

La nómina de coautores, detalló, la completan **Guillermo D'Andrea**, director de la cátedra de Marketing del IAE Business School de la Universidad Austral, en Argentina; **Luis Huete**, profesor de Gestión de Servicios del IESE Business School, en España, y coordinador del programa IESE-HBS Achieving Breakthrough Services, y **Joche Wirtz**, profesor de la National University of Singapore.

Reynoso es miembro de la Academia Mexicana de Ciencias, fue el primer investigador latinoamericano en ingresar a la International Academy of Services, lanzó la iniciativa de la Academia Latinoamericana de Administración de Servicios y **recibió en tres ocasiones el Premio a la Labor Docente y de Investigación del Tecnológico de Monterrey**.

Detalles de la tercera edición

El libro se estructura en cinco partes; la primera se enfoca en el entendimiento del negocio de los servicios, la segunda se orienta al entendimiento de los servicios desde la perspectiva del cliente, la tercera analiza la creación de valor en los mercados competitivos, la cuarta aborda el diseño y planeación de la experiencia del servicio, y la quinta está dirigida hacia la administración del sistema de entrega del servicio.

En el prefacio, los coautores mencionan que diseñaron la tercera edición de Administración de Servicios para **complementar los materiales que se pueden encontrar en libros de texto tradicionales de marketing, operaciones y administración de recursos humanos**.

Uno de sus objetivos principales, subrayan, fue crear **un texto en español útil para las necesidades de estudiantes, profesores y ejecutivos de empresas en las regiones de habla hispana**, y por ello buscaron reemplazar en el libro muchos ejemplos de Estados Unidos y países europeos con otros de **las mejores prácticas de administración de servicios de países de América Latina y España, incluyendo el segmento socioeconómico más grande del mundo, conocido como la Base de la Pirámide**.

“Esta obra va más allá de establecer la diferencia entre administrar servicios y administrar la manufactura de productos a través del servicio. **Plantea la necesidad de establecer un nuevo paradigma e invita al lector a cambiar el enfoque tradicional del negocio basado en bienes o productos por el de un negocio centrado en el cliente y dirigido por el servicio**, en donde la tecnología es un elemento cada vez más relevante en las proposiciones de valor, dirigidas tanto a clientes como negocios”, aseguran los coautores.

La primera edición de Administración de Servicios data del año 2004. Su segunda edición, de 2011, fue distinguida con el **Premio a la Investigación Rómulo Garza 2012**, en la categoría Premio a Libros Impresos, por su aportación e impacto dentro y fuera del Tecnológico de Monterrey. Todas las ediciones han sido publicadas por Pearson.

