**SIP RED DE COLEGIOS**

**EDUCACIÒN TECNOLÓGICA**

**II MEDIO 2015**

**Guía Nº 1 Que son los Servicios.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Actividad:**  ¿**Que son los Servicios?**  **Conocer de qué se tratan los productos denominados servicios.** | **Instrucciones** |
| 1.- Siga las instrucciones y desarrolle la Guía.  2.- **Realizar los siguientes cambios a la Guía:**  - Márgenes de 1,5 cm por los 4 lados  - Hoja tamaño oficio  - Encabezado de página: Logo del colegio  - Pie de página: Nombres Apellidos, curso  - Justificar textos  - Fuente Tahoma 12 a la guía completa  - Sangría de primera línea a todos los párrafos  - Interlineado de 1,5 a la guía completa  - Insertar número de página  3.- Guardar guía y subirla a Sitio Web en Unidad I  4.- Respaldar en Google Drive |

[**¿Qué es un servicio?**](http://www.mailxmail.com/curso-marketing-servicios-supervision/que-es-servicio) Con frecuencia  existe  una confusión en la terminología que usualmente se emplea, para empezar consideremos producto a un "paquete" global de objetos o procesos que proporcionan  cierto valor a los clientes potenciales, mientras  que  bienes y servicios  son sub.-categorías  que describen dos tipos  de productos, pero  muchas veces  los  términos  "producto," "servicio" "producto de servicios", se usan como sinónimos.

**Los servicios varían** según los factores aplicados, a negocios o consumidores individuales, requiere de  presencia física del cliente o si se enfocan  al equipo de trabajo o personal de manera individual,  pero para este  tema, especifico a desarrollar.

**Se pueden destacar  04  características**:

**Intangibilidad:** Porque  son en la  medida  abstractos que no se almacenan no tienen aspecto físico  
**Heterogeneidad:** Tienen  alta  variabilidad, difícil estandarizar no son iguales ya que varia según el tipo de personas  
**Inseparabilidad:** Se producen y consumen al mismo tiempo con participación directa del cliente.

**Ética:** A nivel personal, profesional en los  diversos  círculos del desarrollo humano;

Ética en los negocios

\_ Formación del ambiente ético en los negocios.

\_ Análisis de problemas éticos.

– Identificar grupos afectados.

– Se infringen derechos de algún grupo.

– Principios morales.

– Establecer el propósito moral.

– Compromiso con un comportamiento ético.

Ahora bien, Bajo las  premisas  anteriores, el marketing  de servicios , con el fin  de  obtener  una optima atención al cliente, se  puede conceptualizar en lo siguiente:  Es la orientación  a una actividad, acción y/o actitudes que realizan los individuos con una predisposición y/o orientación para que los integrantes de una  entidad, cualquiera  que sea  su tipo puedan, tanto  dentro como fuera de ella  tener una  mayor  identificación de calidad, según  la  visión y misión de la entidad.

En suma  cuenta son las  actitudes y acciones  que tomamos, las que  hacen sentir a nuestros clientes  y amigos, que estamos  interesados  en ellos y trabajando por ellos...recordemos  que los clientes  están midiendo la actuación de la organización.

**Definiendo los conceptos:**

**Misión:** Define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Para que existe la organización?

**Visión:** Es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro.

**Ejemplos de visión y misión**

**VISIÓN**

* Nos vemos ofreciendo servicios en tres nuevas plazas del país, con estructura propia y excelente servicio.
* Con sistemas administrativos integrados, completamente Automatizados, precisos, eficientes y versátiles.
* Con capacidad de respuesta ante mercados depresivos cumpliendo los requerimientos de rentabilidad.
* Nos vemos con productos desarrollados acordes a las necesidades de los clientes, convirtiéndonos en una importante opción en el mercado por calidad, agilidad, innovación y por flexibilidad del sistema...

**MISION**

* La misión indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las

Razones de su existencia.

* Señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización, identifica los

Mercados a los que se dirige, los clientes a los que quiere servir y los productos que quiere ofrecer.

* Determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de los propósitos básicos de la organización.

Existen diferentes tipos de servicios por ejemplo:

Los hay con fines de lucro y sin fines de lucro.

