

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS/MS, CONTRIBUINDO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Danilo Alcalde
(Pós-Graduando do Curso de MBA em Auditoria, Logística e Finanças das
Faculdades Integradas de Três Lagoas-AEMS
e-mail: daniloalcalde@hotmail.com)

Elisângela de Aguiar Alcalde
(Docente MSc. das Faculdades Integradas de Três Lagoas-AEMS
e-mail: elisangelaalcd@hotmail.com)

Maria Luzia Lomba de Souza
(Docente Doutoranda das Faculdades Integradas de Três Lagoas-AEMS)
e-mail: lombatl@terra.com.br

Patrícia de Oliveira
(Docente MSc. das Faculdades Integradas de Três Lagoas-AEMS
e-mail: patrcia@aems.com.br)

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de contribuir com a discussão analítica sobre a importância da prestação de serviços no comércio de Três Lagoas MS, contribuindo para o Desenvolvimento Local. Especificamente, o presente artigo apresenta a metodologia de pesquisa bibliográfica baseada em livros de autores da área, periódicos, meio eletrônico e, ainda utilizou um estudo de caso para evidenciar a relação com os conceitos teóricos abordados no artigo. O Município passa por um crescimento urbano vinculado aos novos fluxos criados pela indústria, na qual a expansão acelerada do PIB, trabalho e renda. O dinamismo dos movimentos e a

intensificação dos contrastes entre a riqueza e a pobreza são os que mais se evidenciam.

Palavras-chave: Prestação de Serviço; Trabalho; Renda; Desenvolvimento Local.

INTRODUÇÃO

O setor de serviços, nas últimas décadas tem despertado importante papel desempenhado na economia brasileira, especificamente nos municípios em crescimento. A importância dos serviços na manutenção e ampliação dos níveis de emprego tem gerando renda compondo o valor agregado nas principais economias e é de interesse de investigações sobre a variedade e qualidade das atividades de serviços e sua inter-relação com os demais setores da atividade econômica local.

Ponto central no setor de serviços têm sido a adoção e a difusão de novas tecnologias da informação e da comunicação. Estas impactam na configuração dos serviços induzindo desenvolvimento tecnológico.

O artigo por objetivo de discutir a inovação no setor de serviços e o desenvolvimento local.

Os estudos sobre inovação partida dos trabalhos de Schumpeter, que associou a inovação à possibilidade de desenvolvimento no sistema capitalista (SCHUMPETER, 1985).

A análise do processo de inovação no setor de serviços iniciou-se no final dos anos 1980. A relação serviço e desenvolvimento passaram a ser objeto de atenção pelas especificidades que caracterizam os serviços e pela sua expansão associada ao processo de

internacionalização, bem como sobre a possibilidade de que estratégias de desenvolvimento local possam ser associadas com as atividades de serviços.

Para apresentar esta discussão o artigo está organizado em três partes: primeiro a introdução, na segunda, a abordagem de serviços, inovação e desenvolvimento, contextualizando o processo de inovação e as interpretações sobre o papel dos serviços sobre desenvolvimento local, construída sob os métodos bibliográficos e estudo de caso.

Na terceira parte, procurou-se apresentar a relação entre serviços e desenvolvimento local com base em duas linhas de investigação e na terceira os resultados e discussões. E as considerações finais, com as principais abordagens do debate, bom como sinalizando alguns desafios empíricos entre inovação em serviços e desenvolvimento local.

1 SERVIÇOS: UMA DEFINIÇÃO

O processo produtivo em serviços possui as suas peculiaridades, ou seja, a prestação de serviço, seus resultados, e os diferentes aspectos que interferem na provisão de um serviço.

