

Oportunidades & Negócios

BOLETIM DO SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

SERVIÇOS

Fevereiro/2012

INOVAÇÃO NO SETOR DE ENTRETENIMENTO É A CHAVE PARA ATENDER CONSUMIDORES EXIGENTES



“O grau de exigência com a qualidade do serviço e do atendimento vem crescendo a cada dia, não importa o tipo de serviço que seja prestado.”

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

Oportunidades & Negócios

O atendimento a clientes em negócios relacionados ao entretenimento não é fácil. O grau de exigência com a qualidade do serviço e do atendimento vem crescendo a cada dia, não importa o tipo de serviço que seja prestado. Esse fenômeno é provocado pela elevada concorrência, que oferece alternativas ao consumidor, e pela sua própria consciência de seus direitos e do merecimento em ser bem tratado. Por isso, as falhas podem significar a perda definitiva de um cliente, o que leva as empresas a se preocuparem com a qualidade do serviço e do atendimento ao consumidor.

Portanto, as palavras de ordem são inovação e criatividade. Elas permitem gerar valor agregado ao serviço prestado.

A questão que se impõe às empresas de serviço é como inovar para gerar um diferencial competitivo. No segmento do turismo, por exemplo, pequenas empresas de turismo receptivo procuram criar diferenciais em relação às médias e grandes agências nos passeios pelas atrações naturais.

No Rio de Janeiro, empreendedores individuais fazem passeios em *jeeps* abertos com grupos menores do que os conduzidos nos ônibus das maiores agências. Os empreendedores organizam passeios por praias, florestas, entre outras atrações, fazendo acordos com restaurantes, bares e quiosques situados próximos às regiões. O sucesso tem levado esses empreendedores a adquirirem uma frota maior de veículos, com crescimento significativo de seus negócios.

No segmento de bares e restaurantes o apelo tem sido

relacionado a espetáculos ao vivo, em duas modalidades:

- Shows de comediantes (*stand-up comedy*), em contrapartida à tradicional música ao vivo;
- Movimento tribal em relação a um esporte com transmissão pela TV aberta ou fechada: alguns bares se caracterizam por atrair fãs de determinados esportes (futebol, MMA, entre outros) para assistirem às competições transmitidas ao vivo. Além disso, alguns ainda oferecem o serviço agregado de transporte em táxi ou condução dos clientes que consomem bebidas alcoólicas, aproveitando o controle da fiscalização de “Lei Seca”. Essa modalidade de serviço também é oferecida por outro segmento de serviços – o de seguradoras de automóveis. Nesse caso, as seguradoras aproveitam a oportunidade, pois além de prestarem um serviço ao cliente, diminuem os riscos de acidentes de trânsito.

Casas de shows e de teatro estão na mesma linha de serviços dos bares e restaurantes, quando procuram oferecer transporte para o público de terceira idade, oferecendo-lhes uma oportunidade de se deslocarem ao local.

Restaurantes procuram enriquecer a arte da gastronomia produzindo eventos especiais. Alguns fazem cursos de degustação de vinhos ou de uma culinária específica. Outros aproveitam seus recursos de forma criativa. Um restaurante na Zona Oeste do Rio de Janeiro oferece cavalgada em noites de lua cheia, aproveitando as trilhas naturais que cercam a sua região e os cavalos que dispõem em seu pequeno aras.





Nos grandes espetáculos como o carnaval, a tendência tem sido no sentido de oferecer um pacote completo ao turista, com ingressos, transporte seguro ao local, segurança pessoal e serviços de bebidas e alimentos durante o transporte. Além disso, oferecem uma pequena publicação em várias línguas, que conta a história do carnaval e apresenta os enredos das escolas do ano. Em complementação, cursos de dança de salão oferecem um pacote de aulas de samba e outros ritmos nacionais para os estrangeiros conhecerem nossa cultura.

ENTRETENIMENTO: A VENDA DE BENEFÍCIOS RESSALTA AS NOVIDADES QUE SURPREENDEM OS CONSUMIDORES

No segmento de beleza e estética, as inovações não param de surgir com a utilização de recursos ligados ao lazer. Salões agora oferecem às suas clientes a possibilidade de comemorarem seus aniversários com as amigas com direito a corte de cabelo, lavagem, tintura, maquiagem, pés e mãos, até as mais sofisticadas técnicas de limpeza de pele. Durante a comemoração, são servidos canapés, drinques estimulantes e bolos deliciosos. O sucesso é total. Para o público masculino, impaciente na fila de espera dos salões, a estratégia é oferecer uma sala reservada com videogame e cerveja. A tática parece ter sucesso, mas cria outro problema: como tirá-los da sala para fazer o serviço que efetivamente vieram buscar no salão.

E a inovação chega também ao segmento de motéis ⁽²⁾. Um bom exemplo disso é o caso que vem ocorrendo na Paraíba. Trata-se do Motel Union, resultado de uma associação entre o Andorra Motel, de João Pessoa, e o grupo cearense Dragon. O novo empreendimento tem 25 apartamentos e funciona através do conceito de diárias, modelo adotado na Europa.

