

Marketing de Serviços

J. Roberto Whitaker Penteado

Os homens nascem livres e, em toda parte, estão aprisionados. Rousseau

Se perguntar-me porque lembrei da frase do Contrato Social, ao escolher o Marketing de Serviços como tema para essa última página, respondo que lembrei dela ao perguntar-me: por que, nesses tempos de "encontro com o futuro", consubstanciado no novo milênio, todo mundo fala das novas oportunidades para o marketing de serviços e nunca foi tão difícil encontrar um serviço sequer digno do nome?

Se não me acredita, busque no seu Document Center ou na biblioteca a edição de 23.10.2000 da revista Business Week e leia a instrutiva reportagem intitulada Why Services Stink (Por que os serviços são uma m...)

Aprendi cedo, com meu querido e saudoso professor Carlos Werneck, que uma das melhores maneiras de dirimir dúvidas e/ou resolver problemas é tentando entendê-lo melhor através da análise da origem das palavras. Se V. procurar, no novo Aurélio, a palavra serviço, vai receber, instantaneamente, uma dose maciça de insight. Ela deriva do latim servitium que significa "a escravidão" ou "os escravos" quase um sinônimo perfeito de servidão.

Mas quem liga para a etimologia e o latim nos dias atuais? Será que a idéia de serviço ainda evocano rapaz que nos atende tão bem no McDonald e na moça da caixa do banco, que atende tão malidéias de escravidão? A resposta está contida no próprio exemplo a única razão pela qual o moço do McDonald tem orgulho do que faz, e a jovem bancária nos detesta, é que um teve bom treinamento e o outro não.

Mas, voltando aos fundamentos, além de olhar no dicionário, gosto de consultar a Bíblia, que, no caso do marketing, é o livro Administração de Marketing, do vovô Philip Kotler, cuja 10ª edição se autoproclama a "do milênio" Pois é significativo que entre uma edição e outra o professor tenha substituído três citações (de T. Levitt, de um ex-presidente da IBM e de um gerente da AT&T) por uma observação sua, que chama de "essencial": Toda empresa é uma empresa de serviços. Não existem indústrias de produtos químicos; existem empresas especializadas em serviços químicos.

Aí está a chave da questão: se toda empresa é uma instituição voltada para a prestação remunerada de serviços, por que algumas agradam e outras desagradam? Essa é a dúvida saudável que deixo ao caro leitor até o próximo mês.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=450&ID=65>>. **Acesso em:** 24 jul. 2009.