

## SAFTEC DIGITAL: UMA EMPRESA A SERVIÇO DA REPUTAÇÃO DE PESSOAS E MARCAS

**EDUARDO NEDER ISSA JUNIOR**

FEA/USP - FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA USP

**DIMÁRIA SILVA E MEIRELLES**

**MARCOS ANTONIO FRANKLIN**

UNIVERSIDADE PREBITERIANA MACKENZIE

### **Introdução**

A partir do uso da técnica de análise da narrativa na identificação dos dilemas e soluções de um modelo de negócio (Silva e Meirelles & Thomaz, 2024), este artigo busca apresentar o caso SAFTEC digital, emblemático pela combinação de inovações de serviço (Gallowj & Weinstein, 1997 ) e de modelo de negócio (Silva e Meirelles, 2019).

### **Contexto Investigado**

Neste relato de prática de gestão, baseado no uso da técnica da análise da narrativa, são identificados problemas e soluções que fundamentam um modelo de negócio, relacionados à criação, configuração e apropriação do valor (Silva e Meirelles & Thomaz, 2024). Os problemas são identificados a partir de oposições (dilemas) e as soluções são silogismos).

### **Diagnóstico da Situação-Problema**

A história da empresa é marcada por dilemas relevantes em relação à criação, configuração e apropriação de valor. Todavia, considerando sua sobrevivência após os 15 anos de operação, as soluções adotadas têm se mostrado efetivas.

### **Intervenção Proposta**

Extinção da punição.; uso da tecnologia junto aos buscadores para empurrar os conteúdos sensíveis; rompimento com a estrutura organizacional; criação de novas notícias, que evita a queda no ranking dos buscadores; oportunidade de formar estudantes (estagiários) dentro da empresa; tornar o processo de divulgação do serviço mais sistemático e personalizado; sofisticação da infraestrutura pra um posicionamento premium; uso do whatsapp como alternativa boa e barata para contatar os clientes; recorrer ao capital próprio mais barato ao invés do capital de terceiros.

### **Resultados Obtidos**

Do ponto de vista da criação de valor, a SAFTEC DIGITAL se empenha em oferecer ao cliente a possibilidade de melhorar sua reputação. A escolha pela remoção do conteúdo negativo dos meios digitais, ao invés do uso da via judicial para essa remoção, também mostra o esforço da empresa em criar valor por meio de um modus operandi mais rápido e eficaz. A empresa também cria valor pela contratação de profissionais mais habilitados, mas trabalha também com a configuração e com a apropriação de valor.

### **Contribuição Tecnológica-Social**

Como pode ser observado no relato, foi a partir da implementação da tecnologia digital que a empresa consolidou sua melhor forma de criar, configurar e apropriar valor. E não se podia esperar outro resultado: o uso da tecnologia proporcionou uma maior percepção de valor por parte do cliente que pôde recuperar sua reputação e, de alguma forma, ter sua vida profissional e social restabelecida.

### **Palavras Chave**

Criação, configuração e apropriação de valor, Inovação em serviço, Reputação

### **Agradecimento a órgão de fomento**

Agradecemos à Universidade Presbiteriana Mackenzie e ao seu Propgrama de Pós-graduação em Admnistração de Empresas (PPGA).