



COMO APLICAR O DESIGN DE SERVIÇO NA SUA EMPRESA EM 8 PASSOS

Introdução..... 3

O que é design de serviços? 5

Quais são as vantagens do design de serviços? 13

Como aplicar o design de serviços na empresa? 21

O que deve ser prioritário nessa implementação?27

Conclusão.....31

Sobre o Sebrae.....33



INTRODUÇÃO

Se você gosta de acompanhar as tendências do mercado, com certeza, já percebeu que a transformação digital gerou mudanças significativas tanto no ambiente empresarial quanto no comportamento do consumidor. Hoje, **as empresas precisam entregar algo que vá além das expectativas dos clientes.**

E isso é possível por meio do **design de serviço**, que é uma ferramenta essencial para oferecer uma experiência única ao usuário. Pensando nisso, elaboramos este e-book no qual você vai conferir o que é *service design*, as vantagens e como aplicar esse método no seu empreendimento. Continue a leitura para saber tudo!





O QUE É DESIGN DE SERVIÇOS?



O **design de serviço, também chamado de *service design***, consiste em desenhar todo o processo de prestação de serviço, que vai desde a atração do cliente até o pós-venda. Esse passo é importante para garantir que o cliente tenha uma experiência única na sua empresa.

É interessante destacar que o uso dessa ferramenta também é indicado para quem comercializa produtos. É necessário que haja valores agregados ao item que está sendo vendido. Por exemplo: ao vender um notebook, você precisa oferecer assistência técnica ao comprador, caso ele precise resolver problemas relacionados ao aparelho.

Além disso, é fundamental estabelecer pontos de contato físicos ou virtuais para que o usuário possa falar com você de forma simples e imediata. Também se deve pensar na **qualidade do atendimento** prestado antes, durante e depois do fechamento do negócio.

Perceba que **o design de serviços prioriza todas as etapas e os elementos do processo** para que o cliente possa ser atendido com excelência. No caso de uma consulta médica, é necessário pensar na fase de marcação, no treinamento dos atendentes, na qualificação do profissional que vai realizar a consulta, no agendamento dos exames etc.

Com essa metodologia, você consegue identificar os principais problemas do consumidor e projetar um serviço que realmente consiga resolvê-los. Você tem a oportunidade de planejar todos os detalhes de forma minuciosa, assegurando a qualidade do item que será comercializado.

Além do mais, ao fazer esse planejamento, é possível reconhecer os gargalos e os pontos de melhoria no serviço. Também, pode-se dizer que investir nessa estratégia **aumenta a vantagem competitiva do seu negócio** e ajuda você a superar a concorrência.



Cabe destacar que oferecer benefícios adicionais ao cliente influencia de forma significativa no processo de decisão de compra. Imagine duas lojas que vendem o mesmo tipo de roupa, com preços iguais. O que diferencia uma da outra? São o atendimento fornecido pelos vendedores, a facilidade na hora do pagamento, o tempo de espera etc.

Assim, você tem diferenciais para se destacar num mercado de produtos tão semelhantes. Mas é importante **colocar o público no centro do processo** e entregar soluções que, de fato, sejam úteis para atender às suas necessidades. Caso contrário, a sua estratégia será mal-sucedida.

Vale ressaltar que existem alguns métodos que você pode adotar para garantir serviços de qualidade ao seus compradores, tais como:

- integração de canais de contato (*omnichannel*);
- atendimento;
- relação com o cliente.

Integração de canais de contato (omnichannel)

É importante oferecer ao consumidor a possibilidade de contatar a sua empresa em diferentes canais, que podem ser e-mail, chat, telefone, redes sociais, pontos presenciais, entre outros.

Porém, é fundamental que eles funcionem de forma integrada. É interessante que o cliente tenha confiança e entenda que pode entrar em contato com você sempre que precisar.

Além disso, forneça **suporte ao usuário tanto de forma online quanto offline**, se possível. Se ele fizer uma compra em loja física e tiver algum problema, ele precisa ter a oportunidade de resolver a situação de maneira presencial ou virtual.





Atendimento

A **excelência no atendimento** é um dos fatores essenciais para garantir a satisfação do seu cliente. Sendo assim, além de pensar nos canais de contato, é importante **treinar os funcionários da linha de frente** para garantir que eles estarão preparados para lidar com os usuários.

É importante atender o consumidor com respeito e cordialidade, oferecer as melhores soluções, informações corretas, saber resolver os conflitos etc. Além disso, é primordial ter empatia para conseguir compreender o ponto de vista dele.

Também, é necessário fornecer respostas rápidas, uma vez que o usuário não quer passar horas esperando por algo que poderia ser solucionado em poucos minutos.

Nesse caso, uma boa estratégia é usar o **marketing conversacional**, que tem como foco o uso da Inteligência Artificial (IA) para atender o cliente de forma imediata, em qualquer dia e horário e sem a necessidade da intervenção humana a todo momento.



Relacionamento com o cliente

É imperativo que a empresa estabeleça um relacionamento duradouro com o consumidor. Ele precisa sentir-se especial, valorizado e respeitado. Para isso, é fundamental **entender as dores do seu cliente e buscar formas de resolvê-las**. Dessa maneira, você aumenta as chances de encantá-lo e até fidelizá-lo.

Portanto, estabeleça ações de pós-venda, responda as suas dúvidas, interaja nas redes sociais, solucione os problemas etc. Mostre ao comprador que você realmente se preocupa com ele e que a sua intenção não é apenas vender, mas ajudá-lo.

Vale destacar que investir em design de serviço é essencial para garantir o sucesso da sua empresa. Isso ajuda a aumentar a competitividade no mercado, a fortalecer a sua relação com o consumidor e faz com que o seu negócio seja visto como referência no seu nicho de atuação.

Quando você proporciona ao cliente uma experiência única, ele tende a indicar o seu empreendimento aos parentes e amigos, fazendo o famoso **marketing boca a boca**. O consumidor se torna um promotor da sua marca, facilitando o processo de conquista de novos compradores, além de auxiliar na fidelização daqueles que já fazem parte do seu negócio.

É importante entender que cada projeto de design de serviços é único. Sendo assim, é necessário sempre buscar compreender a cultura da empresa, a situação atual, os principais objetivos etc.

Cabe dizer que existem algumas ferramentas que podem facilitar o processo de aplicação dessa metodologia, tais como:

- persona;
- jornada do comprador;
- *blueprint* de serviço;
- *brainstorming*;
- protótipo dos serviço;
- business model canvas;
- entre outras.

Persona

A **persona** é um conceito utilizado para descrever o seu cliente ideal. É usada no service design para identificar necessidades, dores, desafios e preferências do usuário.

Trata-se de um recurso excelente para ajudar no desenho de soluções que garantam uma experiência única ao consumidor, uma vez que ele precisa estar no centro do processo.

Jornada do comprador

Sempre é fundamental considerar as fases da jornada do consumidor para identificar em qual etapa ele se encontra. Fazer isso é importante para que você consiga projetar serviços que correspondam às expectativas do cliente em cada fase da jornada.

Blueprint de serviço

Trata-se de um recurso que garante a **visualização de todas etapas do serviço**, tanto as tangíveis – aquelas que o cliente pode ver ou tocar –, quanto as intangíveis – aquelas que o usuário não consegue ver ou apalpar, mas que impactam diretamente na experiência dele com a sua empresa.

Com essa ferramenta, você mapeia todas as ações que precisam ser realizadas, as pessoas, os processos e as tecnologias envolvidas no processo.

Brainstorming

O **brainstorming**, também conhecido como tempestade de ideias, se trata de uma metodologia que estimula o compartilhamento de sugestões criativas. Deve ser aplicada em reunião na qual são levantadas soluções para problemas, oportunidades de melhoria, soluções inovadoras etc.

Protótipo do serviço

Após a escolha das ideias que serão implementadas, é importante construir um protótipo para entender como a solução funcionará na prática. Esse modelo será produzido em tamanho inferior ao original e em menor escala. Desse modo, pode-se verificar se o serviço proporcionará os resultados esperados e quais partes dele precisam de melhorias.

Assim, você consegue reduzir os riscos de lançar uma solução que não atenderá às necessidades do seu público, de desperdiçar recursos financeiros e prejudicar a credibilidade da sua marca perante o mercado.

Business Model Canvas

O **Business Model Canvas** é uma ferramenta visual de plano de negócios. É bem intuitiva, permitindo a visualização do planejamento de forma simples e rápida. É dividido em 9 blocos, que representam cada área do negócio. Nesse caso, em vez de utilizar documentos textuais, você utilizará mapas e até post-its para descrever e analisar as informações relacionadas ao design de serviço.





QUAIS SÃO AS VANTAGENS DO DESIGN DE SERVIÇOS?



Investir em design de serviço é essencial para garantir a prosperidade do seu negócio, assim como a satisfação do cliente. Além disso, essa ferramenta é capaz de proporcionar ótimas vantagens para a sua empresa. Confira, a seguir, algumas delas.

Aumenta o engajamento

Para que a implementação do design de serviços gere resultados positivos, é importante que **todos os membros da empresa participem do processo**. Esse grupo deve abranger desde a alta administração até o setor operacional. Além do mais, o cliente também exerce um papel essencial durante a aplicação do recurso.

É interessante frisar que, sem esse comprometimento de todas as partes, a estratégia não funcionará. Pode-se fazer, por exemplo, simulações referentes ao atendimento fornecido ao consumidor para identificar os aspectos positivos e os pontos de melhoria.

Também é necessário colocar-se no lugar do usuário para entender as suas expectativas em relação ao serviço e a forma como ele deseja ser tratado. Por isso, é fundamental que todos os colaboradores estejam envolvidos e possam contribuir para o sucesso da metodologia.

Produz aprendizado contínuo

A aplicação do design de serviço deve ser um processo constante. Nesse percurso, é natural que haja erros e dificuldades. Sendo assim, é importante que a sua equipe e você aprendam a lidar com essas questões e saibam tirar proveito delas, gerando melhoria contínua para a empresa.

As organizações que utilizam isso no dia a dia têm maior probabilidade de sucesso, uma vez que possuem maturidade suficiente para enfrentar os desafios e tomar decisões diferentes para obter novos resultados. Elas também têm mais facilidade para se adaptarem às tendências do mercado e ao comportamento do consumidor.

Além do mais, por meio dos feedbacks dos clientes, pode-se aprender continuamente e, assim, conseguir aprimorar cada vez mais os seus serviços, assegurando uma experiência única e agradável ao consumidor.

Fideliza clientes

Não basta apenas conquistar novos clientes, é necessário definir estratégias para fidelizá-los, fazendo com que eles voltem a fechar negócio com você de maneira recorrente. Nesse contexto, o design de serviços é uma metodologia excelente capaz de **encantar e tornar o comprador fiel à sua marca.**

Vale enfatizar que o consumidor deseja adquirir produtos ou serviços que realmente consigam resolver o problema dele. Sendo assim, é fundamental pensar em qualidade do atendimento, suporte, pós-venda, funcionalidades do item etc. É importante fazer com o que o usuário se sinta especial e tenha confiança na sua empresa, para que ele volte e traga outras pessoas consigo.

Uma clientela fidelizada gera ótimos benefícios para o seu empreendimento, como recorrência na receita, aumento do ticket médio, redução de custos com propaganda, poder de negociação com fornecedores, entre outros.

Melhora a identidade da marca

Quando você começa a aplicar o design de serviço na sua empresa, a percepção de valor dela perante o mercado aumenta. É importante dizer que a construção da identidade do seu negócio engloba a escolha das cores, da missão, dos valores, dos princípios etc.

Mas não basta apenas falar, é necessário viver isso na prática. Sendo assim, se um dos valores do seu empreendimento é o foco no cliente, **ao planejar um produto ou serviço para atender às necessidades do comprador e encantá-lo, você fortalecerá a identidade da sua marca.**

Tem foco no usuário

O planejamento do serviço sempre considera as necessidades e os desejos do cliente. É preciso entender quais são as suas reais expectativas, os desafios que ele enfrenta no dia a dia e os principais os objetivos dele para que, assim, você consiga oferecer algo que esteja de acordo com esses anseios.

