

Resumen Imprimible

Marketing de Servicios

Módulo 2

Contenidos:

- Fuerzas transformadoras de la economía de servicios:
- La Economía. Crisis global de la confianza.
- Internet, Tecnología y Transformación Digital.
- Nuevas amenazas competitivas.
- Cambios culturales y sociales.
- Automatización del trabajo.

El mundo cambia y lo hace de manera muy rápida y vertiginosa; los cambios que ocurren hacen que dentro de una misma generación ocurran hechos que marcan hitos a cada paso que se va dando. Por ejemplo, hay generaciones que vieron introducirse el televisor blanco y negro, luego color y de repente estaban dependiendo de un teléfono que los conectaba en cualquier momento con cualquier lugar, con cualquier persona aun cuando la desconociera físicamente. Se vieron transformadas las costumbres, los gustos, las preferencias, hasta las formas de pensar, sentir y relacionarse.

Por supuesto, este contexto no es ajeno a las empresas, emprendimientos y/o negocios. Año a año se van incorporando las últimas tendencias que ya veíamos despuntar años anteriores, como por ejemplo la interconectividad de los dispositivos y objetos, el reinado de los smartphones, el big data, el marketing automation, las aplicaciones para generar engagement, la transformación digital, la economía colaborativa o la publicación de contenidos en redes sociales, entre muchísimos otros.

Quien se dedique a realizar negocios en esta nueva era, estará dispuesto a enfrentarse y adaptarse a los desafíos y condiciones que propone el contexto. ¿De qué desafíos y condiciones estamos hablando?

- De la constante adaptación a los cambios socioculturales y demográficos, no solo actuales sino también futuros. De esta manera, cada empresa responderá de la manera más eficiente y eficaz a los cambios que se produzcan.
- La Incorporación a cada actividad de las alternativas que presenta el uso de internet, los smartphones u otras tecnologías, tratando de aportar nuevas maneras de dar respuesta a las necesidades de los consumidores en lo que ya se conoce como "transformación digital" de las empresas y organizaciones.

- Posibles acuerdos con proveedores o clientes de otros países, de manera de tener un negocio más global y competitivo.

Fuerzas transformadoras de la economía de servicios

- Economía y crisis global de la confianza
 - Aceleración de la tecnología
 - Nuevas amenazas competitivas
 - Cambios culturales y sociales
 - Automatización del trabajo
-
- **Economía y la crisis global de la confianza**

¿Qué se entiende por confianza? Según Laurence Cornú, filósofa francesa autora de “La confianza en las relaciones pedagógicas”, es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del control del otro y del tiempo.

- **Aceleración de la tecnología**

Hoy, el mundo se encuentra de puertas abiertas a un importante desarrollo no antes visto. La revolución tecnológica a la que se enfrenta es impactante y contundente, a tal punto que repercute en las formas en que se realizan las actividades en todos sus aspectos, tanto personales como laborales.

El cambio producido ha sido reflejado en los patrones de consumo, en los gastos aplicados de las empresas y en la vida de todos y cada una de las personas que habitan el planeta, aportando una enorme mejora en los procesos de gestión de la información. El desarrollo tecnológico y la generalización de internet y sobre todo de los smartphones han sido sus máximos responsables, creando también excelentes oportunidades de negocios con futuro, rentables y en auge.

Este apartado puede dividirse en cuatro áreas:

- Internet
 - Telecomunicaciones
 - Juegos electrónicos
 - Otras tecnologías.
-
- **Nuevas amenazas competitivas**

Tímidamente y de a poco, pero cada vez con mayor velocidad, los últimos acontecimientos políticos están poniendo en peligro la eliminación de las barreras arancelarias, idiomáticas o de distancia que caracterizaban la economía globalizada y posibilitaban los acuerdos y negocios comerciales entre los distintos países.

El proteccionismo derivado de la desglobalización amenaza esta sintonía económica y se hace hueco de forma paulatina y paralela a la presencia efectos de la globalización que aún sobrevive. Por eso, a la hora de crear un negocio, aunque sea local, todavía conviene tener en cuenta los siguientes efectos de la globalización:

- Mercados globales: El proteccionismo va in crescendo pero aún existen facilidades en los aranceles fronterizos. Por ello hay dos preguntas clave que debemos plantearnos: ¿puedo comprar más barato o mejor en otro país o a proveedores de otro país instalados aquí? ¿puedo vender mis productos y servicios en otros países? Debemos pensar en este factor. Si no lo hacemos, alguien más lo hará.
- Comercio electrónico: un aliado indispensable para el autónomo y la pyme, que tienen a su disposición una gran herramienta para poder vender en el mercado global y llegar fácilmente a cualquier rincón del mundo.
- Externalización: ¿puede o debe mi negocio externalizar ciertas tareas en países con costes de mano de obra sensiblemente más baratos? Cada vez son más los autónomos y pymes que fabrican en China o India o que trabajan por internet con programadores y diseñadores informáticos de Latinoamérica o de la India.

Esta internacionalización de tareas será más o menos difícil en función del país donde se quiera asentar. EEUU y Reino Unido son algunos de los países que pretenden ejercer mayor proteccionismo.

- Deslocalización: consiste en llevarse el negocio entero a otro país para abaratar costes y poder seguir siendo competitivos. Sin duda es un tema muy controvertido, que genera rechazo y cada vez más difícil de llevar a cabo.
- Países competidores: Si voy a crear un negocio debo preguntarme cómo pueden afectar las economías emergentes mi actividad. ¿Dónde llegarán en 20 años? ¿Cómo nos afectará?
- El inglés: es el idioma del mundo global así que si realmente quieres ser "global" no tienes otra alternativa que dominarlo.
- **Cambios socioculturales**

La vida en sociedad del SXXI se ve impactada y transformada y aún continua haciéndolo. De esta forma da lugar a nuevas necesidades y por tanto a nuevas oportunidades de negocio con futuro de muy diversa índole, a las que la crisis ha proporcionados nuevos tintes estos últimos años. Algunas de ellas son:

- En relación a la salud y apariencia, aspecto, se generaliza una obsesión marcada por la belleza y el perfeccionismo, dando vital importancia al interés en una vida larga y sana, lo que conduce a una mayor preocupación por la salud y el cuidado del cuerpo.
- Sustentabilidad. En líneas generales, se entiende la sustentabilidad como “la capacidad que tiene una sociedad para hacer un uso consciente y responsable de sus recursos, sin agotarlos o exceder su capacidad de renovación, y sin comprometer el acceso a estos por parte de las generaciones futuras”.
- En relación a los valores y la cultura, luego de una generación dedicada al trabajo y al esfuerzo, las facilidades a las que se accede a partir de las innovaciones tecnológicas, dan lugar a una búsqueda del disfrute de la vida.

- En relación a los hábitos de vida y familiares, estos llevan aparejados modificaciones en la familia, que se ve aggiornada por la nueva posición de la mujer en la sociedad y en el mundo laboral.
- Hábitos de consumo: Los consumidores se han tornado exigentes en un mercado con exceso de oferta de casi todo, lo que potencia la demanda de calidad. Podemos así encontrar el auge de las ofertas (cupones) y de los servicios y productos lowcost, en los que se ofrece el producto esencial y se prescinde de complementos.
- En relación a los cambios demográficos, existe en esta nueva sociedad un creciente envejecimiento de la población y caída de la tasa de natalidad, factores que con la inmigración parecían haberse reducido pero que con la crisis se mantienen, así como también un aumento de los movimientos migratorios, inmigración (extra e intracomunitaria) y desde la llegada de la crisis, también emigración, especialmente de los jóvenes.
- **La automatización industrial** es el uso de tecnologías para el control y monitoreo de procesos industriales, aparatos, dispositivos o máquinas, que por regla general son funciones repetitivas, lo que hace funcionen automáticamente reduciendo al máximo la intervención humana. Dicho de otro modo, se trata de automatizar las tareas y procesos repetitivos, fatigosos, o molestos dejando que sean las máquinas quienes los hagan. Esto reduce el empleo de personas, por ejemplo, en ambientes contaminantes, reduce el estrés y la fatiga de los operarios y permite que las personas se ocupen de tareas con más alta cualificación. Por otro lado, lo cierto es que la automatización de procesos también busca mejorar los tiempos de ciclo de producción de un producto, permitiendo producir más en menor tiempo, con menos errores y de manera repetitiva, garantizando la uniformidad en la calidad del producto final de un lote a otro.