

**UNIVERSIDADE DO MINHO**  
Escola de Economia e Gestão

# Caso Bar do Gelo de Viseu

**Unidade Curricular**  
Princípios de Marketing de Serviços

**Licenciatura em Marketing (pós-laboral)**

**Docente:**  
Beatriz Casais

**Discentes:**  
Domingos Mariano Fernandes, A69427  
Gabriel de Castro Batista, A69722  
José Carlos Marques, A66976  
José Eduardo Amorim, A61072

**Ano Letivo de 2014-2015**  
Data: 13 de Outubro de 2014

## Resumo da aula transata:

Como sabemos, os serviços possuem quatro características que os diferenciam dos produtos; são intangíveis, heterogêneos, inseparáveis e perecíveis. Podemos então dizer que um serviço é um processo, ou seja, um conjunto sequencial de ações com um determinado objetivo, seja este satisfazer uma necessidade ou até proporcionar uma experiência.

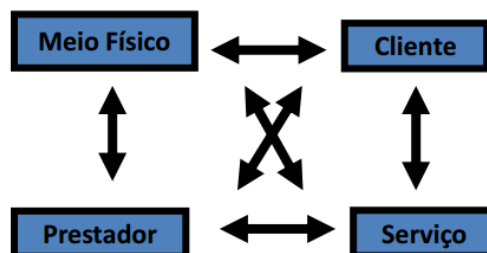
Este processo envolve interações em todas as suas fases, estando, portanto sujeito a interferências originadas por qualquer interveniente do serviço. Estas interferências tornam o serviço único para cada cliente, por isso dizemos que este é heterogêneo. O mesmo serviço nunca é igual para cada cliente. Por exemplo, num restaurante, posso usufruir de uma boa experiência, em que gostei da comida, do atendimento, do próprio espaço e do tempo de espera e outra pessoa noutra situação usufruir de todas estas condições e pelo facto das pessoas da mesa ao lado fazerem barulho, tornou a experiência no restaurante numa memória pouco feliz.

As interações no processo podem ser exemplificadas através deste quadro:



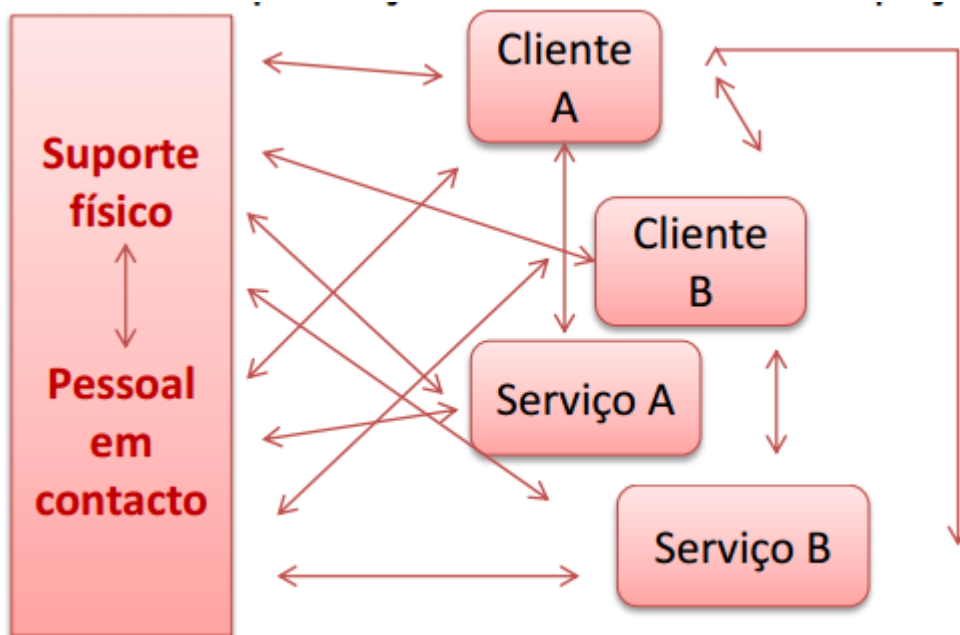
Posto isto, podemos dizer que "o serviço é o resultado de um processo de interação complexa e não simplesmente de um conjunto simples e isolado de catividades, o que resulta numa experiência."