**Los servicios sin fines de lucro.**

|  |
| --- |
| Una organización sin fines de lucro es un grupo organizado con propósitos diferentes a generar ganancias y en el cual ninguna parte de los ingresos de la organización es distribuida a sus miembros, directores u oficiales. Las corporaciones sin fines de lucro con frecuencia se denominan "corporaciones sin acciones". Estas pueden tomar la forma de una corporación, una empresa individual (por ejemplo, contribuciones individuales de beneficencia), asociación desincorporada, sociedad, fundación, o condominio. Las organizaciones sin fines de lucro deben ser designadas como tales cuando se crean y sólo pueden perseguir los fines permitidos por los estatutos para las organizaciones no lucrativas. Tales organizaciones incluyen**: iglesias, escuelas públicas, beneficencia pública, clínicas y hospitales públicos, organizaciones políticas, sociedades de ayuda legal, organizaciones de servicios voluntarios, sindicatos,** asociaciones profesionales, institutos de investigación, museos, y algunas agencias gubernamentales. |
|  |
|  |

**\*Existen muchas acciones nuestras que son servicios sin fines de lucro o no pagadas por**

**Realizarlas, por ejemplo: Entretener a los más pequeños del barrio, leer libros a personas**

**Ciegas, etc…**

**Los servicios con fines de lucro.**

Son aquellas instituciones que buscan una ganancia económica al brindar un servicio, es buscar en el mercado un espacio muchas veces no ocupado en donde se aprecia una necesidad insatisfecha por parte de una persona, la cual se convertirá en un potencial

Consumidor.

CONSULTAR ESTA PÀGINA EN INTERNET.

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/mercado-servicios.html>

**INSTRUCCIONES:**

1) Leído cuidadosamente el texto anterior podrá responder el cuestionario.

2) Responda con una idea clara y buena redacción.

3) Investigue

4) Al momento de bajar información de Internet, quite los hipervínculos.

**Guía Nº 1**

|  |
| --- |
| **Actividad:** Conocer de que se tratan los productos denominados servicios. |

**CUESTIONARIO**

1. **Mencione un servicio sin fines de lucro:**

|  |
| --- |
| **Los hospitales públicos.** |

**Investigue acerca de ese servicio:**

1. **Misión del servicio:**

|  |
| --- |
| **Ayudar a las personas necesitadas, en el sentido de la salud.** |

1. **Visión del servicio:**

|  |
| --- |
| **Tratar de que hayan hospitales públicos en todo el país para ayudar a las personas que no tengan los medios para pagar clínicas o algo por el estilo y así satisfacer las necesidades de todas las personas.** |

**B) Mencione un servicio con fines de lucro:**

|  |
| --- |
| **La empresa Coca - Cola** |

**Investigue acerca de ese servicio:**

1. **Misión del servicio:**

|  |
| --- |
| **El sueño de una misión perdurable , refrescar al mundo , inspirar momentos de optimismo y felicidad y crear finalmente crear valor y dejar una huella positiva.** |

1. **Visión del servicio:**

|  |
| --- |
| **Guía cada aspecto de nuestra empresa, describiendo lo que necesitamos lograr a fin de continuar produciendo un crecimiento sustentable y de calidad por ejemplo - Nuestra gente:** **Ofrecer un ámbito de trabajo donde nuestra gente se sienta inspirada a dar lo mejor y puedan desarrollar al máximo su potencial. – Nuestros socios:** **Cultivar una red integrada de clientes y proveedores para generar valor perdurable para ambas partes.** |

**C) Mencione la diferencia que existe entre servicios con fines de lucro y sin fines De lucro:**

|  |
| --- |
| **Las organizaciones con fines de lucro tienen el objetivo expreso de obtener una ganancia. Muchos propietarios invierten las ganancias en sus negocios y mantienen una parte para sí mismos y/o invertir en sus empleados. El propósito principal de los centros de negocios sin fines de lucro en la prestación de servicios para la comunidad. El derecho fiscal prohíbe a los funcionarios y directores de la organización la distribución de beneficios para ellos mismos.** |

**D) Inserte una tabla con 2 columnas y 4 filas, luego inserte las siguientes imágenes**

* **4 Imágenes con fines de lucro**
* **4 Imágenes sin fines de lucro**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |