



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

INOVAÇÃO EM SERVIÇOS CENTRADA NO USUÁRIO: a perspectiva do cidadão usuário de Unidades Básicas de Saúde

BRUNO MARCOS MARINHO DA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

MILENE FELIX DE ALMEIDA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre Inovação em Serviços só começaram se intensificar a partir da década de 1990, quando surgiu a necessidade de melhor compreensão do setor de serviços (GALLOUJ; WEINSTEIN, 1997; MILLES, 2000; GALLOUJ; SAVONA, 2009), haja vista um novo cenário econômico em vigor que não estava mais voltada apenas para a Indústria de Bens, preconizada com as revoluções industriais. Assim, a economia contemporânea começou a se concentrar mais em uma economia de serviços, que é impulsionada principalmente por fatores como a servitização da indústria manufatureira, especialmente diante da tendência de integração entre bens e serviços e o avanço das TIC's (Tecnologias da Informação e Comunicação (TIGRE; PINHEIRO, 2019).

Nesse panorama, a Inovação em Serviços têm ganhado interesse e relevância global tanto no meio acadêmico quanto empresarial. Entre os motivos para isso além dos supracitados, destaca-se também a participação do setor de serviços no Produto Interno Bruto (PIB) de países ricos e também dos em desenvolvimento, compondo ainda 70% da riqueza e emprego nos países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (LENHARI; CARVALHO, 2013). Só no Brasil, o terceiro setor tem 72,8% de participação no PIB, sendo constituído por segmentos de informação, comunicação, administrativos, dentre outros (IBGE, 2021).

Dado esse novo contexto de mudança no eixo de produção, o usuário final passou a ter papel colaborativo no processo de inovação em decorrência desse novo cenário econômico, em que a produção mundial passa a estar voltada para a economia de serviços e ao mesmo tempo tendo um consumidor final que deseja ter maior influência nos negócios empresariais. Assim, devido a emergência de estratégias de customização em bens e serviços (MACHADO; DE MORAIS, 2009) as inovações de cunho mais colaborativa e democráticas ganharam atenção das empresas como maneira de alcançar ou manter a competitividade a partir do foco nas necessidades de seus usuários (VON HIPPEL, 2005; NICOLAJSSEN; SCUPOLA, 2011).

Com isso, à medida que a Inovação em Serviços foi evoluindo através de suas diferentes abordagens e ficando evidente que inovações não tecnológicas e incrementais também são fundamentais não só em bens, mas também em serviços, as organizações focaram no desenvolvimento de inovações oriundas de ideias de seus usuários finais. Do ponto de vista teórico, umas das abordagens que traz essa discussão como central é a Inovação em Serviços Centrada no Usuário que, entre outros aspectos, evidencia que as inovações não estão mais limitadas apenas a centros de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), mas o usuário final é visto com ator de potencial contribuição ou até protagonista no processo inovativo (VON HIPPEL, 1988; GRAMBARDELLA; RAASCH; VON HIPPEL, 2017).

Os estudos em Inovação Centrada no Usuário evidenciam que o engajamento do usuário final contribui para que possam surgir conceitos que não estavam sendo evidenciados, resultando em inovações incrementais e de valor substancial. Como também, a experimentação do serviço pelo usuário, que pode ser capaz de gerar novas formas de uso e, conseqüentemente, novos serviços (BRAND, 2005). Dessa forma, o envolvimento do usuário pode contribuir tanto na perspectiva organizacional com o melhoramento de seu desempenho, como para o usuário a partir de um serviço diferenciado com maior nível de valor agregado através de sua participação (ALAM; PERRY, 2002; SUNDBO; TOIVONEN, 2011).

Entretanto, na Administração Pública o cidadão/usuário nem sempre exerceu seu potencial de contribuição no processo de inovação como acontece na iniciativa privada, e uma das explicações possíveis para isso está relacionado ao fato de que os estudos sobre Inovação em Serviços se desenvolveram em maior proporção na iniciativa privada. Também, alguns

pesquisadores (DJELLAL et al., 2017) evidenciam que como o contexto público está livre de pressões econômicas na busca por competitividade houve uma acomodação para a inovação de seus serviços. Porém, com o passar do tempo essa realidade vem mudando em decorrência do desenvolvimento de novos modelos de gestão oriundos da iniciativa privada como o paradigma da Nova Administração Pública (NAP) (WINDRUM, 2008).

Diante disso, o objetivo do presente estudo consiste em identificar as formas de interação exercidas pelos usuários no contexto dos serviços públicos à luz da literatura em Inovação em Serviços Centrada no Usuário em unidades de saúde. A principal intenção deste trabalho é focar nos usuários dos serviços de Unidades Básicas de Saúde (UBS), haja vista o contexto vivenciado no Brasil e da importância dessas organizações públicas que prestam serviços de saúde a população, principalmente em cenários críticos como o da pandemia do COVID - 19, e que assim são constantes os desafios para a inovação de seus serviços.

Com isso, espera-se contribuir em especial para o campo da inovação no contexto de organizações públicas, em que mesmo esta iniciativa não estando orientada para a busca de lucros ou vantagem competitiva, ainda assim, é pertinente ver esse modelo de inovação como ferramenta estratégica para a administração pública com vista a prestação de serviços públicos de qualidade (BRANDÃO; BRUNO-FARIA, 2013).

