

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



SERVITIZAÇÃO: Repertório do banco de teses e dissertações da CAPES

Daniel Fernando Bastos,
CPNV/UFMS,
danielfebas@gmail.com

Sibelly Resch,
CPNV/UFMS,
sibelly.resch@ufms.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar os trabalhos desenvolvidos na área das ciências sociais aplicadas da administração que tratam sobre servitização. Trata-se de pesquisa de cunho bibliográfico, realizada no Catálogo de Teses e Dissertações do site da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Atualmente as empresas estão implementando modelos de negócios que além de fabricar o produto estão se aproximando de seus clientes com uma visão pré-estabelecida de manter um vínculo maior e gerar satisfação do consumidor para com seus produtos e serviços oferecidos após a compra dos bens de consumo. Desta forma, este é um tema que merece ser discutido porque à medida que a concorrência aumenta, ideias inovadoras surgem com a finalidade de criar vantagens competitivas de forma a contribuir positivamente para as estratégias das empresas ao disputar espaço no mercado, bem como obter lucro através dos serviços oferecidos.

Palavras-chave: Servitização; Modelo de Negócio; Teses e Dissertações; CAPES.

O objetivo deste trabalho é objetivo identificar os trabalhos desenvolvidos na área das ciências sociais aplicadas da administração que tratam sobre servitização. Para Moreira (2012), a prestação de serviço implica em uma ação e os meios físicos podem facilitar e/ou justificar o serviço prestado. Estrategicamente, Rocha (2014) denomina como servitização o processo de agregação de serviços a produtos. Portanto, em termo de modelo de negócio, a servitização pode ser entendida como um modelo novo que visa à aproximação do fabricante do produto e seu cliente e, portanto, contraria a falta de contato entre indústria e cliente.

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o termo “servitização” no campo de pesquisa do Catálogo de Teses e Dissertações do site da CAPES. Após esse procedimento, foi analisado o referido tema ou assunto, considerando os anos das publicações, as áreas de conhecimento que abordaram sevitização em seu conteúdo, a classificação do grau acadêmico que estudou servitização e as instituições que idealizaram servitização como tema ou assunto a ser estudado. Como resultado, foram identificados 31 trabalhos que discutem sobre esse

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

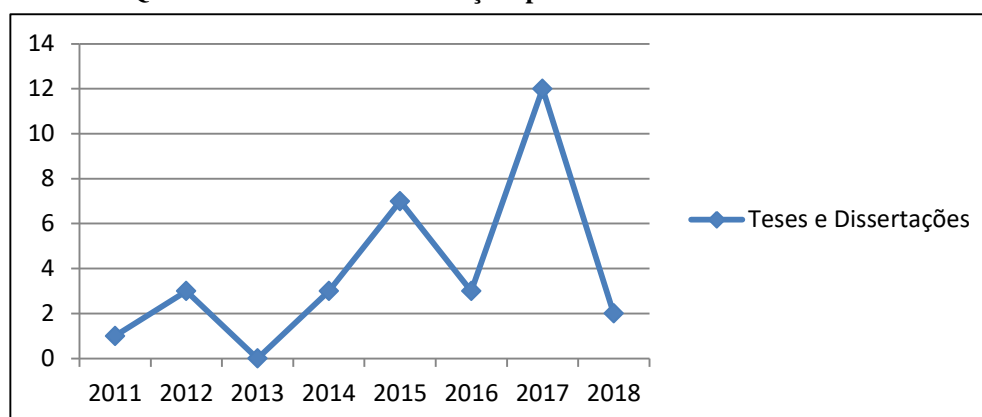
25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



tema, sendo 7 teses e 24 dissertações de mestrado. Em relação às áreas de conhecimento, a maioria dos trabalhos concentra-se na área da administração (16) e nas engenharias (14). Apenas 1 trabalho consta na área de humanidades sobre o termo. O sudeste é a região que mais apresentou pesquisas sobre esse conceito, o que provavelmente guarda relação com o nível de industrialização do estado e com a presença de vários programas de pós-graduação. Ao todo, foram 24 teses ou dissertações pertencentes à região sudeste, resultando em 77,41% do número total de pesquisas realizadas.

No Gráfico 1, observa-se que as pesquisas sobre esse conceito são recentes, com crescimento em 2017, o que aponta essa nova perspectiva de modelo de negócio como uma inovação para as indústrias brasileiras.

Gráfico 1: Quantidade de teses e dissertações por ano.



Fonte: os autores.

Visando atingir o objetivo proposto nesta pesquisa, realizou-se uma análise das teses e dissertações que tratam sobre o conceito de servitização na área de administração. Foram excluídos da análise os trabalhos que não estavam disponíveis para download. Os resultados são apresentados no Quadro 01.

Quadro 1: Quadro síntese de teses e dissertações pertencentes a área de conhecimento de administração

Autor	Principais resultados
Costa (2015)	Motivações estratégicas, mercadológicas e financeiras para a servitização. As barreiras culturais, o processo de liderança para a transição a serviços e o desafio da operação de serviços com foco no cliente foram os principais obstáculos encontrados pelas empresas. A decisão pela servitização guarda relação com fatores institucionais externos (tributação).
Bromberg (2015)	A servitização não faz parte da estratégia da empresa, tendo iniciado em função das aquisições de outras empresas que também eram regidas por uma lógica produto-dominante. Evolução realizada de forma intuitiva, ora em função de requisitos do cliente, ora em função de restrições de capacidade de fornecimento.
Koopstra (2017)	As estratégias de servitização estão sendo aplicadas no mercado de equipamentos médicos. Embora a servitização já estivesse presente nesse mercado através da manutenção por contratos (nível 1 - PSS orientado para o produto), nos casos analisados os esforços de servitização foram

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



	<p> aumentando para atingir o nível 2 (PSS orientado para uso) através de aluguel, pagamento por uso e pagamento de consumíveis. Os direitos do proprietário permanecem com os fabricantes, e a vantagem competitiva vem cada vez mais dos serviços, chamados de soluções pelos fabricantes.</p>
Souza Júnior (2015)	<p>As empresas podem obter, possivelmente, resultados superiores em desempenho ao buscarem níveis superiores de oferta e atendimento de serviços. A maioria das indústrias está predominantemente oferecendo PSI de menor valor agregado, como os serviços básicos e serviços de manutenção. O grupo de empresas mais servitizadas parece ser composto por ofertantes de produtos com maior valor agregado. Empresas maiores tendem a ser mais servitizadas.</p>
Costa (2017)	<p>Fatores motivadores para adoção da servitização: estratégico (competitivo), marketing (demanda), econômico (financeiro) e ambiental (sustentabilidade). Componentes da arquitetura do modelo de negócio para servitização: posicionamento estratégico; integração de recursos; cocriação de valor; modelo econômico; modelo de inovação; modelo de gestão. O caso estudado evidencia uma mudança gradual de mentalidade, da lógica dominante de produto para a de serviço.</p>
Silveira (2017)	<p>Constatou-se que o ramo de máquinas, equipamentos e implementos agrícolas oferece maior número de serviços ao produtor rural comparativamente ao ramo de insumos, com melhor aproveitamento das oportunidades de oferta de serviços e de maior servitização. Não foram identificados serviços considerados mais avançados, os serviços operacionais orientados a resultados, em nenhuma das empresas pesquisadas, sendo que nenhuma delas apresentava também a estrutura necessária para tanto (integração de sistemas, rotinas e procedimentos com o cliente). Fatores ligados ao relacionamento que foram recorrentes nas empresas mais servitizadas foram: i) interação frequente com o cliente; ii) troca de informações com o cliente ocorrendo em tempo real; iii) o papel do cliente é conhecido e explícito na relação; iv) o principal papel do cliente é ser coprodutor para a oferta de bens e serviços; v) o posicionamento da empresa com o cliente é de promover a interação e desenvolver PSS conjuntamente; vi) disposição a realizar um número superior de adaptações dada a necessidade do cliente.</p>
Blocker (2017)	<p>Fatores-chaves que as empresas necessitam ter, a fim de se engajar em uma servitização de sucesso: marketing de relacionamento, gestão de recursos humanos, gestão da informação e estrutura organizacional.</p>
Ciconet (2017)	<p>Identificação de seis principais práticas e operações utilizadas para entrega de serviços: proximidade física, integração micro vertical e relacionamento com fornecedores, tecnologia da informação e comunicação, medição de desempenho e demonstração de valor, desenvolvimento de pessoas e habilidades, processos empresariais e relacionamento com clientes.</p>
Leite Júnior (2016)	<p>Os serviços exercem influência positiva sobre o componente emocional, a familiaridade com a marca influencia positivamente na qualidade do valor percebido e os serviços influenciam positivamente a dimensão preço somente quando existe familiaridade com a marca.</p>
Senra (2015)	<p>A indústria farmacêutica está em um estágio inicial no processo de servitização. O aumento da concorrência e maior exigência dos clientes são fatores para oferta em serviços. A fidelização dos clientes à marca é um fator importante para a oferta de serviços nesse setor. A diferenciação também é destacada como fator impulsionador para a servitização. Nesse ramo, o retorno sobre os investimentos a partir do oferecimento de serviços não é a principal motivação para a servitização.</p>
Miceli (2015)	<p>No caso estudado, identificou-se a existência de quatro capacidades para inovar em serviços no primeiro estágio de servitização, que é o estágio em que se encontra a empresa: a) entender as necessidades dos usuários e as opções tecnológicas; b) conceitualizar; c) coprodução e orquestração; d) aprendizado. Inovações em serviços são importantes para a competitividade das indústrias farmacêuticas.</p>
Moreno (2017)	<p>Aumento das ofertas de serviços gerou margens mais elevadas mesmo quando representa uma pequena proporção da receita total de vendas (taxa de serviço). Quanto menor o nível de desenvolvimento do país, mais forte é a relação entre servitização e desempenho da empresa.</p>

