

CAPACIDADE DE INOVAÇÃO VERSUS CAPACIDADE DE INOVAÇÃO EM SERVIÇOS: uma revisão sistemática da literatura

1. INTRODUÇÃO

A capacidade de inovação é um tema que tem cada vez mais despertado interesse, tanto nos estudos acadêmicos quanto no mundo empresarial. Contudo, poucos são os estudos que focam na capacidade de inovação em setores de serviços. O tema em questão vai além de novos produtos e serviços, e tem a ver com a substancial transformação na forma em que os serviços são realizados. Pode-se constatar que a literatura acadêmica aborda vários contextos como, desde as startups (Arcuri et al., 2024) até os setores específicos como hotelaria e transporte, constatando que a inovação traz um diferencial competitivo (Ruiz-Palomino et al., 2021; Vu et al., 2024).

Apesar da relevância da inovação em serviços, e que se encontre vários artigos relacionados, é possível notar que muitos estudos foram realizados em alguns tipos de contextos e setores, sem uma visão que permita que haja comparações mais completas, além disso é importante ressaltar que a pesquisa em relação a capacidade de inovação em serviços demanda uma constante avaliação e atualização para entender as tendências de mercado.

Por este motivo, uma revisão sistemática utilizando o método PRISMA pode abordar e avaliar lacunas existentes em torno da capacidade de inovação, sobretudo, em serviços. Portanto, tem-se como objetivo agrupar alguns resultados relatados por pesquisas mais recentes, com uma ampla visão de como a capacidade de inovação se manifesta em diversos setores de serviço (Page et al., 2021).

1.1. Objetivo da Revisão

O objetivo principal desta revisão sistemática é entender as semelhanças e diferenças entre os termos capacidade de inovação e capacidade de inovação em serviços, com base nas publicações mais recentes dos últimos cinco anos (2020-2024). A revisão focada em entender e atualizar o conhecimento existente sobre capacidade de inovação pode ser utilizada em diversos setores de serviços. Para entender melhor o objetivo principal, com esta revisão busca-se:

- Verificar como as pesquisas recentes abordam o tema da capacidade de inovação em setores de serviço.
- Delimitar conceitos que são relacionados a capacidade de inovações em serviços.
- Identificar fatores que podem afetar a capacidade de inovação em diferentes contextos de serviços.
- Fornecer insights para estudos futuros.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As pesquisas sobre a capacidade de inovação nos diversos setores de serviços têm crescido nos últimos anos, o que denota a relevância das práticas de inovação em empresas de diversos portes e segmentos de serviços. É possível notar o crescente interesse atual em serviços, pois em países em desenvolvimento, os serviços representam mais de dois terços do seu PIB. Empresas criadas para oferecer serviços em diversos setores devem desenvolver capacidades de inovação para revolucionar o mercado em que atuam, criando benefícios para

os seus clientes e desenvolvendo competências para criar novos serviços, ou melhorar aqueles já existentes (Lins Filho et al., 2020).

A capacidade de inovação em startups pode ser definida como a habilidade de explorar e integrar fontes externas de conhecimento e recursos que são cruciais para superar dificuldades e limitações internas. Esse processo é fundamental para transformar ideias em ofertas inovadoras e ilimitadas. Startups que possuem essa capacidade de exploração e integração de fontes externas têm o potencial de impulsionar continuamente sua inovação e expandir suas soluções no mercado (Lago et al., 2023).

Entretanto, por mais que seja de grande importância a inovação dentro de uma empresa e faz com que ela consiga continuar firme mesmo em momentos difíceis, é importante frisar que para que isso aconteça a empresa precisa estar com sua capacidade de inovação em prática para que a empresa tenha todos os recursos necessários para crescer (Arcuri et al., 2024).

Pensando na área das organizações, o processo de inovação, ou seja, a capacidade de inovação é um dos fatores significantes e até mais importantes para as empresas de serviços, e ainda mais pensando em negócios, acredita-se que uma empresa engajada no processo de inovação pode trazer inúmeros benefícios (Škudienė et al., 2021).

