

Roberto Ricardo Sollberger Jeolas

Claudia Brito Silva Cirani

Os estudos sobre inovação em serviços na indústria hoteleira ainda são limitados. Existe a preocupação por parte dos hotéis em inovar, entretanto, suas ações, na maior parte das vezes, se caracterizam por práticas de imitação, inovações frugais, impactos graduais, e de incrementos gradativos, permitindo afirmar que existe certo nível de inovação, ainda que pouco anunciado na literatura (Camisón & Monfort-Mir, 2012).

As abordagens da inovação, apresentadas nas décadas de 1990 e 2000, têm como foco o viés tecnológico em produtos e indústria manufatureira, tendendo a acobertar a evolução na inovação em serviços, especialmente na hotelaria, uma vez que utilizam indicadores e instrumentos de medição que tendem a impedir a constatação das inovações existentes nesse setor (Nordli, 2016). Tais inovações são invisíveis mesmo nas pesquisas que utilizam a metodologia do manual de Oslo (OECD, 2005; IBGE, 2014).

No Brasil, a rede hoteleira injetou, em 2016, 163 bilhões de dólares, demonstrando a sua capacidade de geração de riqueza para o país, revelando que o setor representa 7,9% do Produto Interno Bruto brasileiro (PIB), conforme relatório da *Oxford Economic* para o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) (Ministério do Turismo, 2018). O turismo é responsável por 10% do PIB paulista, e gera, em todo o Estado, 3 milhões de empregos.

Assim, a questão de pesquisa deste trabalho está centrada na seguinte pergunta: como avaliar a inovação em empresas hoteleiras? Para tanto, o objetivo geral consistiu em avaliar como empresas hoteleiras incorporam as inovações aos seus serviços e, especificamente, buscou identificar os principais tipos de inovação na hotelaria em São Paulo; obter informações sobre as atividades inovadoras nesse setor; indicar fontes de financiamento das atividades inovadoras; apontar as fontes de informação para inovação; e listar os arranjos cooperativos estabelecidos; e os obstáculos encontrados nas atividades de inovação.

O motivo para se pesquisar sobre o assunto justica-se, primeiramente, pela relevância do tema da inovação em serviço, cuja literatura demonstra não só como se desenvolveu o campo dos estudos de inovação em serviços (*Studies Innovation Services – SIS*) nas décadas de 1990 e 2000, mas também como a inovação em serviços alcançou um patamar de reconhecimento e de legitimação dado o seu amadurecimento. Apesar de ser uma área nova de conhecimento e pesquisa, a inovação em serviços consolidou-se como um campo e objeto de pesquisa, atualmente estruturado e com acúmulo de pesquisas (Djellal & Gallouj, 2018). Em segundo lugar, apesar da evolução dessa área de pesquisa da inovação em serviços, a revisão de literatura aponta para uma lacuna existente de pesquisas voltadas à hotelaria (Battisti & Stoneman, 2009; Nordli, 2016). Em terceiro lugar, a literatura demonstra que os conteúdos sobre a inovação em serviços permanecem invisíveis (inovação oculta) com a aplicação do questionário de inovação *Community Innovation Survey (CIS)*, baseado no manual de Oslo (OECD, 2005) e o mesmo do questionário aplicado pela Pintec no Brasil (OECD, 2005; IBGE, 2014).

A relevância e originalidade desta pesquisa foi a de aperfeiçoar o questionário da Pintec, modificado de acordo com as sugestões de Nordli (2016), por meio de dez entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores de hotéis paulistas, para poder ser aplicado posteriormente em estudos futuros para todos os hotéis do Estado de São Paulo, de modo a traçar um panorama geral da inovação nesse setor.

Além dessa relevância, de aperfeiçoar o questionário da Pintec, buscou-se também captar as inovações introduzidas nos hotéis e/ou aperfeiçoadas, por vezes ocultas, de acordo com a literatura sobre o assunto. As entrevistas permitiram essa contribuição, minimizando as lacunas apontadas pela literatura, principalmente com relação à metodologia e aos instrumentos

utilizados, possibilitando evidenciar parte das inovações ocultas e não relatadas quando da aplicação do questionário da Pintec tradicionalmente usado.

