



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	SERVITIZAÇÃO: ANÁLISE DE TRÊS MODELOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE SERVIÇOS
Autor	JOÃO AUGUSTO BONZANINI BERNARDI
Orientador	ALEJANDRO GERMAN FRANK

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
SERVITIZAÇÃO: ANÁLISE DE TRÊS MODELOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE
SERVIÇOS

Autor: João Augusto Bonzanini Bernardi

Orientador: Alejandro German Frank

Resumo: O grande crescimento mundial do terceiro setor, que são os serviços, evidencia a mudança de foco que atualmente está ocorrendo. Em detrimento dos produtos tangíveis, os serviços se tornam cada vez mais importantes em um cenário moderno em que não se deseja acúmulo de materiais desnecessários. É assim que cresceu a ideia da servitização, que é a possibilidade de agregar valor ao produto durante seu ciclo de vida, através do fornecimento de serviços.

A servitização representa uma grande transformação no modelo de negócios das empresas e é uma grande ferramenta de fidelização - já que a empresa não só cria, mas entrega valor, que é reconhecido pelo cliente. Ao focar na satisfação do consumidor, por consequência, ocorre o aumento da qualidade. Aplicando essa mudança, que transforma um Sistema-Produto (PS) em um Sistema-Produto-Serviço (PSS), cada empresa tem seu objetivo já estabelecido, seja este manter-se competitiva em seu mercado ou entrar em outros novos, alcançar vantagens competitivas em relações a outras empresas ou expandir sua área de atuação. Ao modificar a sua estrutura organizacional, pode haver a criação ou o crescimento de um setor específico que será responsável pelo acoplamento de serviços aos produtos já existentes, uma vez que uma série de processos interdisciplinares deve ser estabelecida, afetando especialmente o desenvolvimento de produtos, a estrutura logística e as operações de serviços.

Metodologia: Primeiramente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica inicial sobre o tema Servitização através de artigos científicos para identificar casos de empresas que realizaram este processo de transformação. Posteriormente, foram realizadas entrevistas com três empresas multinacionais para compreender as dimensões dos serviços nos seus respectivos modelos de negócios Canvas, que foram analisados em termos do tipo e da forma como os serviços foram implementados aos produtos em cada empresa. O trabalho desempenhado faz parte de uma combinação qualitativa (entrevistas em profundidade) e uma quantitativa (survey com empresas) que envolverá análise de um banco de dados acerca de perguntas sobre níveis e modos de servitização em empresas que apresentam essa característica.

Resultados: 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. É nesta situação em que estão sendo analisadas três empresas; a partir de uma entrevista com um responsável de cada uma, foi criado um Canvas e traçados os objetivos estratégicos, as dificuldades e os benefícios de ter criado ou expandido uma área de serviços nas suas respectivas áreas. Foram encontrados diferentes modelos de negócio compatíveis com a servitização de cada empresa, e – mesmo que exista um alinhamento estratégico, portanto, uma meta como objetivo para a empresa realizar essa mudança – o processo de desenvolvimento de produtos e serviços ocorre de forma separada e isto pode ocasionar gaps tanto na funcionalidade do produto como na prestação do serviço. Três modelos estão sendo analisados quanto ao seu grau de mudança e integração de produto-serviço e à maneira como essas empresas alinham seus produtos aos serviços, e em qual etapa do desenvolvimento daqueles, no meio ou no final (quando o produto já está pronto), estes são pensados.