

O PROCESSO DE SERVITIZAÇÃO NAS INDÚSTRIAS: UM COMPARATIVO ENTRE OS CENÁRIOS BRASILEIRO E ITALIANO

Autora: Carolina Gazal de Alencastro
Orientador: Prof. Dr. Alejandro Germán Frank

INTRODUÇÃO

No cenário competitivo atual, se configura a instabilidade econômica, a constante renovação tecnológica e as mudanças nas demandas dos clientes. A Servitização surge como uma estratégia para que as empresas possam agregar mais valor a seus produtos por meio dos serviços associados – ou mudar para o segmento de serviços em si.

O comparativo entre Brasil e Itália torna-se relevante na medida em que os contextos dos países diverge muito quanto à tradição em desenvolvimento de produtos e comportamento de mercado.

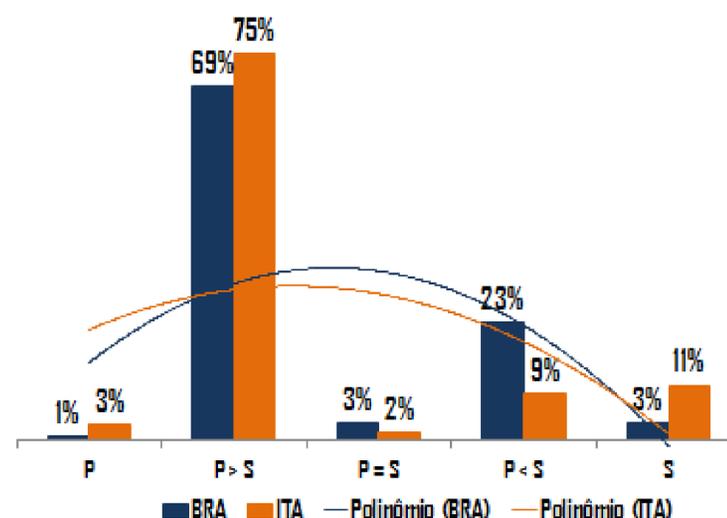


Gráfico 1. Comparativo da distribuição de portfólio entre as empresas brasileiras e italianas analisadas

MÉTODO DE ANÁLISE

Para a obtenção de dados característicos dos dois países, elaborou-se um questionário survey que foi enviado a diversas empresas do sul do Brasil e da região norte da Itália. Foram obtidas **209** respostas, sendo **144** brasileiras e **65** italianas.

A análise foi realizada para identificar as distribuições de portfólio e como estão sendo precificadas as ofertas, de maneira a entender se as empresas estão sabendo, ou não, valorar aquilo que estão ofertando com a adição de serviços.

Além disso, o estudo demonstrou como as empresas do Brasil não estão sabendo valorar a oferta integrada de produto-serviço tão bem quanto as italianas, centrando a receita na área que mais dominam. Dos respondentes brasileiros, apenas **34%** capturam valor de maneira coerente com o que ofertam, contrastando com os dados italianos em que este valor sobe para **63%**.

Portanto, conclui-se que ainda existe um longo caminho a ser percorrido pelas empresas que desejam mudar a forma com que ofertam e capturam valor. Sendo necessária a capacitação interna para lidar com as mudanças que deverão ser enfrentadas.

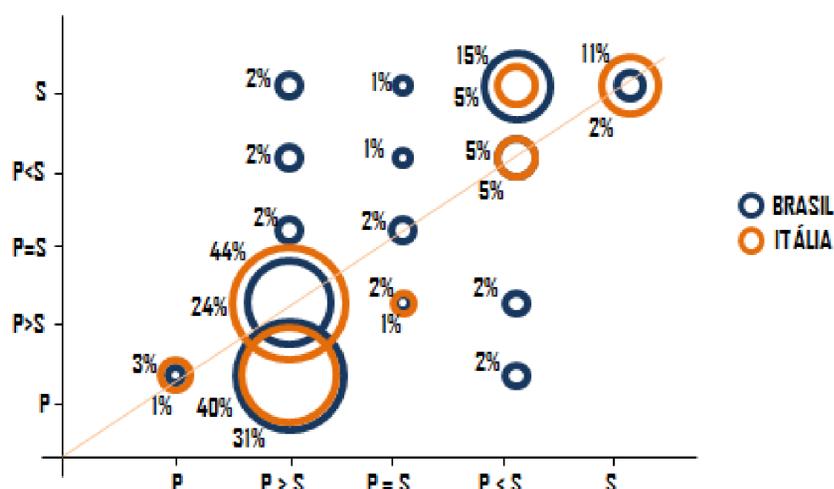


Gráfico 2. Comparativo da distribuição de receita entre as empresas brasileiras e italianas analisadas

CONCLUSÃO

A primeira análise constatou que a maioria das empresas – **69%** para o Brasil e **75%** para a Itália – possui um portfólio voltado para produtos, mas que já possuem algum nível de serviço associado.

Ainda, de todas as empresas analisadas apenas **10%** afirmam ter iniciado o processo de servitização nos últimos 10 anos e **86%** ainda possuem o portfólio majoritariamente de produtos. O que reflete a dificuldade e a falta de competências internas das empresas para realizar esta transição.