Em termos de estrutura, além da presente seção introdutória que evidencia a presente temática, o estudo é sequenciado com o referencial teórico, metodologia, resultados e discussão, conclusões e referências.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INOVAÇÃO EM SERVIÇOS

O campo de Inovação em Serviços, de modo geral, é constituído num processo evolutivo de três abordagens. A abordagem Tecnológica foi a primeira que tentou analisar a Inovação em Serviços, tendo Barras (1986) como patrono com seu modelo do Ciclo Reverso do Produto. De maneira sintética, os tecnicistas propuseram que as inovações no setor de serviços ocorressem a partir das mesmas técnicas utilizadas na indústria manufatureira (tecnologia e capital), desconsiderando assim, as implicações da natureza dos serviços em torno do produto. (DJELLAL et al. 2017)

Com o intuito de superar as limitações da abordagem anterior, surge a Abordagem de Diferenciação oriunda de estudos de casos de marketing e gerenciamento de operações (DJELLAL et al., 2017). Tal abordagem dá ênfase às especificidades da natureza dos serviços como intangibilidade, imaterialidade, interatividade, e que dessa maneira impede que sejam analisadas da mesma forma que os produtos manufaturados (MAZZA et al. 2014). Com a Diferenciação, a inovação e desenvolvimento de novos serviços (DNS) ocorre a partir do enfoque em aspectos não tecnológicos e de inovações incrementais a partir de interações entre provedor e usuário final. Desse modo, questões implícitas como o valor intrínseco na produção de bens e serviços passam a ser considerados, porém de forma demasiada, o que gerou novamente um desequilíbrio na perspectiva de foco assim como ocorreu na abordagem tecnológica (LEO; TELLO-GERMANA, 2016; DREJER, 2004; apud ORDADINI; PARASUMARAN, 2011).

Nessa perspectiva de evolução do campo da inovação, surge a Abordagem Integradora como um desdobramento nos avanços de estudos acerca da Inovação em Serviços. Tal abordagem, a partir de um modelo de estrutura analítica de produto, objetiva integrar a dinâmica de inovação de todas as formas, ou seja, integrando nas inovações tanto aspectos tecnológicos e tangíveis predominantes na indústria de bens, quanto não tecnológicos e intangíveis predominantes na indústria de serviços (DJELLAL et al., 2017). Com isso, a abordagem busca superar a dicotomia entre bens e serviços, que não deveriam ser vistos de maneira isolada ou

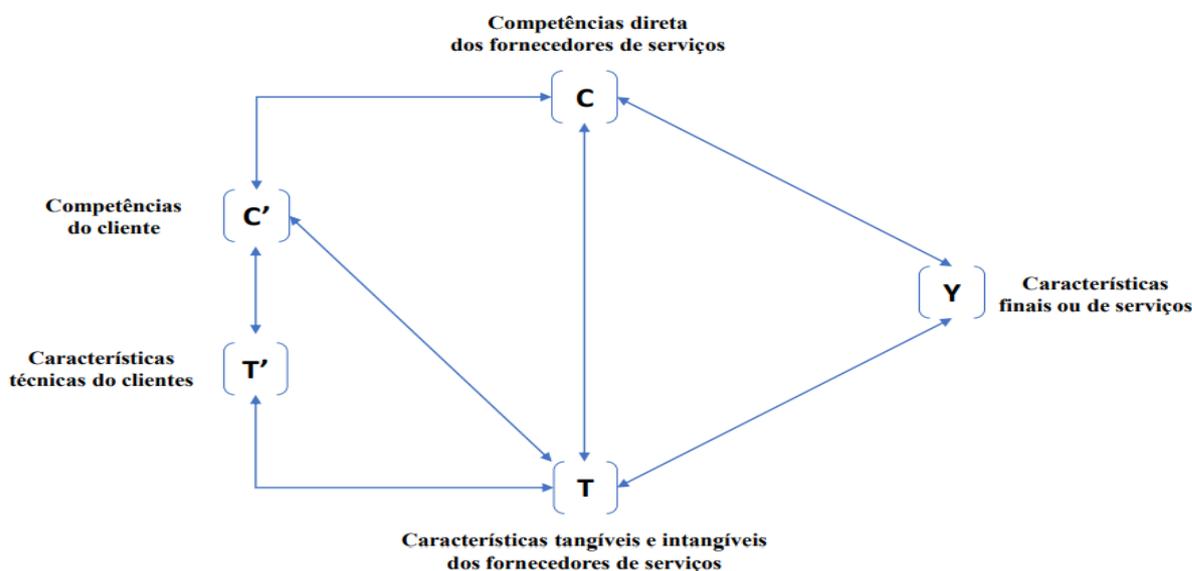
opostas, mas sim complementares (COOMBS; MILES, 2000; GALLOUJ; SAVONA, 2008; WITTEL et al., 2016; DJELLAL, et al., 2017)

Foi com o modelo analítico de Gallouj e Weinstein (1997), que o entendimento da Inovação em Serviços foi mais aceita em comparação a outros modelos devido dois pontos: primeiro porque é o modelo pode ser utilizado em diferentes contextos (público, privado e do terceiro setor) e, segundo que, é o modelo que mais enfatiza a participação do cliente/usuário como cocriador no processo de agregação de valor em torno do produto final.

Assim, tal modelo analisa o produto seja bem ou serviços, através de um conjunto de vetores de características internas e externas e competências internas e externas de provedores e usuários finais, no qual podem integrar-se e desintegrar-se em que a partir de diferentes combinações desses vetores, conseqüentemente, gera diferentes tipos de inovações (DJELLAL GALLOUJ; MILES, 2017). Tal modelo foi aperfeiçoado para uma melhor aplicabilidade nos serviços públicos, conforme apresentado na estrutura analítica da figura 1.