A literatura especializada, demonstram seus limites à quanto ao conceito e a análise generalizada de serviços. Nas pesquisas econômicas como nas pesquisas organizacionais, identificar-se um entendimento em torno de três principais características de serviços (BARCET; BONAMY, 1999):

- 1) A imaterialidade, pelo fato de o resultado do serviço não ser tangível, ou seja, não ser um objeto;

2) A perecibilidade, na prestação do serviço, o uso de um serviço, estão restritos ao mesmo momento no tempo de seu consumo;

3) A relação entre a co-produção, a avaliação dos resultados, e a indicando que o cliente do serviço tem um papel ativo na sua produção.

A definição técnica das atividades de serviço, no sentido em que estão associadas às características, as propriedades dos resultados dessas atividades (resultado intangível e perecível) e do processo produtivo (forma relacional, com a participação ativa do cliente/usuário) (GADREY, 1991).

Segundo Grönross (1993), o conceito de serviço deve ter um quarto aspecto/característica: uma sequencia de atividades.

Ainda para Grönross (1993), a maioria dos serviços é: intangível; cadeia de atividades; produzidos e consumidos ao mesmo tempo, cliente participa do processo produtivo.

Conforme Grönross (1993) os serviços são percebidos – e, portanto, avaliados – de forma subjetiva. Mensurado através do grau de intangibilidade, ou imaterialidade, quanto maior o serviço, maior é a dificuldade de avalia-lo por parte do consumidor. Tal fato cria dificuldades na gestão da qualidade e do marketing de serviços, as quais se asseveram quando estudamos o processo de inovação.

Ainda segundo o autor, não há em serviços, “qualidade pré-produzida para ser controlada com antecedência, antes de o serviço ser vendido ou consumido” (GRÖNROSS, 1993, p.39).

Para Barcet e Bonamy (1994) a qualidade do serviço:

[...] é aquela esperada e antecipada. A verificação da qualidade será realizada após a prestação do serviço. Não há outro artifício que, permita objetivar a visão do

ofertante e a do cliente. Portanto os processos de qualificação deverão, na ausência de objeto, se apoiar sobre outros elementos. (BARCET; BONAMY, 1994, p.155).

Portanto, um serviço será aquilo que o cliente percebe, ou seja, o cliente tem um papel fundamental na avaliação do serviço prestado e, por meio desta, na configuração da oferta de serviço. A principal crítica é quanto a limitação da exploração dos clientes – ou usuários – dos serviços, a demanda é abordada de forma genérica ou homogênea e o papel ativo do cliente/usuário na relação de serviço nos esclarece sua participação ativamente na configuração do serviço, tanto em seus aspectos técnicos como relacionais (GADREY, 2001).

Nas diversas atividades de serviços, a imaterialidade, a não-perecibilidade e a participação do cliente assumem papéis bastante diferentes, limitando a definição quanto ao seu alcance no conjunto das atividades de serviço. Nos caixas automáticos, embora não haja prestação de serviço sem a ação do cliente, sua capacidade de influenciar o andamento da prestação é mínima, seguindo uma série de protocolos definidos desse formato de prestação.

Gadrey (2001) afirma que no serviço de transporte é possível considera a materialização através da observação dos resultados. Como exemplo, o transporte de mercadorias teria resultados observáveis e quantificáveis próximos da produção industrial.

Outros exemplos de Gadrey (2001) como as atividades de serviço, como educação, saúde, saneamento básico e outros, considerados bens públicos, e perecíveis. Tais limitações consideram outra matriz teórica, abrangendo sua heterogeneidade e complexidade.

A lógica do serviço, as suas operações na prestação, o componente relacional está presente dependendo intensidade. Diferente da produção de bens, onde o produto pode ser elaborado e estocado para ser consumido posteriormente, a produção de serviços não se concretiza sem a sua compra, ou seja, na demanda e oferta (GADREY, 2001).

