

Reflexiones Sobre los Servicios en el Sector Privado Peruano

José de la Puente - PAD

Lima, 22 de agosto de 2007



PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

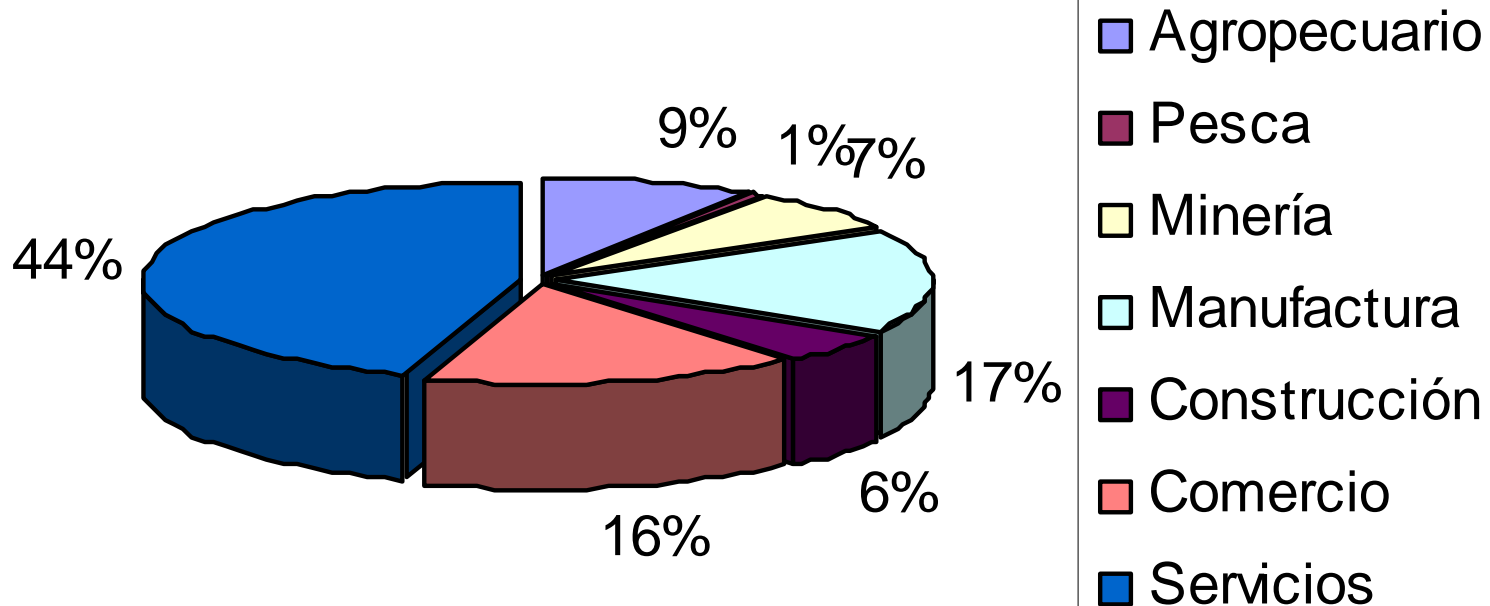
¿Por qué son Importantes los Servicios para las Empresas?

- Por su importancia relativa en el PBI
- Porque son cada vez más importantes como complemento en la venta de productos
- Porque añaden mucho valor a los productos
- Porque generan empleo

IMPORTANCIA EN EL PBI

PBI POR SECTORES ECONÓMICOS

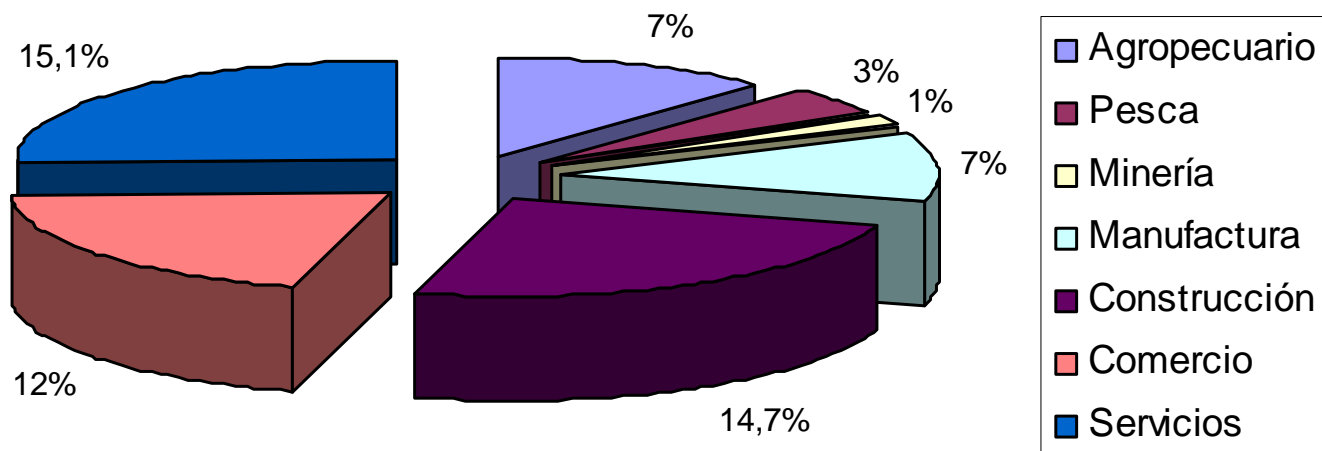
Año 2006



CRECIMIENTO RELATIVO

CRECIMIENTO DEL PBI POR SECTORES ECONÓMICOS

Año 2006



Fuente: INEI y BCR

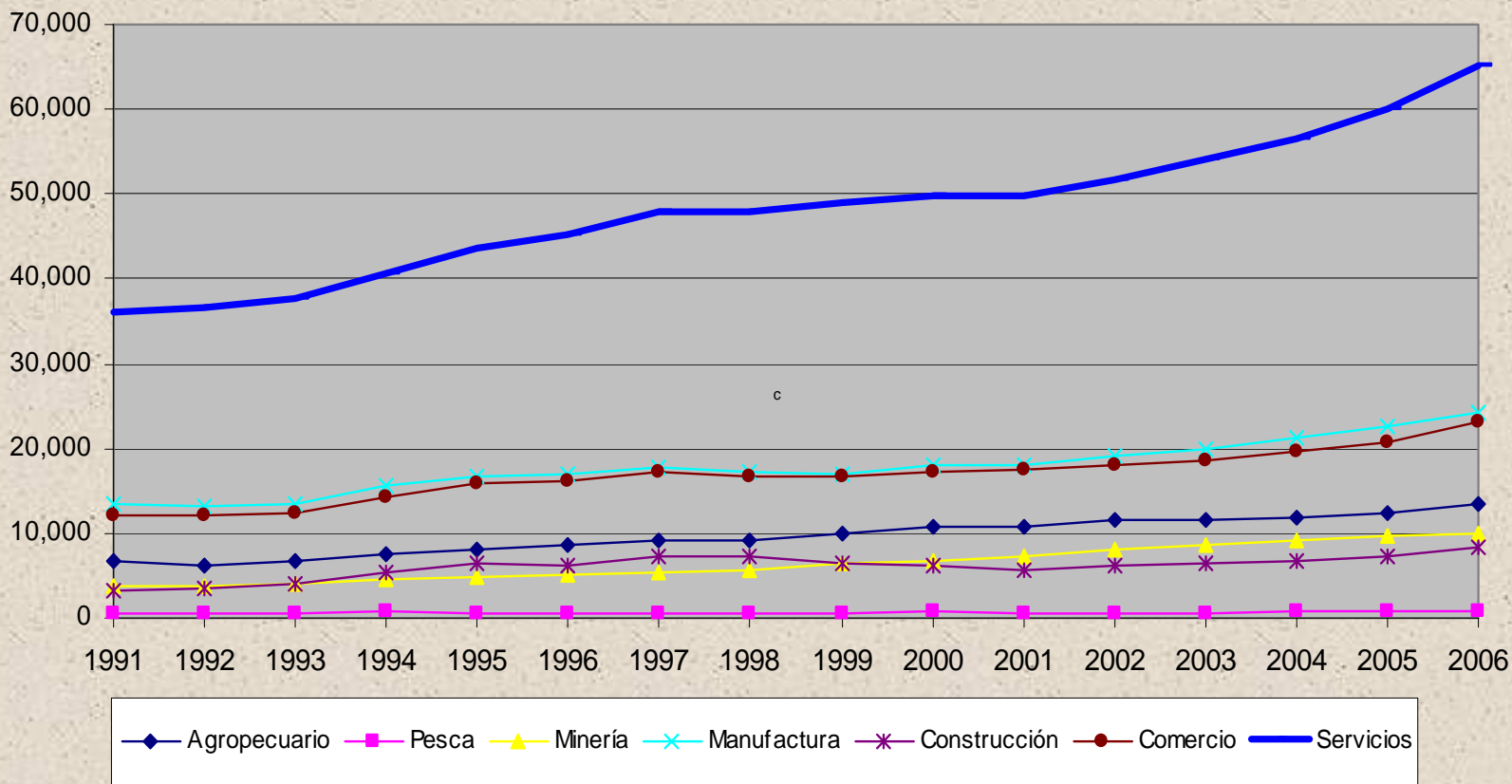


PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

CRECIMIENTO RELATIVO

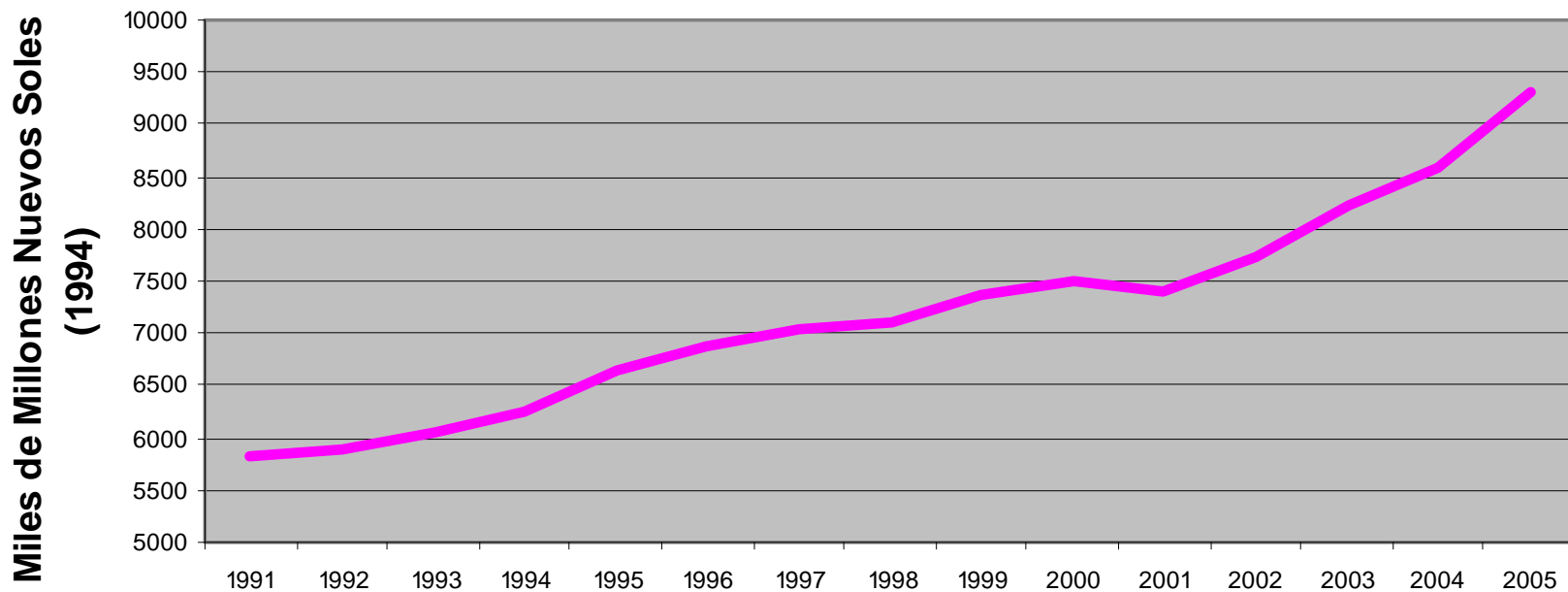
PBI SEGÚN ACTIVIDAD



Fuente: INEI y BCR

TAMBIEN EL SECTOR PUBLICO

SERVICIOS GUBERNAMENTALES

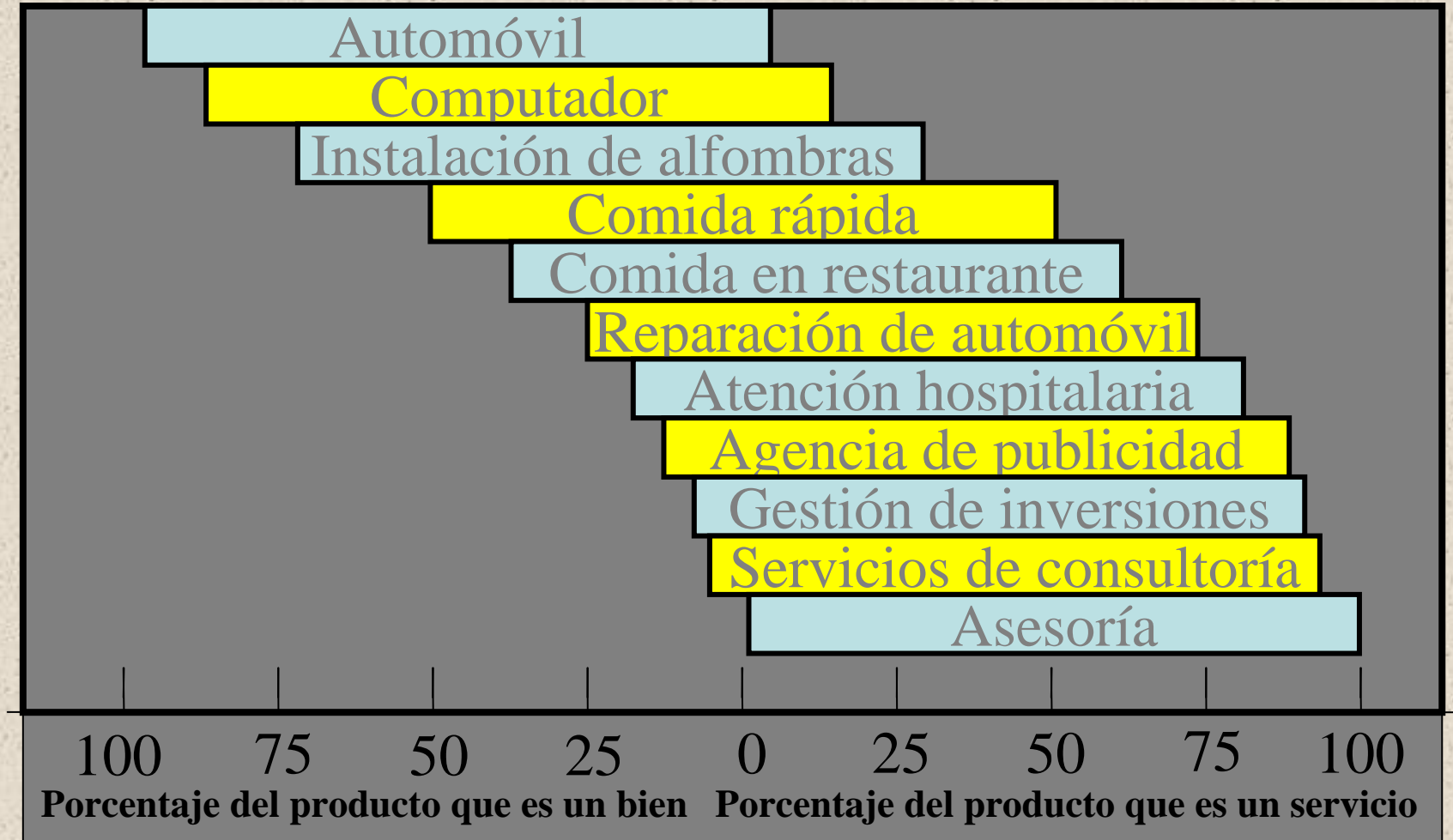




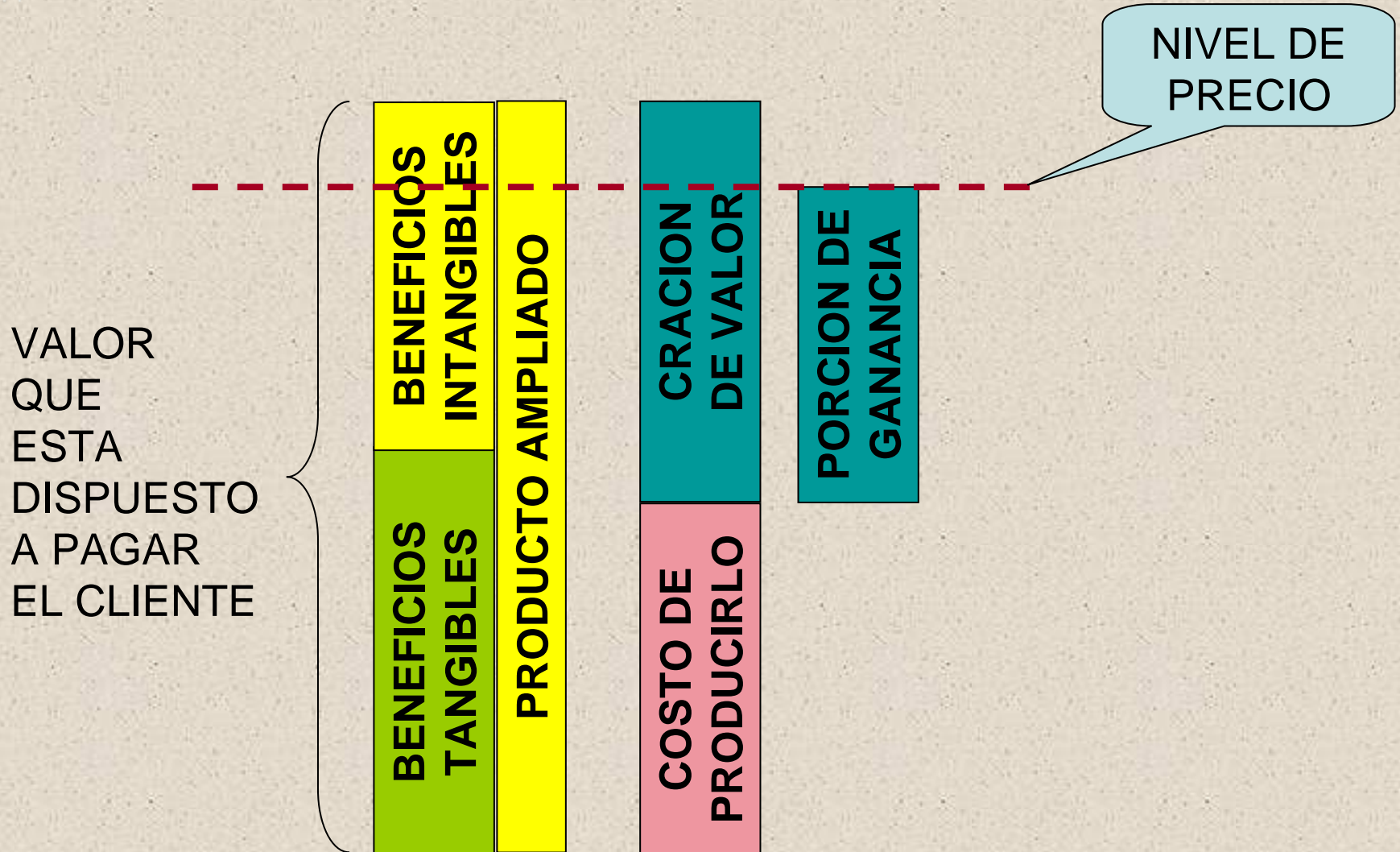
PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

Los bienes incluyen un servicio



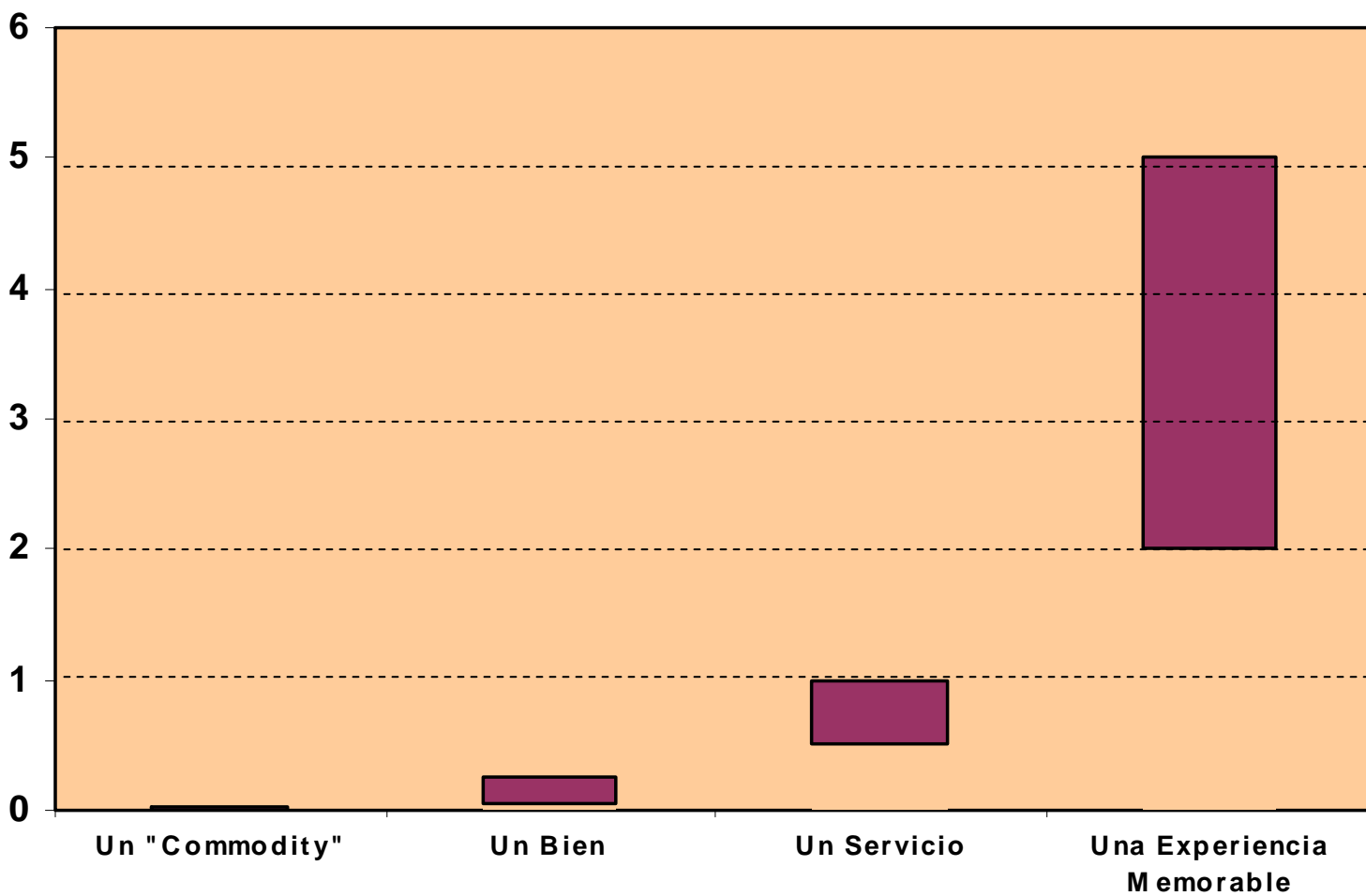
CREACION DE VALOR





Precio de la Oferta de Café

US \$



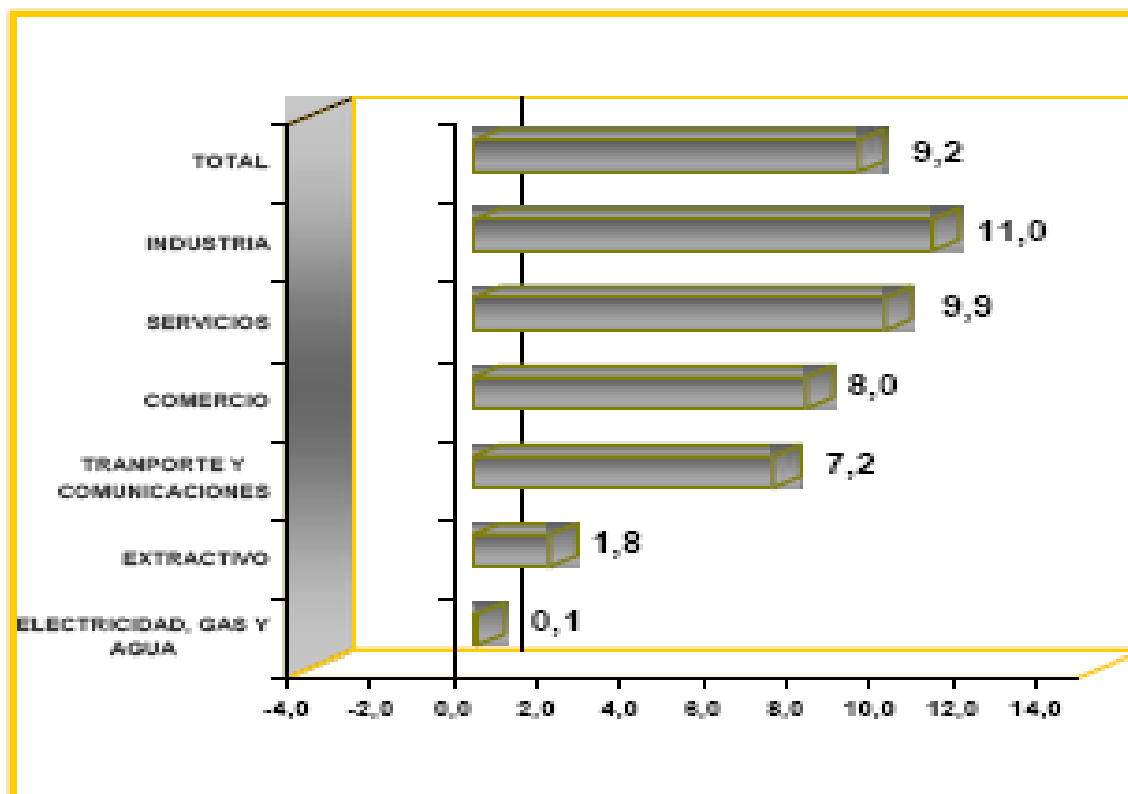


PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

GENERA EMPLEO

Perú Urbano: Variación anual del empleo en las empresas de 10 y más trabajadores. –Marzo 2007 /Marzo 2006
(en porcentajes)*



*La información corresponde al primer día de cada mes

Fuente: MTPE-Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo

Elaboración: MTPE-Programa de Estadísticas y Estudios Laborales

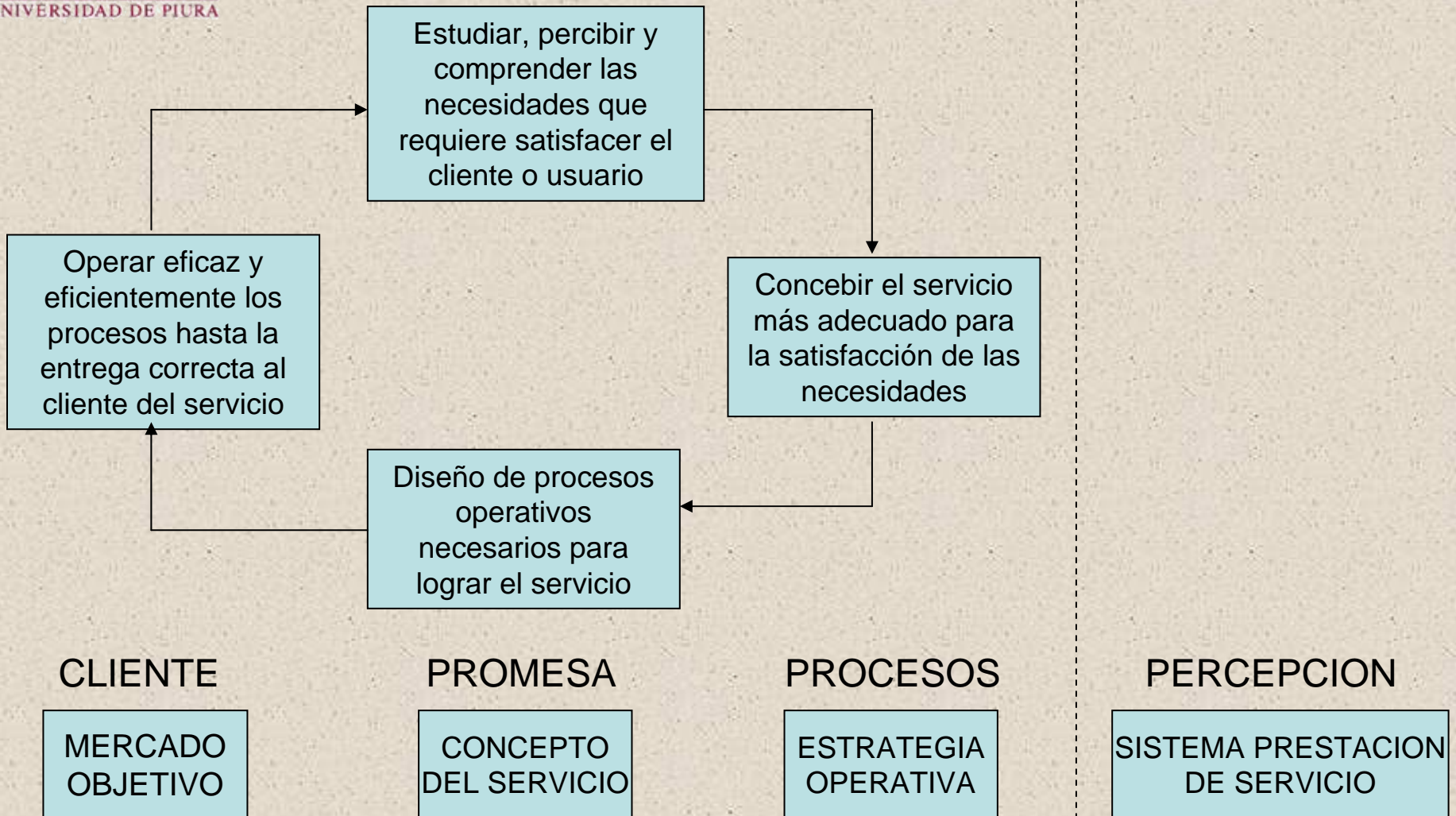
¿ QUE ES SERVICIO ?

- *Es la generación de una experiencia de compra que SATISFAGA.*
- *Es atender las necesidades del cliente conforme el cliente ESPERA que se le atienda.*
- *Todo aquello que AGREGADO al producto aumenta su utilidad o valor para el cliente.*

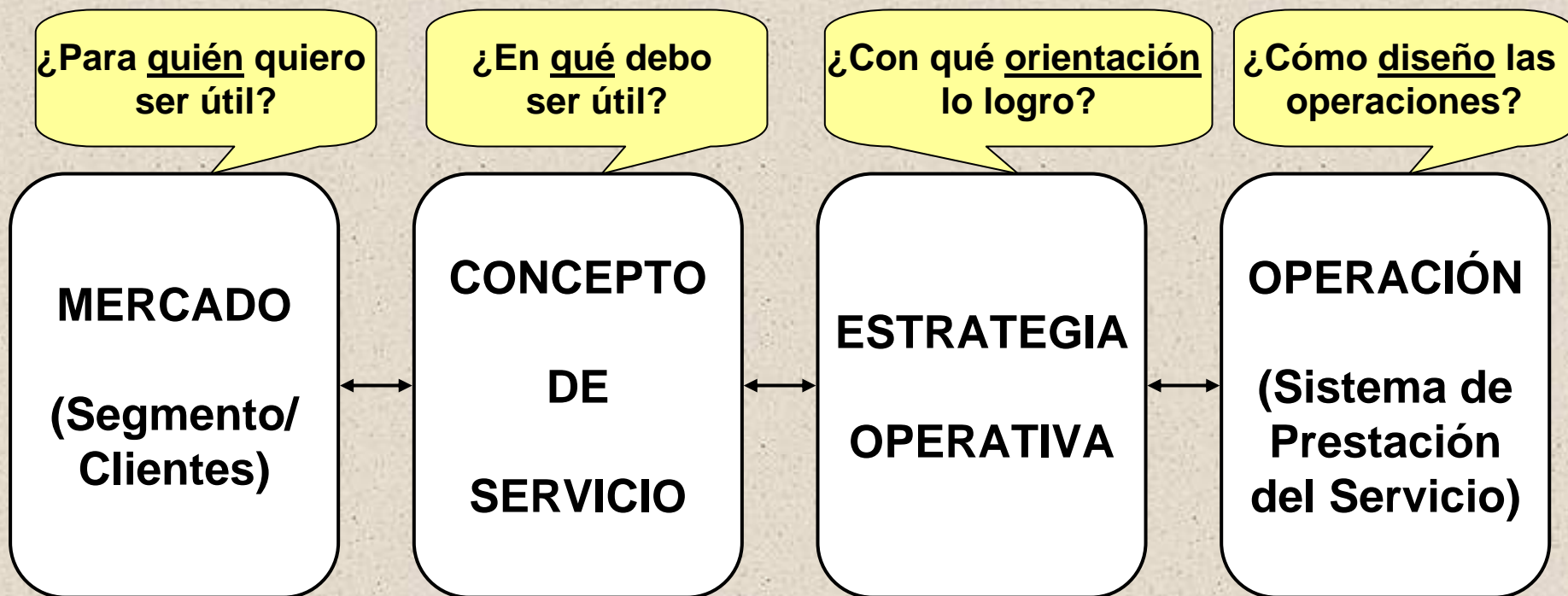
¿ QUE ES SERVICIO ?

- *Es el desarrollo de una actividad determinada, que podría ser realizada por uno mismo, pero que es realizada por un tercero para beneficio del que necesita que dicha actividad sea llevada a cabo.*
- *Es el desarrollo de actividades que requieren de experiencia y formación adecuada para poderlas realizar de manera correcta y sobre todo mejor que el que las solicita.*

DEFINIENDO UN SERVICIO



ELEMENTOS BASICOS DE LA ESTRATEGIA, EN EMPRESAS DE SERVICIOS



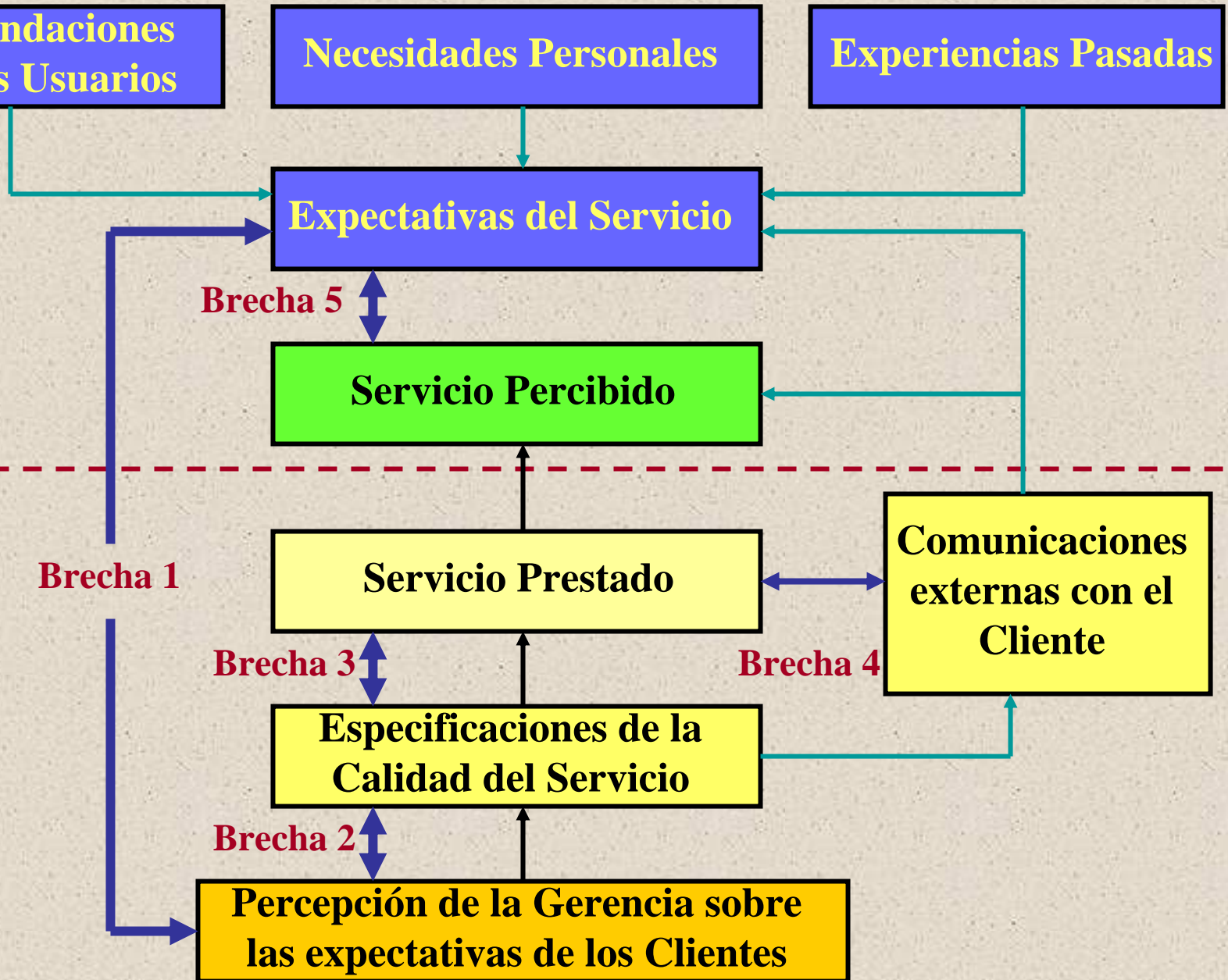
Brechas en la prestación de Servicios



ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

C
L
I
E
N
T
E

P
R
E
S
T
A
D
O
R





PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