A figura 1 ilustra a conjunção de vetores de características e competências tanto de provedores quanto de usuários, em que a inovação se dá a partir da mobilização dos seguintes vetores: características técnicas internas do provedor [T], características técnicas externas cliente/usuário [T'], competências internas do provedor [C], competências externas do cliente/usuário [C'] e características finais do serviço [Y] representando o resultado final da combinação dos vetores no qual implica que qualquer modificação no processo altera o resultado final. Ainda de acordo com os desenvolvedores do modelo, a inclusão de características técnicas de clientes foi sugerida por De Vries (2006), para levar em consideração os novos canais de consumo e entrega, como por exemplo, quando os consumidores usam suas próprias tecnologias para acessar um serviço na internet.

Figura 1: O produto como a conjunção de vetores e características e competências



Fonte: Adaptado Djellal; Gallouj; Miles (2017).

Assim, a inovação ocorre a partir de diferentes alterações nessas características como por adição, subtração, associação, dissociação ou formatação. Essas mudanças podem ser o resultado de um processo natural de aprendizagem ou formalizado nas atividades de inovação, design e P & D. Desse modo, diferentes combinações desses vetores transcendem os dois tipos de inovação mais conhecidos como a radical e incremental, resultando ainda em inovações de melhoria, por recombinação e por formalização. (DJELLAL et al., 2017).

Portanto, o presente estudo tem o referido modelo analítico de inovação como base teórica, haja vista que a Inovação em Serviços Centrada no Usuário foca especificamente na “incorporação e/ou modificação de características que resultam em mudanças significativas no serviço decorrentes do engajamento do usuário final e da compreensão/incorporação compartilhadas de suas necessidades.” (ALMEIDA, 2018, p. 32). A seção seguinte aborda a Inovação Centrada no Usuário, no contexto público.

2.2 INOVAÇÃO EM SERVIÇOS CENTRADA NO USUÁRIO NO SETOR PÚBLICO

A partir do modelo analítico de Djellal, Gallouj, Miles (2017), os usuários não são mais vistos como atores passivos, limitados apenas na prestação de informações, mas sim como participantes ativos em cada etapa do processo de desenvolvimento da inovação, para que assim a Inovação em Serviço seja melhor aperfeiçoada e agregue valor para o usuário final não só na perspectiva de troca, mas também de uso (SUNDBO; TOIVONEN, 2011). Num sentido amplo, os usuários adquirem valor não só a partir do resultado final do serviço, mas também quando cocriam nas etapas do processo de inovação (LETHONEM; TUOMINEM, 2011).

A Inovação em Serviços Centrada no Usuário é uma das abordagens com foco no desenvolvimento de novos serviços (DNS) a partir do engajamento sistemático do usuário final, compreendendo que uma atuação sistemática deste ator é capaz de resultar em mudanças significativas nas características dos serviços (SUNDBO; TOIVONEN, 2011). Com isso, as inovações passam a ser desenvolvidas a partir de uma atuação conjunta entre organização e usuário, evidenciando que este último ator pode ser considerado um protagonista no processo de inovação (ALMEIDA, 2018).

Nesse sentido, esta abordagem de inovação corrobora com o novo posicionamento dos clientes/usuários, “que por estarem mais conectados, informados, capacitados e ativos, estes procuram exercer influência junto às empresas em todas as partes do sistema de negócio, passando assim a querer interagir com essas, resultando no processo de cocriação de valor.” (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004b, p.2). Para isso, as organizações devem adotar modelos de gestão que estejam abertos a esse novo comportamento de consumo, e nessa perspectiva os autores propõem um modelo baseado em quatro pilares destinados a propiciar a cocriação de valor: Diálogo, Acesso, Redução de Risco e Transparência (DART).

Toda essa dinâmica que visa engajá-los nos processos de Inovação em Serviços pode ocorrer em diferentes graus e intensidade, que de acordo com Sundbo e Toivonen (2011), tem como objetivo trazer valor agregado para o usuário final a partir da interação, isto é, da cocriação, fator este derivado do campo do marketing embasado a partir da teoria da Lógica Dominante de Serviços (LDS) (VARGO; LUSCH, 2004). Nesta perspectiva, evidencia-se de acordo com a LDS, que a cocriação de valor não ocorre unilateralmente como na Lógica Dominante de Bens (LDB), mas sim multilateralmente a partir da convergência de interações entre empresa e cliente/usuário e que, portanto, a empresa não pode criar valor em nome do usuário, mas sim apresentar proposta de valor, já que este fator só é manifestado a partir do momento em que o serviço é consumido (VARGO; LUSCH, 2008).

Essa interação com o usuário final torna-se um fator central para a inovação em serviços, e no setor público não é diferente. Torvinen e Ulkuniemi (2015, p. 3), evidenciam que “os serviços do setor público não são criados apenas para o público hoje em dia, mas a tendência é mirar nos serviços públicos criados pelo público.” Chamando atenção de que isso é parcialmente possível tanto pelo auxílio da Tecnologia da Informação (TI), quanto porque há uma sociedade de contribuintes mais dispostos atualmente a participar na cocriação de serviços públicos do que antes (Idem).

Nos estudos de Inovação Centrada no Usuário no contexto público, os pesquisadores Lehtonen e Tuominen (2011), objetivam identificar as funções que os cidadãos/usuários podem exercer na organização a depender do seu nível de envolvimento na Administração Pública, pois há diferentes tipos de atores na utilização desses serviços, podendo ser enquadrados como: usuários, clientes, clientes pagador, destinatários, cidadãos e beneficiários. Entretanto, o termo usuário é o que mais se aplica, entre os motivos para isso está o fato de ser a denominação mais neutra dentre os outros termos supracitados, já que o termo usuário faz alusão a atitude de usar algo e não comprá-lo, sendo também o que mais se aplica a diferentes setores econômicos, além de que, tem sido o termo mais usado recentemente literatura científica internacional, assim como na esfera política (SUNDBO; TOIVONEN, 2011).

Desse modo, os autores retro citados desenvolveram uma metodologia no qual metaforicamente denominam de “vozes”, em que visa compreender o envolvimento dos usuários a partir das experiências destes nos serviços, e que a partir disso suas ideias e visões contribuam para a tomada de decisão acerca das atividades de Inovação em Serviços. A metodologia é composta por seis categorias: Identificação dos Serviços, Tipo de Valor, Fonte de Valor, Forma de Participação, Liberdade ou Obrigação no Usar dos Serviços e Custo para o Usuário.

Entretanto, os autores elucidam que essas categorias são apenas uma orientação, necessitando de aprimoramento a partir da agregação de outras dimensões de análises tendo em vista quando aplicada em outros contextos como maneira de acompanhar demandas de novas experiências ou até mesmo de novos tipos de consumidores. Dessa maneira, o presente estudo adaptou a referida abordagem com o emprego de dois fatores/categorias oriundos do campo de Marketing como a Cocriação de Valor e a Coprodução, visando com isso reforçar a análise do campo de serviços e sua inovação.

Por último, um aspecto ainda limitante na Inovação em Serviços Centrada no Usuário para as organizações, consiste na sua implementação devido à complexidade do envolvimento de vários atores externos e internos durante o processo, que pode ocorrer a partir de modelos como o linear, experiencial, entre outros. Tal deficiência advém de uma literatura que ainda vem se consolidando na iniciativa pública, havendo poucas pesquisas empíricas, ferramentas e modelos de engajamento do usuário de acordo com diferentes setores como no público (SUNDBO; TOIVONEN, 2011 CITADO POR ALMEIDA, 2018).

3. METODOLOGIA

O objetivo do presente estudo consiste em identificar as formas de interação exercidas pelos usuários no contexto dos serviços públicos à luz da literatura em Inovação em Serviços Centrada no Usuário em unidades de saúde. A principal intenção deste trabalho é focar nos usuários dos serviços de Unidades Básicas de Saúde de Saúde (UBS), haja vista o contexto vivenciado no Brasil e da importância dessas organizações públicas que prestam serviços de saúde a população principalmente em cenários críticos como o da pandemia do COVID - 19 e que assim são constantes os desafios para a inovação de seus serviços.

As UBS constituem-se como organizações de entrada do Sistema Único de Saúde (SUS) e seu objetivo consiste em atender 80% dos problemas de saúde da população, sem que haja a necessidade de encaminharmos para grandes hospitais, implicando no desafogamento do sistema de saúde pública (BRASIL, 2013).

O estudo adotou uma abordagem qualitativa, que se caracteriza pelo seu aspecto experiencial e situacional no qual as experiências dos agentes envolvidos bem como o contexto e o momento de realização da pesquisa têm influência direta e resultam em singularidades do estudo (MERRIAM, 2009; GRAY, 2012), sendo o estudo ainda de caráter descritivo, no qual utiliza a entrevista como técnica de coleta de dados (GIL, 2010).

Assim, foi realizada uma pesquisa empírica por meio de entrevistas realizadas por meio de roteiro semiestruturado com base em oito categorias de análise, oriundas tanto do campo de inovação em serviço quanto de marketing, que foram apontadas anteriormente. Todas as entrevistas foram realizadas com cidadãos/usuários de unidades de saúde no estado da Paraíba, realizadas no ano de 2021, ocorrendo tanto de modo presencial, quanto virtual por meio de vídeo chamada na plataforma Google Meet devido ao isolamento social em decorrência da pandemia do vírus COVID -19. Foram entrevistadas 10 pessoas, totalizando em 3hrs 03 min. e 25 segs. de gravação de voz, resultando em 74 laudas, formatadas de acordo com as normas da ABNT, ou seja, Times New Roman, 12, espaçamento 1,5, margem superior e esquerda 3,0 cm e margem inferior e direita 2,0 cm. O quadro 2, contém as categorias, dimensões e suas descrições e os autores base de formulação.

Quadro 2: Categorias e dimensões da pesquisa

CATEGORIA	DIMENSÃO	DESCRIÇÃO	AUTORES
IDENTIFICAÇÃO DO SERVIÇO	Serviços públicos mais utilizados	Caracterização	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
IDENTIFICAÇÃO DO SERVIÇO	Conhecimento do serviço	Examinar as influências que levam o usuário a procurar determinado serviços	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
IDENTIFICAÇÃO DO SERVIÇO	Principais barreiras no uso do serviço público de saúde	Obtenção das dificuldades sentidas pelos usuários no uso dos serviços	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
TIPO DE VALOR	Benefício individual ou coletivo	Identificação de valor público ou privado	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
FONTE DE VALOR	Satisfação com serviços públicos de saúde e análise do grau de inovação	Identificação de valor para o usuário a partir de sua experiência	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
FORMA DE PARTICIPAÇÃO	Interação com provedor do serviço público de saúde	Análise do grau de interação entre usuários e provedores do serviço público	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
LIBERDADE OU OBRIGAÇÃO DO USUÁRIO	Disponibilização e variedade no serviço público de saúde	Análise da oferta de serviços públicos ao usuário/cidadão	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
CUSTO PARA O USUÁRIO	Satisfação com os serviços públicos de saúde	Análise da qualidade dos serviços prestados, em decorrência de impostos	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
COCRIAÇÃO	Interação dos usuários com provedores no uso de serviços públicos de saúde	Análise da participação do usuário final na produção de serviços por meio do processo de cocriação	PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004a); GALLOUJ; RUBALCABA; TOIVONEN; WINDRUN, (2018)
COCRIAÇÃO	Canal de feedback para avaliação do serviço público de saúde utilizado	Analisar o fator diálogo a partir do modelo DART	PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004a);

COPRODUÇÃO	Engajamento com o usuário para a melhoria dos serviços	Análise a cocriação de valor com base na Lógica Dominante de Serviços (LDS)	GALLOUJ; WEINSTEIN, 1997; PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004a); VARGO; LUSCH (2007)
COPRODUÇÃO	Interesse do usuário para a inovação do serviço público de saúde	Análise da disposição do usuário para a inovação em serviço	PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004a); GAMBARDELLA; RAASCH; VON HIPPEL, (2017)
COPRODUÇÃO	Importância de sites e aplicativos na melhoria da prestação do serviço público de saúde	<i>E-government</i> no uso de ferramentas digitais como estratégia para o desenvolvimento de práticas interativas com o usuário/cidadão.	PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004); CAVALCANTI; CUNHA, (2011);

Fonte: Elaboração própria (2021)

Os dados foram analisados a partir da técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), que ocorreu em dois momentos. Num primeiro momento, foi realizada uma pré-leitura das entrevistas com o objetivo de analisar o nível de saturação dos dados para uma eventual volta ao campo em caso de inconsistências para sustentação do objetivo da pesquisa. Num segundo momento, após a discussão do conteúdo de dados, foram selecionados para um quadro resumo a interpretação dos dados mais importantes como de potencial contribuição com a temática estudada, conforme pode ser visto no quadro 3.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente seção objetiva analisar e discutir os dados obtidos por meio de entrevistas obtidas junto aos cidadãos/usuários das UBS's. Para tanto, o quadro 3 é composto pelas categorias, dimensões e a descrição dos principais achados em cada uma delas.

Quadro 3: Categorias, dimensões e descrição da Inovação em Serviços.

CATEGORIA	DIMENSÃO	DESCRIÇÃO
IDENTIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS	Principais serviços públicos citados pelos cidadãos/usuários	Saúde; Educação; e Infraestrutura.
	Fatores que levaram ao conhecimento desses serviços	Vacinação na infância; Contato com agentes de saúde; e Necessidade de atendimento médico.
	Dificuldades enfrentadas no uso dos serviços públicos de saúde	Mal atendimento; Falta de médicos; e Falta de medicação.
TIPO DE VALOR	Benefício público ou privado no uso dos serviços públicos de saúde	Identificam benefícios pela própria experiência; e Pela experiência de familiares e conhecidos.
FONTE DE VALOR	Satisfação com serviços públicos de saúde e análise do grau de inovação	Serviços avaliados como razoáveis; Razoável sensação de inovação; e Por questões tecnológicas.
FORMA DE PARTICIPAÇÃO	Meios de interação com provedores do serviço público de saúde	Informalmente pelo <i>WhatsApp</i> ; Principalmente com agentes de saúde.

LIBERDADE OU OBRIGAÇÃO DE USAR O SERVIÇO	Disponibilização e variedade do serviço público de saúde	O fator renda limita-os ao SUS; Baixa variabilidade de profissionais e serviços.
CUSTO PARA O USUÁRIO	Satisfação com a qualidade dos serviços públicos de saúde	Baixa satisfação; Avaliam que os serviços não acompanham as necessidades e demandas.
COCRIAÇÃO DE VALOR	Interação dos provedores com cidadãos/usuários no uso de serviços públicos de saúde	Nunca tiveram diálogo nesse sentido; Há interação, mas não sistemática.
	Canal de <i>feedback</i> para avaliação do serviço público de saúde utilizado.	Avaliado como importante; Canal SAC apenas na prefeitura; Avaliam que não se estende ao setor de saúde.
COPRODUÇÃO	Importância da interação com o cidadão/usuário para a melhoria dos serviços	Nunca foram consultados; Sentem a necessidade de serem ouvidos tendo em vista seus anseios.
	Interesse do cidadão/usuário para a inovação do serviço público de saúde	Demonstração de interesse; Preocupação com gerações futuras.
	A importância do <i>e-government</i> a partir de sites e aplicativos para melhorias da prestação do serviço público de saúde	Avaliado como importante; Considerado impulsionador de campanhas de conscientização; Necessidade de rápido atendimento; Baixa utilização do Conect-SUS entre outros; e Consideram um serviço de baixo custo.

Fonte: Dados da própria pesquisa (2021)

Este estudo parte do pressuposto de que no processo de Inovação em Serviços Públicos é preciso ouvir as “vozes” dos cidadãos/usuários como maneira de analisar por diferentes perspectivas da participação destes no processo de inovação dos serviços (LEHTONEN; TUONIMEN, 2011).

Assim, de modo específico, a “Identificação dos Serviços” aborda a caracterização de quais são serviços mais utilizados pelos usuários pesquisados e quais suas limitações. A partir disso, é visto que a falta de um bom atendimento, assim como médicos e medicação evidenciados na percepção dos cidadãos/usuários, são as principais dificuldades na utilização do serviço público de saúde. O “Tipo de Valor”, refere-se ao valor privado (cocriação para uso) ou valor público (cocriação para os outros) gerado ao usuário a partir de sua experiência de uso (LETHONEN; TUOMINEN, 2011). Tornando-se assim, importante para a análise da Inovação nos Serviços Públicos, devido o mesmo usuário poder obter dois tipos de valor a partir do serviço ofertado. Dessa maneira, é observado a partir da perspectiva do cidadão/usuário pesquisado que o serviço básico de saúde apesar de suas limitações foi e é benéfico tanto para si, quanto para aqueles no qual conhece que também utilizam o serviço.

