

A Produção Científica sobre Frameworks de Inovação em Serviços: uma Revisão Sistemática da Literatura (2017-2021)¹

Davi Alexandre Schoenardie²

Silvia Spagnol Simi dos Santos³

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

RESUMO

Este estudo analisa a produção científica das publicações sobre inovação em serviços, em especial frameworks para aplicação da inovação. Trata-se de uma revisão sistemática, do tipo bibliométrica, de artigos publicados nos anos de 2017 a 2021. No total, foram analisados 58 artigos, que apontam para a necessidade de uma gestão da inovação em empresas de serviços, ligado à melhorias no relacionamento com clientes, nos processos e no desempenho mercadológico. Portanto, a gestão da inovação é apontada como assertiva para impulsionar o crescimento, o emprego e o desempenho mercadológico empresarial, pois o grau de inovação reflete na capacidade estratégica.

PALAVRAS-CHAVE: gestão da inovação; capacidade absorptiva; vantagem competitiva; sustentabilidade empresarial; comunicação.

CORPO DO TEXTO

O relatório *Global Competitiveness Report 2020*, do *World Economic Forum* (2020) aponta que o Brasil possui um índice de apenas 36.2, em uma escala de 0 a 100, no que concerne ao incentivo à prioridade global em pesquisa, inovação e invenção. Outrossim, o Brasil vem caindo posições em outros rankings do *World Economic Forum*, principalmente em cenários de produtividade econômica e competitividade (EXAME, 2022; CARVALHO *et al.*, 2017). Esse cenário de prioridade e perda de competitividade cria no país outros riscos, tais como a produção de conhecimento qualificado para atender às demandas sociais, culturais e econômicas.

No tocante à isso, a inovação corrobora na consolidação de um melhor desempenho no mercado, no aumento da reputação na percepção dos clientes e, como resultado, no ganho de vantagem competitiva sustentável, em busca de melhor desempenho e aprendizagem (GUNDAY *et al.*, 2011; TIDD, BESSANT, PAVITT, 2008; GAVIRA *et al.*, 2007; IBRAHIM, ALI, ZUMRAH, 2019). Entretanto, surge a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

² Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), campus Joaçaba (SC), e-mail: davi.schoenardie@unoesc.edu.br

³ Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), campus Joaçaba (SC), e-mail: silvia.simi@unoesc.edu.br

necessidade de buscar caminhos que auxiliem na implantação de ações voltadas à inovação, de modo a visualizar oportunidades a, do contrário, permanecer no lamento, sobretudo diante do cenário atual de constantes incertezas e mudanças (SEBRAE, 2020; TIDD, BESSANT, 2015). Para tanto, desponta a gestão da inovação como uma estratégia efetiva na implementação da inovação e no gerenciamento dos seus resultados a curto, médio e longo prazo, de modo a reconhecer as limitações e adequar as estratégias.

Particularmente, a gestão é de grande valia na inovação em serviços. Conforme o Manual de Oslo (2005), a inovação em serviços trata da melhoria significativa ou do desenvolvimento de novos serviços, elaborados e implementados com o fito de demonstrar o valor aos clientes. Desse modo, ela conduz as empresas a desenvolverem novos modelos de negócio e se torna motor na geração de valor aos clientes, pois proporciona uma experiência única (CARVALHO, REIS, CAVALCANTE, 2011; KANWAL, YOUSAF, 2019). Por isso, a fim de vencer a competitividade mercadológica, uma estratégia importante é gerir e priorizar modelos que ofereçam condições de viabilizar esse cenário nas empresas.

Contudo, o que ora se expõe no pós-pandemia é justamente um cenário de dúvidas e de incertezas de empresários no setor de inovação, com o avanço tecnológico e o estabelecimento de novos relacionamentos (SEBRAE, 2020). Com isso, novos questionamentos e cenários de incerteza surgem, o que cria um ambiente propício para que modelos pautados em condições de aumentar o desempenho de mercado das empresas possam surgir. Diante do exposto, o problema investigativo se formula nas seguintes indagações: quais são as ações de inovação efetivas que vêm sendo desenvolvidas por parte de empresas de pequeno porte do setor de serviços? Tais ações estão impactando no desempenho desses pequenos negócios?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a produção científica das publicações sobre inovação em serviços, em especial frameworks para aplicação da inovação. Para tanto, metodologicamente aplicou-se uma revisão sistemática de artigos publicados nos anos de 2017 a 2021, com uso de técnicas bibliométricas. No total, foram encontrados 161 artigos, sendo 58 artigos analisados após análise prévia qualitativa que identificou quais efetivamente tratavam de serviços e de gestão da inovação. Os artigos foram

enumerados e quantificados em relação aos principais autores, *journals*, bases de dados e ano das publicações.

Foram localizados a partir da presente estratégia um total de 161 produções científicas, já excluídos os artigos repetidos, sendo 33 da base de dados Ebsco (21,1%), 13 da Scopus (8,1%) e 114 da Web of Science (70,8%). Deste montante, após a realização de uma leitura inicial no título, resumo e palavras-chave, assim como uma leitura flutuante no corpo dos estudos, foram selecionados 58 artigos que tratavam da inovação em serviços, sendo 10 artigos da Ebsco (17,2%), 10 artigos da Scopus (17,2%) e 38 artigos da Web of Science (65,5%). Consecutivamente, foi realizada uma análise qualitativa com a leitura ampliada dos artigos, sendo selecionados para a amostra final 33 artigos que apontam frameworks ou indicadores de inovação em serviços, sendo 4 estudos da Ebsco (12,1%), 6 estudos da Scopus (18,2%) e 23 estudos da Web of Science (69,7%).

É perceptível uma inconstância dentre as produções, com queda investigativa durante o ano de 2020, marcado pela ascensão da COVID-19, seguido de um aumento significativo no ano de 2021 com o marco da vacinação. Não obstante, os estudos de 2021 apontam para um entendimento sobre como a inovação pode interagir com outras áreas da empresa (MIGDADI, 2021; SUIFAN, MASA'DEH, OBEIDAT, 2021). Algumas áreas mencionadas são o relacionamento com os clientes, o aprimoramento de processos, a adoção de tecnologias e o desempenho mercadológico (KHAN *et al.*, 2021; APPIO, FRATTINI, PETRUZZELLI, NEIROTTI, 2021; BHUTTA *et al.*, 2021; ENDRES, HUESIG, PESCH, 2021). Além disso, há menção à performance e aos fatores de sucesso que a gestão da inovação em serviços pode proporcionar (SANTOS-VIJANDE, LOPEZ-SÁNCHEZ, PASCUAL-FERNÁNDEZ, RUDD, 2021).

Ainda no que tange à gestão da inovação, o assunto emerge nos artigos do corpus de análise como uma forma de prover desenvolvimento econômico e sustentabilidade às empresas (CARRARA, MORANDI, CAMPAGIORNI, TANDOI, 2020; ZHANG *et al.*, 2018). Outrossim, os estudos apontam para a gestão do conhecimento como oportunidade para o aumento da capacidade de inovação de empresas prestadoras de serviços, tanto à população quanto às empresas, aliada a co-criação entre os órgãos (HIDALGO, HERRERA, 2020; GONZÁLEZ, NUCHERA, 2019).

O cenário da pandemia limitou a produção de conhecimento empírico no campo da inovação em serviços e, conseqüentemente, afetou as oportunidades das empresas visualizarem soluções para superar as dificuldades deste momento. Com isso, a presente pesquisa de iniciação tecnológica e inovação possibilitou que a comunidade científica e, quiçá, o setor produtivo visualizassem a inovação não como uma extensão do desenvolvimento tecnológico, mas como um caminho para gerar vantagem competitiva. Dessa forma, este estudo também contribui para que a sociedade perceba a inovação em serviços como um caminho para o crescimento produtivo, para o aumento de empregos e para o desempenho mercadológico das empresas, de forma a promover o desenvolvimento regional.

Como próximos passos, já com o mapeamento prévio das empresas de pequeno porte do setor de serviços, será realizada a finalização da coleta de dados que se encontra em andamento. Com a sua finalização, será realizada a análise univariada e multivariada no *software SPSS®*, a fim de testar a hipótese e compreender o cenário do setor. Por meio disso, cumpre reconhecer que os resultados da pesquisa possibilitam promover o desenvolvimento regional, uma vez que contribui na capacitação de empresários de pequenos negócios locais do setor de serviços para os novos desafios da inovação. Outrossim, o estudar políticas orientadas para o empreendedorismo, criatividade e inovação, no crescimento econômico produtivo das empresas, alinha-se ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 8 da Organização das Nações Unidas (ONU). Por conseguinte, os resultados da análise do *survey* serão utilizados para a criação de um framework de gestão de inovação em negócios do setor de serviços, que possibilitará o desenvolvimento dos ecossistemas de Ciência, Tecnologia e Inovação (CTI) no Oeste e Meio Oeste de Santa Catarina.

REFERÊNCIAS

- Appio, F. P., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Neirotti, P. (2021). Digital Transformation and Innovation Management: A Synthesis of Existing Research and an Agenda for Future Studies. **Journal of Product Innovation Management**, 38(1), 4–20. Disponível em: <<https://10.1111/jpim.12562>>. Acesso em: 27 fev. 2022.
- Bhutta, M. K. S., Muzaffar, A., Egilmez, G., Huq, F., Malik, M. N., & Warraich, M. A. (2021). Environmental sustainability, innovation capacity, and supply chain management practices nexus: A mixed methods research approach. **Sustainable Production and Consumption**, 28, 1508–1521. Disponível em: <<https://10.1016/j.spc.2021.08.015>>. Acesso em: 30 nov. 2021.

CARRARA, Paolo et al. AN INNOVATION MANAGEMENT FRAMEWORK TO ENHANCE TRIZ DIFFUSION IN SMES. **ACTA TECHNICA NAPOCENSIS** - Series: APPLIED MATHEMATICS, MECHANICS, and ENGINEERING, [S.l.], v. 64, n. 3, sep. 2021. ISSN 2393–2988. Disponível em: <<https://atna-mam.utcluj.ro/index.php/Acta/article/view/1617>>. Acesso em: 02 jun. 2022.

CARVALHO, R. B., TADEU, H. F. B., BURCHARTH, A. L. L. A., OLIVEIRA, C. A. A. Panorama da Inovação no Brasil: Análise baseada na perspectiva da competitividade global. **Revista Gestão e Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 17, n. 4, p. 129-151, 2017.

EXAME. **Brasil cai duas posições e é 59º em ranking de competitividade global**. Disponível em: <https://exame.com/economia/brasil-ranking-competitividade-2022/>. Acesso em: 13 ago. 2022.

Endres, H., Huesig, S., & Pesch, R. (2021). Digital innovation management for entrepreneurial ecosystems: services and functionalities as drivers of innovation management software adoption. **Review of Managerial Science**. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s11846-021-00441-4>>. Acesso em: 26 fev. 2022.

GAVIRA, M. D.; GAVIRA, M. D.; FERRO, A. F.; FERRO, A. F.; SIMM, S.; QUADROS, R. Q. Gestão da inovação tecnológica: uma análise da aplicação do funil de inovação em uma organização de bens de consumo. **RAM - Revista de administração Mackenzie**, 2007.

GUNDAY, G.; ULUSOY, G.; KILI, K.; ALPKAN, L. Effects of innovation types on firm performance. **International Journal of Production Economics**, 2011.

Hidalgo, A., & Herrera, R. (2020). Innovation management and co-creation in KIBs: An approach to the ICT services sector. **Technological Forecasting and Social Change**, 161, 120278. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120278>>. Acesso em: 05 fev. 2022.

IBRAHIM, Ishaq; ALI, Kalsom; ZUMRAH, Abdul Rahim. An Empirical Study: The Mediating Role Of Job Satisfaction On The Relationship Between Belongingness And Employee Retention In Malaysian Manufacturing Industry. **International Journal on Emerging Technologies**, 2019.

KANWAL, R.; YOUSAF, S. Impact of Service Innovation on Customer Satisfaction: An Evidence from Pakistani Banking Industry. **Emerging Economy Studies**, 2019.

Khan, M. S., Saengon, P., Charoenpoom, S., Soonthornpipit, H., & Chongcharoen, D. (2021). The impact of organizational learning culture, workforce diversity and knowledge management on innovation and organization performance: A structural equation modeling approach. **Human Systems Management**, 40(1), 103–115. Disponível em: <<https://10.3233/hsm-200984>>. Acesso em: 20 nov. 2021.

Migdadi, M. M., Zaid, M. K. A., Yousif, M., Almestarihi, R., & Al-Hyari, K. (2017). An Empirical Examination of Knowledge Management Processes and Market Orientation, Innovation Capability, and Organisational Performance: Insights from Jordan. **Journal of Information & Knowledge Management**, 16(01), 1750002. Disponível em: <<https://10.1142/s0219649217500022>>. Acesso em: 30 nov. 2021.

Santos-Vijande, M. L., López-Sánchez, J. Á., Pascual-Fernández, P., & Rudd, J. M. (2021). Service innovation management in a modern economy: Insights on the interplay between firms' innovative culture and project-level success factors. **Technological Forecasting and Social Change**, 165, 120562. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120562>>. Acesso em: 05 fev. 2022.

SEBRAE. **Inovação**: Elemento propulsor de dinamismo e competitividade. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/inovacao-elemento-propulsor-de-dinamismo-e-competitividade.c012dd52aa611510VgnVCM2000004d00210aRCRD>. Acesso em: 10 out. 2021.

TIDD, J.; BESSANT, K. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Risks Report 2022**. 17th Edition. New York, Oxford University Press, 2022.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Competitiveness Report 2020**. New York, Oxford University Press, 2020.

ZHANG, J.; XIE, H.; LI, H.; et al. Integrated Framework of Growth Management for Identification of Service Innovation Levels and Priorities. **Sustainability**, v. 10, n. 9, p. 3319, 2018. MDPI AG. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3390/su10093319>>. Acesso em: 03 dez. 2021.