

## [TÓPICOS DO EDITAL]

**Características dos serviços: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade.**

# FAIXA PRETA EM CESGRANRIO

## CARACTERÍSTICAS DO SERVIÇOS



Administração Faixa Preta  
– Prof. Marcelo Soares

Professor

**Marcelo  
Soares**

# [Conceito de Serviço]

Serviço inclui todas as **atividades econômicas cujo resultado não é um simples produto físico ou construção**, mas que é consumido no momento em que é gerado e oferece **valor agregado** em formas que constituem, em essência, **os interesses daquele que o adquire (como conveniência, diversão, geração em hora oportuna, conforto ou saúde)**

*Zeithaml, Bitner, Gremler (2014)*

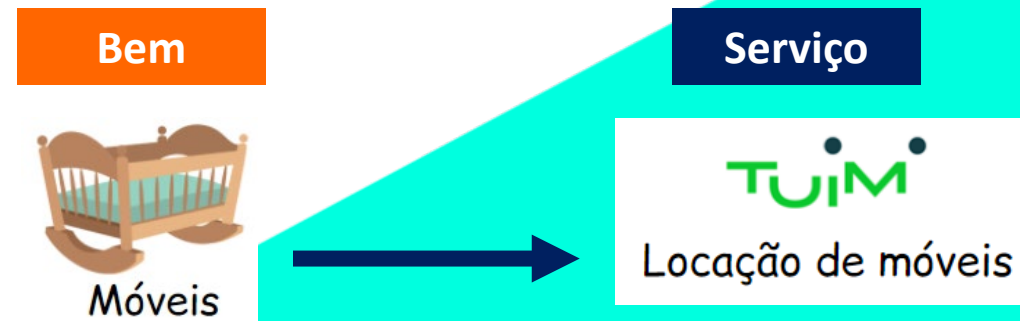
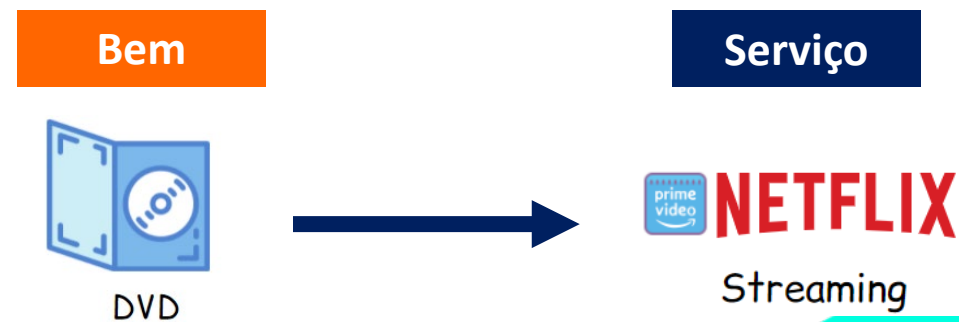
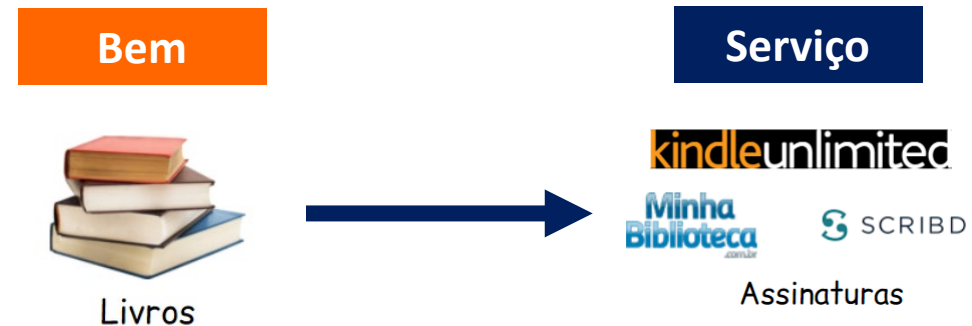
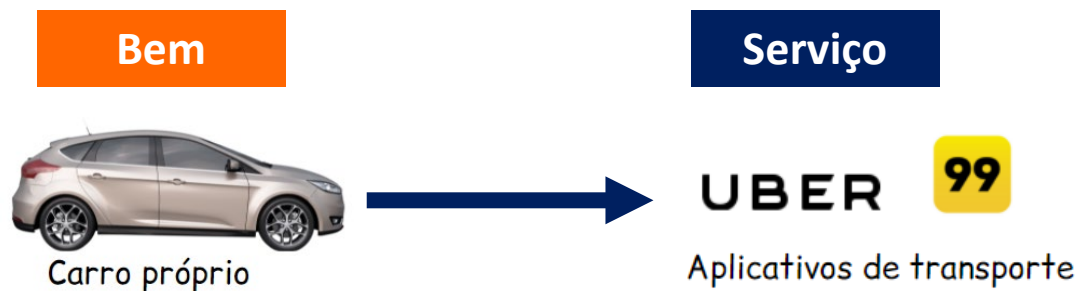
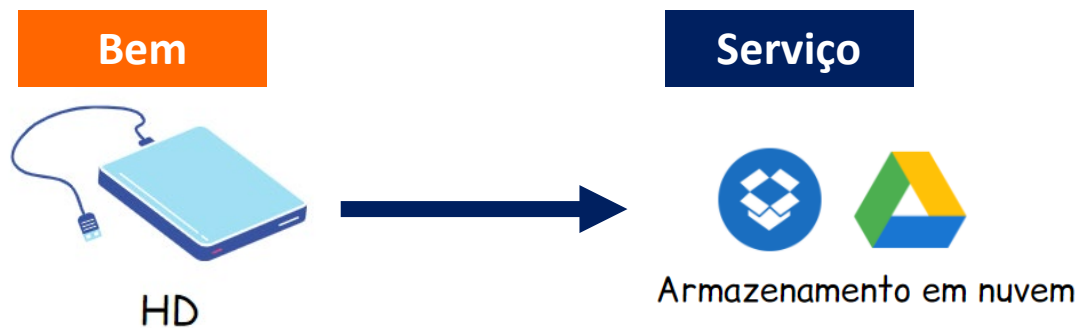
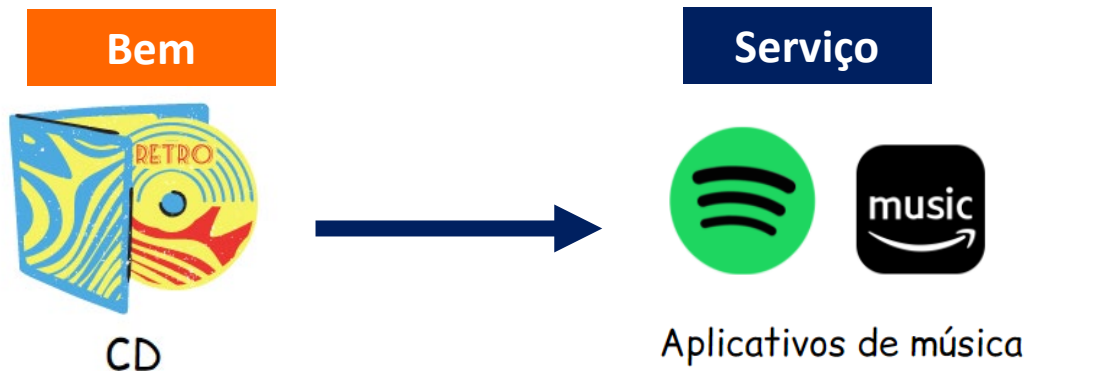
Definimos serviços como qualquer ato ou desempenho, **essencialmente intangível**, que uma parte pode oferecer a outra e que **não resulta na propriedade de nada**.