Existem sistemas base de criação de serviços:



Em todas estas interações existe um sistema de serviço! Este sistema baseia-se no desenho ou organização de todas as interações de todos os elementos que estão presentes em cada serviço, sejam estes humanos ou apenas físicos.

Serve como base para a empresa de forma a planear o seu serviço da melhor forma, contando com todas as interações que poderão existir.

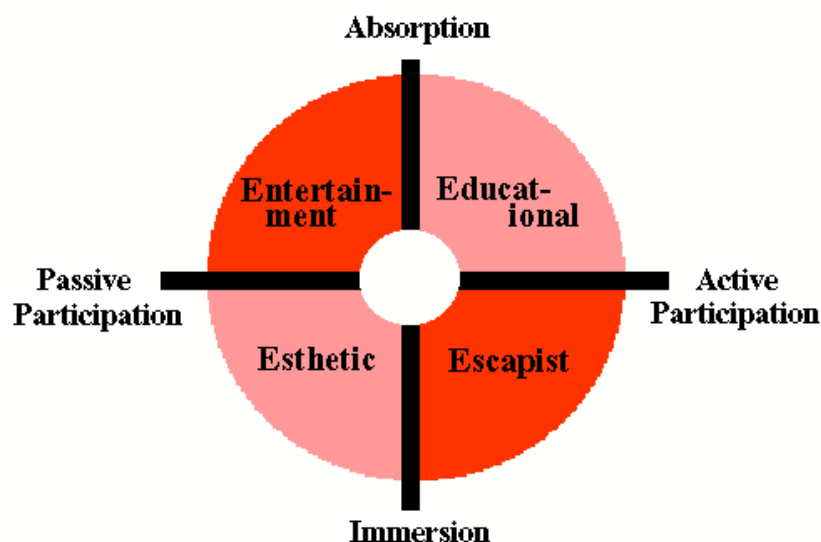


No marketing de serviços existem operações que minimizam a parte técnica, minimizando o sistema de servuçção. Porém isso poderá ter contrapartidas, existindo a possibilidade de o serviço deixar de ser único e diferenciado para cada cliente, associando-se mais a uma commodittie.

Exemplo: hambúrguer h3 e mac

Por sua vez, uma experiência deve ser memorável, única, pessoal, com duração limitada, e deve trabalhar as emoções do espectador ou convidado.

Existem 4 tipos de experiências:



## **Bar do Gelo de Viseu**

### **Informações sobre o Bar do Gelo (Minus 5 Ice Lounge):**

O “Minus 5 Ice Lounge” fica sediado em Viseu, mais concretamente no Palácio do Gelo Shopping, edifício do grupo Visabeira Movid, Empreendimentos Turísticos, SA. Este é um edifício multifacetado com espaços ligados ao desporto, saúde, entretenimento, comércio e serviços.

O seu proprietário é Luís Nogueira, vice-presidente da Visabeira Turismo e segundo este o conceito ice lounge nasceu na Nova Zelândia. Apesar de já se ter difundido por alguns países europeus, é o primeiro do género na Península Ibérica.

Neste a temperatura ronda os cinco graus negativos e tudo é feito em gelo, desde a sua decoração (paredes, bancos e esculturas) até aos copos onde as bebidas são preparadas. Para isso foram utilizadas 35 toneladas de gelo vindas diretamente dos glaciares do Canadá. A entrada no “Minus 5” implica o uso de vestuário térmico disponibilizado à entrada (luvas, casaco e botas, sendo estas opcionais). Aqui o visitante é convidado a ver um vídeo breve onde são explicados os condicionantes do espaço. De seguida dirigem-se para a antecâmara que antecede ao bar de forma e se poderem ambientar as baixas temperaturas do interior. Este espaço foi pensado para convívios de amigos/família, empresas e mesmo eventos como desfiles e lançamentos de marcas de roupa, segundo Elisabete Costa a Relações Públicas do espaço.

A permanência no bar é permitida apenas por curtos espaços de 25 minutos, sendo que o copo com que o cliente entra, acompanha-o até final, sendo depois a água deste reaproveitada nas regas do edifício. Aí é possível beber deliciosos cocktails com e sem álcool especialmente preparados para adultos e crianças. O grande segredo que permite as perfeitas condições do espaço e evita a condensação do gelo, encontra-se numa pequena sala ao lado do complexo, onde existe um bar de temperaturas amenas e também por enormes refrigeradores que alimentam a resistência das paredes, assegurando as perfeitas condições entre visitas.

A capacidade do bar é de 30 pessoas e está aberto de Segunda-feira a Domingo das 14:00 às 18:30 e das 19:30 às 00:00, sendo que o preço varia desde os 13 euros por um ingresso individual com direito a uma bebida, e os 31 euros para uma família de quatro pessoas. No seu interior é possível adquirir fotos e merchandising da marca.

### **Enquadramento do caso com a matéria:**

O bar do gelo trata-se de um serviço, porque alinha a vertente do entretenimento aos maravilhosos cocktails servidos durante o percurso dos visitantes.

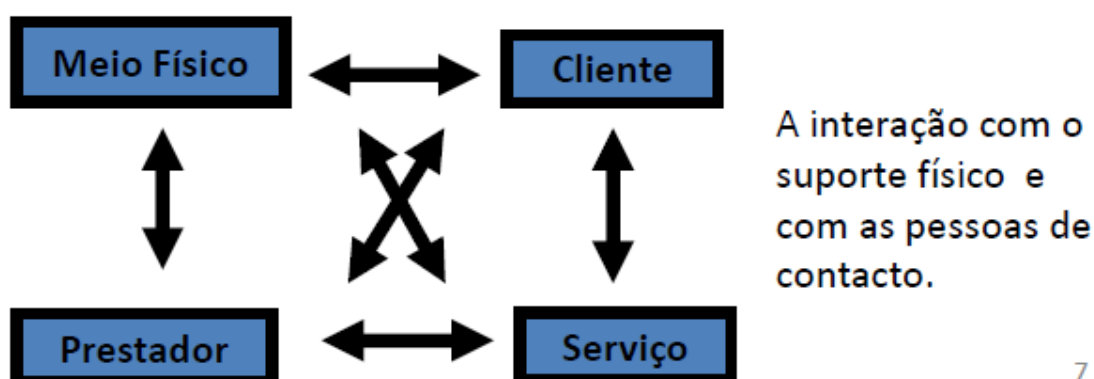
Alinhando o bar do Gelo a matéria, este enquadra-se num processo pois contempla um conjunto de ações (Serviço), um processo é prestado por alguém ou por máquinas, durante um período de tempo, o serviço é único e sujeito a interferências desde o momento que inicia até terminar. É através da maquinaria que o gelo não derrete e o bar mantém-se em perfeitas condições, no entanto são as pessoas lá empregadas que poderão tornar o serviço diferenciador de pessoa para pessoa.

Sendo o Bar do Gelo classifica-se na nossa opinião como um serviço de processos enfatizado em pessoas, processos e equipamentos. Com medio grau em contacto. No entanto, este durante o dia poderá receber inúmeras visitas por dia, 30 pessoas ao mesmo tempo. A sua classificação será Lojas de Serviços de acordo com a metieria.

A interação do serviço pode refletir-se em quatro pontos. Para cada um deles será mencionado um exemplo que explicitará a devida situação.

- A interação do serviço pode afetar clientes e pessoal de contacto, isto porque, os clientes interagem com os funcionários do Bar do Gelo, se os funcionários não estiverem atentos por exemplo aos pedidos dos cocktails e servirem um cocktail diferente poderá condicionar o agrado do cliente.
- O contacto entre clientes, entram dois grupos de pessoas que não se conhecem, havendo num dos grupos uma pessoa que está constantemente a falar e a falar alto, obviamente condicionará os restantes visitantes.
- Clientes e o suporte físico, imagine-se que os refrigeradores avariam e o bar aumenta a sua temperatura instantaneamente e tudo começa a derreter, mesmo que minimamente, isto condicionara a experiencia do serviço de vido a uma falha de um suporte físico.
- O cliente, a sua própria condição poderá marcar o serviço, o cliente poderá desmaiar devido as baixas temperaturas e obter uma má experiencia, no entanto tudo o resto correu perfeitamente bem.