Ainda na área de negócios é possível observar que a capacidade de inovação nos setores de investimento pode ser crucial para entender como o mercado reage a inovações e cada vez mais motiva as empresas a investir em atividades que possam trazer movimentos que são inovadores e em seus processos de inovações (Knežević et al., 2022).

A capacidade de inovação em serviços pode ser pensada tanto na área interna como externa de uma empresa ligando ambos os aspectos para gerar inovação, é olhando como a empresa aplica a capacidade de inovar como uma forma cotidiana na parte de produção de serviços enxergando uma forma em que os funcionários consigam ser treinados de uma forma em que entreguem serviços personalizados a seus clientes (Williams & van Triest, 2021).

No setor de hotéis, é possível compreender que a capacidade de inovação bem empregada pode-se trazer uma melhor experiência para os clientes, criando uma experiência diferenciada e superar as expectativas dos clientes, impactante positivamente na percepção dos clientes, pode-se também pensar que pode otimizar práticas de trabalho em uma cultura que apoia a criatividade (Truong et al., 2022; Ruiz-Palomino et al., 2021)

No setor bancário, pensando em um cenário em que os clientes valorizam cada vez mais interações digitais e eficientes, a capacidade de inovação é crucial para a competitividade do setor. A capacidade inovação não só melhora a forma como os serviços bancários são entregues, tornando-os mais convenientes e personalizados, mas também permite que as instituições financeiras se adaptem rapidamente às mudanças nas expectativas dos clientes e às novas demandas do mercado. Dessa forma, a capacidade de inovação é fundamental para manter a relevância e fortalecer a posição da instituição no mercado (Tran Xuan et al., 2023).

Pensando no setor de transportes, é importante pensar na capacidade de inovação dentro das empresas de serviços, é a chave para melhorar a experiência no desenvolvimento de serviços, ajudando assim os clientes e até mesmo a própria empresa a entender como se deve melhorar o sistema de transporte por aplicativo, explicando que os clientes que são inovadores podem perceber mais o ambiente social no setor de transportes e em serviços (Vu et al., 2024).

Apresenta-se no Quadro 1, uma síntese das dimensões da Capacidade de Inovação em diferentes setores de serviços.

Quadro 1: Dimensões da Capacidade de Inovação em Diferentes Setores de Serviços.

| Nome | Temática | Foco (serviços) |
|-------------------------------|--|-----------------|
| (Lins Filho et al., 2020) | Capacidade de inovação pode criar benefícios para empresa. | Startup |
| (Škudienė et al., 2021) | A capacidade de inovação é um processo na área de negócios. | Organização |
| (Knežević et al., 2022) | A capacidade de inovação é a fundação para o sucesso. | Investimentos |
| (Williams & van Triest, 2021) | A capacidade de inovação é a capacidade que a empresa tem de ligar recursos internos e externos para que haja inovação dentro dela. | Organização |
| (Arcuri et al., 2024) | É a medida crítica para compreender a sobrevivência. Se implementar com sabedoria a capacidade de inovação pode maximizar os benefícios da empresa. | Startup |
| (Truong et al., 2020) | A inovação em serviços é definida como a introdução de novos procedimentos que criam experiências diferentes. | Marketing |
| (Tran Xuan et al., 2023) | Capacidade de inovação como a habilidade de integrar e gerenciar e diversos canais. | Financeiro |
| (Ruiz-Palomino et al., 2021) | capacidade de inovação em serviços é abordada como um fator que pode ser potencializado. | Hotelaria |
| (Lago et al., 2023) | A capacidade de uma empresa adotar e implementar novas ideias, práticas para criar e manter uma vantagem competitiva. | Startup |
| (Vu et al., 2024) | A alta propensão e habilidade das empresas para adotar e implementar novas soluções tecnológicas e operacionais que visam melhorar a experiência do cliente. | Transportes |

Fonte: Elaborado pelos autores

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O protocolo de revisão sistemática do método prisma foi escolhido para garantir uma abordagem mais rigorosa de seleção e análise de estudos relevantes sobre o tema pesquisado (Page, McKenzie, et al., 2021). Com este protocolo seguiu-se a diretriz do método prisma focando em entender a capacidade de inovação em diferentes setores de serviços, entendendo como diferentes autores conceitua este tema. Critérios utilizados para fazer inclusão e exclusão de artigos:

- **Inclusão:** Estudos publicados entre 2020 e 2024 que abordam capacidade de inovação em serviços em setores diferentes, como startups, hotelaria, transportes, marketing e bancos.
- **Exclusão:** Estudos que não estão disponíveis na íntegra, estudos que não foram revisados por pares e aqueles que não tratam diretamente da capacidade de inovação ou não são relevantes para os setores especificados.

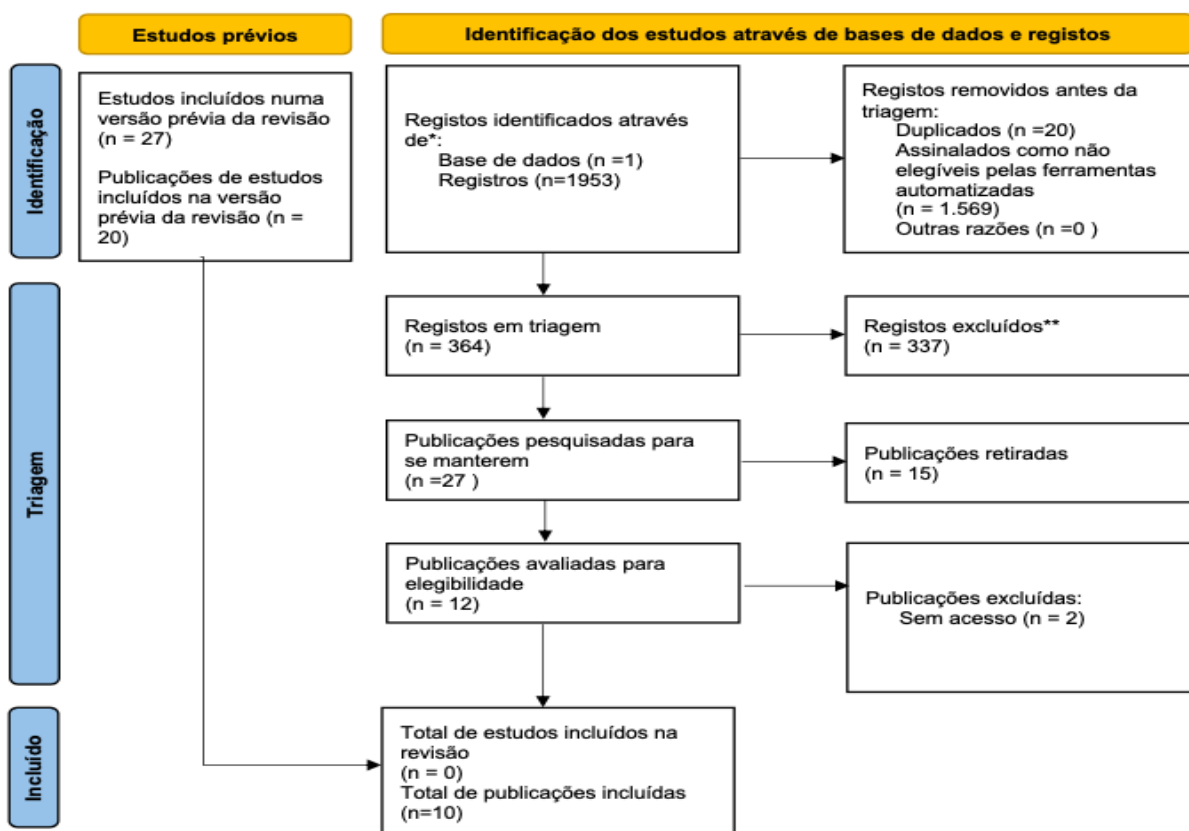
3.1. Estratégia de Pesquisa

A estratégia de busca foi no banco de dados Web of Science®. Como critérios de busca foram utilizados, por exemplo, termos de pesquisa como: *“Innovativeness” (Title)*; *“innovation capabilit*” (Title) and “Innovation Servic*” (All fields)*. Nas buscas foi utilizada o “*” para localização tanto as palavras no singular quanto no plural, o que resultou em um número maior de artigos.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em uma busca inicial na base de dados Web of Science® com os argumentos “*innovation capability*” (Title) and “*innovation in service*” (All fields), foram identificados 47 artigos, conforme (Figura 1). Após análise, nenhum desses artigos foi incluído no estudo, pois não focavam na análise de diversos setores de serviços. A busca foi reiniciada com os filtros “*Innovativeness*” (Title) “or” “*innovation capabilit**” (Title) and “*Innovation Servic**” (All fields), que resultou em de 1.953 documentos. Após aplicar filtros com foco nas áreas de “*business*” e “*management*”, para o período de 2020-2024 e artigos publicados em revistas, o número de artigos foi reduzido para 364.

Figura 1: Fluxo do Método Prisma



Fonte: Adaptado de (Page, McKenzie, et al., 2021)

A seguir, os resumos foram analisados, resultando na exclusão de 337 artigos, por não estarem focados em setores de serviços, resultando na seleção de 27 artigos para uma análise detalhada. Nessa análise, os artigos que se concentravam apenas em produtos e não mencionavam serviços, foram excluídos, reduzindo o número para 12 artigos. Desses 12 artigos, dois deles não ofereciam acesso completo aos resultados em bases disponíveis, o que levou à sua exclusão da revisão final.

Sendo assim, foram selecionados 10 artigos para análise do conceito/definição da capacidade de inovação nos diversos setores de serviços. Ficou evidente que, em todos os setores analisados, a capacidade de inovação exerce papel importante para o sucesso das empresas. Essa capacidade não apenas serve como a base para o desenvolvimento de inovações, mas também ajuda a entender como resolver problemas e encontrar soluções adequadas em diversos contextos setoriais. Portanto, é relevante realizar uma revisão bibliográfica atualizada

para esclarecer e atualizar os conceitos e entender melhor como a capacidade de inovação se relaciona com a inovação em diferentes setores.