*Kotler (2015)*



- O resultado não é um simples produto físico ou construção
- Não resulta na propriedade de nada
- Oferece valor agregado na forma de conveniência, diversão, geração em hora oportuna, conforto, saúde...
- Intangível

# [Vivemos em um mundo de serviços]



# [A tal da servitização]

Bem



Livro digital



Serviço

Aulas  
Dúvidas com o professor  
Mentorias  
Aulões de véspera  
Gabarito Extraoficial  
Notícias e informações



[Características dos serviços]

# [Variabilidade (Heterogeneidade)]

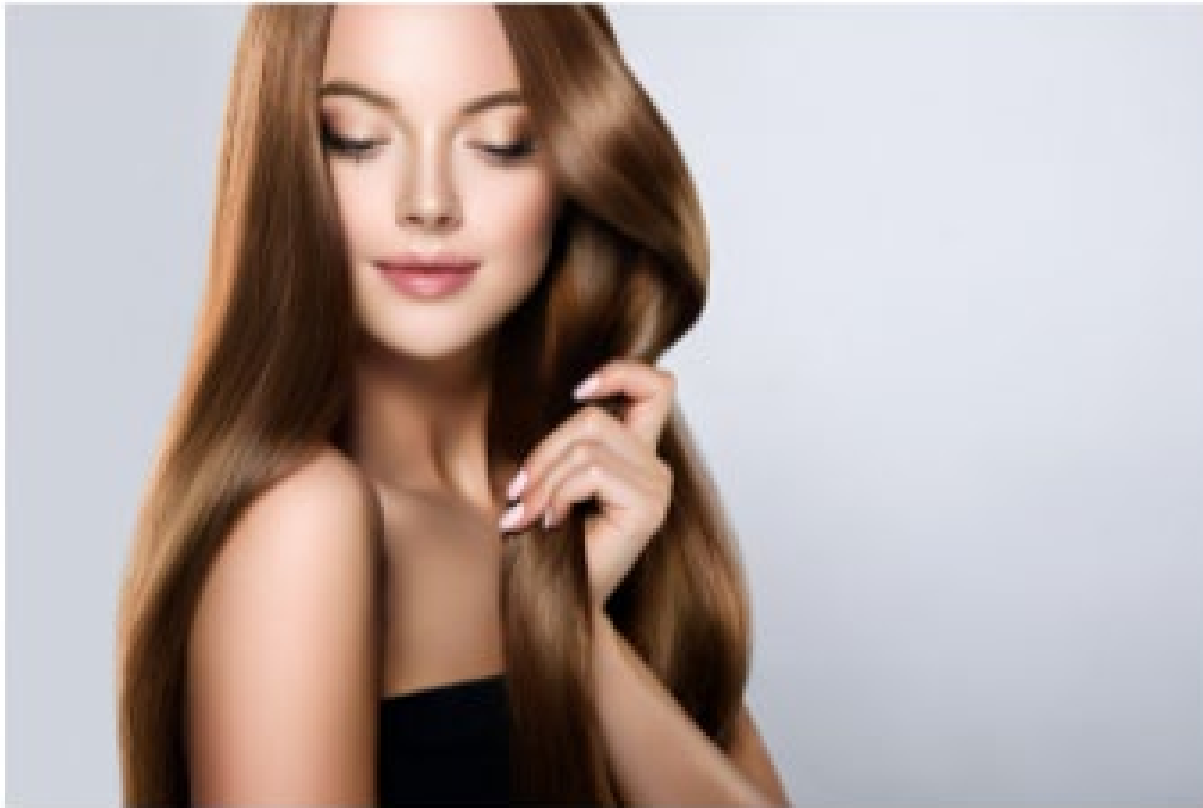
A heterogeneidade refere-se à **impossibilidade de se manter a qualidade do serviço constante**. Isso é fácil de concluir, pois como os serviços são produzidos pelo ser humano, que é de natureza instável, a qualidade da produção é também instável.

(Las Casas, 2019)



Qualidade de um serviço pode **oscilar** muito de uma ocasião para outra.

[Variabilidade= qualidade dos serviços pode variar]





# [Estratégias para contornar a variabilidade]



Investir em bons processos de **contratação e treinamento**



**Padronizar** o processo de execução do serviço



**Acompanhar a satisfação dos clientes**



# [Intangibilidade ]

A característica da intangibilidade significa que os serviços são **abstratos**.

(Las Casas, 2019)



Os serviços **não podem ser vistos, sentidos, ouvidos ou cheirados** antes de serem adquiridos

[Intangibilidade = É difícil conhecer a qualidade do serviço antes da execução]



Maria



João

# [Estratégias para contornar a intangibilidade]



Prestação de serviços de forma gratuita para clientes a título de **amostra e demonstração**



Utilizar **evidências físicas** para transmitir confiança para os clientes



# [Usando evidências físicas]



## [Usando evidências físicas]



## [ Checkpoint ]

Nesse momento, você deve ser capaz de:

- a) Descrever o conceito de serviço
- b) Citar as características do serviço (VIPI)
- c) Descrever a característica da variabilidade (heterogeneidade) dos serviços
- d) Descrever a característica da intangibilidade dos serviços



# [Percibilidade ]

**Serviços não podem ser estocados**; por isso, sua percibilidade pode ser um problema quando a demanda oscila.

(Kotler, Keller 2012)