O Motel Union oferece vários atrativos para a sua clientela e tenta mudar o conceito de motel - de ser um local apenas para se fazer sexo. O Union tem, por exemplo, uma suíte com 250 metros quadrados, garagem para seis vagas, boate, cinema, piscina térmica. “É um local ideal para se promover festas”, disse o empresário do empreendimento. A empresa adota sistema de Cartão VIP, que já tem cerca de dois mil associados.

A NOVA TENDÊNCIA NO SETOR DE LAZER: O ENTRETENIMENTO DIGITAL

Há alguns anos, o setor oferecia serviços de valor agregado como diferencial de entretenimentos tradicionais. No entanto, vem surgindo um novo modelo de negócios em lazer. É o chamado entretenimento digital, que inclui a oferta de jogos, competições, *downloads* de vídeos e sons, entre outros. Os produtos são voltados para a tecnologia móvel (celulares, *gadgets*, *tablets*, etc.) e para as TVs digitais.

Pode parecer que esse é um mercado distante da realidade das micro e pequenas empresas (MPE), mas isso não é verdade. Alguns produtores de jogos e outros tipos de produtos são pequenas empresas de TI ou até mesmo empreendedores individuais, que usam como canal de comercialização as empresas de celulares e as operadoras de telefonia móvel. Para comprovar isso, basta entrar nos aplicativos de *download* dos *smartphones* e constatar quantos pequenos jogos e aplicativos, vendidos por menos de R\$ 2,00, são produzidos por especialistas em tecnologia de mídia móvel.



Pesquisa da consultoria PricewaterhouseCoopers (PwC) ⁽¹⁾ aponta que a principal tendência do setor de mídia e entretenimento será a integração e o aumento da participação das tecnologias digitais em todos os segmentos. A crise econômica de 2007 acelerou a migração para o mundo digital, que continuará a expandir-se durante os próximos cinco anos e deverá manifestar-se em três grandes áreas: na economia, no comportamento dos consumidores e na publicidade.

Nesse sentido a PwC afirma que em 2013, a combinação do impacto do digital nestas três dimensões terá criado um setor de mídia e entretenimento muito mais fragmentado do que o atual, caracterizado por um amplo e divergente leque de modelos de negócio. Os modelos tradicionais de negócio em segmentos como a televisão ou as revistas serão substituídos por modelos mais adaptados a cada consumidor. A crise econômica irá acelerar a migração para o digital, uma vez que as

empresas devem ser eficientes para combater a quebra da procura em atividades que vão da distribuição à publicidade.

A tecnologia pode ajudar, inclusive, a alavancar os serviços tradicionais. Serviços de informação de lazer sobre espetáculos, filmes e peças de teatro em cartaz, bares e restaurantes de cozinhas especializadas, por meio da mídia móvel, podem elevar significativamente o fluxo de consumidores. Um exemplo disso são os sites que oferecem a divulgação de boates e bares. O serviço conta com a descrição da programação das casas, além de câmeras de vídeo que transmitem o que está acontecendo nesses locais.

Do lado dos consumidores, a aceleração da migração digital resultará em maior qualidade e flexibilidade dos serviços digitais e de preços mais atrativos, principalmente com a ajuda dos sites de compra coletiva.

CONSUMIDORES TERÃO MAIS CONTROLE SOBRE O QUE CONSOMEM EM LAZER COM A ECONOMIA DO ENTRETENIMENTO DIGITAL

Os padrões de consumo irão igualmente transformar-se com a era digital, criando novos hábitos e os chamados comportamentos digitais. Consumidores se preocuparão em ter maior controle sobre onde estão, quando e como consomem os conteúdos no mundo virtual.

A explosão dos dispositivos móveis, a música digital, os jogos em rede, a disponibilização online de conteúdos tradicionalmente físicos - jornais e revistas - ou o *boom* das redes sociais serão igualmente grandes tendências para os próximos cinco anos.

Por isso, o segredo do sucesso em serviços de entretenimento está baseado na inovação e na criatividade e é preciso se desvencilhar dos velhos paradigmas de fazer negócio, para entrar na nova onda da economia digital.

Links interessantes:

http://www.facebook.com/note.php?note_id=131570826570
<http://www.portalcorreio.com.br/noticias/matler.asp?newsId=62584>



BOLETIM DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS é uma publicação da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros **SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: **Roberto Simões**

Diretor-Presidente: **Luiz Barretto**

Diretor-Técnico: **Carlos Alberto dos Santos**

Diretor de Administração e Finanças: **José Claudio dos Santos**

UAMSF - NIM - Núcleo de Inteligência de Mercados

UACS- Unidade de Atendimento Coletivo Serviços- Carteira de Serviços

Conteudista: **Marcos Rabstein**

Diagramação: **Amanda Rodrigues**

Endereço: SGAS 604/605, módulos 30 e 31, Asa Sul, Brasília/DF, CEP: 70.200-645