

O papel dos serviços na economia

Prof. Ramon Gomes da Silva





Definições de serviço

- A maior parte dos experts nessa área considera que o setor de serviços abrange todas as atividades econômicas cujo produto não é um bem físico ou fabricado; geralmente, ele é consumido no momento em que é produzido e fornece um valor agregado em formas (tais como conveniência, diversão, oportunidade, conforto ou saúde) que representam essencialmente interesses intangíveis do seu comprador. (James Brian Quinn, Jordan J. Baruch e Penny Cushman Paquette, Scientific American, vol. 257, n. 2, December 1987, p. 50.).
- Serviço é uma atividade ou uma série de atividades de natureza mais ou menos intangível que normalmente, mas não necessariamente, ocorre em interações entre consumidores e empregados de serviços e/ou recursos físicos ou bens e/ou sistemas do fornecedor do serviço, que são oferecidos como soluções para os problemas do consumidor. (Christian Gronroos, Service Management and Marketing, Lexington Books, Lexington, Mass., 1990, p. 27.)



Definições de serviço

- Serviços são atos, processos e o desempenho de ações. (Valerie A. Zeithaml e Mary Jo Bitner, Services Marketing, McGraw-Hill, New York, 1996, p. 5.)
- Os serviços são atividades econômicas oferecidas por uma parte a outra, considerando frequentemente desempenhos com base em um período de tempo para provocar resultados desejados nos próprios usuários, em objetos ou em outros bens pelos quais os compradores são responsáveis. Em troca pelo seu dinheiro, tempo e esforço, os clientes de serviços esperam obter valor com o acesso a bens, mão de obra, capacidades profissionais, instalações, redes e sistemas; mas normalmente eles não possuem nenhum dos elementos físicos envolvidos. (Christopher Lovelock e Lauren Wright, Services Marketing: People, Technology, Strategy, 6th Ed., Upper Saddle River, NJ; Prentice-Hall, 2007, p.6).
- Um serviço é uma experiência perecível, intangível, desenvolvida para um consumidor que desempenha o papel de coprodutor (James Fitzsimmons).

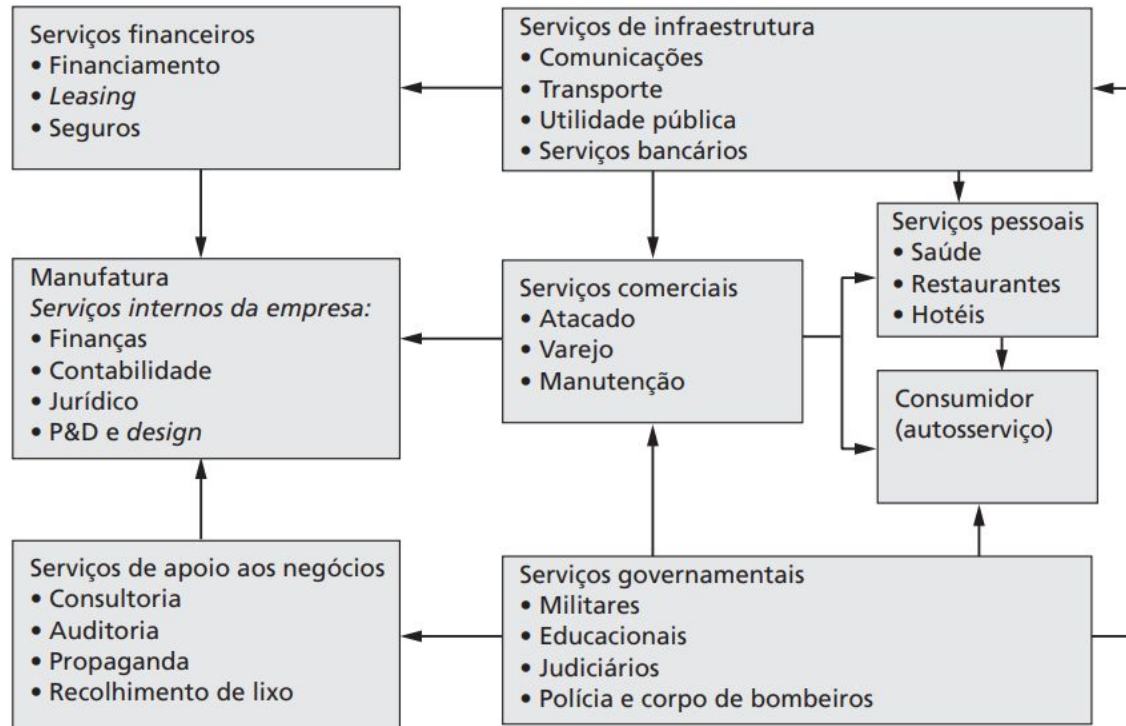


O papel dos serviços na economia

1. Importância dos serviços na economia
2. Classificação da economia
3. Principais fatores responsáveis pelo dinamismo
4. Economia da nova experiência
5. Papel dos serviços no setor industrial
6. Obtenção de um mercado competitivo
7. O papel do gerente de serviços



1. A importância dos serviços na economia





1. A importância dos serviços na economia

- Em todos os países desenvolvidos o setor de serviços ocupa posição de destaque.
- O principal indicador tem sido a participação do setor na geração de riqueza, refletida no PIB.
- Além de ser responsável pela maior parcela do PIB mundial, apresenta-se, como a parcela mais dinâmica da economia.
- Participação no PIB e o número de empregos no setor crescem a taxas elevadas do que os demais setores econômicos.



1. A importância dos serviços na economia

→ Valor adicionado bruto (em mil R\$) segundo o segmento de serviço



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços, 2017



1. A importância dos serviços na economia

→ Receita por segmento de serviço no Brasil

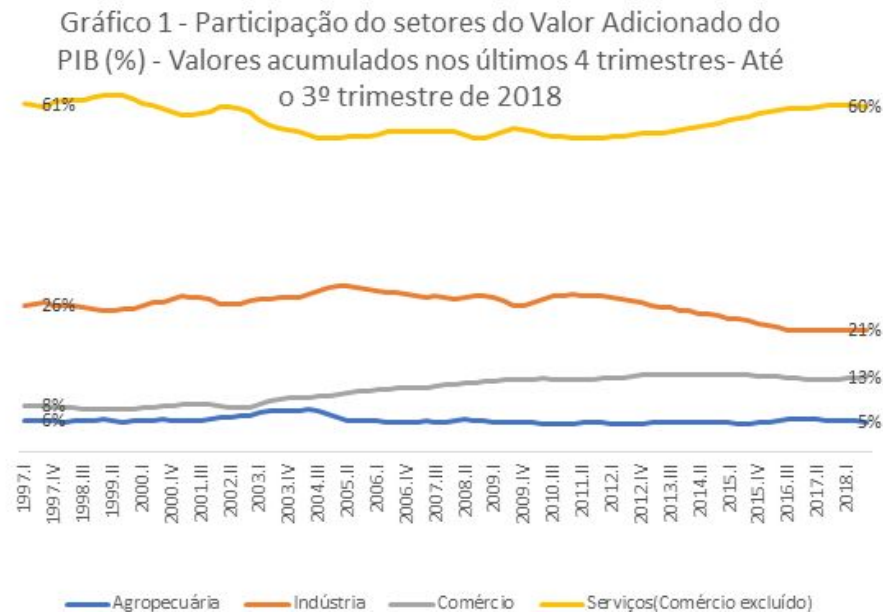


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços, 2017



1. A importância dos serviços na economia

→ Participação percentual do setor terciário



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços, 2017

Fonte: Contas Nacionais Trimestrais/IBGE



2. Classificação da economia

→ Classificação da economia em setores (estágios da atividade econômica):

- ◆ Primário ou extrativista: Agricultura, Mineração, Pesca e Silvicultura.
- ◆ Secundário ou Produção de Bens: Manufatura e Beneficiamento.
- ◆ Terciário ou serviços



2. Classificação da economia

- Terciário ainda pode ser subdividido:
 - ◆ Terciário ou serviços domésticos: restaurantes e hotéis, salões de beleza, lavanderias, manutenção e consertos.
 - ◆ Quaternário ou serviços de comércio e intercâmbio: transporte, varejo, comunicações, finanças e seguros, imóveis, governo, etc.
 - ◆ Quinário ou aperfeiçoamento e ampliação das habilidades humanas: saúde, educação, pesquisa, lazer e entretenimento, artes.



2. Classificação da economia

- Colin Clark argumenta que, à medida que as nações se industrializam, é inevitável a transferência dos empregos de um setor da economia para outro.
- Hipótese de *Clark-Fisher*:
 - ◆ “Conforme a produtividade aumenta em um setor, a força de trabalho se desloca para outro”.
- Implica classificar as economias de acordo com a atividade desenvolvida pela maioria da força de trabalho.



2. Classificação da economia

→ Estágios do desenvolvimento econômico

Sociedade Pré-Industrial

- Condição de subsistência;
- Ritmo de vida e trabalho estão condicionados ao clima e às estações do ano;
- Altas taxas de subdesemprego.

Sociedade Industrial

- Atividade predominante é a produção de mercadorias;
- Foco em fazer mais com menos.

Sociedade Pós-Industrial

- Preocupada com a qualidade de vida, medida por serviços de educação, saúde e lazer;
- Educação superior como condição de entrada na sociedade;
- Reivindicações políticas;
- Direitos sociais.



2. Classificação da economia

- Transformação de uma sociedade industrial para uma pós-industrial
 - ◆ Desenvolvimento natural dos serviços como transporte e empresas de utilidades públicas para sustentar o desenvolvimento industrial.
 - ◆ Como a automação é introduzida nos processos produtivos, mais trabalhadores concentram-se em atividades não-industriais como manutenção e consertos.



2. Classificação da economia

→ Comparação das sociedades

Características							
Sociedade	Disputa	Atividade predominante	Uso do trabalho humano	Unidade de vida social	Medição do padrão de vida	Estrutura	Tecnologia
Pré-industrial	Contra a natureza	Agricultura e mineração	Força física	Doméstica	Subsistência	Rotineira, tradicional, autoritária	Ferramentas simples e manuais
Industrial	Contra a natureza produzida	Produção de bens	Operação das máquinas	Individual	Quantidade de bens	Burocrática, hierárquica	Máquinas
Pós-industrial	Entre pessoas	Serviços	Artístico, criativo, intelectual	Comunidade	Qualidade de vida em termos de saúde, educação e lazer	Interdependente, global	Informação



3. Principais fatores responsáveis pelo dinamismo

- Urbanização, que torna necessário serviços como: transporte urbano, por exemplo.
- Mudanças demográficas que aumentam a quantidade de crianças e/ou idosos, que consomem mais intensamente maior variedade de serviços, como os de educação, entretenimento e saúde.



3. Principais fatores responsáveis pelo dinamismo

- Mudanças socioeconômicas, como o aumento da participação da mulher no trabalho remunerado e pressões sobre o tempo pessoal, que criam necessidades de serviços domésticos, transportes escolar, creches e outros, prestados por terceiros.
- Aumento da sofisticação dos consumidores, que leva a necessidades mais amplas de serviços, como acompanhamento psicológico, personal trainers e consultores de estilo, por exemplo.



3. Principais fatores responsáveis pelo dinamismo

- Mudanças tecnológicas que têm aumentado a qualidade dos serviços, ou ainda criado serviços novos, como bancos eletrônicos, cursos EAD, comércio online, etc.



4. Economia da nova experiência

- A experiência nos serviços ao consumidor:
- ◆ Criam valor agregado ao envolver e estabelecer uma relação com o consumidor de uma maneira pessoal e memorável.

Relação ambiental		Participação do cliente	
		<i>Passiva</i>	<i>Ativa</i>
	<i>Absorção</i>	Entretenimento (filme)	Educação (língua)
	<i>Imersão</i>	Esteticismo (turista)	Escapismo (mergulho submarino)

4. Economia da nova experiência

- A experiência nos serviços ao consumidor:
1. **A experiência temática:** Parque Star Wars, Forum Shops (Las Vegas)



4. Economia da nova experiência

- A experiência nos serviços ao consumidor:
2. **Harmonização das impressões com pistas positivas:** Estacionamento do O'Hare Airport, com música tema para cada andar facilitando a memória do usuário.
 3. **Eliminação das pistas negativas:** Evitar que o cliente saia com impressão negativa do serviços mau-prestado e evitar portanto as negativas serem transmitidas pelo “boca a boca”.

4. **Mix de fatos memoráveis:** Agência de turismo/hotelaria disponibilizando fotos dos passeios aos clientes; Cartão de transporte da Linha Turismo de Curitiba;
5. **Cinco sentidos:** Restaurante mexicano tocando músicas regionais.





4. Economia da nova experiência

→ A experiência nos serviços para empresas (B2B):

◆ **Cocriação de valor**

- O cliente é coprodutor do valor extraído do relacionamento.
- O cliente é um elemento do processo de serviço.

◆ **Relacionamentos**

- O relacionamento com o cliente é de enorme importância, pois é fonte de inovação e diferenciação.
- Os relacionamentos de longo prazo facilitam a habilidade de adequar as ofertas de serviços às necessidades dos clientes.

◆ **Capacidade do serviço**

- Oferecer capacidade de serviço para atender às flutuações de demanda, mantendo a qualidade do serviço.
- A qualidade do serviço é avaliada principalmente a partir da perspectiva do cliente.



4. Economia da nova experiência

- A experiência nos serviços para empresas (B2B):
 - ◆ A experiência central dos serviços B2B é a criação, a capacitação, a solução de problemas e o uso inovador de informações que não são consumidas na troca, mas sim ampliadas, permanecendo disponíveis para uso posterior por outras pessoas.



4. Economia da nova experiência

Economia	Agrária	Industrial	Serviços	Experiências	
Oferta econômica	Alimento	Bens embalados	Serviço de mercadorias	Serviços ao consumidor	Serviços empresariais
Função	Extrair	Fazer	Fornecer	Encenar	Cocriação
Natureza	Fungível	Tangível	Intangível	Memorável	Eficaz
Atributo	Natural	Padronizado	Personalizado	Pessoal	Crescimento
Método de fornecimento	Armazenado em silos	Estocado	Fornecido sob demanda	Revelado com o tempo	Sustentado com o tempo
Vendedor	Negociador	Produtor	Fornecedor	Ator	Colaborador
Comprador	Mercado	Usuário	Cliente	Convidado	Colaborador
Expectativa	Quantidade	Características	Benefícios	Sensações	Capacidade



5. Papel dos serviços no setor industrial

- Apoio à criação de diferencial competitivo.
- ◆ Atividades de serviços prestados ao cliente a fim de diferenciar o pacote de valor que a empresa oferece.
 - Montadoras de veículos; laboratórios farmacêuticos, que oferecem aos doentes crônicos, acompanhando a administração de seus medicamentos e até lembrando dos horários.



5. Papel dos serviços no setor industrial

- Suporte às atividades de manufatura.
 - ◆ São os departamentos internos das empresas.
 - A CSN, usina de aço, que fabrica commodities, precisa de uma operação para manter seus equipamentos disponíveis sempre, para permitir as necessárias economias de escala;
 - Em bancos, se o serviço de análise de crédito falhar, pode gerar um alto nível de inadimplência.



5. Papel dos serviços no setor industrial

→ Gerador de lucros

- ◆ São atividades de serviços que ultrapassam a mera função de apoio, passando a constituir “centros de lucro”.
 - Exemplo de casos de departamentos que tornaram-se empresas independentes.



6. Obtenção de um mercado competitivo

- Para obtenção de participação de mercado e comando dos preços, um caminho seguro é o de ampliar os níveis de retenção de clientes.
- Clientes retidos são clientes antigos, que compram mais, que estão dispostos a pagar mais pelo serviço, por entenderem que é diferenciado.
- Clientes bem atendidos farão propaganda gratuita do serviço, auxiliando a ampliar as fatias de mercado da empresa.



6. Obtenção de um mercado competitivo

- Para obtermos clientes fidelizados é necessário não apenas atender às suas expectativas, mas superá-las, criando clientes mais que satisfeitos.
- Clientes meramente satisfeitos preencherão fichas de avaliação.

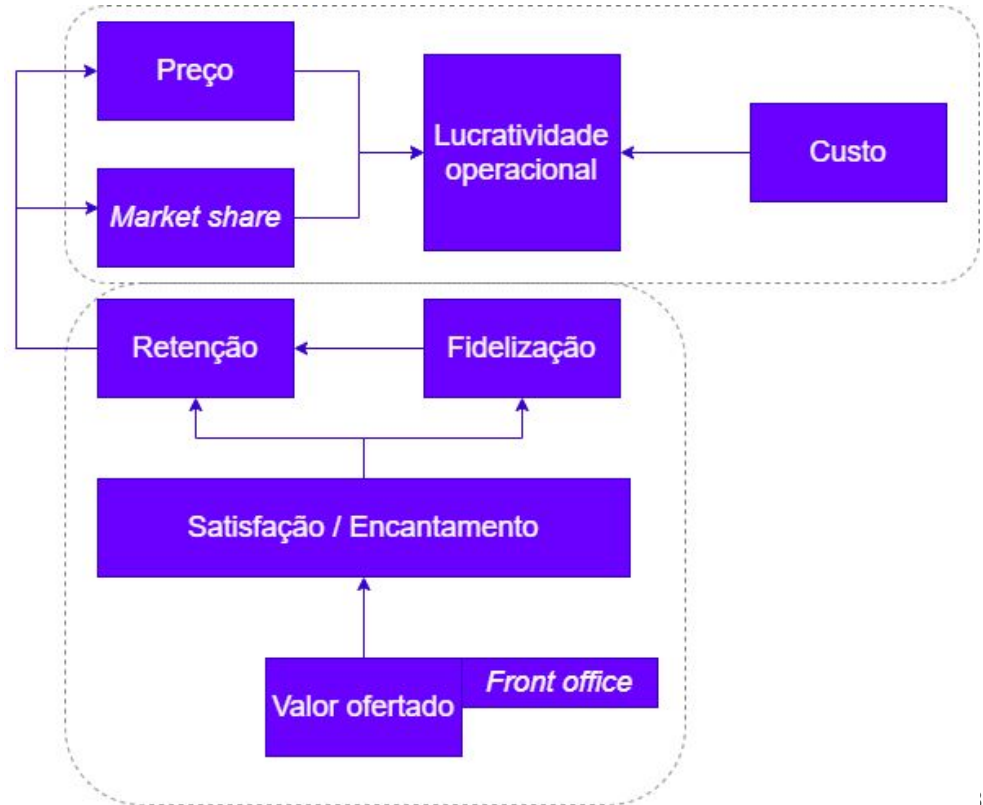


6. Obtenção de um mercado competitivo

- O nível de satisfação do cliente dependerá do valor ofertado a ele pelo processo de serviço prestado.
- O valor percebido (o cliente precisa de auxílio para perceber adequadamente o valor que lhe está sendo ofertado) pelo cliente, em cada contato com o prestador de serviços.
- Aspectos referentes a atividades de linha de frente (*front office*), executadas em contato com o cliente.

6. Obtenção de um mercado competitivo

Relação entre a qualidade percebida pelo cliente e os resultados da organização





7. O papel do gerente de serviços

→ Inovação

- ◆ Empurrada - desenvolvida em laboratório (P&D);
- ◆ Puxada - baseada nas necessidades dos clientes.



7. O papel do gerente de serviços

- Tendências Sociais e suas influências sobre os serviços
 - ◆ Envelhecimento da população provocando um aumento na demanda por serviços de saúde, transporte e lazer;
 - ◆ Crescimento de famílias com 2 fontes de renda: objetivo deste público-alvo é a economia de tempo, estimulando serviços como creches, pré-escolas, entregas em domicílio, restaurantes como também serviços de saúde, lazer, entretenimento e turismo;
 - ◆ Aumento do nº de pessoas solteiras: estimula serviços que privilegie o encontro destas pessoas tais como academias, bares;



7. O papel do gerente de serviços

→ Desafios da administração

◆ Economia de escala

- São lucrativas quando custos fixos em novas tecnologias são diluídos em volumes maiores, resultando na redução dos custos por transação. Ex.: vendas pela internet, automação no mercado de ações.



7. O papel do gerente de serviços

→ Desafios da administração

◆ Economia de escopo

- Descreve os benefícios que são alcançados quando um conjunto de novos serviços se insere em uma rede de distribuição estabelecida com baixo custo agregado. Ex.: Postos de combustível que adicionaram os serviços de lojas de conveniência.



7. O papel do gerente de serviços

→ Desafios da administração

◆ Complexidade

- Sistemas de reserva por computador permite que as empresas aéreas analisem a situação dos voos e o comportamento do cliente para otimizar as margens para cada tipo de demanda e reagir aos concorrentes (Gerenciamento de rendimentos).



7. O papel do gerente de serviços

→ Desafios da administração

◆ Rompendo limites

- A competição em serviços pode vir de qualquer lugar. Ex: supermercados que vendem gêneros alimentícios, confecção, calçados, etc.

◆ Competitividade internacional (globalização)



Exercício em sala

- Desenvolver uma Matriz de Relação Ambiente x Participação do Cliente, com **dois exemplos** para cada uma das 4 esferas:

Relação ambiental		Participação do cliente	
		<i>Passiva</i>	<i>Ativa</i>
	<i>Absorção</i>		
	<i>Imersão</i>		



Exercício para casa

- Identificar e classificar segundo os 5 estágios da atividade econômica as 50 empresas mais valiosas do mundo em 2019, segundo a Forbes.
- Arquivo base: “Ex01.pdf”.

Prof. Ramon Gomes da Silva, MSc.

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