Foi possível notar que ainda há uma dificuldade em diferenciar os conceitos de capacidade de inovação e inovação propriamente dita. Alguns artigos abordam a capacidade de inovação, mas acabam confundindo-a com inovação, enquanto outros discutem inovação e definem-na como capacidade de inovação. Apesar de esses termos estarem interligados, é crucial entender que a capacidade de inovação se refere à habilidade da empresa de aplicar inovações de maneira eficaz dentro de seu contexto.

Os estudos podem proporcionar perspectivas sobre como as organizações de serviços podem aprimorar sua habilidade de inovação, possivelmente propondo estratégias de administração ou aportes em recursos que promovam a inovação. Podem também, oferecer estratégias e sugestões práticas para consultores que atuam em empresas de serviços, auxiliando-as a aprimorar e implementar suas habilidades de inovação.

Na parte teórica, pode-se ter uma melhor compreensão da habilidade de inovação, particularmente nos diversos setores de serviços, em que o conceito é menos explorado. Sugere-se pesquisas em novos campos para investigar de forma mais aprofundada a relação entre a capacidade de inovação e a inovação em diversos setores, com foco especial em serviços.

A pesquisa pode auxiliar na compreensão da capacidade de inovação em diversos setores de serviços, entretanto apresenta algumas limitações. O estudo limita-se apenas à base de dados Web of Science®, que é uma das melhores bases disponíveis no meio acadêmico. Contudo, outras bases podem ser utilizadas em estudos futuros, como a *Scopus* e *Elsevier*, também podem conter informações importantes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da vasta literatura sobre inovação abranger vários contextos, existe uma escassez considerável de pesquisas focadas especificamente na capacidade de inovação no setor de serviços. A maior parte dos estudos disponíveis foca na capacidade de inovação em serviços no geral, sem examinar minuciosamente como a capacidade de inovação pode ser empregada e administrada em variados cenários de serviços.

O estudo revelou um certo equívoco entre as expressões "capacidade de inovação" e "capacidade de inovação no setor de serviços". Apesar da extensa literatura sobre inovação, muitos textos tratam esses conceitos de forma intercambiável ou não os distinguem claramente, demonstrando uma necessidade urgente de esclarecer conceitos na literatura.

A pesquisa contribuiu para uma compreensão mais aprofundada e atualizada do conceito de capacidade de inovação em diversos setores de serviços. Essa compreensão pode servir como base para novos estudos e oferecer novas perspectivas para a gestão estratégica em diferentes contextos setoriais.

Inicialmente, a pesquisa foi realizada exclusivamente pela plataforma Web of Science®. Embora essa base de dados seja amplamente reconhecida pela sua amplitude e excelência, outras bases de dados acadêmicas, como Scopus ou Google Scholar, podem também conter informações relevantes que não foram pesquisadas. A inclusão dessas bases poderia ter proporcionado uma visão mais completa da literatura existente sobre o tema.

Futuras pesquisas podem expandir para abranger outras bases de dados acadêmicas além da base Web of Science®, tais como Scopus, Elsevier e bases de dados específicas de setor. Esta perspectiva mais abrangente pode auxiliar na captura de uma maior variedade de pesquisas e publicações, proporcionando uma visão mais abrangente da literatura disponível sobre a capacidade de inovação e capacidade de inovação em serviços. Pode-se focar em setores específicos de serviços, realizando-se estudos buscando-se aprofundar conhecimento em Startups, Hotelaria, Transportes e Financeiro.

REFERÊNCIAS

- Arcuri, M. C., Russo, I., & Gandolfi, G. (2024). Productivity of innovation: the effect of innovativeness on start-up survival. *The Journal of Technology Transfer*.
<https://doi.org/10.1007/s10961-024-10069-7>
- Knežević, D., Has, M., & Mandurić, D. (2022). THE SIGNIFICANCE OF COMPANY INNOVATIVENESS FOR STOCK PRICE AND VOLATILITY. *EMC Review - Časopis Za Ekonomiju - APEIRON*, 23(1). <https://doi.org/10.7251/EMC2201208K>
- Lago, N. C., Marcon, A., Ribeiro, J. L. D., Olteanu, Y., & Fichter, K. (2023). The role of cooperation and technological orientation on startups' innovativeness: An analysis based on the microfoundations of innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122604. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122604>
- Lins Filho, M. L., Andrade, A. P. V. de, & Silva, G. G. da. (2020). Capacidade de inovar em STARTUPS: Uma abordagem sob a ótica da orientação para aprendizagem. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 10, 01–21.
<https://doi.org/10.22279/navus.2020.v10.p01-21.1095>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. *BMJ*, n160. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Ruiz-Palomino, P., Gutiérrez-Broncano, S., Jiménez-Estévez, P., & Hernandez-Perlines, F. (2021). CEO servant leadership and strategic service differentiation: The role of high-performance work systems and innovativeness. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100891. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100891>
- Škudienė, V., Augutytė-Kvedaravičienė, L., & Gabrielaitytė, U. (2021). KNOWLEDGE MANAGEMENT AND PERCEIVED ORGANISATIONAL INNOVATIVENESS IN GLOBAL ORGANISATIONS. *CENTRAL EUROPEAN BUSINESS REVIEW*, 10.
- Tran Xuan, Q., Truong, H. T. H., & Vo Quang, T. (2023). Omnichannel retailing with brand engagement, trust and loyalty in banking: the moderating role of personal innovativeness. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 663–694.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2022-0292>
- Truong, N., Dang-Pham, D., McClelland, R., & Nkhoma, M. (2020). Exploring the Impact of Innovativeness of Hospitality Service Operation on Customer Satisfaction. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 307–319.
<https://doi.org/10.31387/oscm0420272>
- Vu, T. D., Nguyen, B. K., Vu, P. T., Nguyen, T. M. N., & Hoang, C. C. (2024). Promoting customer satisfaction and reuse intention using ride-hailing taxi services: role of consumer perceived value, personal innovativeness and corporate image. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. <https://doi.org/10.1108/APJBA-11-2023-0570>
- Williams, C., & van Triest, S. (2021). Innovativeness in the Professional Services Industry: A Practice Level Analysis. *European Management Review*, 18(3), 263–276.
<https://doi.org/10.1111/emre.12450>