

**KIBS E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS SERVIÇOS: EFEITOS DA ORIENTAÇÃO
PARA O CLIENTE E DA INOVAÇÃO**

EZEQUIEL GALDINO DE SOUZA
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

LARA MENDES CHRIST BONELLA SEPULCRI
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

ARILDA MAGNA CAMPAGNARO TEIXEIRA
FACULDADE FUCAPE (FUCAPE)

Agradecimento à orgão de fomento:

Esta pesquisa foi financiada pelo IFTS (Instituto Fucape de Tecnologias Sociais), projeto 2022-2025.

KIBS E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS SERVIÇOS: EFEITOS DA ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE E DA INOVAÇÃO

Introdução

Negócios de serviços intensivos em conhecimento (Knowledge intensive business services - KIBS) é considerado um setor relevante das economias em desenvolvimento. Assim, a orientação para o cliente (OC) e a inovação trazem para os KIBS a oportunidade de entenderem seus clientes, lhe entregando melhores serviços. É possível, então, que o sucesso no desenvolvimento de novos serviços possa ser influenciado pelo foco estratégico adotado pela empresa, por sua capacidade de inovação, capacidade de identificação de necessidades latentes (INL) e por sua habilidade de vendas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A orientação para o cliente e a capacidade de inovação influenciam as KIBS a desenvolver novos serviços? A capacidade de identificar necessidades latentes e a capacidade de vendas moderam essas relações? Diante dessas questões, este estudo objetiva verificar se a orientação para o cliente e capacidade de inovação influenciam KIBS a desenvolverem novos serviços. Além disso, busca-se examinar o papel moderador da capacidade de identificar necessidades latentes e da capacidade de vendas nessas relações.

Fundamentação Teórica

KIBS são empresas que aportam conhecimento nas atividades operacionais, táticas e estratégicas de outras empresas e têm como suas principais características: se baseiam fortemente em conhecimento e são consideradas ativos de importância competitiva (Muller & Doloreux, 2009). Assim, a premissa deste estudo é de que, nesse setor, o sucesso no desenvolvimento de novos serviços (DNS) poderia ser influenciado pela orientação ao cliente, pela capacidade de inovação, capacidade de identificação de necessidades latentes e pela capacidade de vendas.

Metodologia

A população-alvo foi composta por sócios, proprietários e gestores destas companhias. O método de amostragem utilizado foi o não probabilístico por acessibilidade. Os dados foram coletados por meio de um questionário auto administrado disponibilizado em meio eletrônico.

Análise dos Resultados

Os resultados revelaram que capacidade de inovação exerce um efeito positivo sobre o desenvolvimento de novos serviços e que a identificação de necessidades latentes modera de forma negativa essa relação. Os resultados parecem apoiar, a noção de que a inovação nas empresas KIBS requer o aprendizado pela observação da experiência de outras empresas. Além disso, o processo de identificação de necessidades latentes pode competir com recursos internos da organização, fazendo com que sua influência sobre o DNS seja negativa.

Conclusão

Diante destes resultados, conclui-se que empresas de serviços intensivas em conhecimento (KIBS) apresentam capacidades intrínsecas, como a capacidade de inovação, que as ajudam a desenvolver novos serviços, o que é salutar para a competição no contexto atual. Conclui-se também que o processo de identificação de necessidades latentes age de forma negativa sobre a capacidade de inovação de empresas KIBS quando elas tentam desenvolver um serviço inovador.

Referências Bibliográficas

Muller, E., & Doloreux, D. (2009). What we should know about knowledge-intensive business services. *Technology in Society*, 31(1), 64-72. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2008.10.001>