2 A INOVAÇÃO NO SETOR DE SERVIÇOS

Os estudos sobre a inovação no setor de serviços são poucos se comparados com os estudos do setor de produção, e as principais abordagens teóricas sobre a inovação no setor de serviços são: abordagem tecnicista, a abordagem baseada em serviços e a abordagem integradora e se distinguem pela compreensão sobre os determinantes da inovação em serviços, sobretudo na sua relação com as inovações advindas do setor de produção.

Segundo Sundbo e Gallouj (1998) inovação é a mudança de um negócio através da adição de novo elemento, a combinação de antigos elementos e fenômeno que possa ser reproduzido.

Ainda conforme os autores, a inovação no setor de serviço não é só a inovação tecnológica, ajuste em processos incrementais ou radicais, a criação de conhecimento e ou informação, sendo essenciais para o desenvolvimento econômico e para as mudanças sociais nos países.

A inovação em serviços, mais especificamente, Gallouj (2007) esclarece que existem três abordagens teóricas: abordagem baseada em serviços, abordagem integradora e abordagem tecnicista.

Ainda de acordo com Gadrey (2001) e Gallouj (2007), a abordagem integradora concilia inovação de bens e serviços baseada em concepções funcionais do produto; a abordagem tecnológica ou tecnicista é a introdução de equipamentos ou sistemas técnicos na organização e a abordagem baseada nos serviços é a inovação na elaboração do serviço que superam qualquer inovação tecnológica.

Os autores Gallouj e Weinstein (1997) nomeiam tipos de inovação ao setor de serviços, diferenciados quanto a sua intervenção, características e competências, sintetizadas a seguir:

- 1) Inovação radical - criação de produtos totalmente novos
- 2) Inovação de melhoria - alteração de alguma característica do produto
- 3) Inovação incremental por substituição ou adição de características - substituição ou da adição de uma determinada característica técnica ou competência necessária para a produção ou o uso do produto
- 4) Inovação *ad hoc* - construção interativa (social) de uma solução para um problema particular apresentado por um determinado cliente
- 5) Inovação por recombinação - criação de novos produtos a partir de diferentes combinações de características ou produtos existentes em novos usos.
- 6) Inovação por formalização - processo de nomear um determinado serviço e organizar sua sequencia.

Portanto a abordagem integradora procura envolver todas as situações no processo de inovação, seja na produção de bens, seja na produção de serviços

3 DESENVOLVIMENTO LOCAL E O SETOR DE SERVIÇOS

As abordagens que prioriza as chamadas economias de aglomeração, foca na aprendizagem, geração de conhecimento e inovação a partir de processos interativos, os serviços são na maioria das vezes vistos como facilitadores no processo de desenvolvimento local, ou seja, como suportes à instalação e funcionamento das indústrias, como parceiros no processo de inovação.

Moulaert e Gallouj (1993) relacionam o setor de serviço e o desenvolvimento local sob dois aspectos: o papel das economias de aglomeração e a análise do modelo de base econômica. Segundo os autores, a economia de aglomeração esta associada ao conjunto de facilidade proporcionada em determinada localização quanto a infraestrutura, redução de custos de transporte e de comunicação, benefícios da proximidade com universidades e centros de pesquisa, clima propicio aos negócios, dentre outros.

Segundo Gallouj (2007) o papel dos serviços possui diferente aplicabilidade. Os serviços públicos em geral constituem parte das economias de urbanização e os demais serviços especializados ou intensivos em conhecimento como consultorias, centros de pesquisa especializados, centros de formação de mão de obra dentre outros, contribuem para a formação de economias de localização.

Ainda segundo Gallouj (2007) existe uma diferença entre os serviços prestados às famílias – economias de urbanização – e os serviços prestados às empresas – serviços especializados ou intensivos. O setor de serviços desempenha um papel acessório à indústria.

Quanto ao desenvolvimento local, está associado, as iniciativas inovadoras, mobilizadora e potencialidades locais. Como observa Haveri (1996, p. 45), “as comunidades procuram utilizar suas características específicas e suas qualidades superiores e se especializar nos campos em que têm uma vantagem comparativa com relação às outras regiões”.