O bar do gelo tem um complexo conjunto de interações, sendo algumas delas, a apresentação de um breve video com detalhes específicos sobre o Bar; o ambientar-se as temperaturas do bar numa seção a parte antes de entrar no mesmo; Realização de eventos; Interação com o Bar do Gelo; Interação com o serviço de bar. O conjunto de todas as interações vai resultar na satisfação como um todo, se uma falhar isso vai contribuir para uma menor satisfação. Umas poderão também compensar outras.



Este é o serviço base do Bar do gelo. Existe um meio físico que é o espaço físico totalmente elaborado em gelo, existem as pessoas que suportam o serviço, sendo estes os funcionários e existem os clientes que usufruem do serviço.

## **Sistema de Serviço**

Basicamente consiste num modelo mais detalhado e específico, que nos permite ver aonde podemos falhar se este modelo estiver bem desenhado, conseguir planejar tudo de modo a evitar as falhas, serem extraordinários e sobretudo não desiludirem o cliente. O serviço A poderá ser o serviço básico a qual estão sujeitos todos os dias, enquanto o serviço B poderá ser um desfile de moda. De tal forma que é necessário elaborar este sistema de serviço que compreenda os elementos que o constituem e as suas inter-relações.

Existem 3 momentos que podem condicionar de facto a prestação do serviço, de forma a aplica-los ao bar do gelo, serão exemplificados.

- Encontro com o serviço – O cliente vê ter conosco, entra no bar, e tira a sua primeira percepção sobre o bar, ou seja, gosta, não gosta, gosta mais ao menos.
- Momentos de Verdade – O cliente pede um cocktail, o cocktail é bom ou mau, foi ou não foi bem serviço, o copo dado inicialmente está ou não em boas condições.
- Incidentes Críticos – todas as interações correram bem, no final obtiveram elevada satisfação do serviço.

## **Operações no Marketing de Serviços**

- O serviço é único e exclusivo.
- O bar de gelo tem uma maior procura no verão.
- O cliente não tem muita participação.

## **O Bar do Gelo como uma experiência**

Uma visita ao Bar do Gelo pode ser:

-Memorável: pode ser divertimento e experiência única que o interveniente vai viver, como pelas coisas que o façam lembrar daquela experiência.

Exemplo: A possibilidade de trazer uma foto de recordação;

-Pessoal: dado o elevado grau de contacto característico da experiência, certamente fará toda a diferença o grau de empatia dos prestadores de serviço e também a sua eficiência que certamente fará toda a diferença do cliente.

Exemplo: O estado de humor de um barman pode influenciar na experiência, tanto positiva como negativamente.

- Duração Limitada: Como todas as boas experiências, esta não foge a regra, e acaba depressa, tempo estimado de 20 a 30 minutos;

- Ator/ Espectador: Um bom atendimento dos prestadores de serviços vai fazer com que a experiência seja boa.

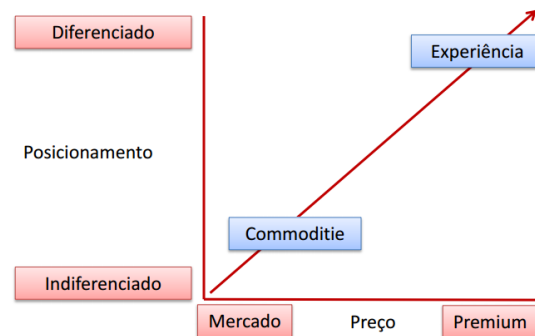
- Emocional: Tanto pode trazer emoções boas como más, no início o bar deve suscitar logo frio, visto a baixa temperatura no seu interior, mas também suscitará alegria se o interveniente ficar contente com experiência. Ou seja, os intervenientes ficarão sempre com algum tipo de sentimento acerca desta experiência.

### Tipo de experiência:

Enquadrando uma visita ao Bar de Gelo com os tipos de experiências definidos por Pine e Gilmore, chegasse rapidamente à conclusão que esta experiência se enquadra numa experiência com participação passiva, sendo uma experiência de imersão e não de assimilação.

Com isto concluísse que uma visita ao Bar de Gelo será caracterizada como uma experiência de estética.

### Da Commodity à Experiência (Pine and Gilmore, 1999)



Analisando este gráfico, depressa se conclui que o serviço estudado se enquadra numa experiência, pois além do seu custo elevado para experimentar, o mesmo se diferencia dos outros bares, pois o conceito de ser tudo feito em gelo faz com que seja único.