A categoria “Fonte de Valor”, visa analisar a satisfação do usuário a partir do serviço consumido, seja durante o processo ou apenas na entrega do serviço e qual a sensação de inovação nesses serviços (LETHONE; TUOMINEN, 2011). Desse modo, devido à demora no fornecimento do serviço solicitado, os cidadãos/usuários evidenciam que só obtém alguma satisfação apenas no resultado do serviço, e não no processo.

A categoria “Forma de Participação”, analisa como ocorre o relacionamento (direto e indireto) do cidadão/usuário em torno do serviço público consumido (LETHONEN; TUOMINEN, 2011). Assim, a pesquisa evidenciou que ocorre uma comunicação indireta por meios aplicativos de mensagens como o *WhatsApp*, no qual não está integrado formalmente

com o serviço de saúde. Essa comunicação ocorre no intuito de obtenção de informações mais rápidas acerca do serviço desejado. Essa interação ocorre principalmente com os agentes comunitários de saúde (ACS), mas não com os tomadores de decisões acerca do serviço.

Em relação a “Liberdade ou Obrigação no Usar do Serviço”, diz respeito se o usuário está usando determinado serviço público por iniciativa própria ou por obrigação, e ainda se há variedade de serviços e profissionais na unidade de saúde (LETHONE; TUOMINEN, 2011). Dessa forma, verificou-se com os cidadãos/usuários pesquisados que estes são obrigados a utilizar tal serviço devido ser o único disponível, utilizando serviços alternativos apenas eventualmente, pois não possuem condições financeiras para contratar um plano de saúde. Também é observado que a depender da UBS pode ocorrer oscilação na qualidade do serviço prestado o que gera insatisfação muitas vezes com a unidade de saúde que atende determinada comunidade.

A categoria “Custo para o Usuário no Uso dos Serviços” refere-se em verificar a satisfação do cidadão/usuário a partir da qualidade dos serviços públicos prestados tendo em vista o pagamento de impostos (LETHONE; TUOMINEN, 2011). Assim, os usuários reconhecem que o serviço é custeado por impostos altos, mas os serviços não têm acompanhado as suas necessidades e demandas.

A penúltima categoria abordada foi a “Cocriação de Valor”, sendo um dos mais importantes fatores para a análise do desenvolvimento dos serviços, pois refere-se a um meio inovador de interação com o usuário no uso de serviços, em que essa atividade está ligada ao processo de agregar valor e que pode influenciar na satisfação do usuário (VARGO; LUSCH, 2007). De modo geral, é verificado que a maioria dos entrevistados considera relevante ser ouvido pelas organizações de saúde com vistas a serem desenvolvidos serviços mais inovadores e que melhor atendam suas necessidades.

Eu acho que o usuário ele deve ser ouvido até porque não há ninguém melhor para falar sobre o serviço do que o usuário, né? É através do usuário que se mede a satisfação e o bem-estar que aquele serviço proporciona e também seria uma forma de considerar todos os atores envolvidos da troca, né? Definindo aí o valor do serviço disponível. (Entrevista 9)

Eu acredito que a opinião pública deveria sim ser levada em consideração tendo em vista que é um serviço para gente e infelizmente eu particularmente não vejo muito essa importância, né? Da opinião pública da manifestação de reclamações, sugestões de melhorias. Então deveria sim que esses órgãos tivesse um olhar a mais para os usuários dos serviços para que pudessem oferecer ali melhorias, às vezes até coisas simples de se resolver, porém como eu não vejo essa interação fica complicado deles saberem o que a gente sugere, então deveria ter sim esse contato e interação. (Entrevista 2)

A última categoria, “Coprodução”, diz respeito ao fator chave da Inovação em Serviço Centrada no Usuário, pois compreende a participação ativa do usuário final nas atividades do processo produtivo tanto de bens quanto de serviços (GALLOUJ; WEINTEIN, 1997). Em síntese, é verificado a disposição dos cidadãos/usuários em participar no desenvolvimento dos serviços de saúde. Entretanto, é verificado que mesmo já possuindo meios para exercerem esse papel como através dos conselhos, o resultado dessa interação não é considerado na prática, como pode ser visto no argumento a seguir:

Em relação ao interesse, com certeza eu tenho interesse, principalmente quando a gente fala de saúde pública. Eu como servidor público da área da educação querendo ou não estou buscando sempre dar ideias de geração de aperfeiçoar mesmo o serviço público e, em relação a saúde, eu teria muito interesse em participar nessa melhoria

do serviço público. A gente participa, até de alguns conselhos... no conselho de saúde, alguns conselhos municipais, mas ainda não é uma forma tão eficaz, sabe? Eu acredito que essa participação deveria ser mais formal, um pouco mais valorizada, né? (Entrevista 10).

Outra questão abordada nessa categoria, foi a percepção dos cidadãos/usuário com relação a intensificação das tecnologias e ferramentas digitais para a inovação no serviço público de saúde, em que fica evidenciado como imperativo para a eficiência da prestação dos serviços.

Com certeza essas ferramentas melhoram e muito, principalmente quando a gente fala de saúde, como eu citei anteriormente, aqui no município foi implementado um sistema, né? Que facilita essa visualização dos exames, mas tem algumas questões relacionadas ao atendimento em si que ainda é muito manual, né? Quando a gente chega na UBS o funcionário vai buscar sua ficha, vai preencher, eu acredito que se fosse utilizado aplicativos e ferramentas digitais que facilitasse esse processo iria melhorar muito o atendimento e facilitaria ainda mais a questão de velocidade no atendimento que foi uma das principais barreiras que eu citei aqui (Entrevista 7).

