

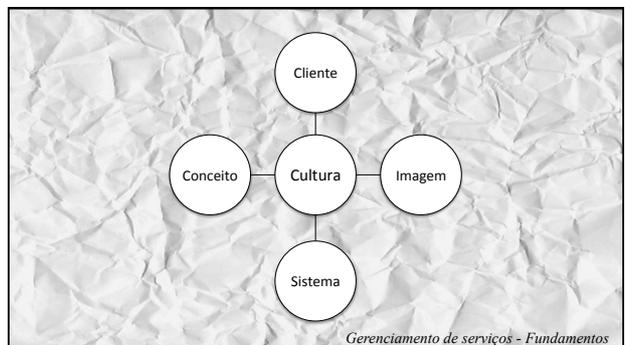
Desenvolvimento e inovação em empresas de serviços.
(descomoditização)

Prof. Dr. Moacyr E. A. da Graça
Rio de Janeiro, 27 de setembro de 2016



“Aquele que não tem confiança nos outros, não pode ganhar a confiança deles.”

Lao Tzu – antigo filósofo chinês

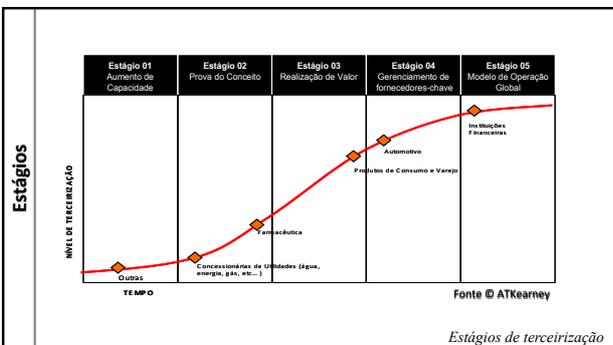
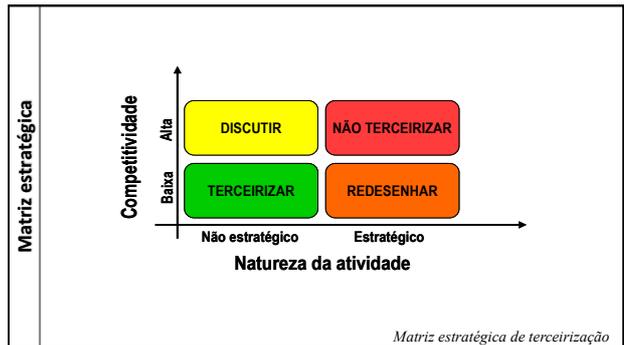




Sumário

- Terceirização
- CREM/FM
- Serviços
- Sistema de governança
- Inovação
- Diferenciação
- Finalizando...

Terceirização



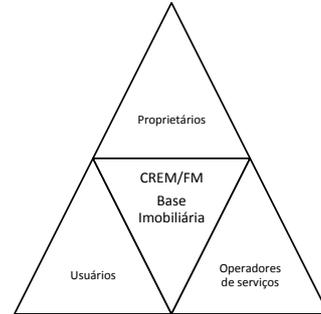
Contras

• Perda de controle.....	72%
• Atividades pertencentes ao core	72%
• Proteção da propriedade intelectual	58%
• Política e filosofia da empresa	53%
• Cose de insucesso	42%
• Dependência do fornecedor	38%
• Reação de sindicatos	36%
• Perda de capacitação crítica	32%
• Dificuldade de reverter a decisão	30%
• Falta de base de fornecedores	27%
• Restrições classistas	21%
• Distâncias físicas	17%
• Receio de que o fornecedor se torne concorrente	13%
• Atividades são altamente lucrativas	13%
• Manter a moral interna	12%
• Falta de experiência anterior em terceirização	11%
• Restrições legais para transferência de pessoal	10%
• Outras restrições legais	06%

Fonte © AT&Kearney

Terceirização – contras

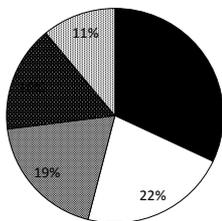
CREM/FM



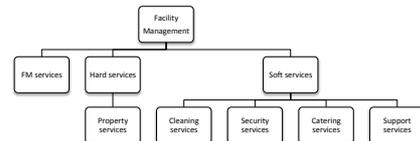
Serviços



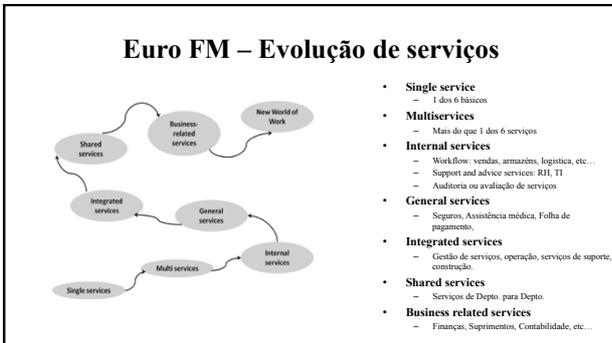
- **QUALIDADE**
 - Qualidade técnica
 - Qualidade de processo
- **DIMENSÕES**
 - Confiabilidade
 - Responsividade
 - Garantia (capacitação)
 - Confiabilidade
 - Segurança
 - Competência
 - Comunicação
 - Cortesia
 - Empatia
 - Entendimento do cliente
 - Acesso
 - Tangíveis



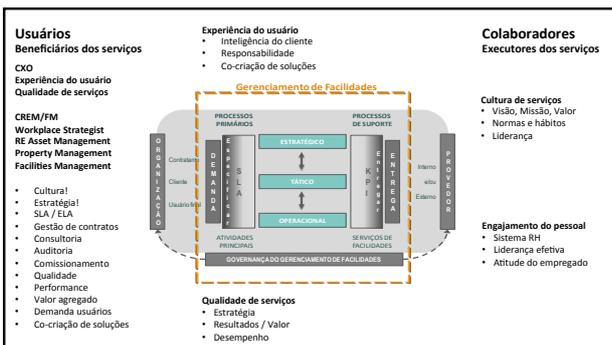
- Confiabilidade
- Responsividade
- ▒ Garantia
- Empatia
- ▒ Tangíveis



Visão tradicional de FM (USA/Canadá)



Sistema de governança



Inovação



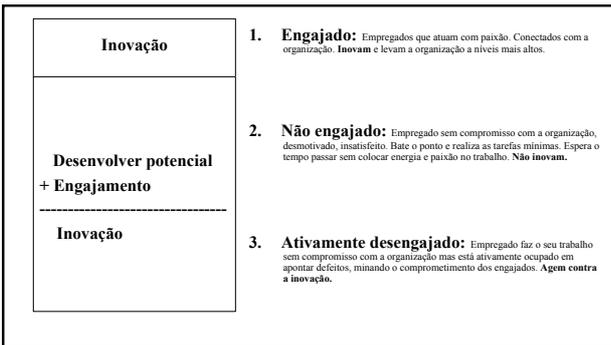
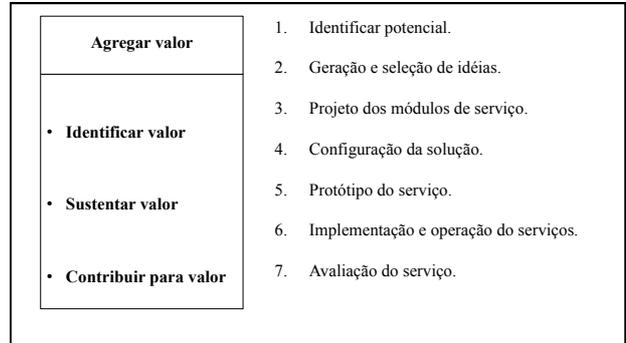
Inovação em serviços

Criar valor para os intervenientes por meio da implementação de novas idéias.

"If you have an apple and I have an apple and we exchange apples, then you and I will still each have one apple. But if you have an idea and I have an idea and we exchange these ideas, then each of us will have two ideas."

George Bernard Shaw

- **Inovação no modelo de negócio**
- **Inovação nos produtos de serviços**
- **Inovação nos processos de serviços**

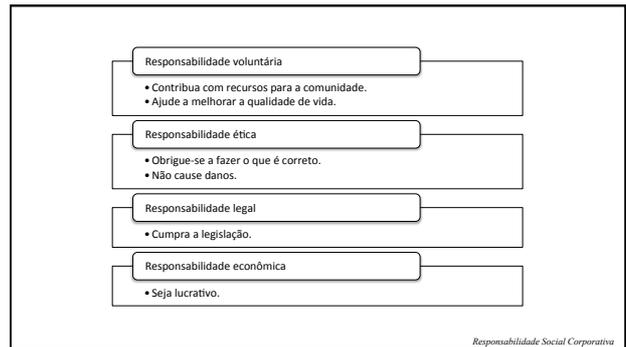
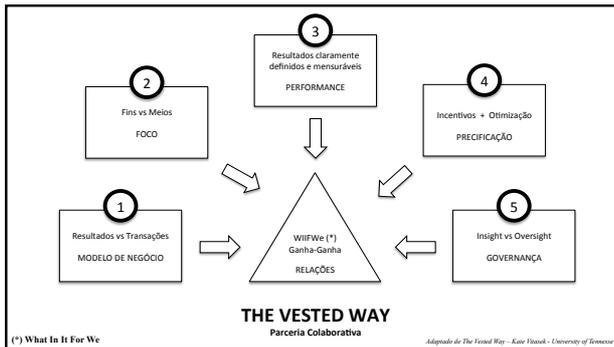
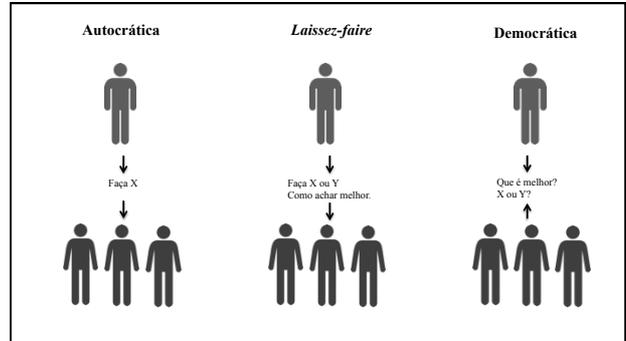


Diferenciação



Parâmetros de Valor em CRE/FM

- Valor para o cliente
 - +Satisfação
 - +Imagem
 - +Cultura
 - +Saúde e +Segurança
 - +Produtividade
 - +Adaptabilidade
 - +Inovação
 - +Valor dos ativos
 - +Sustentabilidade
 - -Risco
 - -Custo
- Custo para o cliente
 - Preço (monetário)
 - Custo do tempo
 - Custo de energia
 - Custo psicológico



Finalizando...



Axiomas

1. Se você for autêntico, não diga que é autêntico.
2. Se você disser que é autêntico, é melhor que seja autêntico.
3. É mais fácil ser autêntico se você não disser que é autêntico.
4. É mais fácil apresentar ofertas autênticas, se você admitir que não são autênticas.
5. Você não deve dizer que suas ofertas não são autênticas, se você fizer ofertas autênticas.

Gilmore J. H. & Pinell, B.J. : Authenticity - What consumers really want



Organizações autênticas

Benefícios - Colaborador

- Alto nível de motivação
- Alto nível de engajamento
- Prazer no trabalho
- Capacidade de alavancagem do potencial
- Expressão de si mesmo
- Maior capacidade de aprendizado e inovação

Benefícios - Organização

- Potencialização dos recursos e de inovação.
- Mais comprometimento e menos turnover.
- Responsabilidade no trabalho
- Agilidade e adaptabilidade
- Alta produtividade

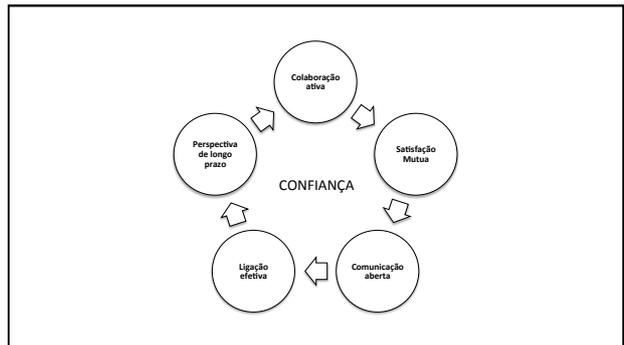
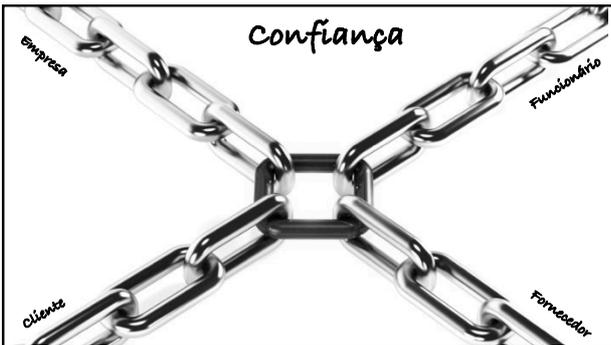
Ryde, R. & Sofianos, L., Creating Authentic Organizations



Gestão de pessoas

- **Liberdade para operar**
- **Liberdade de expressão**
- **Liberdade para realizar**

Ryde, R. & Sofianos, L., Creating Authentic Organizations



FIM

moacyr.graca@usp.br
www.moacyrgraca.com.br
cel. : +55 11 9.9293-8645

