canales	Físicos, ajenos	Mezcla caótica



Producto básico

Es el elemento central que permite dar solución al problema central, como por ejemplo la renta de habitación durante una noche



Servicios complementarios

Es aquel que facilita el uso de servicio básico y depende de los niveles de servicio como por ejemplo: (toallas limpias, lámparas, tv con cable, tranquilidad, internet)



Referencias Bibliográficas

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios*. México: Pearson.

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*. México: Mc graw hill.

