



XXXIII SIC SALÃO INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Evento	Salão UFRGS 2021: SIC - XXXIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2021
Local	Virtual
Título	Serviços Inteligentes: Definição e Características
Autor	GUILHERME DA SILVA FRAINER
Orientador	PAULO ANTONIO ZAWISLAK

Serviços Inteligentes: Definição e Características

Autor: Guilherme da Silva Frainer

Orientador: Paulo Zawislak

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

O desenvolvimento e a democratização das tecnologias de informação possibilitaram mudanças socioeconômicas antes inimagináveis. Nesse contexto, além de inúmeros impactos constatados, as economias mundiais passam por dois processos concomitantes. À digitalização, que seria incorporação de tecnologias digitais no processo produtivo e nos produtos para maior geração de riqueza, se soma a servitização, que se refere ao aumento da criação de valor a partir dos serviços quando incorporados à agricultura e à indústria. Esses processos, quando somados aos avanços do conhecimento científico e à maior disposição de colaboração entre os agentes, possibilitam a criação de novos negócios, os chamados “serviços inteligentes”. No entanto, apesar da sua crescente importância para a economia, essa categoria de produtos ainda carece de definição mais clara. Sem isso, é difícil de analisar a real abrangência do fenômeno. O objetivo deste trabalho é compreender a natureza dos serviços inteligentes e propor uma definição mais precisa. Para tanto, se fez uma revisão do significado de serviços, de inteligência (num contexto econômico), de inovação e de termos correlatos para se chegar ao conceito de serviços inteligentes. Como resultado, definem-se como “serviços inteligentes” — que podem advir do incremento de valor a serviços tradicionais, de bens que adquiriram características de serviços e do desenvolvimento de novas soluções — como aqueles em que as tecnologias digitais são usadas como meio para se operar de maneira mais eficiente a partir da coleta de dados e informações acerca de procedimentos e usuários, num processo muitas vezes invisível a esse e ao próprio provedor. Essas informações são processadas e disponibilizadas aos agentes relevantes para a tomada de decisão operacional e estratégica, que então poderão combiná-las com sua base de conhecimento e criatividade para inovar e prover novidades que atendam aos desejos do mercado.