MATRIZ: SATISFACCION DEL CLIENTE

IMPORTANCIA PARA EL CLIENTE	ALTA			
	MEDIA			
	BAJA			
		BAJA	MEDIA	ALTA
		COMO LO SATISFACE LA EMPRESA		

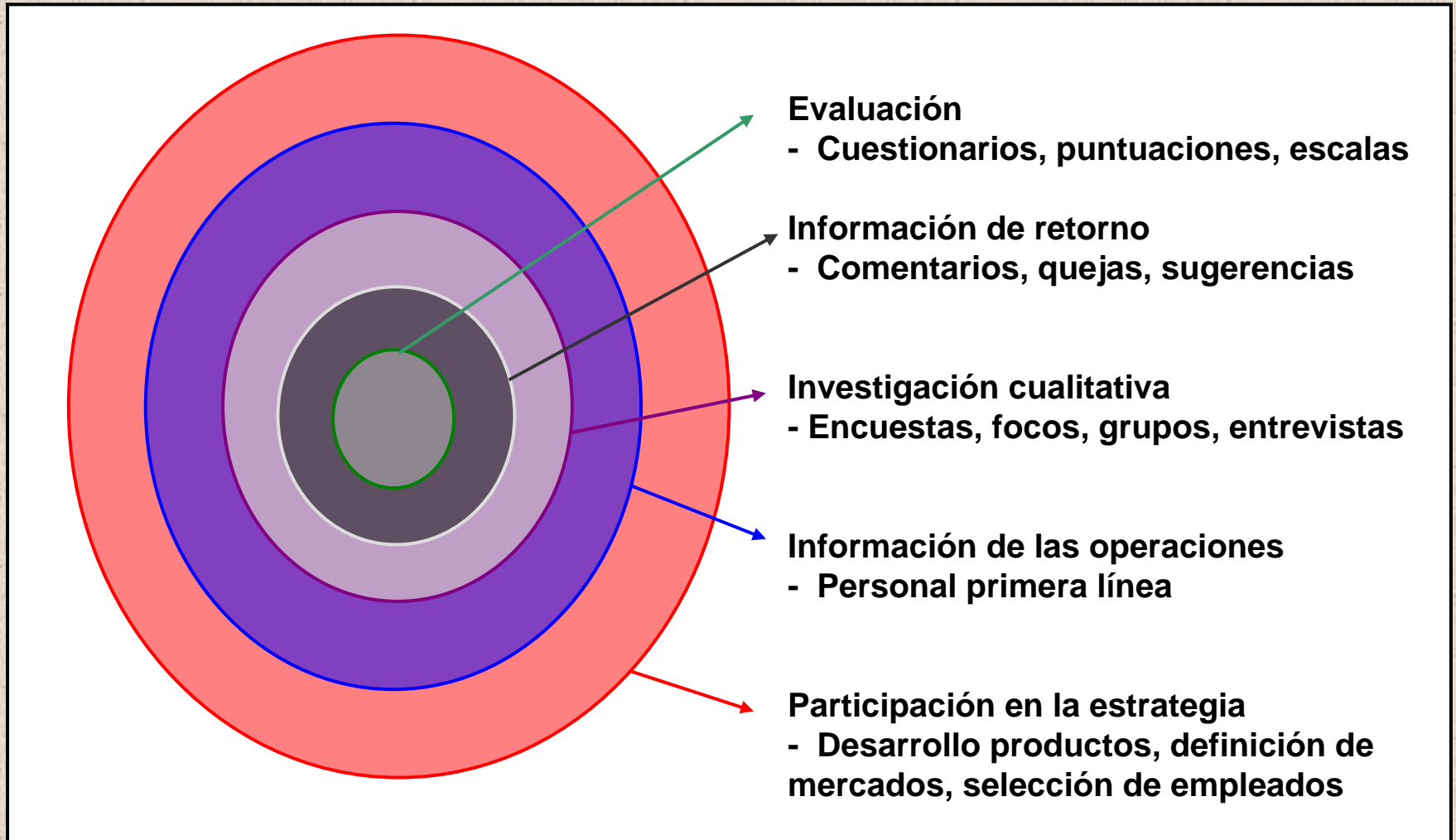
The matrix is a 3x3 grid. The vertical axis is labeled 'IMPORTANCIA PARA EL CLIENTE' with categories 'ALTA', 'MEDIA', and 'BAJA'. The horizontal axis is labeled 'COMO LO SATISFACE LA EMPRESA' with categories 'BAJA', 'MEDIA', and 'ALTA'. The cells at (ALTA, ALTA), (MEDIA, BAJA), and (BAJA, BAJA) are highlighted in green.



PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

SATISFACCION DEL CLIENTE: Escuchar a los clientes





PAD

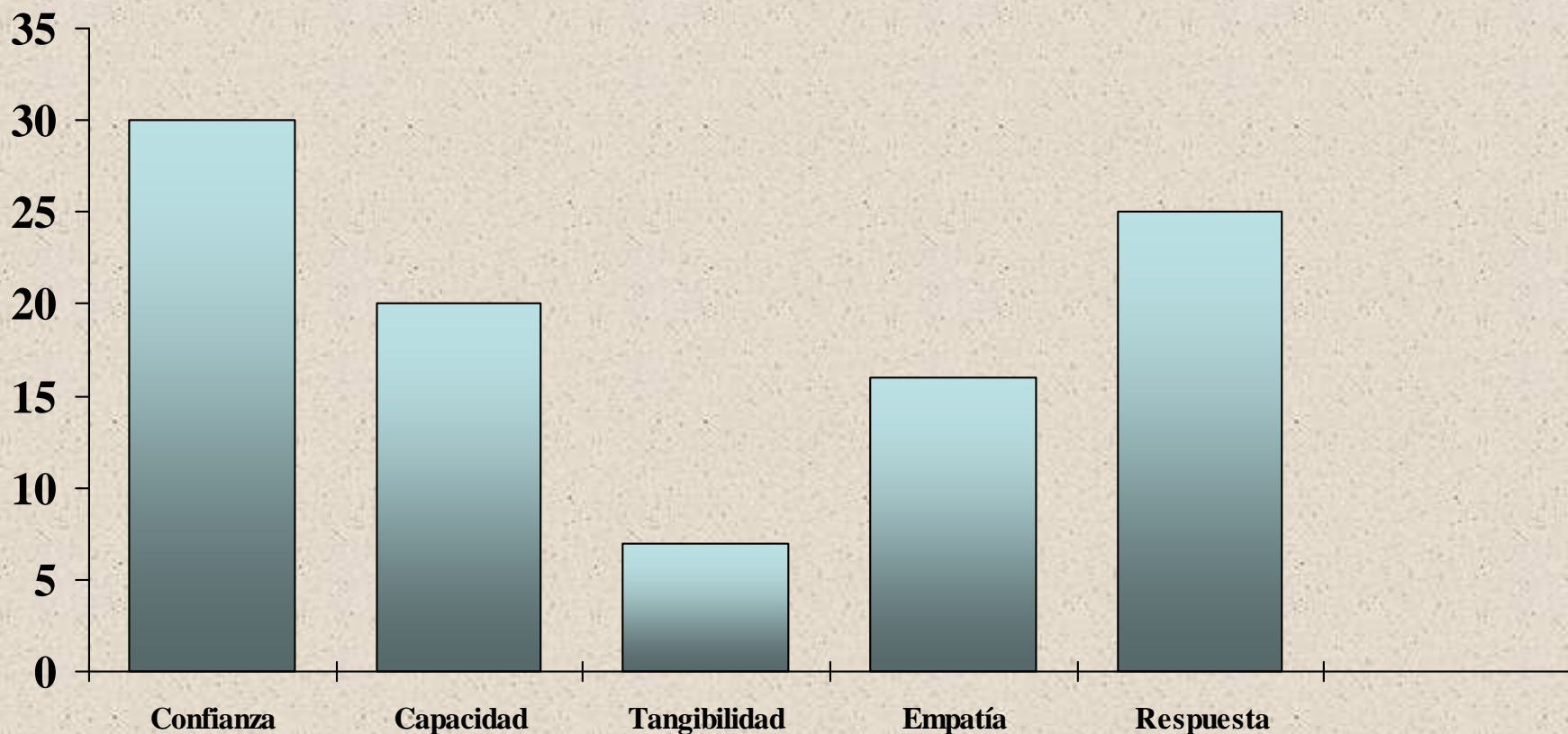
ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