Sendo assim, ao utilizar o design de serviço na sua empresa, você coloca o **consumidor no centro do processo** de tomada de decisão, definindo toda a sua estratégia com base na opinião dele. Desse modo, você é capaz de atendê-lo com qualidade, proporcionando uma experiência personalizada antes, durante e depois da venda.





Garante transparência

Como é uma metodologia que envolve os colaboradores da empresa, os clientes e outros stakeholders, é mais fácil garantir a **transparência das ações**. Isso ocorre porque todos podem participar ativamente de cada fase de implementação da ferramenta, propondo soluções, realizando testes, acompanhando os resultados etc.

Cria experiências inesquecíveis

O cliente deseja excelência nos produtos, nos serviços e no atendimento. Ele gosta de se sentir especial e ser tratado com respeito e cordialidade. Dessa maneira, quando você aplica o design de serviço, é possível planejar cada detalhe não somente para satisfazer, mas surpreender o consumidor.

Isso garante **experiências incríveis**, fazendo com que ele jamais esqueça da sua empresa. Além disso, o usuário se tornará fiel e fará a indicação do estabelecimento, ajudando você a atrair potenciais compradores.



Promove mudança de cultura

Como já foi falado, para que a aplicação da ferramenta seja bem sucedida, é essencial ter foco no cliente. A partir desse princípio, os funcionários começam a ter uma visão diferente em relação às prioridades da empresa.

Se antes eles focavam em processos internos, agora eles passarão a concentrar as suas energias em **gerar valor para o consumidor**, garantindo a satisfação dele e o sucesso do empreendimento.

Gera visão integrada dos setores da empresa

O service design é uma metodologia que **envolve todos os departamentos da organização**. É necessário que todos trabalhem em sinergia para proporcionar a melhor experiência ao cliente. Portanto, ao iniciar a implementação, é natural que haja integração entre os diferentes setores em busca de soluções.

Desse modo, passa-se a entender os desafios de cada departamento, há uma interação maior entre os profissionais, construindo uma equipe multidisciplinar em prol de assegurar a satisfação do usuário e fortalecer a relação entre marca e consumidor.

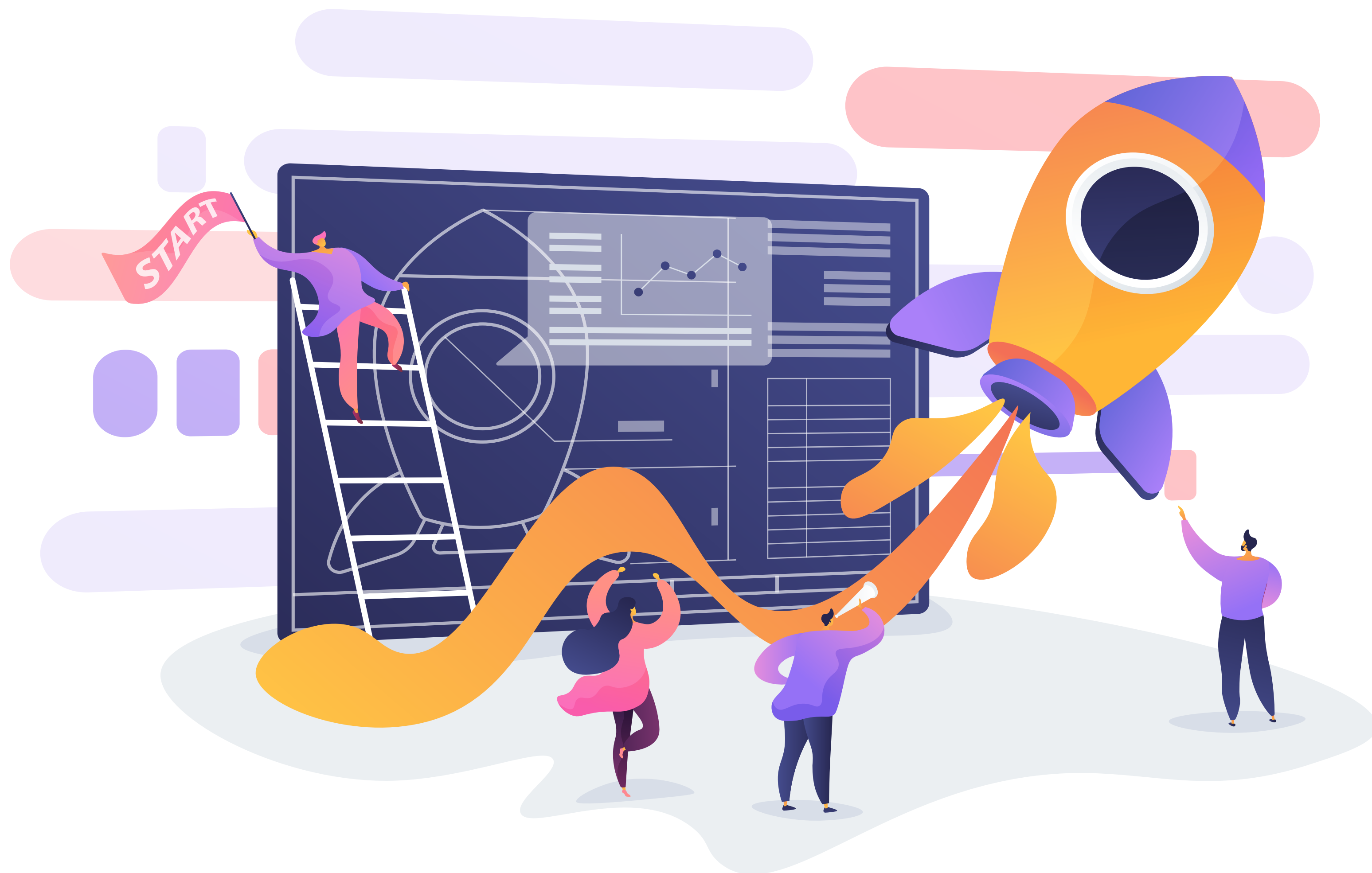
Aumenta a vantagem competitiva

Ao aplicar o design de serviços na sua empresa, você consegue **aumentar a competitividade e superar a concorrência**. Quanto mais satisfeito o cliente estiver com o seu serviço, maiores serão as chances de ele se tornar fiel à sua marca. Esse processo de fidelização promove a elevação do ticket médio do seu negócio e a recorrência de receita.

