

# **Instituto Privado Mixto**

## **“Rafael Arévalo Martínez”**



**Nombre del Estudiante:** Sheily Yuliana  
Vásquez López

**Catedrática:** Mayte Escobar

**Carrera:** Administración de Empresas

**Grado:** Cuarto

**Curso:** Mercadotecnia I

**Trabajo:** Actividad #3 IV Bloque

**Tema:** Distribución de Servicios y Servicios  
Complementarios

**Ciclo Escolar:** 2,021

Instituto Privado Mixto  
"Rafael Arévalo Martínez"

Alumna:

Sheily Yuliana  
Vásquez López

Grado:

4ta. Administración  
de Empresas

Curso:

Mercadotecnia I

Catedrática:

Mayte

Escobar

Trabajo:

Actividad no. 3  
IV Bloque

Distribución de servicios  
y Servicios complementarios



# Guadro Comparativo

## Distribución de Servicios

Se relaciona con el servicio básico y con los servicios complementarios. Los servicios básicos requieren de un local físico, lo cual restringe seriamente la distribución.

- Incluye tres elementos interrelacionados: el flujo de información, de negociación y de producto.
- Los clientes por lo general deben acudir al local físico al adquirir un servicio básico.
- Los servicios tales como las experiencias, los desempeños y las soluciones no se pueden transportar ni almacenar físicamente.
- Logra que los servicios lleguen a satisfacer las necesidades de forma física.

## Servicios Complementarios

Estos son de naturaleza informal y pueden distribuirse ampliamente y a un costo razonable a través de otros medios.

- Se basan en información (flor del servicio)
- Amplian el producto básico, facilitando su uso y aumentando su valor y atractivo.
- Se pueden transmitir a través de internet
- Habilita una nueva estrategia de transacciones a distancia entre el cliente y la empresa
- Aumentan el valor del producto que reciben los clientes potenciales, para permitir al proveedor de servicios cobrar un precio más alto.