



Taller Planea los servicios en tu empresa

Autor
Olga Lucía Torres

Tipo de documento
Documento Resumen

Bogotá, D. C., 2013

I. Proceso de elaboración de servicios

La servucción es el proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal (el servicio).

En un sistema de servucción participan los siguientes elementos:

1. **El cliente.** El consumidor está implicado en la fabricación del servicio. Es un elemento primordial y su presencia es indispensable.
2. **El soporte físico.** Se trata del soporte material necesario para la producción del servicio. Contempla dos categorías: los instrumentos necesarios para el servicio (muebles, maquinarias) y el entorno material en el que se desarrolla el servicio (locación, edificio, decorado).
3. **El personal de contacto:** Son las personas empleadas por la empresa que están en contacto directo con los clientes.
4. **El servicio:** Es el resultado de la interacción de los tres elementos de base que son el cliente, el soporte físico y el personal de contacto. Este resultado constituye un beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente.

II. Comercialización

La comercialización es la acción y efecto de poner a la venta un producto, bien o servicio o darle las condiciones y vías de distribución para su venta. También es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

III. Tipos de servicios

Persona – cliente: Donde no se requiere ningún tipo de elemento para la prestación del servicio, bastan los conocimientos que tiene la persona que presta el servicio. Estos servicios no requieren espacio físico, en general el servicio se puede prestar en las instalaciones del cliente.

Persona – local - máquina- cliente: En este caso el cliente recibe el servicio directamente, y el prestador del servicio suministra un espacio adecuado, equipos especializados, las herramientas de trabajo y algunos insumos para poderlo atender.

Persona – local - objeto del cliente: En este caso el cliente suministra un objeto el cual será sujeto de prestación del servicio, y el prestador del servicio suministra un espacio adecuado, las herramientas de trabajo y algunos insumos para poderlo atender.

Persona - máquina- a objeto del cliente: En este caso, existe un medio de prestación del servicio, un espacio, un local, una oficina, un consultorio, una máquina, un vehículo, computadores, entre otros, que limitan la capacidad de prestación del servicio. Este medio lo debe organizar y mantener el prestador del servicio.

Máquina a cliente: Se han previsto máquinas que hacen las veces de prestador de servicios y que facilitan la atención del prestador de servicios, sin que este se encuentre presente.

IV. Factores claves de éxito en las empresas de servicios

Los factores claves de éxito en la prestación de un servicio le agregan valor y garantizan su diferenciación para ser exitosos en el mercado.

Algunos ejemplos de factores de éxito:

- ✓ Mantenimiento de instalaciones.
- ✓ Horarios de atención.
- ✓ Imagen Corporativa.
- ✓ Garantía.
- ✓ Talento Humano (competencias).
- ✓ Innovación.
- ✓ Calidad.
- ✓ Alianzas con proveedores y clientes.
- ✓ Eficiencia.
- ✓ Capacidad de gestión.

V. Factores claves de éxito en las empresas de comercialización

- ✓ Ubicación dentro de la cadena de distribución.
- ✓ Conocimiento del mercado (comportamiento del consumidor, actitudes, gustos y preferencias, estilos de vida, patrones de consumo).
- ✓ Inventarios.
- ✓ Capacidad de ofrecer buenos precios.
- ✓ Capacidad de comunicación.
- ✓ Análisis de productos y posibilidad de nuevos productos.
- ✓ Segmentación del mercado.
- ✓ Localización de puntos de venta.
- ✓ Fidelización de clientes.

- ✓ Financiamiento.
- ✓ Oportunidad en la entrega de las mercancías.

Ficha técnica del servicio

Contiene todos los aspectos y detalles del servicio que la empresa presta al mercado. Su contenido orienta a la organización sobre todos los elementos necesarios para desarrollar correctamente sus actividades.

A. Descripción del proceso

- a. *Etapa de preparación:* -en esta se deben considerar además de los factores claves de éxito, la preparación de los insumos que se requieren, la maquinaria y herramientas necesarias para la adecuada prestación del servicio.
- b. *Etapa de prestación:* -en esta se describen todas las operaciones necesarias, la secuencia y duración de cada una, así como los recursos necesarios.
- c. *Etapa de verificación:* -en esta se trata de establecer el nivel de satisfacción de los clientes con relación al servicio prestado.

Capacidad instalada

La capacidad instalada de una empresa se define como el mayor nivel de producción o servucción que la empresa puede generar, utilizando para ello el total de activos productivos, ya sea para productos o para entregar servicios intangibles. Es una tasa que se mide en unidades de salida por unidad de tiempo. Está dada por la disponibilidad de recursos, como: capital de trabajo, equipos, personal necesario, instalaciones, etcétera.

Inversión total del proyecto

Se tiene como objetivo determinar los recursos monetarios necesarios para la puesta en marcha del proyecto; esto quiere decir que lo esencial es determinar los presupuestos de inversión y los presupuestos de costos directos de operación y los gastos funcionamiento; adicionalmente, el costo del producto, para que una vez establecidos se pueda llegar a replantear la proyección de ventas si es que así se requiere.

Se busca:

- Determinar la inversión requerida en maquinaria, equipo y muebles y enseres.
- Determinar la inversión en intangibles y pre operativos para iniciar la operación.
- Determinar el presupuesto de costos fijos de operación (incluso la ubicación geográfica).
- Determinar el presupuesto de gastos de fijos de administración y ventas.
- Determinar el costo unitario del producto.

Inversión inicial

Cuando se trata este tema generalmente se expone la adquisición de bienes e inmuebles, pero aquí también se debe contemplar un activo que muy raras veces se evalúa: y es el *know how*, el conocimiento técnico, ya que este es generalmente el motor de la idea del proyecto.

Es así que se debe separar en dos partes:

Activo tangible o fijo: bienes que adquiere la empresa o que son aportados por los gestores del proyecto y que se transfieren en propiedad a esta. El activo fijo es necesario para la actividad económica, tanto de producción, administración y ventas.

Activo intangible: la empresa para iniciar su funcionamiento requiere un proceso productivo el cual debe adquirir a través de un patente, el uso de una marca, emplear diseños establecidos, emplear nombres comerciales o industriales; en muchos casos, estos son aportados por uno o varios de los socios. Conviene valorizar este activo y que la empresa lo adquiera como aporte o como compra directa.

Inversión intangible

Se asimila a los gastos pre operativo:

- Estudios de factibilidad y pre factibilidad.
- Gastos notariales y constitución de la empresa.
- Asistencia técnica o asesoría.
- Instalaciones de servicios públicos como acometidas eléctricas e hidráulicas, líneas de teléfono, cableado estructurado de redes telefónicas y de sistemas.
- Gastos de salarios, capacitación de personal antes de la puesta en marcha de la planta.
- Si al adquirir la maquinaria esta no es entregada instalada y funcionando conviene asumir este costo de fletes montaje y puesta en marcha.
- Compra de patentes, registros de marca, registros sanitarios.
- Desarrollos específicos que forman parte del producto o el proceso productivo.
- Compra de franquicias.

Estos se deben amortizar en un periodo determinado recuperando la inversión, se asimila a una cuenta de depreciación ya que también es virtual el desembolso.

Determinación de costos y gastos

Costo: es la salida de dinero aplicada directamente en un servicio, es decir son pesos, que se pueden “palpar” en el servicio que la empresa brinda a sus clientes.

Costos directos

Los costos directos de los servicios corresponden a la mano de obra y los insumos necesarios para la prestación del servicio.

Gastos

Gasto es todo egreso o salida de dinero que se debe pagar para que la empresa funcione, pero que no le agrega valor al servicio y que no es recuperable.

Los gastos más relevantes de operación son aquellos que como lo indica su nombre corresponden a aquellos que mantienen vivo el negocio, como: la renta, electricidad, transportes; o también representan una salida virtual de recursos, por ejemplo, la depreciación de una máquina o un equipo y la amortización de los gastos de instalación. Otro gasto representativo son los de administración: en los cuales se encuentra la dirección de la empresa y uno sin el cual ninguna podría vivir son los relacionados con las ventas.