Reduz riscos

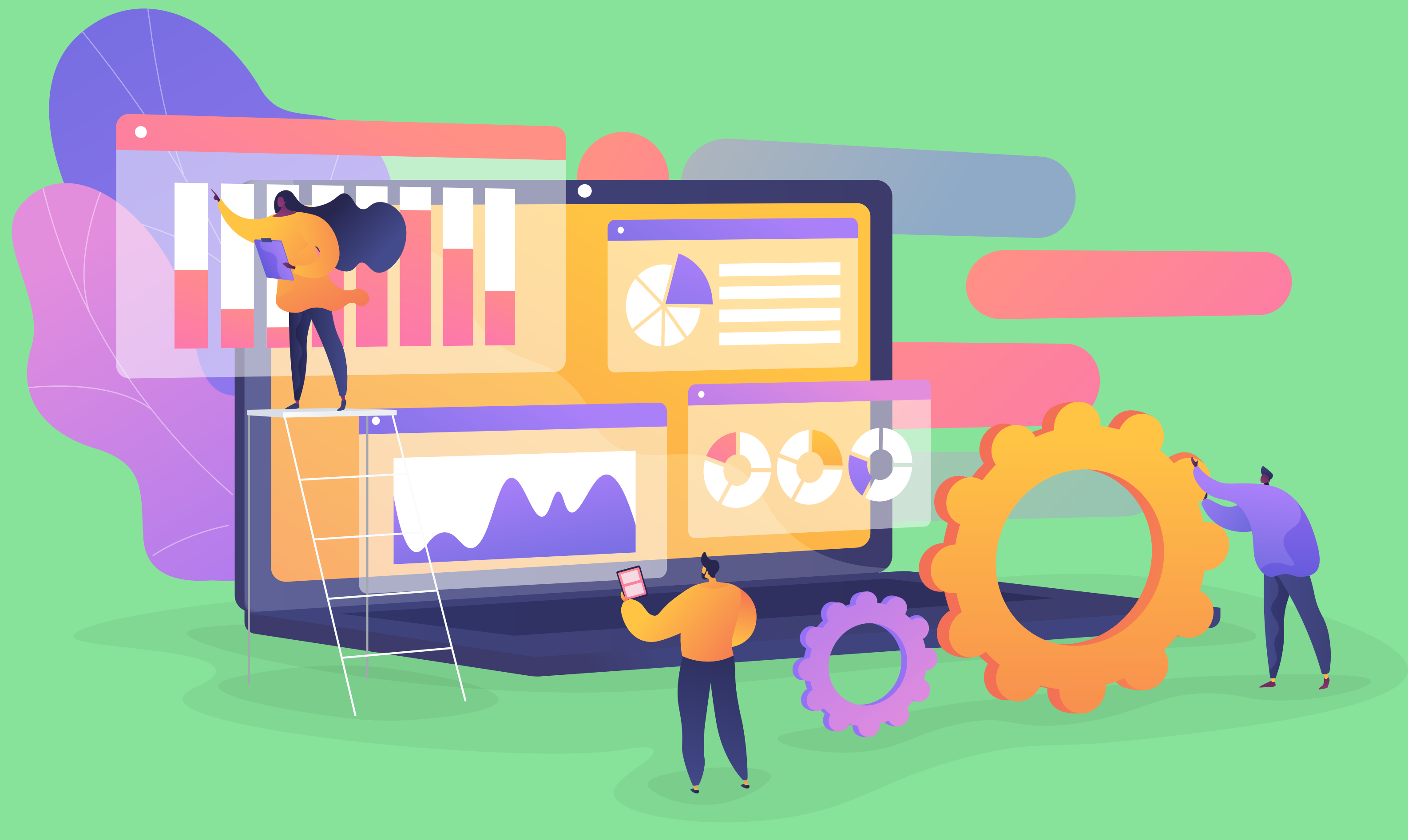
O lançamento de novas soluções envolve vários riscos, que podem ser reduzidos por meio do uso do service design. Isso ocorre porque, com essa ferramenta, é possível construir protótipos, realizar testes, aperfeiçoar as funcionalidades antes de apresentar a ideia ao mercado. Desse modo, **diminui-se os riscos de rejeição** por parte do cliente e a **ocorrência de prejuízos financeiros**.





Auxilia no processo de inovação

É importante dizer que, para se manterem competitivas no mercado, as empresas precisam **investir em tecnologia e inovação**. E isso não significa apenas criar algo novo, e sim aprimorar as soluções existentes. Por meio do design de serviço, você consegue tirar o seu empreendimento da zona de conforto e explorar oportunidades que ainda não haviam sido notadas nos diversos departamentos.



COMO APLICAR O DESIGN DE SERVIÇOS NA EMPRESA?



As **tendências do mercado** e o **comportamento do consumidor** mudam de forma constante. Sendo assim, é importante que você busque formas de prever e se adaptar aos novos cenários. É interessante destacar que fortalecer a sua relação com o cliente é essencial para o sucesso do seu negócio.

Isso é feito por meio da prestação de serviços de qualidade e da melhoria da experiência do usuário. É fundamental dizer que, hoje, as empresas que mais se destacam no mercado são aquelas que priorizam a satisfação do comprador e a inovação, buscando substituir modelos engessados de negócios por aqueles que possam atender às necessidades de diferentes gerações.

Essa lógica também vale para os produtos, pois, por trás de cada item, sempre ocorre a prestação de serviço. Deve-se pensar nas pessoas envolvidas, nos pontos de contato, nos processos etc. Não basta apenas procurar formas de melhorar o produto em si, é necessário aperfeiçoar todos os aspectos que fazem parte dele, inclusive os intangíveis.