Fonte: os autores.

Os resultados da pesquisa apontam que os estudos sobre servitização na área de administração estão concentrados especialmente na Universidade Federal do Rio de Janeiro, tendo como foco a indústria farmacêutica. Também se identificou que as indústrias brasileiras

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS

desse setor encontram-se em estágio inicial na oferta de serviços.



A partir dos resultados, é possível dizer que a busca por vantagem competitiva, tendo o cliente como foco é o principal fator para a inclusão de serviços.

É interessante notar que os fatores institucionais externos, especificamente a questão da tributação, em estudo comparado com empresas americanas, contribuiu para a adesão das empresas à prestação de serviços aos clientes.

Considerando que este estudo é parte de uma pesquisa em andamento de iniciação científica que visa analisar um modelo de negócio à luz dos fundamentos teóricos sobre servitização, identificou-se que o trabalho de Costa (2017) apresenta um modelo teórico que pode subsidiar o estudo proposto. Na próxima etapa da pesquisa, serão analisadas as teses e dissertações da área de engenharia e será realizada pesquisa bibliográfica de artigos que tratam sobre servitização, visando desenvolver um mapa conceitual sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- BLOCKER, A. R.. **Readiness To Servitize: Analysis Of A Pharmaceutical Company**. 139 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- BROMBERG, A. T. de O.. **Um Estudo De Caso Sobre A Servitização E Nacionalização Em Um Fabricante De Hardware Elétrico**. 87 f. Mestrado Profissional em Administração. Fundação Getúlio Vargas/RJ, Rio de Janeiro, 2015.
- CICONET, B.. **Servitização: práticas e impactos em empresas de manufatura**. 90 f. Mestrado em Administração. Universidade De Caxias Do Sul, Caxias do Sul, 2017.
- COSTA, H. T.. **Processo De Servitização E Serviços Avançados Em Empresas: Gráficas No Brasil E Nos Estados Unidos - Explorando A Influência Institucional**. 107 f. Mestrado em Administração. Centro Universitário Da FEI, São Bernardo do Campo, 2015.
- COSTA, R. M.. **Análise, design e inovação de modelos de negócios para servitização**. 382 f. Doutorado em Administração. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- KOOPSTRA, A. W. **An Analysis Of Servitization In The Brazilian Medical Equipment Industry**. 172 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, 2017.
- LEITE JUNIOR, P. R. de S. **Influência Da Adição De Serviços No Valor Percebido Pelo Consumidor Na Indústria Farmacêutica**. 130 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.
- MICELI, V. M.. **Servitização E Inovação Em Serviços Na Indústria Farmacêutica: Uma Análise E Proposta De Integração**. 136 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.
- MOREIRA, D. A.. **Administração da Produção e Operação. Introdução à Administração**

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



da **Produção e Operações**. p. 1. 2. ed. rev. e amp. – São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MORENO, R. de C.. **The Relationship Between Servitization And Firm Performance: A Multi-Country Study**. 63 f. Mestrado em administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

PEREIRA, J. de B.. **Capacidades Dinâmicas De Servitização: Uma Investigação Nas Empresas De Equipamentos Médico-Hospitalares E Odontológicos**. 175 f. Doutorado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

SENRA, A. B. **A Servitização Na Indústria Farmacêutica Como Forma De Combater A Não-Adesão Medicamentosa**. 115 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

SILVEIRA, R. I. M.. **A servitização no setor primário: Ocorrência e intensidade das ofertas de PSS na cafeicultura de Minas Gerais**. 216 f. Doutorado em Administração. Universidade Federal De Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

ROCHA, G. S.. **Evolução histórica e definições para a formação de um *framework* teórico sobre servitização**. 89 f. Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2014.

SOUZA JUNIOR, W. C.. **Relação entre servitização e desempenho organizacional: Estudo realizado com gestores do setor de máquinas e equipamentos**. 150 f. Mestrado em Administração. Universidade Federal De Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.