

INOVAÇÃO EM SERVIÇOS E DESEMPENHO MERCADOLÓGICO: MAPEAMENTO DE NEGÓCIOS DO OESTE CATARINENSE

Ana Beatriz Ferreira¹, Isabelli Variani Calderoli², Silvia Spagnol Simi dos Santos³

1. Discente do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, Unoesc, Joaçaba, SC

2. Discente do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, Unoesc, Joaçaba, SC

3. Docente do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, Unoesc, SC

Autor correspondente: Ana Beatriz Ferreira, anabeatzf@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: A inovação, amplamente estudada como recurso para a competitividade e o crescimento econômico, está atrelada ao desenvolvimento de novas ideias e conceitos. Nesse sentido, o desenvolvimento econômico necessita de incrementos para que o mercado possa amadurecer e alcançar uma mudança significativa em seu cenário. **Objetivo:** O estudo objetiva analisar a relação entre o uso de inovação em serviços e o desempenho mercadológico em pequenas empresas de serviços do Oeste do Estado de Santa Catarina. **Método:** Trata-se de uma pesquisa quantitativa, exploratória e com coleta de dados a partir de uma survey on-line que será enviada para pequenas empresas do setor de serviços do Oeste de Santa Catarina. A análise dar-se-á por meio de estatísticas descritivas no software SPSS®, com a avaliação de normalidade univariada e multivariada, validação de escala se necessário, por meio de análise fatorial exploratória, seguida de modelagem e equações estruturais a fim de testar a hipótese. **Resultados:** Os resultados preliminares sinalizam que a adoção da inovação é um meio de adaptação e mudança organizacional para facilitar o alcance das metas de desempenho da empresa, especialmente em condições de intensa competição, de mercado em rápida mudança e de recursos escassos. Além disso, a inovação é considerada como um instrumento fundamental para o crescimento mercadológico e um componente estratégico para vantagem competitiva. Para o gerenciamento de tal instrumento, entretanto, a literatura sinaliza que o caminho é feito por meio da gestão da inovação. **Conclusão:** A coleta de dados está em curso, sendo importante destacar que a pesquisa obteve uma prorrogação de um ano junto ao CNPq para conclusão. Por conseguinte, a confirmação do respaldo à hipótese permanece pendente e sujeita a análise futura.

Palavras-chave: Desempenho Mercadológico; Empresas de Pequeno Porte; Gestão da Inovação; Inovação em Serviços.

Agradecimentos: A autora Ana Beatriz Ferreira agradece ao Programa de Bolsas Universitárias do Estado de Santa Catarina (UNIEDU) pela concessão de bolsa de iniciação científica; A autora Isabelli Variani Calderoli agradece ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão de bolsa de iniciação científica (PIBIC); A autora Silvia Spagnol Simi dos Santos agradece a Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC).