

# Contenido breve

Prólogo vii

Acerca de los autores xiii

---

## **PARTE I** Perspectiva general del marketing de servicios 1

---

**CAPÍTULO 1** Introducción a los servicios 2

**CAPÍTULO 2** El sector servicios: supersectores y consideraciones éticas 30

**CAPÍTULO 3** Diferencias fundamentales entre bienes y servicios 55

**CAPÍTULO 4** Comportamiento del consumidor de servicios 84

---

## **PARTE II** La mezcla táctica del marketing de servicios 109

---

**CAPÍTULO 5** El proceso de entrega del servicio 110

**CAPÍTULO 6** Fijación de precios de los servicios 142

**CAPÍTULO 7** Desarrollo de la estrategia de comunicación del servicio 168

**CAPÍTULO 8** Administración de la evidencia física de la empresa 198

**CAPÍTULO 9** Las personas como estrategia: administración de los empleados de servicios 227

**CAPÍTULO 10** Las personas como estrategia: administración de los consumidores de servicios 258

---

## **PARTE III** Evaluación e implementación de estrategias de servicio exitosas 285

---

**CAPÍTULO 11** Definición y medición de la satisfacción del cliente 286

**CAPÍTULO 12** Definición y medición de la calidad en el servicio 316

**CAPÍTULO 13** Administración de quejas y recuperación del servicio 345

**CAPÍTULO 14** Lealtad y retención de los clientes 375

**CAPÍTULO 15** La unión de las piezas: cómo crear una cultura de servicio de clase mundial 406

Índice 435