
COMPREENSÃO DOS PACOTES DE SERVIÇOS: APLICABILIDADE EM UMA EMPRESA DE CONSTRUÇÃO CIVIL

Gabriele Santos Ferreira Merces, autora
Ingrid Evelin Aparecida Domingos, autora
Milena de Souza Daia, autora
Elvis Magno da Silva, orientador

Faculdades Integradas Adventistas de Minas Gerais
Bacharelado em Administração – Lavras/MG

1. INTRODUÇÃO

A administração de empresas é um termo que se refere a direção de um negócio e a gestão dos recursos humanos e financeiros contidos nele. A administração é muito mais que traçar objetivos e tomar estratégias para o alcance destes, é a arte da transformação no mundo. Já dizia Vieira (2020), “A Administração vai muito além de colocar um negócio nos trilhos e gerar lucros. enxergamos a Administração como um instrumento de transformação do nosso mundo. E, certamente, o mais eficaz”.

Nesse sentido, o mercado de serviços vem tomando forma, onde falar de serviços é falar sobre a tendência do século. Os serviços estão no centro de qualquer atividade econômica, todo processo produtivo, administrativo, financeiro ou de planejamento necessita da prestação de um serviço específico para que tarefas sejam concluídas. A cada dia a necessidade da população para com os serviços dispostos no mercado aumentam, e oferecer um tipo de serviço acaba não sendo somente uma opção, mas sim uma necessidade para o bem-estar e satisfação da população. É grande a variedade dos serviços oferecidos no mercado, desde a área tecnológica e digital, até a área da saúde, alimentação, transporte, lazer, de infraestrutura, entre outros.

Apontando para as organizações, a gestão dos serviços é de suma importância, pois uma das atividades principais como administração o planejamento estratégico está na categoria serviços, e todo o funcionamento da mesma depende dessas atividades. A forma mais simples de definir esse termo “serviços” é se referir a intangibilidade, pois é algo que não se sente, não se toca, não se vê, somente se espera bons e efetivos resultados.

Quando adentramos no ambiente empresarial, conhecemos algo de grande importância no meio corporativo, a definição do “pacote de serviços”. Esse termo se refere ao conjunto de serviços que são disponibilizados em um ambiente. Nele encontramos características como: instalações de apoio, bens facilitadores, informações, serviços explícitos e serviços implícitos. E cada business possui um melhor pacote, onde deve estar totalmente alinhado com as necessidades do referido negócio.

Observando a necessidade de se trabalhar esse pacote de serviços, foi definido que através de uma consultoria empresarial em uma empresa real, propuséssemos um pacote de alto nível para aprimorar suas atividades diárias e ampliar seus resultados. A consultoria nada mais é que um processo interativo onde um agente de mudanças externo a organização, assume a responsabilidade de auxiliar os profissionais de determinada empresa nas tomadas de decisões, abrindo um leque de oportunidades e soluções.

A empresa selecionada para receber essa consultoria se reside em Luminárias MG, está inserida no mercado de construção civil e oferece para seus clientes materiais para construção em geral, como também a prestação de serviços em obras, com máquinas recém adquiridas. Sendo uma empresa familiar que possui mais de 6 anos de experiência no mercado e conta com inúmeras vantagens competitivas.

Esse trabalho será de suma importância para a empresa, pois um pacote de serviços bem definido, proporciona diferenciação, já que é ele que forma a base para percepção do serviço. Esse pacote deve ser alinhado com a atividade principal da empresa e precisa gerar conforto e satisfação para os seus consumidores.

O trabalho a seguir será dividido de forma a detalhar as características do pacote de serviços e apresentar a realidade atual da empresa nesses quesitos, onde definindo o melhor pacote para a mesma, será apresentado soluções de melhoria, onde boas estratégias e planos de ação serão anunciados.

2. PROPOSTA DO PACOTE DE SERVIÇOS

Atualmente encontramos um perfil de consumidores críticos e exigentes, principalmente quando o assunto está relacionado a serviços. Embora não esteja ligado a um produto físico, os pacotes de serviços em uma empresa estão relacionados ao planejamento envolvendo todos processos. Sendo os mesmos desenvolvidos de forma a agregar valor aos produtos comercializados, objetivando a vantagem competitiva da empresa perante os seus concorrentes.

Os consumidores atualmente não estão a procura apenas de produtos com qualidades, mas aqueles que possuem valores agregados. Os pacotes de serviços eram vistos apenas como um mero detalhe, mas atualmente é considerável no processo decisório de compras. “Neste sentido, torna-se muito importante para toda e qualquer empresa desenvolver produtos e serviços cuja qualidade seja percebida e valorizada pelo cliente” (LOZADA, 2016, p.60).