Então, agora que você já sabe o que é design de serviço e quais são as principais vantagens, chegou o momento de acompanhar o passo a passo para aplicar essa ferramenta no seu empreendimento.



Faça a exploração

Essa primeira etapa consiste em entender a **percepção do cliente em relação à sua empresa**.

Você precisa identificar as necessidades, os desejos, os desafios e as preferências do usuário. Também é importante compreender o nível de satisfação dele referente à prestação dos serviços.

Para esse fim, é possível utilizar a definição de persona, que é o personagem sem-fictício que representa o seu cliente ideal. Esse conceito não apresenta apenas dados demográficos, como idade, profissão ou localização, e, sim, tem foco nas dificuldades, nas dores e nos objetivos do consumidor.

Além do mais, utilize questionários, faça entrevistas para coletar as respostas necessárias. Depois, analise-as para verificar os principais problemas que devem ser solucionados e os pontos de melhoria.

Parta para a ação

Depois de finalizar a etapa da exploração na qual os problemas foram identificados, é necessário reunir a equipe para realizar um **brainstorm** (tempestade de ideias). Nesse momento, é essencial que haja participação tanto dos colaboradores quanto dos clientes.

É hora de deixar a criatividade fluir e propor soluções sem julgamentos. Além disso, é importante analisar as sugestões para decidir quais serão descartadas e as que serão amadurecidas. Vale frisar que o envolvimento dos usuários nesse processo é fundamental, afinal é para ele que você está desenhando o serviço.

Pense no cliente

Ao longo do processo, é essencial que você **pense no que será melhor para o cliente**, pois está planejando o serviço para atender às necessidades dele. É interessante destacar que estimular a participação do usuário durante a implementação da metodologia é fundamental para lhe proporcionar uma experiência única e agradável.



Defina os pontos de contato

Os **pontos de contato** representam os meios pelos quais ocorre a interação entre o comprador e os funcionários durante a prestação do serviço. Eles podem ser físicos, como os postos de atendimento e virtuais, como chat, e-mail, formulários, aplicativos etc.

Cabe dizer que estabelecer os canais de comunicação corretos e com antecedência é fundamental para reduzir os riscos de falhas. Mas, além de defini-los, é importante que **eles funcionem de forma integrada**.

Por exemplo, quando o cliente adquire um produto numa loja presencial, ele deve ter a opção de receber suporte tanto online quanto offline. Além do mais, é importante treinar a equipe de atendimento para que ela esteja preparada para lidar com as demandas existentes.

É significativo lembrar que o usuário avalia o serviço com um todo, e não por partes. Logo, se ele tiver uma experiência negativa em qualquer um desses pontos de contato, ela vai impactar diretamente no grau de satisfação dele.

Faça reflexões

Nessa fase, as ideias selecionadas estão prontas para serem colocadas em prática. Assim, é hora de começar a **construir os protótipos e realizar testes** nos quais é possível perceber se aquela solução vai promover os resultados esperados ou não. Também é o momento de adaptação dos colaboradores, antes do lançamento do serviço.

Pode-se fazer simulações para entender como a ideia funcionará e se ela será útil ao cliente. No caso de um caixa eletrônico, é importante compreender se as funcionalidades do sistema são suficientes para resolver o problema do usuário e proporcionar uma experiência fácil e agradável.

Implemente as ações

É hora de fazer o lançamento da solução no mercado para que os consumidores possam utilizá-la. Durante esse processo, é importante identificar como está sendo a experiência do usuário, se ele está tendo facilidade para usar o serviço, se atende às expectativas etc.

Aproveite também para verificar os principais problemas relacionados ao uso e às oportunidades de melhoria.



Identifique riscos e oportunidades

Mesmo após a implementação do design service, é essencial **acompanhar o desempenho da ferramenta**, a fim de identificar os problemas que podem surgir, assim como os pontos de melhoria. Lembre-se de que se trata de uma estratégia que deve ser analisada e ajustada de forma contínua.

É possível receber feedbacks dos funcionários da empresa e dos clientes. Eles são peças-chave para o aprimoramento constante dos serviços. Assim, você garante um atendimento satisfatório ao comprador, além de estreitar os laços entre marca e consumidor.

Considere os dados

É importante que você **não crie soluções com base em achismos**, e sim baseadas em dados concretos e atuais. É necessário coletar, processar e analisar essas informações para transformá-las em conhecimentos valiosos para a sua empresa.

Considerando os dados coletados, você tem mais chances de elaborar um serviço que consiga atender às expectativas dos usuários. Além disso, você consegue captar com mais facilidade as reações do consumidor para entender como está sendo a experiência dele com a solução apresentada.

Isso ajuda você a identificar os pontos positivos e negativos e estabelecer ações corretivas, caso seja necessário.



O QUE DEVE SER PRIORITÁRIO NESSA IMPLEMENTAÇÃO?



Podemos perceber que, para aplicar o design de serviços na sua empresa, é primordial seguir alguns passos essenciais para que você consiga aproveitar todos os benefícios proporcionados pelo uso do recurso.

Mas, durante esse processo de implementação, recomenda-se priorizar alguns fatores para garantir os efeitos esperados. Nesse sentido, vamos citar os **cinco elementos principais do design service** apresentados por Marc Stickdorn e Jakob Schneider, no livro [This is service Design Thinking](#):

- centrado no usuário;
- cocriativo;
- sequencial;
- transparente;
- holístico.



Centrado no usuário

Tem a finalidade de identificar as **necessidades do cliente** e o ponto de vista dele em relação ao serviço prestado. É um fator fundamental para aprimorar ou criar soluções que sejam úteis ao consumidor.

Cocriativo

Busca envolver os colaboradores, gestores e clientes no processo de desenvolvimento ou aprimoramento do serviço. É necessário que todos estejam engajados para garantir uma experiência de qualidade ao usuário.

Sequencial

Mostra que os serviços são compostos por uma sequência de **ações integradas**. Isto é, para que a solução seja executada, é necessário que haja um fluxo de processo, que abrange desde o primeiro contato do cliente com a empresa até o pós-venda.

Evidente

O usuário precisa visualizar todo processo de criação do serviço. Isso inclui os pontos de contato escolhidos, as pessoas que realizarão o atendimento etc. Todos esses elementos deverão ser planejados com o objetivo de proporcionar uma ótima experiência ao cliente.



Holístico

É preciso ter uma **visão integrada** de todos os componentes que fazem parte do serviço, como pessoas, processos, tecnologia, comunicação, entre outros. Você deve projetar as soluções para que todas as partes funcionem de forma interligada, garantindo a satisfação do consumidor.

A partir desses princípios, conclui-se que todas as pessoas envolvidas e os elementos tangíveis, como os canais de comunicação, devem fazer parte das prioridades da metodologia de aplicação do design de serviços.

Além disso, é importante **realizar vários testes** para reduzir o índice de falhas e assegurar uma solução eficiente, que consiga sanar os problemas do usuário. Também se deve considerar os objetivos e a situação atual do seu negócio.

Você comercializa produtos ou apenas presta serviços? Qual é o porte da sua empresa? Qual o nível de satisfação do cliente? Responder essas perguntas vai direcionar você no processo de implementação da ferramenta.

Além do mais, você precisa considerar os recursos disponíveis para a execução desse projeto. Sendo assim, é fundamental que você reveja a sua equipe, o orçamento que será destinado, o tempo que você empregará, as ferramentas que serão utilizadas, como será a participação do usuário etc.



CONCLUSÃO

Como foi visto ao longo deste e-book, o design de serviços é essencial para que a sua empresa possa oferecer uma experiência encantadora e personalizada ao cliente. Além do mais, proporciona vários benefícios, como a fidelização de consumidores, o aumento do engajamento da equipe, a oportunidade de aprendizado contínuo, entre outros.

Porém, para implementá-lo corretamente, é importante seguir alguns passos essenciais, além de envolver colaboradores e usuários no processo. Desse modo, se você deseja projetar serviços excelentes para os seus compradores, investir nessa ferramenta é uma ótima opção.





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.