Destaca-se que o Sistema Único de Saúde (SUS) já disponibiliza o aplicativo Conect-Sus com o objetivo de ser uma estratégia integradora da informação em saúde no Brasil para atender as necessidades básicas da população (BRASIL, 2020). Entretanto, mesmo as ferramentas digitais passando a ter um maior protagonismo devido a pandemia do COVID - 19, ainda sim é visto um atraso na integração destas com o serviço dessas unidades de saúde.

Diante da análise do conteúdo de dados, verificou-se que as características e competências dos usuários (GALLOUJ; WEINSTEIN,1997) das unidades de saúde não são mobilizadas com as dos provedores dessas organizações devido à falta de engajamento entre os *stakeholders*. Pois, mesmo essas organizações de saúde possuindo meios que permitissem o usuário exercer algum papel no processo de inovação dos serviços utilizados, essa interação não é priorizada pelos gestores de modo que propicie o reconhecimento das necessidades de seus usuários.

Assim, para que haja Inovação em Serviço é preciso que ocorram interações sistemáticas e não somente aquelas mais eventuais, pois este processo de inovação não se limita apenas em recolher informações dos usuários finais, mas sim que estes tenham uma participação ativa no processo de desenvolvimento do produto ou serviço ofertado. Alia-se a isso, a necessidade de adoção de técnicas específicas e que consigam captar sob diferentes óticas a participação do usuário. Dessa forma, a inserção pode ocorrer tanto pela interação presencial como em planejamentos, reuniões periódicas com provedores e teste de novos serviços, quanto pela interação digital a partir da utilização de ferramentas tecnológicas no intuito de aprimorar a experiência e gerar satisfação ao cidadão/usuário na utilização do serviço, sem deixar ainda de considerar os *feedbacks* para aperfeiçoamentos incrementais.

Portanto, a mobilização de competências dos usuários finais defendida por Gallouj e Weinstein (1997) em seu modelo de Inovação em Serviços, que se dá por meio de interações e engajamento a partir de diferentes modos pelo processo de coprodução com os provedores, é justificada por estes pesquisadores no sentido de que a inovação faça sentido, prioritariamente, aos usuários finais e não só na perspectiva de quem produz e, que dessa maneira, é preciso trazê-los de maneira integrada para dentro do processo de modo a gerar inovações aprimoradas.

5. CONCLUSÕES

O presente estudo objetivou identificar as formas de participação exercidas pelos usuários no contexto dos serviços públicos à luz da literatura em Inovação em Serviços

Centrada no Usuário, tendo as organizações de saúde pública como ambiente para análise do fenômeno estudado.

A pesquisa empírica foi elaborada com base em sete categorias de fundamentação, sendo cinco oriundas do campo de Inovação em Serviço Público e duas oriundas do campo de Marketing. O modelo analítico de Inovação em Serviço proposto por Gallouj e Weinstein (1997), foi a base para analisar o papel dos usuários finais no consumo desses serviços. Assim, verificou-se a partir de experiências dos cidadãos/usuários que não há formas de interação sistemáticas dos usuários com os provedores dessas organizações que propicie o reconhecimento de suas necessidades para a inovação desses serviços e, conseqüente, obtenham valor e satisfação. A interação entre usuário e provedor está restrita ao fornecimento do serviço, que requer melhorias e adoção de tecnologias mais interativas, conforme apontado pelos usuários. Ao mesmo tempo, verifica-se interesse e disposição do usuário em participar e contribuir com o desenvolvimento de novos serviços, mas ainda não são adotadas estratégias que engajem esse cidadão/usuário.

A gestão dessas organizações de saúde consiste em outra limitação que inibe o diálogo e interação com seus usuários como maneira de aprimorar a experiência e gerar valor. Para isso, Prahalad e Ramaswamy, (2004a, 2004b), elucidam que é necessária uma nova postura de relacionamento multidirecional das organizações, envolvendo os consumidores de seus serviços, já que de acordo com a teoria da Lógica Dominante do Serviço (LDS) a vantagem competitiva obtida por meio de Serviços só será alcançada se as organizações levarem em conta esses novos cenários de produção e consumo de serviços. (VARGO; LUSH, 2007).

Desse modo, mesmo as organizações como as unidades públicas de saúde não estando voltadas para obtenção de vantagem competitiva, o referido modelo de inovação é interessante para o desenvolvimento de seus serviços de modo que estejam em consonância com os anseios de seus usuários finais gerando assim inovações com valor agregado, pois como estão sendo pagos mesmo que por meio de impostos, estes desejam obter valor e satisfação no uso do serviço público assim como acontece na iniciativa privada.

Portanto, o modelo de Inovação em Serviços Centrada no Usuário serve como ferramenta estratégica para as organizações públicas, no qual pode ser viabilizada por meio da Nova Administração Pública (NAP), abordagem esta que objetiva racionalizar a administração pública a partir da aplicação de modelos de gestão derivados do setor privado para a eficiência de seus processos (LEHTONEN; TUOMINEN, 2011; CAVALCANTE; CUNHA, 2017).