2.1 Instalações de apoio

Tornando-se um componente fundamental dentro de todas as estruturas organizacional, as instalações são definidas como o local em que a mesma se encontra, uma das partes tangíveis dos pacotes de serviços oferecidos. E como ferramenta de contribuição para a empresa objeto de estudo dessa pesquisa, incluso no pacote de serviço estaremos destacando a ferramenta de *layout* para ser desenvolvida, uma estratégia que tem como objetivo ampliar a qualidade das atividades desempenhadas no espaço.

A empresa de construção civil abordada nesse trabalho sua instalação se encontra em uma casa que foi adaptada para a estrutura de uma loja, ou seja, uma infraestrutura antiga a qual já existem projetos de reformas previstas. Nessa infraestrutura se encontra apenas um banheiro para uso de funcionários e clientes, não existe uma cozinha adaptada, e o seu showroom diante do porte da empresa é pequeno para atender as suas demandas de atendimento ao cliente.

A execução de um excelente layout nesse projeto de reforma irá contribuir para o alcance de resultados surpreendentes, conquistando novos clientes e a fidelização dos mesmos, além de proporcionar a redução de custos nas operações e o aumento da produtividade e eficiência. A inovação e modernização de um espaço contribui de maneira significativa para o alcance de resultados satisfatórios, em serviços a inovação não necessariamente se traduz a um novo

produto de serviço, podendo ser também o grau de modificação em algum serviço já existente (FITZSIMMONS, 2014).

2.2 Bens facilitadores

Atender as necessidades e expectativas do cliente, é a maior essência para o desenvolvimento sólido de uma empresa. E todo o processo na entrega do serviço ou produto precisa assegurar que se utilize dos bens facilitadores, sendo eles caracterizados pelos materiais adquiridos ou consumidos pelos compradores. Assegurando que toda a qualidade seja entregue, permitindo a redução de custos e de tempo, cumprimento os prazos estabelecidos, entre outros, que são requisitos gerais do mercado consumidor.

E para o desenvolvimento da consultoria na empresa de construção civil desse trabalho, no pacote de serviço dos bens facilitadores propomos a qualidade sólida. A sua força de mercado se encontra nos materiais de base, os quais possuem grande importância na construção. Dessa forma os seus fornecedores, são escolhidos minuciosamente, sendo o seu relacionamento duradouro, evitando trocas desnecessárias. Pois, acreditam que a fidelização contribui com a segurança em está recebendo produtos de excelentes qualidades, para que consigam oferecer o melhor aos seus clientes.

Oferecer produtos que possuem marca sólida, honesta e cheia de propósito, conseqüentemente terá forte influência no processo de compra dos consumidores, contribuindo de maneira significativa na tomada de decisão. Dessa forma a administração em permanecer e valorizar os relacionamentos com os seus principais fornecedores, os tornando únicos na revenda de algum deles, tem contribuído de maneira significativa no sucesso dessa empresa entre os seus concorrentes. O objetivo dessa estrutura sempre será promover melhorias nos produtos e serviços que são oferecidos, propiciando para a satisfação dos clientes. “A qualidade corresponde a um atributo extremamente importante a todos, tendo em vista que possui a capacidade de reduzir custo e aumentar a confiabilidade” (LOZADA, 2016, p. 229).

2.3 Serviços explícitos

O serviço explícito é basicamente o que os clientes percebem sobre o serviço executado e oferecido pela empresa. Com isso é viável que a empresa tenha profissionais capacitados e ofereça treinamentos, para que possam estar preparados para prestar um serviço de boa qualidade. Pois as percepções dos clientes a respeito dos serviços prestados, podem impactar de forma positiva quando negativa a imagem da organização. Desta forma foi realizado um estudo sobre a atual capacitação dos colaboradores da empresa X, onde pode ser analisado que os colaboradores com funções de motorista, operador de máquinas, entregadores, são bem capacitados e treinados, já os responsáveis pelo atendimento ao cliente, vendas e financeiro, não possuem nenhum tipo de treinamento e falta conhecimento sobre os produtos oferecidos.

Desta forma seria viável a empresa oferecer treinamentos aos vendedores para a capacitação destes com o atendimento ao cliente e vendas, e também sobre o conhecimento dos produtos oferecidos. Afinal um bom vendedor tem saber como abordar e atender da melhor forma o cliente, além de ter um alto conhecimento sobre os produtos oferecidos, para poder direcionar o cliente a realizar a melhor compra de acordo com suas necessidades. Pois afinal, um vendedor capacitado transpassa confiança e conhecimento ao cliente o que conseqüentemente leva-o a ter uma boa imagem sobre a empresa e até mesmo se tornar um cliente fidelizado.

2.4 Serviços implícitos

2.4.1 Espera e bem-estar.

Os serviços implícitos são benefícios que os clientes percebem sobre o serviço oferecido, também podem ser resultados decorrentes dos serviços explícitos realizados, ou seja, está relacionado ao bem-estar a comodidade, a praticidade, privacidade e segurança que são oferecidos aos clientes. De certa forma um serviço implícito pode levar a fidelização de um cliente, pois passa a importância que a empresa dá ao seu cliente em um simples detalhe. Foi realizado um estudo sobre os serviços implícitos que a empresa X oferece aos seus clientes, sendo possível identificar que a empresa não oferece nenhum serviço implícito.