Segundo Buarque (1999), o desenvolvimento econômico local pressupõe uma dinâmica de base local, estimulando as diversidades econômicas e sociais, complementado de empreendimentos, a fim de se gerar cadeias sustentáveis de iniciativas que promovam o bem-estar dos cidadãos.

4 METODOLOGIA

A metodologia do presente artigo é um estudo de caso, que segundo (Yin, 2005), refere-se à análise de uma situação particular e uma investigação dos fenômenos ocorridos sem interferência significativa do pesquisador.

Na entrevista pessoal e em profundidade, foi utilizado um roteiro semiestruturado de entrevista com 10 questões, baseadas nas variáveis extraídas da revisão de literatura referentes ao processo de desenvolvimento da inovação em empresa de serviço.

A pesquisa contemplou todos os trabalhadores, independente dos cargos e níveis e atividades. Uma entrevista em profundidade foi realizada com o gerente um questionário e aplicado para os demais trabalhadores.

No mês de Setembro de 2012, nos dias 14 e 15, foi realizada a entrevista em profundidade totalizando mais de 4 horas de gravação e aplicado o questionário com 8 trabalhadores. Com o objetivo de aumentar a validade do estudo, as informações foram confrontadas com as do gerente para confirmá-las e validá-las.

5 APRESENTAÇÃO DO CASO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 EMPRESA ESTUDADA

A Empresa, estudada é uma das líderes e atua há 20 anos no mercado local, quanto ao faturamento é media empresa, possui 9 trabalhadores sendo 5 entregadores, 2 administrativo, 1 financeiro e 1 gerente.

5.1.1 Os Modelos de inovação

Segundo Gallouj e Weinstein (1997) aos modelos de inovações utilizadas são: radical, incremental, por meio de melhorias; ad hoc, recombinações e por meio de formalização, portanto infiniu-se, pelas respostas tabuladas que a empresa A não utiliza os modelos de inovação radical e, ad hoc. São usados os demais: incremental, por meio de melhorias (12%), recombinações (34%) e por meio de formalização (22%). Tal resultado reforça a colaboração de Gallouj e Weinstein (1997) quando

afirmam nas empresas de serviços as inovações são normalmente incrementais.

5.1.2 As Dimensões da Inovação

Para Gallouj e Weinstein (1997), a inovação ocorre em quatro dimensões: no serviço, no cliente, na organização e por meio de tecnologias. Nas respostas analisadas inferiu-se que a empresa A inova nas quatro dimensões segundo as respostas do gerente da Empresa. Quanto aos 8 trabalhadores foi possível inferir inovação nos **serviços**, no **cliente**, na **organização** e na **tecnologia**.

5.1.3 Os Modelos de Desenvolvimento de novos Serviços

Quanto ao desenvolvimento de novos serviços, utilizaram-se os cinco tipos preconizada por Gallouj e Weinstein (1997). Neste caso o gerente afirmou existir um processo informal, mas existe inovações nos quatro modelos apresentados: processos internos, projetos internos, projetos para clientes com clientes e por fim projetos com empresa externa. Nas respostas dos trabalhadores foi possível inferir respostas diferentes: elas apontam para a utilização de: **processos internos** (100%); **projetos internos** (100%); e **projetos para clientes** (100%). Quanto ao **projeto com clientes** foi citado por 6 dos respondentes (75%), enquanto que **projeto com empresa externa** foi citado por apenas um dos respondentes (12,5%).

