



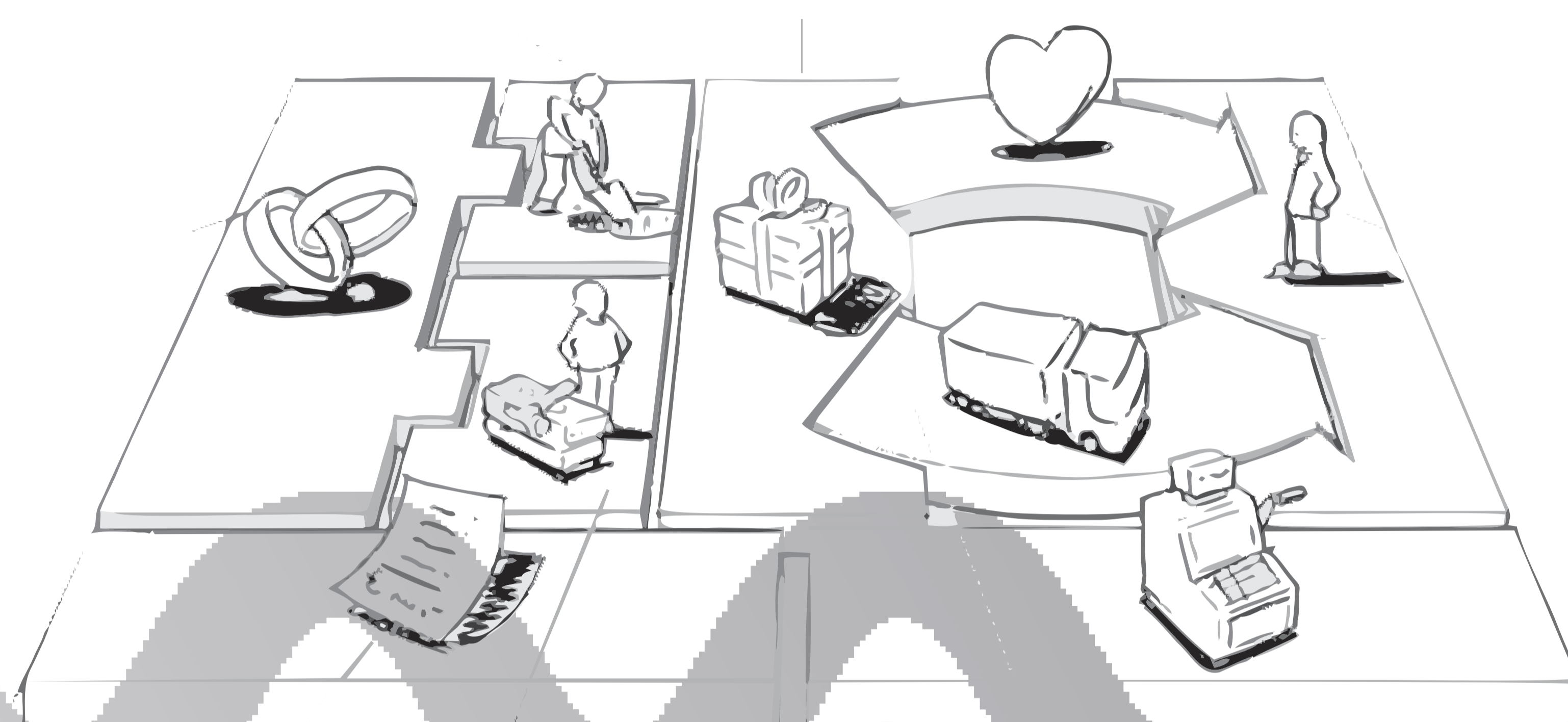
SERVITIZAÇÃO:

ANÁLISE DE TRÊS MODELOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE SERVIÇOS

Autor: João Augusto Bonzanini Bernardi
Orientador: Prof. Dr. Alejandro Germán Frank
DEPROT/UFRGS

INTRODUÇÃO

A servitização é a possibilidade de agregar valor ao produto durante seu ciclo de vida, por meio da implementação e do fornecimento de serviços no meio produtivo. Essa inovação das capacidades da organização leva ao aumento da qualidade e representa uma grande transformação no modelo de negócio das empresas e é uma grande ferramenta de fidelização, porque a empresa cria e entrega valor ao cliente. A análise de modelos de negócios de três multinacionais (ABB, Ericsson e Dürr Dental) mostrou as consequências diretas e indiretas deste processo, além de explicitar a existência de diferentes motivações estratégicas para servitizar.



Fonte: Osterwalder & Pigneur (2010).

CONCLUSÕES E RESULTADOS

Foram descobertas diferentes motivações para a servitização, além de observações de diferentes métodos de aplicação. Sendo esta organizada ou não, é possível realizar a transição de produto para solução em ambientes que estejam passíveis a este propósito, ou seja, o ambiente molda a sua necessidade e/ou a possibilidade de obter vantagens competitivas através dos serviços. Por consequência, a capacidade e as dificuldades de servitizar mudam de uma empresa para outra, pois envolvem o capital agregado à empresa, seu setor atuante, a necessidade de marketing, incentivos do governo, revisão e análise das expectativas do cliente. Traçados os objetivos estratégicos, as dificuldades e os benefícios de ter criado ou expandido um setor de serviços nas suas respectivas áreas, foram encontrados diferentes modelos de negócio compatíveis com a servitização de cada empresa, e eles foram analisados quanto ao seu grau de mudança e integração do produto-serviço e à maneira como essas empresas alinham seus produtos aos serviços.

Sistema
Produto
(P.S.)

SERVITIZAÇÃO



Sistema
Produto-Serviço
(P.S.S.)

MÉTODO DE ANÁLISE

Interação ao tema: pesquisa bibliográfica sobre a servitização por meio de artigos científicos para identificar casos de empresas que realizaram este processo de transformação. Entrevistas com três empresas multinacionais para compreender as dimensões dos serviços nos seus respectivos modelos de negócios Canvas.

Análise dos Canvas em termos do tipo e da forma como os serviços foram implementados aos produtos em cada empresa. Para isto, foi necessária a criação dos modelos de negócios anteriores ao processo, com o uso de ferramentas de busca na web e contatos internos para a coleta de informações sobre as multinacionais, e posteriores à adição de serviços, com as entrevistas feitas unidas a dados encontrados. Foi possível, portanto, comparar as duas situações, a anterior e a atual, para entender as motivações e consequências do processo servitização.

Referências Bibliográficas:

- AYALA et al. Inovação do modelo de negócios para a servitização: análise do processo de transformação em três empresas multinacionais. In: 10º Congresso Brasileiro de Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Produtos, 2015, Itajubá - MG. Anais do CBGDP 2015, 2015.
- GAIARDELLI et al. A classification model for product-service offerings. *Journal of cleaner production*, v. 66, p. 507-519, 2014.
- LEONI, Luna. Adding service means adding knowledge: an inductive single-case study. *Business Process Management Journal*, v. 21, n. 3, 2015.
- OLIVA, Rogelio; KALLENBERG, Robert. Managing the transition from products to services. *International journal of service industry management*, v. 14, n. 2, p. 160-172, 2003.
- OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, E Challengers*. Author: Alexander Osterwalder, Yves. 2010.
- VANDERMERWE, Sandra; RADA, Juan. Servitization of business: adding value by adding services. *European Management Journal*, v. 6, n. 4, p. 314-324, 1988.
- VANDERMERWE, Sandra. The power of the services. *European Management Journal*, v. 8, n. 4, p. 464-473, 1990.