Os serviços **não podem ser estocados**



# [Não dá para estocar serviços]



Sr. Topelito - Corte R\$30

5 cortes

7 cortes

8 cortes

Turno	SEX	SAB	DOM
08:00 08:30	Livre	Ocupado	Ocupado
08:30 09:00	Livre	Ocupado	Ocupado
09:00 09:30	Livre	Ocupado	Ocupado
09:30 10:00	Ocupado	Ocupado	Ocupado
10:00 10:30	Ocupado	Ocupado	Ocupado
10:30 11:00	Ocupado	Ocupado	Ocupado
11:00 11:30	Ocupado	Livre	Ocupado
11:30 12:00	Ocupado	Ocupado	Ocupado



Sr. Joaquim - Bolo R\$30

5 bolos

7 bolos

12 bolos

Turno	SEX	SAB	DOM
08:00 08:30	1	1	1
08:30 09:00	1	1	1
09:00 09:30	1	1	1
09:30 10:00	1	1	1
10:00 10:30	1	1	1
10:30 11:00	1	1	1
11:00 11:30	1	1	1
11:30 12:00	1	1	1

[ Sem ter estoques nos serviços, o ideal é que oferta seja igual demanda ]



Deve-se evitar **excesso de oferta do serviço**



Deve-se evitar **excesso de demanda do serviço**

# [Estratégias para contornar a perecibilidade]

## Gerenciamento a Demanda (procura dos serviços)

- ★ Adotar **preços diferenciados**
- ★ Utilizar períodos de baixa para **prestar outros serviços**
- ★ Serviços **complementares durante a espera dos clientes**
- ★ Sistema de **Reserva**



# [Estratégias para contornar a perecibilidade]

## Gerenciamento a Oferta (disponibilidade dos serviços)

- ★ Contratar funcionários por **meio período**
- ★ Rotinas de eficiência para **horários de pico**
- ★ Utilização do **cliente para reduzir as atividades** dos prestadores de serviço
- ★ **Compartilhamento de serviços e estrutura**



# [Inseparabilidade (Simultaneidade) ]

Os serviços são **produzidos e consumidos simultaneamente**, ou seja, não é possível separar o momento de produção do serviço do momento do consumo do serviço



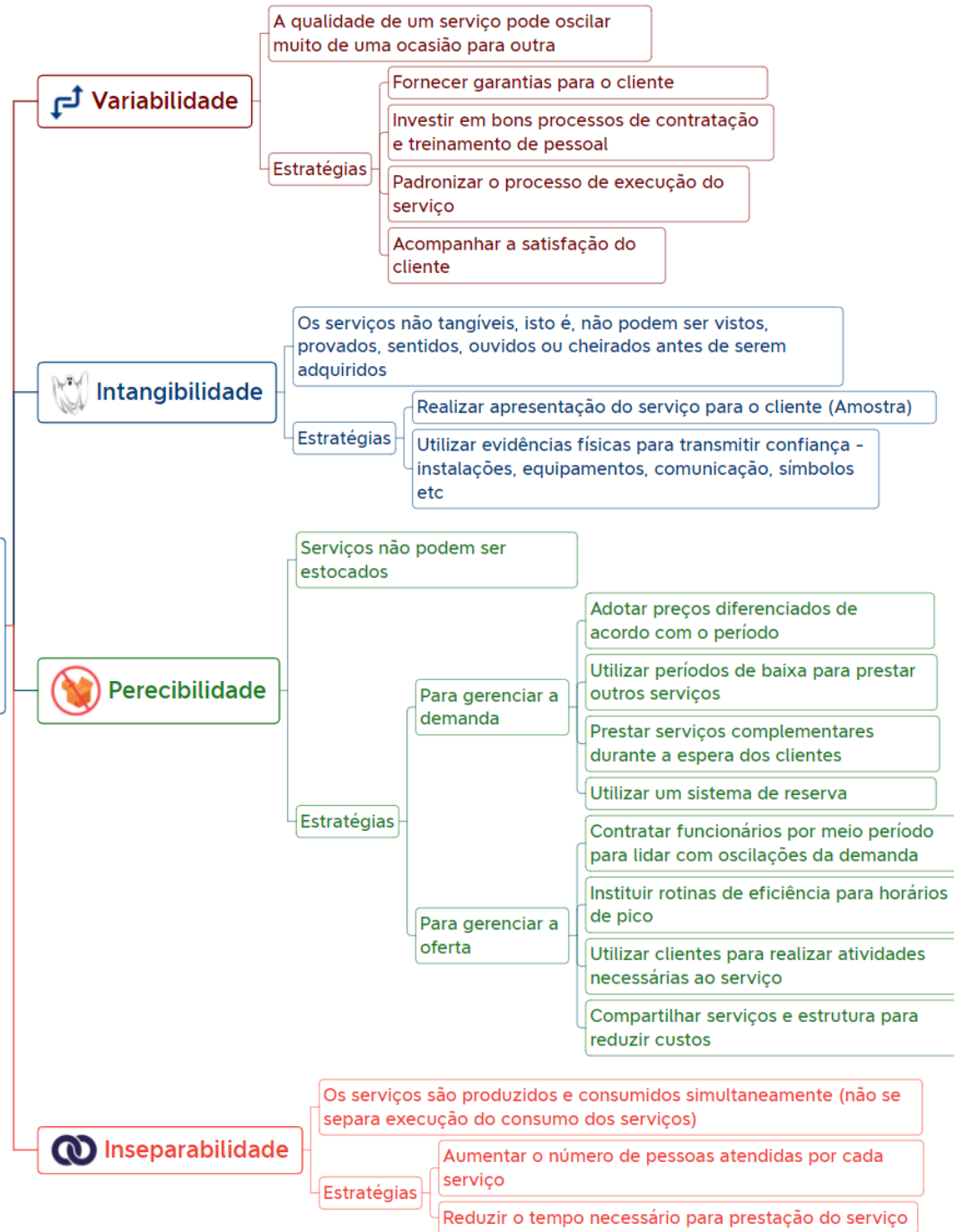
Nos serviços **existe uma interação entre prestador de serviço e cliente**

## [Estratégias para contornar a inseparabilidade]

★ Aumentar o **número de pessoas atendidas** em cada prestação de cada serviço

★ **Reduzir o tempo de prestação do serviço**

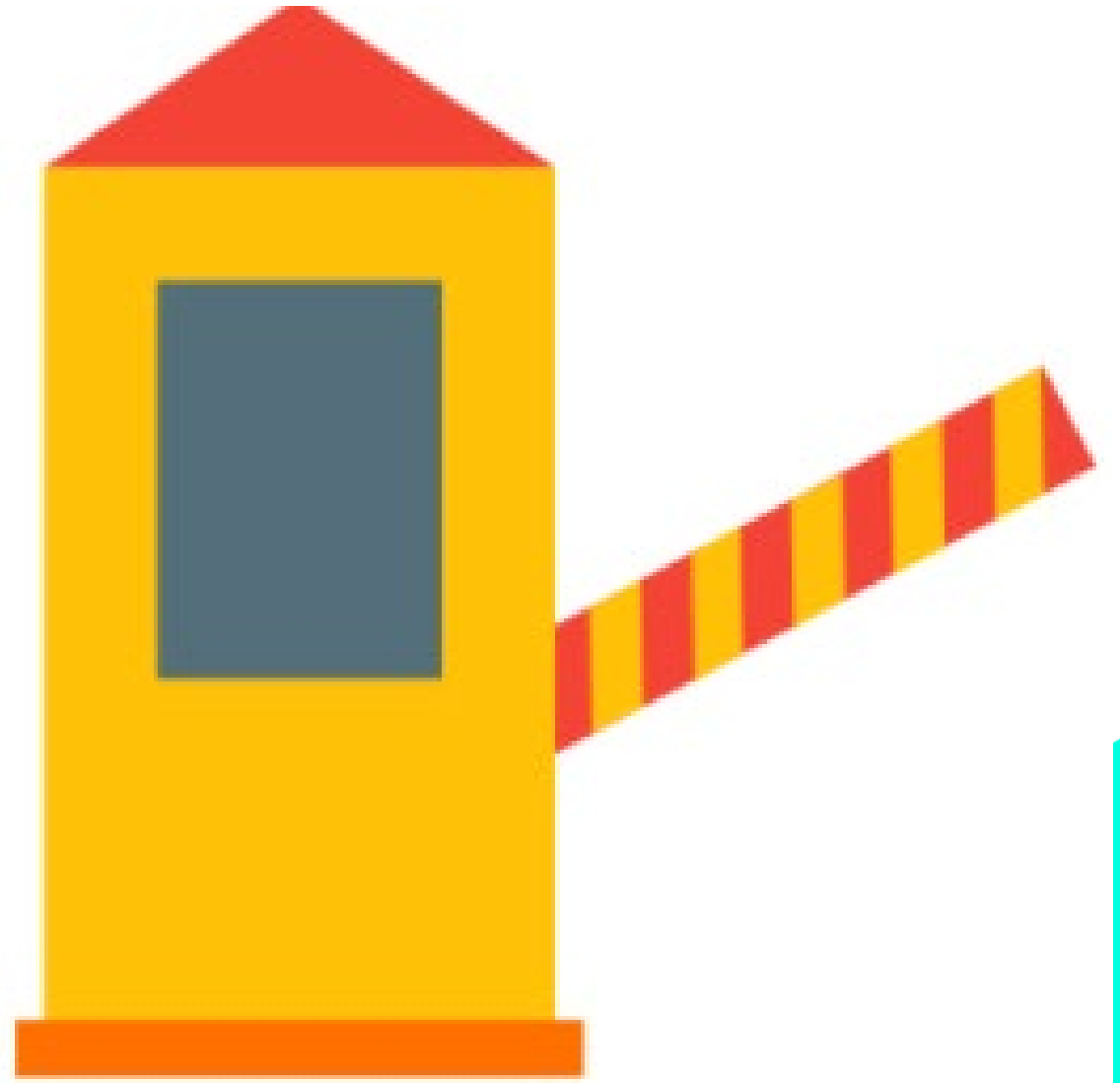




## [ Checkpoint ]

Nesse momento, você deve ser capaz de:

- a) Descrever a característica da precibilidade dos serviços
- b) Descrever a característica da inseparabilidade dos serviços





## [ CESGRANRIO – BB – Agente Comercial – 2021 ]

Um banco brasileiro de investimentos decidiu tornar-se banco múltiplo, oferecendo conta-corrente apenas no formato digital, com taxa zero aos seus clientes. Sustentou sua decisão por reconhecer a perecibilidade dos serviços de outros bancos tradicionais, já que algumas agências ficavam vazias na maior parte do dia, enquanto enormes filas se formavam em horários de pico, sendo menos custoso o atendimento virtual. Nesse caso, a decisão tomada deveu-se à seguinte característica dos serviços:

- a) existência de variação na consistência de entrega e dificuldade de padronização.
- b) existência de cocriação com participação física e direta de funcionário e cliente.
- c) dificuldade de explicar os benefícios de algo que não pode ser tocado.
- d) impossibilidade de ser guardado, estocado ou armazenado.
- d) facilidade de ser copiado por seus processos não serem patenteáveis.

**Gab: D**

## [ CESGRANRIO – BB – Agente Comercial – 2021 ]

Em geral, os consumidores apresentam pouca familiaridade com os aspectos abstratos de boa parte dos serviços bancários, o que pode ser minimizado com o(a)

a) acordo formal entre os clientes de um mesmo segmento.

b) argumento de que os clientes têm sempre razão.

c) estabelecimento de contratos de curto prazo.

d) mínima interferência do prestador de serviço.

e) transmissão de informações corretas e confiáveis.

**Gab: E**



## [ CESGRANRIO – BASA – 2018 ]

Um gerente analisou as atividades da agência sob sua responsabilidade e notou que o movimento de clientes aumenta em quase três vezes entre os dias 5 e 10 de cada mês, quando se concentram os pagamentos de contas de consumo. Nos demais dias do mês, os funcionários passam parte do tempo sem terem clientes para atender. O gerente lamentou não ter como utilizar essa ociosidade em dias de maior procura e focou no treinamento dos funcionários para que o atendimento fosse mais rápido nos dias mais intensos. A situação apresentada se relaciona à característica diferenciadora dos serviços que está associada à impossibilidade de estocagem ou revenda de serviços denominada

- A) variabilidade
- B) perecibilidade
- C) intangibilidade
- D) inseparabilidade
- E) heterogeneidade

**Gab: B**

## [ CESGRANRIO – BB – Escriturário - 2015 ]

Ao chegar à sua agência, um cliente percebe que há muitas filas nos caixas. Enquanto aguarda o gerente, ouve reclamações de outros dois clientes que também esperam atendimento. Ambos comentam que, em dias de forte movimento, o serviço prestado na agência fica péssimo. Ele tem a sensação de que a atenção recebida não é a mesma de outras experiências naquele banco. Um dos motivos é que, apesar de cortês, o gerente é direto e rápido em seu atendimento, sem conversar tanto como nas vezes anteriores. A experiência desse cliente é um exemplo de como as características dos serviços influenciam o atendimento bancário, pois demonstra que a