Como sugestão de estudos futuros será interessante propor estratégias direcionadas a potencializar as interações entre provedores e cidadãos/usuários nesse tipo de serviço, e ainda a presente pesquisa pode contribuir para o estudo em outros setores da administração pública como educação, assistência social etc.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Milene Felix de. **Dinâmica das Interações na Inovação em Serviços Centrada no Usuário à Luz da Estratégia como Prática** - João Pessoa: Tese (Doutorado) - UFPB/CCSA, 2018.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRAS, R. Towards a theory of innovation in services. **Research Policy**, NorthHolland, v. 15, n. 4, p. 161- 173

BRANDÃO, S. M. BRUNO-FARIA, M. F. **Inovação no setor público**: análise da produção científica em periódicos nacionais e internacionais da área de administração. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 47, n.1, p. 227-248, 2013.

BRAND, Ralf. The citizen-innovator. *The Innovation Journal*, v. 10, n. 1, p. 9-19, 2005.

BRASIL, Unidades Básicas de Saúde – UBS. Disponível em: <<http://dados.gov.br/dataset/unidades-basicas-de-saude-ubs->>. Acesso em: 19 de maio de 2020.

CRESWELL, John W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**: escolhendo entre cinco abordagens. Porto Alegre, RS: Penso, 2014.

R Coombs & I Miles, 2000, “Innovation, Measurement and Services: the new problematique” pp83-102 in J S Metcalfe & I Miles (eds) **Innovation Systems in the Service Economy Dordrecht**: Kluwer, 2000

DJELLAL, Faridah; GALLOUJ, Faïz; MILES, Ian. **Dois Décadas de Pesquisa Sobre Inovações em Serviços: qual o lugar dos serviços públicos**. CAVALCANTI, Pedro... [et al Inovação no Setor Público: teoria, tendências e casos no Brasil – Brasília: Enap: Ipea, 2017.

GAMBARDELLA, Alfonso; RAASCH, Christina; VON HIPPEL, Eric. **The user innovation paradigm: impacts on markets and welfare**. *Management Science*, v. 63, n.5, p. 1450-1468, 2017.

GALLOUJ, Faïz; WEINSTEIN, Oliver. Innovation in Services. *Research Policy* 26 (1997) 537 – 556.

GALLOUJ, Faïz; MARIA, Savona. Innovation In Services: A Review of The Debate and a Research Agenda. *Journal Evol Econ* (2009) 19:149–172. DOI 10.1007/s00191-008-0126-4

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. Porto Alegre, RS: Penso Editora, 2012.

LÉO, Ricardo Machado; TELLO-GAMARRA, Jorge. **Inovação em Serviços**: Estado da Arte e Perspectivas Futuras. *Revista Suma de Negócios*. 8 (2017) 1–10.

IBGE. **Estatísticas Econômicas de Serviços**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos.html>>. Acesso em: 19 de maio de 2021.

LENHARI, L. C.; CARVALHO, R. de Q.. Service Innovation and its Management: a summary of the contemporary international theories. *Management and Connections Journal*, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 75–101, 2013. DOI: 10.13071/regec.2317-5087.2013.2.2.4646.75-101.

LEHTONEN, M.; TUOMINEN, T. **Multiple voices of the user in public sector services**. In: SUNDBO, J.; TOIVONEN, M. (Orgs.) *User-based innovation in services*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011. p 227-250.

MACHADO, André Gustavo Carvalho; DE MORAES, Walter Fernando Araújo. **Estratégias de Customização em Massa: um estudo de caso na indústria de fabricação de móveis modulares.** Revista Gestão Industrial, v. 6, n. 2, 2010.

MAZZA, Chael; FILHO, Antônio da Silva; HOFFMANN, Valmir Emil; **Capacidades Dinâmicas e Inovação Em Serviços Envolvidas na Implementação e Manutenção De Práticas De Sustentabilidade Empresarial.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 345-371, jul./set. 2014.

MILES, I. Services innovation: coming of age in the knowledge-based economy. **International Journal of Innovation Management**, v. 4, n. 4, p. 371-389, 2000.

NICOLAISEN, Hanne Westh; SCUPOLA, Ada. **KIBS and their users as co-creators of breakthrough innovation.** In: SUNDBO, J.; TOIVONEN, M. (Orgs.). User-based innovation in services. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011. p. 101-120.

MERRIAM, S.B. **Qualitative research: a guide to design and interpretation.** San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, Venkat. **Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation.** Journal of Interactive Marketing. Vol. 18 n. 3. 2004, DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/dir.20015>

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, Venkat. **Co-creating unique value with customers.** Strategy & Leadership. Vol. 32 n. 3. 2004, pp. 4 – 9, Emerald Group Publishing Limited, ISSN 1087 – 8572.

SUNDBO, Jon; TOIVONEN, Marja. **User-based Innovation in Services.** Edward Elgar Publishing. Cheltenham. - UK. Northampton, MA – USA. 2011.

TORVINEM, Hannu; ULKUNIEMI, Paulina. **End-user engagement within innovative public procurement practices: a case study on public–private partnership procurement.** Marketing department, Oulu Business School, PO Box 4600, 90014, University of Oulu, Finland. 2016.

VARGO, Stephen L.; LUSH, Robert F. Service-dominant logic: continuing the evolution. **Journal of the Academy Marketing Science.** (2007) 36:1–10 DOI 10.1007/s11747-007-0069-6.

VON HIPPEL, Eric. **The sources of innovation.** New York: Oxford University Press, 1988.

VON HIPPEL, Eric. **Democratizing innovation.** Cambridge: The MIT Press, 2005.

WINDRUM, Paul; GÕNI-GARCIA, García. A neo-Schumpeterian model of health services innovation. **Research Policy** 37 (2008) 649–672

WITELL, Lars; et al. Defining service innovation: A review and synthesis. **Journal of Business Research** 69 (2016) 2863 – 2872