Pensando no bem-estar e na comodidade do cliente, seria viável a empresa oferecer um ambiente aconchegante, reservado, para assim direcionar os clientes que aguardam para serem atendidos. Um ambiente com poltronas e sofás aconchegantes, uma TV (que pode ser usada

para realizar propagandas estratégicas), com um aparador Buffet para ser oferecidos água, café e algum petisco, também seria viável deixar catálogos dos produtos disponíveis para visualização. Assim, além conseguir passar uma boa imagem em relação a importância que tem com os clientes e seu bem-estar, consegue alcançar retornos satisfatórios com a fidelizações de clientes, aumento nas vendas, e ainda consegue realizar campanhas de marketing de seus produtos.

2.5 Outras

2.5.1 Inovação

A inovação do negócio se tornou um elemento crucial para conseguir se manter no mercado e conseguir de sobressair aos concorrentes. “Inovar não é mais um diferencial, inovar é essencial para qualquer empresa que quer se manter competitiva” (AEVO,2019). Atualmente vivemos a Inovação, tudo em constante inovação, a tecnologia, os produtos, o marketing, e até mesmo os clientes que estão mais antenados a informações e a novas tendências. O que se torna essencial a empresa acompanhar as tendências do mercado e procurar estar se adequando a elas.

A empresa X, possui uma grande variedade em produtos, o que se torna um pouco difícil se manter sempre atualizada a novas tendências, até mesmo pelo fato da empresa ter como forte os materiais de base (material pesado da obra), onde são referência de qualidade e melhor preço da região. Sendo assim, dão certa exclusividade para esses tipos de produtos, deixando outros produtos como a parte de acabamentos um pouco de lado, é claro que possuem variedades deles, porém falta inovação nos produtos, ou seja, acompanhar as tendências do mercado.

Com o novo projeto de expansão da empresa, poderiam investir em inovação e tendências de materiais de acabamento, assim conseguiriam atender uma maior variedade de clientes, oferecendo produtos desde os mais básicos até os mais sofisticados. Poderiam investir também em novas linhas de produtos como o caso de porcelanatos e laminados. Seria viável também investir em novas tecnologias de marketing, para assim conseguirem a alcançar um maior público. Com essa diversificação de produtos a empresa conseguirá a atender a todos os tipos de consumidores, o que conseqüentemente aumentará as vendas e o resultado da empresa, obtendo um bom retorno, além de ter uma maior fidelização de clientes.

3. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como principal objetivo auxiliar uma empresa da cidade de Luminárias MG a enxergar a sua realidade atual dentre algumas características do pacote de serviços, observando os pontos que precisam ser melhorados e aqueles pontos que precisam ser mantidos. Foi analisado pelo menos 1 tópico de cada característica deste pacote, onde a partir disso obteve-se inúmeros retornos, feedbacks e propostas de melhoria para formar um plano de ação.

Foi identificado e repassado inúmeras propostas de melhoria, contribuindo de maneira significativa nos resultados almejados pela empresa. Mas destacando as principais, vemos a infraestrutura do espaço, onde na cidade de modo geral todos os concorrentes possuem o mesmo estilo, sendo assim o desenvolvimento no projeto de reforma contribuirá para que tenham um grande diferencial competitivo. Mas, de modo geral, com base nos resultados obtidos no presente estudo, é possível dizer que a área de maior atenção e cuidado no momento é a de Gestão de Pessoas, onde através de um bom trabalho sejam aplicados cronogramas de treinamentos, aplicações de testes avaliativos e processos completos de capacitação nas áreas financeiras e comerciais.

Desse modo, este trabalho consistiu em uma consultoria empresarial, na qual visando o constante aprimoramento da empresa pudessem então vislumbrar soluções de melhoria e a consolidação da vantagem competitiva. O mesmo foi de extrema importância para a empresa, pois se mostrou nítido quantas são as oportunidades de crescimento existentes no mercado e dentro de seu município, onde com a prática das soluções sugeridas seja possível a diferenciação permanente no mercado e a fidelização dos seus clientes.

REFERÊNCIAS

LOZADA, Gisele. **Administração de produtos e serviços**. Porto Alegre: SAGAH, 2016. 240 p. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788569726630/pageid/237>. Acesso em: 16 out. 2021.

FITZSIMMONS, James A, FITZSIMMONS, Mona J. **ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS: Operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. 541 p. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553291/pageid/1>. Acesso em: 16 out.2021.

VIEIRA, Leandro. Faça ou não faça. Tentativa não há. **Administradores.com**. 22 abr. 2020. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/fa%C3%A7a-ou-n%C3%A3o-fa%C3%A7a-tentativa-n%C3%A3o-h%C3%A1>. Acesso em: 16 out. 2021.