Las 5 Dimensiones Clave de la Decisión de compra del Cliente:

- **Confianza** (La habilidad de cumplir lo prometido, de manera confiable y precisa.)
- **Capacidad** (Habilidad y conocimiento de los empleados, además de actuar con corrección y cortesía. Estar en buenas manos)
- **Tangibilidad** (Infraestructura con facilidades físicas y de equipamiento, con personal idóneo)
- **Empatía** (El esmero, identificación y atención personalizada brindada al cliente)
- **Respuesta** (Predisposición de ayudar al cliente y proporcionarle un pronto servicio efectivo y ágil)

- Fuente: Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1990)

¿Conocemos cuál es su importancia relativa para los cliente objetivo?





PAU
ESCUELA DE DISEÑO
UNIVERSIDAD DE PIURA

Las tres oportunidades de fabricar satisfacción en el cliente

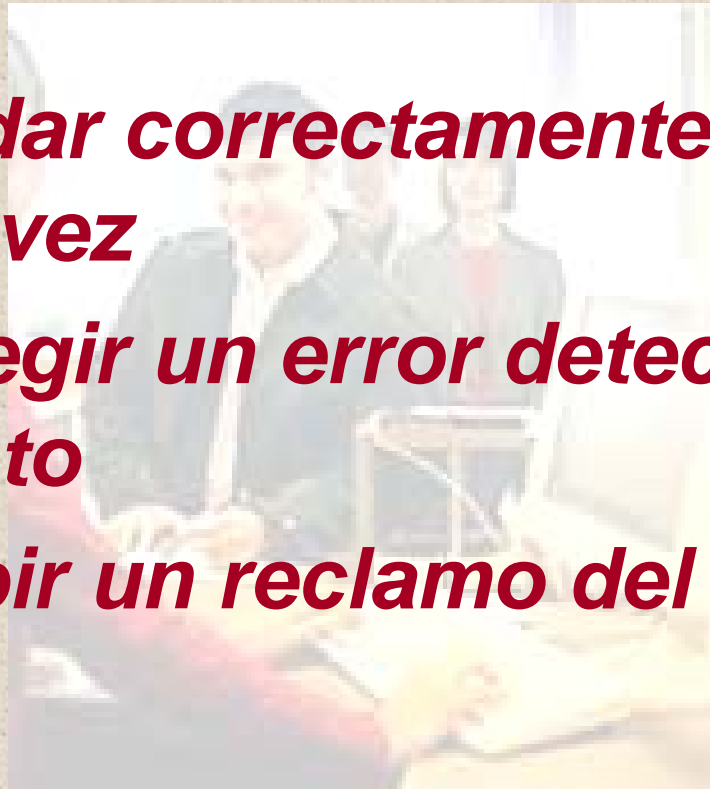




PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

- ***Al brindar correctamente el servicio de una vez***
- ***Al corregir un error detectado en el momento***
- ***Al recibir un reclamo del cliente***





PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

RECLAMOS PRESENTADOS EL 2006 POR SECTOR ECONÓMICO

N°	Sector Económico	Presentados	Concluidos							
			Conciliados				Total	No Conciliados	Otros (*)	Total
			Cumplidos	Incumplidos	Por Determinar	Total				
1	SERVICIOS BANCARIOS Y FINANCIEROS	2057	876	8	232	1116	152	809	2077	
2	ELECTRODOMESTICOS Y SERVICIO TECNICO	654	309	3	81	393	38	225	656	
3	SERVICIOS EDUCATIVOS Y ART. DE EDUCACION	654	227	1	93	321	41	288	650	
4	EQUIPOS Y SERV. TELECOMUNIC	589	245	2	51	298	18	268	584	
5	TRANSPORTE DE PASAJEROS AEREO Y TERRESTR	564	224	2	66	292	35	217	544	
6	VESTIDO Y CALZADO	352	134	3	78	215	16	121	352	
7	MUEBLES, DECORA., CARPINT. Y FLORERIA	323	115	8	31	154	9	153	316	
8	SEGUROS Y AFP	323	132	0	43	175	28	110	313	
9	AUTOMOVILES, ACCESORIOS, REP. Y MECANIC	257	108	6	33	147	17	90	254	
	OTROS	2910	1082	19	247	1348	165	1378	2891	
	TOTAL SECTORES	8683	3452	52	955	4459	519	3659	8637	

(*) Otros: Incluye reclamos derivados, inconsistentes, abandonos, desistimientos, inasistencia del proveedor.

OPINIÓN DE LA EMPRESA PRIVADA

¿CUALES SON LAS PRINCIPALES ESTRATEGIAS QUE PLANEAN UTILIZAR PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE SU EMPRESA EN LOS PROXIMOS 12 MESES?



Fuente: AOM.

OPINIÓN DE LA EMPRESA PRIVADA

¿CUALES SON SUS TRES PRINCIPALES PRIORIDADES COMO GERENTE GENERAL PARA LOS PROXIMOS 12 MESES?



Fuente: AOM.

VALORANDO EL SERVICIO

ECUACION: VALOR vs. ESFUERZO

(ATRACTIVO DEL SERVICIO)

$$\text{VALOR vs. ESFUERZO} = \frac{\text{VALOR PERCIBIDO}}{\text{ESFUERZO REALIZADO}}$$

← TANGIBLES + INTANGIBLES

← PRECIO + INCOMODIDADES + INSEGURIDADES



PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

ALGUNAS CONCLUSIONES

- ***AMPLIAR Y MEJORAR LOS SERVICIOS SERA UNO DE LOS OBJETIVOS MAS IMPORTANTES DE LAS EMPRESAS***
- ***EL CONSUMIDOR PERUANO SERA CADA VEZ MAS CONCIENTE DE VALORAR EL BUEN SERVICIO***
- ***EL PUBLICO SE TORNARA CADA VEZ MAS EXIGENTE EN MATERIA DE SERVICIOS***
- ***LOS SERVICIOS MEJOR ADECUADOS A LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DARAN MAYOR MARGEN A LAS EMPRESAS Y SERAN UNA IMPORTANTE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO***