Asignatura: Tecnología
Profesor/a: Luis Valdés Messina

Unidad 1: "Desarrollo e implementación de un Servicio" Guía N°5 Tema:"Analizando la Inseparabilidad en un Servicio"		
Nombre Alumno (a):	Curso: 1° Medio A - B	Fecha:
Objetivos: **Identificar Oportunidades o necesidades grupales o individuales que impliquen la creación del Servicio.** **-Desarrollar un Servicio que implique la utilización de Recursos digitales u otros medios.**	Habilidades: **- Búsqueda y Análisis de Información.** **- Adaptabilidad y flexibilidad.** **- Manejo de Materiales, recursos energéticos herramientas.**	
Instrucciones: ✓ La Guía es individual y/o grupal y se debe desarrollar ✓ Lea cada pregunta detenidamente antes de responder ✓ No es necesario imprimir esta guía; puedes escribir solo las respuestas en tu cuaderno. ✓ Escribe con letra clara y legible.		

Estimado Alumno (a):

A partir de la Guías anteriores comenzamos con el Análisis de la Naturaleza y las Características que son propias de todo Servicio. Comenzamos con la Intangibilidad, continuamos con la Variabilidad y hoy analizaremos el factor denominado Inseparabilidad entre Proveedor (quien Produce un Servicio) , y el Cliente , que es quien consume o adquiere el Servicio.

Contenido 1.

¿Qué se entiende por Inseparabilidad en un Servicio?

Los bienes materiales se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios intangibles o inmateriales con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades Inseparables.

Por tanto, en los Servicios no se puede separar a quien vende, denominado Proveedor, de quien adquiere o el Servicio, denominado Cliente o Usuario

Una consecuencia de esto es que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo, ya sea este parcial o total.

Los bienes son producidos, luego vendidos y consumidos mientras que los servicios se venden y luego se producen y consumen por lo general de manera simultánea.

Esto tiene gran relevancia desde el punto de vista práctico y conceptual, en efecto, tradicionalmente se ha distinguido nítidamente funciones dentro de la empresa en forma bien separada, con ciertas interrelaciones entre ellas por lo general a nivel de coordinación o traspaso de información que sirve de input para unas u otras; sin embargo, aquí podemos apreciar más una fusión que una coordinación, el personal de producción del servicio, en muchos casos, es el que vende y/o interactúa más directamente con el cliente o usuario mientras éste hace uso del servicio ("consume").

Recordemos entonces que en la Empresa Manufactura(las que fabrican productos), por lo general el personal de producción y el proceso productivo en sí, no suponen interacción directa con el consumidor, y por el contrario en la Empresa de Servicios si se produce una interacción entre el Proveedor del Servicio y el Consumidor del Servicio .

Por ejemplo, si una persona necesita o quiere un corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.

Ejemplos de Inseparabilidad en un Servicio

Ejemplo de Inseparabilidad entre los Jóvenes y las Redes Sociales.

Esquemainseparabilidad de un Servicio.

Contenido 2.

¿Es posible que varíe la Inseparabilidad de acuerdo a la Demanda por un Servicio?

Al momento de Diseñar un Servicio, no se debe olvidar que éste no se puede tocar, ver, oler, escuchar o sentir (Intangibilidad); por tanto, es muy recomendable incidir en la Calidad del Servicio estandarizando los procesos y capacitando y entrenando continuamente al personal para brindar una calidad uniforme; para de esa manera, reducir sus diferencias.

Además, se deben tomar muy en cuenta estos aspectos al momento de Diseñar el Servicio:

a)El lugar donde se realiza el servicio
b) El personal que lo ejecuta
c) El equipo que se utiliza,
d) El material promocional que se empleará
e) Los símbolos que se mostrarán
f) El Precio que se cobrará.

Todos estos factores serán analizados por el Consumidor antes de tomar la decisión de Contratar un Servicio.

Posteriormente al ver la forma de Distribución del Servicio, es decir, como lo hacemos llegar al Consumidor Final, se deben considerar los siguientes Factores:

a) Los Servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en Inventario; por tanto, si la Demanda o Necesidades fluctuante, el Profesional deberá tratar de equilibrar la Oferta.
Por ejemplo, mediante Promociones Especiales; Ej. Ofrecer un descuento especial en las horas de menor demanda para tratar de incrementarla con los clientes que suelen asistir en las horas Full y que son sensibles al precio.De esa manera, se aprovechan mejor las horas de menor Demanda y se da un respiro en las horas Full.

b**) Los Servicios se producen, venden y consumen al mismo tiempo**; por tanto, es preciso coordinar apropiadamente la presencia del personal que presta los servicios con la presencia de los clientes, y esto requiere de una buena programación, a tal punto, que siempre coincida la presencia del personal que brinda el servicio con la presencia de los Clientes.

Ejemplos de Distribución de un Servicio: Logística de Distribución

Actividad N° 5:

De acuerdo a la Inseparabilidad en un Servicio, de acuerdo a la Guía responda:

1- ¿Qué significa que exista una Inseparabilidad entre Proveedor y Cliente?

2-¿Por qué es tan importante la Atención del Cliente en un Servicio ¿

3- ¿Es similar la Atención de un Cliente cuando ofrecemos un Producto a un Servicio?

4- Nombre tres aspectos que debemos tomar en cuenta al Diseñar un Servicio.

5- Exponga un Ejemplo de Inseparabilidad enun Servicio.

¡Mucho Éxito!
Dudas o Consultas al Profesor Correo: lvaldes@sanbenildo.cl