5.1.4 Os Indicadores de mensuração

Conforme Gallouj e Weinstein (1997), os indicadores de mensuração são seis: financeiros, competitividade, qualidade, custos, eficácia e velocidade. O gerente relatou que as três áreas mensuradas são a **área financeira**, a de **competitividade** e a de **custos**. Quanto às percepções dos trabalhadores foram unânimes em citar a área **finança**; de **competitividade**; de **qualidade**; de **custos**. A **velocidade** foi citada por 5 dos respondentes (62,5%).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como propósito articular dois temas - a inovação em serviços e o papel dos serviços no desenvolvimento local. As questões teóricas e a análise do estudo de caso permite avançar na compreensão da dinâmica dos serviços, afetado por variáveis locais e de inovação, protagonizando estratégias de desenvolvimento local.

A importância que as atividades de serviços ostentam na composição do emprego e da renda nas principais economias, a carência de investigações que associem a capacidade inovadora destas atividades com o potencial de desenvolvimento local.

Com o presente artigo pudemos constatar que a definição dos serviços e a mensuração da indução em serviços são complexas, tanto pela heterogeneidade quanto pelos ramos de atividades que compõem o setor de serviços.

As inovações são na maioria dos casos do tipo incremental e por meio de melhorias, tem a sua organização estruturada por processos e, portanto proporciona a introdução de inovações do tipo por recombinação, à gestão de projetos indica a utilização do tipo de inovação por formalização. Constatou-se que existe um ambiente corporativo propício a inovação por meio de um processo formal de desenvolvimento de novos serviços, análise de oportunidades, desenvolvimento da ideia selecionada. Entretanto, também foi constatado que as inovações acontecem baseadas na informalidade, sem um processo formal, decorrentes do conhecimento e experiência de seus trabalhadores. Estes projetos são desenvolvidos para o atendimento das necessidades dos seus clientes. Quanto à informalidade no desenvolvimento de novos serviços foi possível classificá-la como projetos internos. Ainda não foi formalizado nenhum tipo de acordo com empresas externas para o desenvolvimento de novos serviços, entretanto a empresa analisa essa possibilidade junto a uma empresa internacional.

Por último, quanto aos indicadores de mensuração dos resultados da inovação na empresa, são utilizados indicadores financeiros como aumento das vendas, retorno do investimento; quanto à competitividade o principal indicador é o grau de lealdade e fidelização de seus clientes; a medição dos custos é uma preocupação fundamental e prioritária para a empresa.

As principais limitações do estudo foram às relacionadas ao fato de ser um estudo de caso no município. Por outro lado, os resultados permitiram apontar algumas contribuições para academia quanto ao modelo de se estudar o processo de inovação em empresas de serviços e,

também para o campo gerencial notadamente a necessidade de um processo formal para o desenvolvimento de novos serviços (DNS).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARCET, André; BONAMY, Joël. Eléments pour une théorie de l'intégration biens/services. **Economies et Sociétés**: Série Economie et Gestion des Services, n.1, 1999.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento econômico local e municipal sustentável**. Brasília, junho de 1999. (Relatório do Projeto de Cooperação técnica INCRA/IICA).

GADREY, Jean. Emprego, produtividade e avaliação do desempenho dos serviços. In: SALERNO, Mario Sergio (org). **Relação de Serviço: produção e avaliação**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

GALLOUJ, Faïz. Economia da inovação: um balanço dos debates recentes. In: BERNARDES, Roberto; ANDREASSI, Tales (org). **Inovação em serviços intensivos em conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2007.

GALLOUJ, Faïz; WEINSTEIN, Olivier. **Innovation in services**. Research Policy, v.26, 1997.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

HAVERI, Arto. **Strategy of comparative advantage in local communities**, Publicado originalmente em OULASVIRTA, Lasse (ed.), "Finnish Local Government in Transition", *Finnish Local Government Studies*, vol. 22, 1999.

MOULAERT, Frank; GALLOUJ, Camal. The locational geography of advanced producer service firms: the limits of economies of agglomeration. **The Service Industries Journal**, abril, v.13, n.2, 1993.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SUNDBO, Jon; GALLOUJ, Faiz. Innovation as a loosely coupled system in services. **International Journal of Services Technology and Management**, v.1, n.1, 2000.