

A natureza dos serviços

Prof. Ramon Gomes da Silva





A natureza dos serviços

1. Características diferenciadoras das operações de serviços;
2. Características da ausência de propriedade dos serviços;
3. O pacote de serviços;
4. Classificação de serviços;
5. Serviços como sistemas abertos.



1. Características diferenciadoras das operações de serviços

Em serviços, deve-se fazer uma distinção entre *insumos* e *recursos*.

- **Insumos:** Os próprios clientes;
- **Recursos:** Bens facilitadores, mão-de-obra, capital sob o comando do gerente.

1.1. Participação do cliente no processo dos serviços;

1.2. Simultaneidade;

1.3. Perecibilidade;

1.4. Intangibilidade;

1.5. Heterogeneidade.



1.1. Participação do cliente no processo dos serviços

- A presença do cliente no local do serviço requer atenção ao ambiente físico;
- Cliente como parte ativa do processo:
 - ◆ Clínica médica;
 - ◆ Estudante;
 - ◆ Redes de *fast-food*.
- Cliente fora do processo:
 - ◆ Serviços bancários;
 - ◆ E-commerce.



1.2. Simultaneidade

- Os serviços são criados e consumidos simultaneamente;
- Impossibilidade de estoques como amortecedor na flutuação da demanda;
- Estoques = Tempo de espera do cliente (filas);
- O fato de a produção e o consumo serem simultâneos também elimina muitas oportunidades de controle de qualidade.



1.3. Perecibilidade

- Um serviço é uma mercadoria perecível:
 - ◆ A poltrona vazia de um voo, um quarto desocupado em hotel/hospital, uma hora sem agendamento de um dentista.
- A utilização total da capacidade é um desafio;
- O gerente tem 3 opções básicas:
 1. Suavizar a demanda;
 2. Ajustar a capacidade dos serviços;
 3. Permitir que o cliente espere.



1.4. Intangibilidade

- Serviços são ideias e conceitos; produtos são objetos;
- Inovações em serviços não são patenteáveis;
- Diferente de um produto, no caso do serviço o cliente precisa confiar na reputação da empresa;
- Registros, licenciamentos e regulamentações buscar garantir um padrão nos serviços prestados.



1.5. Heterogeneidade

- Variabilidade no atendimento ao cliente;
- Expectativa do cliente em ser atendido como os outros clientes;
- Desenvolvimento de padrões e de treinamento;
- *Feedback* do cliente é o que garante o controle de qualidade de serviços.



2. Características da ausência de propriedade de serviços

Tipo de serviço	Valor ao cliente	Exemplos	Desafio administrativo
Aluguel de bens	Obter direito temporário ao uso exclusivo	Veículos, ferramentas, móveis, equipamentos	Escolha do local e manutenção
Aluguel de local e espaço	Obter uso exclusivo de uma porção definida de um espaço maior	Quarto de hotel, assento de avião, depósito	Serviços de limpeza e obtenção de economias de escala
Trabalho e conhecimento	Contratar outras pessoas para realizar um trabalho	Conserto de automóvel, consultoria administrativa	O conhecimento é um recurso renovável, mas o tempo é perecível
Uso de instalação física	Ter acesso a uma instalação por um período de tempo	Parque temático, vaga em camping, academia de ginástica	Controle de filas e de aglomerações
Uso de rede celular, Internet	Ter acesso para participar	Energia elétrica, telefonia	Disponibilidade e decisões quanto ao preço



3. O pacote de serviços

O **pacote de serviços** é definido como um conjunto de mercadorias e serviços que são fornecidos em um ambiente.

3.1. Instalações de apoio

3.2. Bens facilitadores

3.3. Informações

3.4. Serviços explícitos

3.5. Serviços implícitos



3.1. Instalações de apoio

Representam os recursos físicos que devem estar disponíveis antes de se oferecer um serviço. Exemplos: campos de golfe, elevadores de estações de esqui, hospitais e aviões.

Instalações de apoio

1. *Localização:*

- É acessível por transporte público?
- É localizada em uma região central?

2. *Decoração interior:*

- Está apropriada?
- Qualidade e coordenação do mobiliário

3. *Equipamento de apoio:*

- O dentista usa uma broca mecânica ou pneumática?
- Qual é o modelo e o ano da aeronave utilizada pela companhia aérea?

4. *Adequação da arquitetura:*

- Arquitetura renascentista para *campus* universitário
- Característica singular e reconhecível de um telhado de telhas azuis
- Fachada de granito de uma agência bancária central

5. *Leiaute das instalações:*

- Existe um fluxo natural do tráfego?
- Há áreas de espera adequadas?
- Existem movimentações desnecessárias?



3.2. Bens facilitadores

O material adquirido ou consumido pelo comprador, ou os itens fornecidos pelo cliente. Exemplos: tacos de golfe, esquis, itens de alimentação, autopeças para reposição, documentos legais e suprimentos médicos.

Bens facilitadores

1. *Coerência:*

- Batatas fritas crocantes
- Controle das porções

2. *Quantidade:*

- Bebida pequena, média ou grande

3. *Seleção:*

- Variedade de silenciadores para reposição
- Número de itens no cardápio
- Disponibilidade de esquis para aluguel



3.3. Informações

Dados de operações ou informações que são fornecidos pelo consumidor para dar condições para a prestação de um serviço eficiente e customizado. Exemplos incluem prontuários de pacientes, assentos disponíveis em um voo, preferências do cliente identificadas a partir de visitas anteriores e localização de um cliente para mandar um táxi.

Informações

1. *Precisão:*

Endereços atualizados dos clientes
Relatório de crédito correto

2. *Precaução:*

Alerta de tempestade

3. *Utilidade:*

Raio X para identificar um osso quebrado
Situação do estoque



3.4. Serviços explícitos

Benefícios que são prontamente percebidos pelo cliente e que consistem nas características essenciais ou intrínsecas dos serviços. Exemplos: a ausência de dor após a restauração de um dente, um automóvel rodando suavemente após o conserto e o tempo de resposta dos bombeiros a um chamado.

Serviços explícitos

- | | |
|--|---|
| 1. <i>Treinamento do pessoal prestador de serviço:</i>
O mecânico tem o certificado do Instituto de Excelência em Serviços Automotivos (NIASE – National Institute for Automotive Service Excellence)?
Os médicos têm registro profissional? | 3. <i>Coerência:</i>
Registros de pontualidade de uma empresa aérea
Atualização profissional para médicos |
| 2. <i>Abrangência:</i>
Desconto do corretor comparado a seu serviço total
Hospital geral comparado a uma clínica | 4. <i>Disponibilidade:</i>
Serviço 24 horas
Existe um <i>site</i> na Internet?
Existe um número para ligação gratuita? |



3.5. Serviços implícitos

Benefícios psicológicos que o cliente pode sentir apenas vagamente ou características extrínsecas dos serviços. Exemplos: o status de ser formado por uma escola reconhecida, a privacidade de um escritório de empréstimos e a despreocupação ao usar uma oficina que garante os reparos.

Serviços implícitos

- | | |
|---|--|
| 1. <i>Atitude do serviço:</i>
Bom-humor do comissário de voo
Policial aplicando uma multa com tranquilidade
Atendimento rude em um restaurante | 4. <i>Status:</i>
Diploma de universidade de prestígio nacional
Camarotes em um evento esportivo |
| 2. <i>Ambiente:</i>
Decoração de restaurante
Música em um bar
Sensação de confusão em vez de ordem | 5. <i>Sensação de bem-estar:</i>
Avião comercial de grande porte
Estacionamento bem iluminado |
| 3. <i>Espera:</i>
Entrar no <i>drive-in</i> de um banco
Ficar aguardando atendimento
Saborear um martini no bar de um restaurante | 6. <i>Privacidade e segurança:</i>
Advogado aconselhando cliente em escritório particular
Cartão magnético para apartamento de hotel |
| | 7. <i>Conveniência:</i>
Uso de equipamentos/mobiliários
Estacionamento grátis |



4. Classificação de serviços

→ Matriz de processos de serviços:

- ◆ Um esquema de classificação dos serviços para gerenciar os serviços e corrigir o conceito de aprendizagem em conjunto.
- ◆ Mostra-se que os problemas gerenciais são similares entre as diversas atividades de serviços;
- ◆ A matriz de processos de serviços, baseia-se em duas dimensões para classificar os serviços:
 - Grau de intensidade de trabalho;
 - Grau de interação e customização.



4. Classificação de serviços

→ Grau de intensidade de trabalho (grau de intensidade da mão-de-obra)

- ◆ Definido como a proporção:
custo de trabalho / custo do capital investido
- ◆ **Baixo:** Considerável investimento em instalações e equipamentos em relação ao custo com mão de obra (empresas aéreas e hospitais).
- ◆ **Alto:** Gastos altos com mão de obra em relação às necessidades de capital (universidades e assistências jurídicas).



4. Classificação de serviços

→ Grau de interação e customização

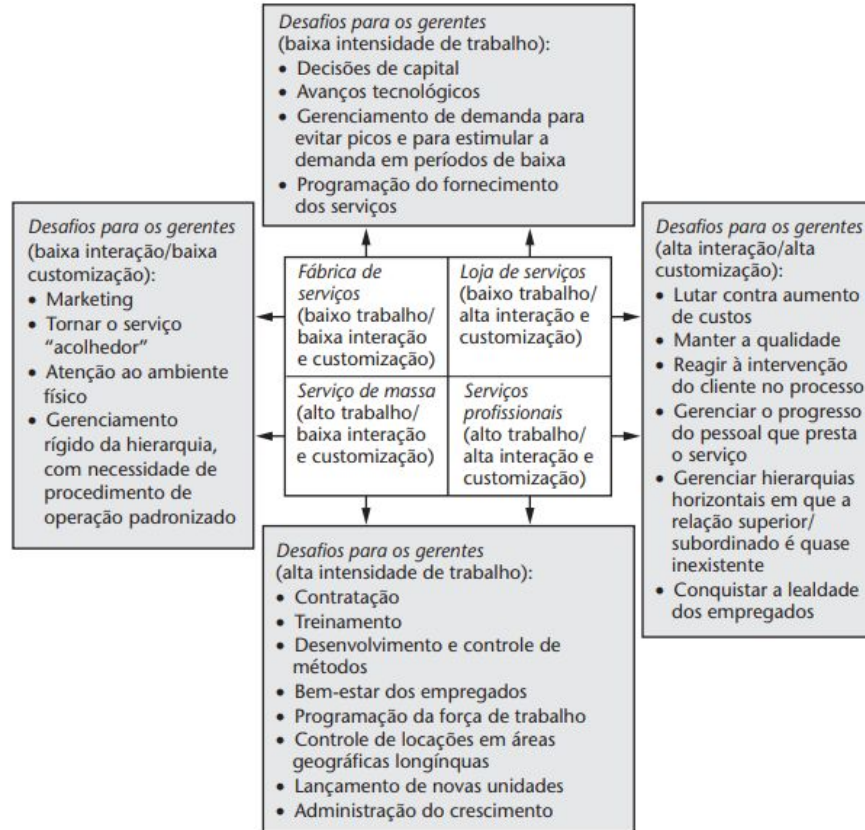
- ◆ É a variável que descreve a capacidade do cliente em interferir na natureza do serviço que está sendo prestado.
- ◆ Capacidade do cliente afetar o serviço oferecido.
- ◆ Há pouca interação entre o prestador e o consumidor de serviço quando o serviço é padronizado (Caso McDonalds) e não customizado.
- ◆ A interação resultante de alta personalização cria problemas potenciais para o processo de atendimento (caso de médicos e pacientes).



4.1. Matriz de processos de serviços

		Grau de interação e customização	
		Baixo	Alto
Grau de intensidade de trabalho	Baixo	<i>Fábrica de serviços:</i> <ul style="list-style-type: none">• Companhias aéreas• Transportadoras• Hotéis• Resorts e recreação	<i>Loja de serviços:</i> <ul style="list-style-type: none">• Hospitais• Mecânicas• Outros serviços de manutenção
	Alto	<i>Serviços de massa:</i> <ul style="list-style-type: none">• Varejista• Atacadista• Escolas• Aspectos de varejo dos bancos comerciais	<i>Serviços profissionais:</i> <ul style="list-style-type: none">• Médicos• Advogados• Contadores• Arquitetos

4.2. Desafios para os gerentes de serviços





5. Serviços como sistemas abertos

- **O cliente como entrada e saída do processo de serviços**
 - ◆ O cliente como participante do processo de serviços é visto como uma entrada que é transformada pelo processo de serviços em uma saída com certo grau de satisfação;
- **Acúmulo das funções de produção e marketing ao gerente de serviços**
 - ◆ As **funções de marketing** (educar o consumidor para ser um participante ativo no processo e “suavizar” a demanda para que esteja compatível com a capacidade do serviço) devem estar coordenadas com as **funções de produção** (a programação da força de trabalho e com o controle e avaliação do processo de fornecimento do serviço).
- **O processo é o produto**
- **A presença do cliente no processo anula a perspectiva de Sistema Fechado**



5. Serviços como sistemas abertos

→ Treinamento extensivo e delegação de poderes

- ◆ Funcionários interagem diretamente com o cliente com pouca oportunidade para intervenção do gerente. Requer-se um treinamento continuado e abrangente do serviço para que os mesmos desempenhem suas funções a contento e delegação de poderes para que possam atender aos clientes apropriadamente;

→ Atenção aos serviços implícitos

- ◆ A impressão do cliente sobre a qualidade dos serviços baseia-se na totalidade da prestação do serviço e não somente no serviço explícito prestado. A preocupação com as atitudes, aparência e o treinamento dos funcionários é indispensável para assegurar que os serviços implícitos sejam valorizados pelo cliente, também.



Exercício em sala

Estudo de caso - Village Volvo

1. Descreva o pacote de serviços da Village Volvo.
2. Como as características diferenciadoras de operações de serviços são ilustradas pela Village Volvo?
3. Como a Village Volvo se diferencia das revendas autorizadas da Volvo?

Prof. Ramon Gomes da Silva, MSc.

ramongs1406@gmail.com
<https://ramongss.github.io>

