

# AS 4 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS


a) **Intangibilidade.** Ao contrário dos produtos físicos, os serviços não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem adquiridos. Para reduzir a incerteza causada pela intangibilidade, os compradores procuram itens tangíveis que ofereçam informações e confiança sobre o serviço. (Recomendações de clientes, avaliações)

b) **Caráter indissociável.** Na maioria dos serviços de turismo, tanto o prestador de serviços como o cliente deverá estar presente para que a operação ocorra. O contato com os funcionários faz parte do produto e os clientes também fazem parte do produto. Nesse sentido, os clientes e os funcionários devem compreender o sistema de prestação de serviços. (Atendimento, contato humano ou virtual)


c) **Variabilidade.** A qualidade do serviço depende quem oferece os serviços e quando e onde são oferecidos. Os serviços são produzidos e consumidos simultaneamente. Uma demanda flutuante dificulta a oferta de produtos consistentes durante períodos de pico de demanda. O alto grau de contato entre o prestador de serviços e o cliente significa que a homogeneidade do produto depende das competências do prestador de serviço e do seu desempenho no momento da troca.

d) **Natureza perecível.** Os serviços não podem ser armazenados. Os prestadores de serviços devem gerir a capacidade e a procura porque não podem armazenar (estocar) para períodos subsequentes. (Promoções em baixa demanda)


**CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS**

**Intangibilidade** 


- Para os consumidores, é difícil avaliar qualidade, especialmente antes do consumo.
- Serviços não têm nenhuma unidade padronizada de medida.
- É difícil estabelecer e justificar preços de serviços.

**Perecibilidade** 

- Os serviços não podem ser estocados para uso posterior.
- A capacidade do serviço não utilizada é perdida para sempre.
- A demanda por serviços é muito sensível ao período e aos picos de demanda.

**Variabilidade** 

- A qualidade dos serviços varia com a pessoa.
- A qualidade depende muito de quem os executa, quando, onde e como são executados.
- As oportunidades de padronizar a entrega dos serviços são limitadas.

**Relacionamentos baseados no cliente** 

- A opinião de outros consumidores pode afetar os resultados dos serviços.
- A maioria dos serviços sobrevive a partir da manutenção dos consumidores satisfeitos a longo prazo.
- Gerar a recompra é fundamental para o resultado final dos serviços.