

Resumen Imprimible

Marketing de Servicios

Módulo 7

Contenidos:

- Mano de obra
- Contacto directo con el cliente Automatización
- Vocación de servicio
- Procedimientos

Hoy, en la segunda década del siglo XXI, los problemas, las exigencias, los retos son otros. El hombre, la sociedad, las empresas, viven definitivamente otra realidad, completamente diferente a la del hombre del pasado.

Hoy la verdadera inversión no es en máquinas, es en el conocimiento. Sin éste, dichas máquinas, por más sofisticadas que sean, son irremediablemente improductivas y así, a diferencia del trabajador manual, el **trabajador del conocimiento** es dueño de los medios de producción.

El conocimiento permite otro tipo de trabajos no reconocidos al momento y el desarrollo de habilidades antes no pensadas. Cada uno tiene un rol asignado dado por su especialización, siendo de suma importancia la sincronización de los mismos. El capital de la empresa pasa a ser más intangible. Ya no se busca a los más rápidos y más duros sino a los que reúnan un todo de condiciones teniendo en cuenta inteligencia aptitudes, experiencias.

Hoy en día, gracias al trabajador del conocimiento se atraviesa la era del celular, la Internet y la Nano tecnología. Hoy la masa laboral se encuentra a un nivel de cambio que se puede comparar con las grandes revoluciones, como la revolución industrial a principios de la década de 1820. El impacto del hoy conocido “e commerce” es similar con el impacto del ferrocarril o la máquina de vapor en la revolución industrial.

Los desafíos a los cuales se debe enfrentar toda empresa le permiten su inserción en la competitividad y producción científica. Ante los cambios que día a día surgen en el mundo empresarial frente a los procesos de globalización, las empresas que quieran sobrevivir necesitan de nuevos enfoques y procesos definidos para fortalecer su capacidad de gestión.

Las perspectivas están concentradas en la expansión y consolidación de los trabajadores del conocimiento, lo que lleva a pasos firmes a la maduración y creación de nuevos campos disciplinarios e interdisciplinarios de conocimientos entre las áreas de las empresas. Evidentemente, formar parte de una sociedad del conocimiento implica el

estar forzosamente actualizado.

Una empresa industrial, para comenzar a trabajar, requiere materia prima, gastos indirectos y mano de obra.

- Los gastos indirectos son todos aquellos que se realizan para poder producir, como por ejemplo los gastos de servicios, alquileres, etc.
- La materia prima es todo aquello que puede, a partir de una materia en un estado, transformarse en otro. Son el porqué de la producción.
- Se dice que la mano de obra es tan importante que sin ella no existiría la producción, y sería imposible disfrutar de todas aquellas cosas que se poseen.

Se define a la **mano de obra** como el esfuerzo, tanto físico como mental, que es necesario para la elaboración de un bien. Sin la mano de obra la transformación no se produciría, aun cuando la industria estuviera por demás automatizada. Interviene en todos los pasos o etapas de la fabricación y en cada una de ellas cumple un rol específico, de ahí su especialización.

En todas las empresas, no importa de qué tipo de empresa se trate, la mano de obra cuenta con un control de tiempo con el fin de medir el tiempo que el trabajador dedica a su labor. Algunas empresas hacen este control manualmente, otras utilizan sistemas más complejos.

De esta forma es que la mano de obra recibe su pago correspondiente, que puede ser mensual, quincenal, semanal o diario de acuerdo a la industria.

No toda la mano de obra es la misma para la empresa desde el punto de vista contable, que es la parte que más le interesa a una empresa. Con esto nos referimos a cuánto le cuesta a la empresa el tener a la mano de obra a su cargo. Para su mejor contemplación, la Contabilidad la dividirá en dos tipos: mano de obra indirecta y mano de obra directa.

- La Mano de obra directa es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la

generada por los obreros y operarios calificados de la empresa. La mano de obra directa es también conocida como mano de obra “de toque” porque el empleado toca el producto durante el proceso de fabricación. Para que un negocio clasifique un gasto como mano de obra directa, el trabajo realizado debe estar relacionado directamente a una tarea concreta.

- La Mano de obra indirecta es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio. Estos empleados no tocan los productos durante el proceso de fabricación. Los ejemplos de mano de obra indirecta incluyen a supervisores, gerentes de planta, personal de ventas y marketing.

También podemos definir los siguientes tipos de mano de obra:

- Mano de obra de gestión: es la mano de obra que corresponde al personal directivo y ejecutivo de la empresa
- Mano de obra comercial: es la mano de obra generada por el área comercial y constructora de la empresa.

En los servicios, la mano de obra directa está relacionada con todas aquellas personas que prestan el servicio y tienen contacto directo con el cliente, desde una llamada telefónica hasta la atención personal. En un hotel sería quien toma la reserva, el conserje que lo recibe, el recepcionista que toma su reserva, etc. La mano de obra indirecta incluiría todo aquel que supervisa la actividad, jefes y gerentes que hacen que el trabajo se realice, pero que en contadas ocasiones tienen contacto con el huésped.

Actualmente y a nivel mundial, una de las problemáticas que más daño hace al mercado laboral es lo que se conoce comúnmente como “mano de obra barata”. Con este término se define a todas aquellas personas que están dispuestas a realizar un trabajo por un sueldo mínimo. Los trabajadores informales generalmente tienen empleos de mala calidad, salarios bajos, largas jornadas de trabajo, falta de acceso a oportunidades de capacitación, dificultades para acceder al sistema judicial y al sistema de protección social, incluyendo la protección para la seguridad y salud en el trabajo. Estas condiciones

ubican en una situación de vulnerabilidad económica y laboral tanto a los propios trabajadores como a sus familias.

Los efectos de la **automatización** sobre los trabajadores y el mercado de trabajo se ha discutido desde finales del siglo XVIII. Una de las preocupaciones recurrentes ha sido el desempleo tecnológico, es decir que la automatización sustituya a los trabajadores de una forma tan masiva que genere desempleo de largo plazo a gran escala. A lo largo de la historia, los empleos que producen la tecnología de automatización y los nuevos sectores que esta crea han contrarrestado la destrucción de puestos de trabajo. Sin embargo, la historia pasada no asegura que la interacción entre los elementos del problema sea la misma en el futuro y que produzca un resultado similar de aumento global del empleo. La polarización del mercado es otro posible efecto de la automatización.

Los empleos rutinarios de cualificación media son más fácilmente automatizables, a diferencia de los trabajos abstractos y manuales no rutinarios que tienden a ser de alta y baja cualificación, respectivamente. Esto puede provocar que aumente la demanda de empleos de alta y baja cualificación y disminuya los de cualificación media, lo que polariza el mercado de trabajo. Si bien es poco prudente intentar

El gran desafío para las sociedades y sus gobiernos apunta más allá del provecho por el crecimiento económico que promoverán internet y las tecnologías conexas, hacia la distribución de los beneficios para que no impacte en forma negativa en el mercado laboral.

Aunque suene como una paradoja, la reducción de la participación del trabajo humano en la producción se producirá en el futuro inmediato en simultáneo con una mayor disponibilidad de bienes. Además, Internet ha transformado los servicios existentes, como los de taxi y de la industria hotelera, salud, educación y comercio al detalle. Esto ha incrementado la variedad de bienes y servicios disponibles, incluidos los de ocio. En consecuencia, Internet aumenta el bienestar del consumidor, pero de maneras que no son fáciles de medir.

Las tecnologías digitales han ampliado extraordinariamente la base de información, reducido los costos de la información y creado bienes de información. Esto ha facilitado la búsqueda, la combinación y el intercambio de información, y contribuido a una mayor organización y colaboración entre agentes económicos, lo que ha influido en la manera en que las empresas operan, las personas buscan oportunidades y los ciudadanos interactúan con sus Gobiernos.

Vocación de servicio

La venta de un servicio y la prestación del mismo rara vez pueden separarse. Solamente con servicios automáticos y mecanizados la gente participará poco en las transacciones de servicios. En consecuencia, los seres humanos pueden desempeñar un papel exclusivo en el marketing y la producción de servicios. Esto tiene efectos importantes para la función de marketing, pues es evidente que las personas constituyen un elemento fundamental de cualquier estrategia de marketing de servicios e integran cualquier mezcla del marketing.

El mayor o menor grado de contacto dependerá del porcentaje del tiempo total que el cliente esté en el sistema, en comparación con el tiempo relativo que se gasta para atenderlo. Los diferentes tipos de sistemas de servicios, tienen consecuencias para la gerencia de marketing en diversas formas. De este modo influyen en el proceso de la presentación del servicio. En este contexto y debido a que la participación humana puede influir tanto en la prestación del servicio, en las empresas de alto contacto la calidad del servicio puede ser inseparable del personal y de la evaluación que haga el cliente sobre el servicio.

Vocación de servicio: Caso Disney World

Disney tiene unos principios, valores, misión, visión y filosofía que gobiernan su día a día.

Todas sus acciones van dirigidas a: Hacer feliz a la gente

- Dan formación a sus empleados
- Tienen una universidad propia
- Ofrecen espectáculos y entretenimiento

También usan un vocabulario especial que hace que se sientan originales y distinguidos. Los juegos son atracciones, los manuales son el guion. Se intenta que los guiones sean lo más real posible, se dramatiza todo para convencer al cliente.

- El objetivo de los empleados es hacer agradable la estancia de los “invitados” no clientes; lo cual no es tarea fácil porque la gente se cansa, se pierde, se irrita, tiene calor, busca al empleado y se enoja con él.
- La compañía se asegura que los empleados entiendan su papel en el “gran espectáculo”; los cuales deben graduarse en la universidad previo inicio de sus labores.
- La formación y entrenamiento es integral para todo el personal; incluso para el personal de limpieza que es el que recibe más preguntas de los visitantes al parque.
- Disney hace todo lo posible para que sus empleados comprendan los ideales de la compañía; valorando el desempeño de cada uno y su participación en el gran espectáculo

Estrategias de Disney para ser una Empresa Líder:

- Todo el mundo es importante

Esto se traduce como respetar, apreciar y valorar a todos. Esto es fundamental para iniciar cualquier tipo de relación

- Rompe moldes: reinventar el negocio

¿Se adapta con facilidad al cambio? Esta es una condición elemental para hacer crecer el negocio. Ser creativo, romper los moldes, lo establecido, lo conocido. De no hacerlo, los clientes se van a aburrir y se van a ir a la competencia.

- Hacer de los empleados la marca

La imagen que la gente tenga de la empresa es la que muestren los empleados.

No sólo buscar gente altamente capacitada si no personas con dotes de comunicación, empatía y orientadas al cliente.

- Hacer magia con el entrenamiento

Es importante ofrecer a los empleados formación que refuerce sus habilidades y esto debe reforzarse dándoles responsabilidad. Crear magia con la formación: definir una clara misión, crea momentos mágicos, comunicación constante, hacer sesiones de feedback y enseña con el ejemplo.

- Evitar los trastornos

Es imposible tenerlo todo controlado y evitar que surjan imprevistos. En estas situaciones buscar soluciones, hacer tormenta de ideas entre los empleados para encontrar soluciones.

Escuchar a tus clientes y empleados antes de emitir juicios; anticiparse y evaluar los cambios; el objetivo es promover el crecimiento de la empresa perfeccionando sus procesos.

- Averiguar la verdad

Cualquiera que sea el trabajo, si se aspira a ser realmente un gran líder, es necesario conocer todos los hechos relativos a la empresa o actividad. Para ello salir del despacho, conectar con los empleados y clientes es necesario hacerse accesible para que confíen

en uno.

- Utilizar combustible gratis

Usar la energía de los propios empleados. Según Cockerell para tener un ambiente de trabajo cálido, armónico y próspero hay que tratar a las personas con aprecio, reconocimiento y entusiasmo. Así se elevará su autoestima, estarán a gusto y desarrollarán su máximo potencial.

- Situarse a la cabeza del pelotón

En estos tiempos de cambios constantes, estar al día es vital para la supervivencia del negocio.