- A) percepção do cliente é afetada pela variabilidade dos serviços, causada pela irregularidade da demanda.
- B) simultaneidade do atendimento e do recebimento dos serviços provoca o aumento da demanda nas agências.
- C) agência foi influenciada pelo gerente, que não administrou o atendimento de maneira eficaz e eficiente.
- D) intangibilidade dos serviços é um fator que dificulta o atendimento aos clientes em dias de movimento.
- E) perecibilidade dos serviços sempre provocará impactos negativos na visão dos clientes bancários.

**Gab: A**

# [ CESGRANRIO – PETROBRAS - 2015 ]

Atualmente, os consumidores têm muitas opções no mercado, em relação aos produtos e serviços que desejam ou de que precisam. Para escolherem aqueles que mais se aproximam do que querem, baseiam suas escolhas em critérios que atendam, além das suas expectativas objetivas, a outras expectativas mais subjetivas. De maneira geral, a avaliação do consumidor recai sobre as características dos serviços.

Uma característica dos serviços é a seguinte:

- a) separabilidade de seus fornecedores.
- b) inexistência de interação entre o cliente e a empresa.
- c) tangibilidade decorrente do seu fornecimento.
- d) imperecibilidade, por haver maior demanda que oferta
- e) variabilidade, cuja qualidade depende de quem os fornece.

**Gab: E**

# [ CESGRANRIO – PETROBRAS - 2015 ]

O setor de serviços hoje tem grande representatividade no mercado de trabalho e também na economia de muitos países. O processo de produção de um serviço é caracterizado como aberto porque tem um alto grau de interação com os clientes. Além disso, ele apresenta algumas características que o diferenciam de produto. Constitui-se em característica do serviço a seguinte propriedade:

- a) intangibilidade, que é a padronização de processos na prestação de serviços de tal forma que o cliente possa perceber a uniformização no seu atendimento.
- b) inseparabilidade, que é a mensuração do desempenho com pesquisa com clientes e utilização de canais de sugestões e reclamações, unindo a empresa e o cliente.
- c) variabilidade, que é a utilização de ferramental, para mostrar a seus clientes que seus serviços são de qualidade, acrescentando evidências físicas a suas ofertas abstratas.
- d) personalização, uma vez que os funcionários que prestam os serviços se mostram satisfeitos no atendimento aos clientes, possibilitando a continuidade no pós-venda.
- e) perecibilidade, uma vez que não podem ser armazenados para venda ou uso posterior

**Gab: E**

## [ CESGRANRIO – BB – Escriturário - 2012 ]

Uma característica típica do marketing em empresas de serviços, que interfere decisivamente em sua gestão, é o fato de que sua prestação

- A) Ocorre simultaneamente ao consumo.
- B) Costuma não variar de cliente para cliente.
- C) Depende pouco dos funcionários e dos clientes.
- D) Pode ser estocada para as horas de movimento.
- E) É facilmente percebida pelo cliente antes da compra.

**Gab: A**



## [ CESGRANRIO – BR DISTRIBUIDORA - 2013 ]

Uma cadeia de cinemas sofre sistematicamente com a sazonalidade da demanda. Ou seja, as sessões das 20 horas e 22 horas sempre ficam lotadas, e várias pessoas retornam para casa sem conseguir um assento, enquanto nas sessões de 14 horas e 16 horas sobram assentos. Essa impossibilidade de ser estocado é uma característica dos serviços. Tal característica é conhecida como

- a) heterogeneidade.
- b) intangibilidade.
- c) interatividade.
- d) perecibilidade.
- e) simultaneidade.

**Gab: D**





# [ CESGRANRIO – PETROBRAS - 2011 ]

As operações de serviços possuem características bastante distintas em relação às operações de manufatura típicas, tornando sua gestão um campo de estudo específico dentro da Administração. Não representa uma especificidade das operações de serviços a

- a) intangibilidade dos serviços
- b) simultaneidade de produção e consumo.
- c) impossibilidade de fazer estoques.
- d) uniformidade das entradas e saídas.
- e) participação do cliente na operação.

**Gab: D**



[ FIM DE PAPO ]

# Dúvidas?

 Prof. Marcelo Soares

 @ profmarcelosoares

 admfaixapreta