É importante ressaltar que essa abordagem, no que se sabe até então, foi realizada pela primeira vez com os hotéis paulistas, por meio desse estudo, o que representa uma contribuição para todos os atores que atuam na hotelaria brasileira. O argumento principal é que o CIS bem como a Pintec não devem ser ignorados para o setor hoteleiro, mas implementado em uma abordagem mais integrativa com a qual este trabalho contribui. A questão central é analisar como a hotelaria brasileira, mais especificamente os hotéis paulistas, apresentam atividades inovadoras, bem como isso é reportado pelos agentes desse setor. Os dados coletados por meio de abordagem qualitativa permitiram apreender, por meio da análise, as reais dificuldades encontradas para implementar as inovações em serviço; as fontes de informação realmente utilizadas pelos hotéis, as cooperações planejadas e executadas com a definição dos parceiros estratégicos; e, finalmente, os problemas e dificuldades encontrados para inovar.

### **Referencial Teórico**

Os Estudos de Inovação em Serviços (*Studies Innovation Services* – SIS) configuram-se em um campo novo de pesquisa, uma vez que o seu surgimento é datado da segunda metade dos anos de 1980 e início dos anos de 1990. Esse campo é resultado da confluência de dois processos de pesquisa independentes. O primeiro deles são os estudos em serviço que diz respeito ao aumento das atividades de serviço e, como isso, afetam as políticas públicas e a gestão de negócios. O segundo são os Estudos em Inovação (*Innovation Studies* – IS) que buscam fornecer ferramentas aos responsáveis por políticas e gerentes de negócios como suporte para o gerenciamento e a inovação (Djellal & Gallouj, 2018). Independentemente de ser um campo de estudo novo, algumas pesquisas setoriais ou temáticas vêm sendo desenvolvidas em outras áreas como na hospitalar, nos serviços públicos, no turismo e no serviço de logística (Djellal & Gallouj, 2018). Gallouj, o principal autor de referência para o arcabouço teórico deste trabalho, desenvolve há mais de quatro décadas, e em coautoria com outros pesquisadores, estudos na área de inovação em serviços (Gallouj et al., 2018; Gallouj et al. 2015). Ele serviu como um guia para se compreender a trajetória histórica do desenvolvimento dessa área de pesquisa e apoiar este trabalho aqui realizado que tem também como enfoque a área de inovação em serviço, uma vez que a hotelaria como parte da cadeia do turismo depende diretamente dessa área.

### **Metodologia**

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi qualitativa, com base no estudo de Nordli (2016), pesquisadora norueguesa que utilizou o questionário *Community Innovation Survey* (CIS), introduzindo algumas modificações que serviram de base para este trabalho. A CIS é apresentada no Manual de Oslo (OECD, 2005), em várias versões revisadas, e é utilizada por todos os países membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para avaliar o grau de inovação das empresas europeias. No Brasil, o questionário CIS foi traduzido pela Pesquisa de Inovação (Pintec) e sua última versão é do triênio 2017 (PINTEC, 2020) para ser utilizado nas empresas brasileiras a fim de medir seu grau de inovação, cobrindo setores da indústria, serviços, eletricidade e gás. Entretanto, várias foram as razões para limitar esta pesquisa à abordagem qualitativa, mas a principal delas se deu com relação ao tempo necessário para realizar uma pesquisa que exige respostas dos participantes no período do ano que antecede as festas de final de ano, sendo que para a maioria dos hotéis esse é um período de alta taxa de ocupação. Apesar das insistências em reenviar o questionário mais de uma vez aos gestores, foi necessário deixar de lado esta parte quantitativa, que será realizada em futuros

trabalhos. A seleção dos hotéis na cidade de São Paulo seguiu os seguintes critérios: hotéis de pequeno, médio e grande porte sem número mínimo e máximo de funcionários; o volume das receitas (OECD, 2018); e a idade da empresa, pois captura a experiência acumulada no tempo (OECD, 2018). Os 10 entrevistados desses hotéis foram selecionados de maneira intencional, uma vez que um dos pesquisadores deste trabalho atuou durante três décadas nessa área, entretanto, a procura dos gestores respeitou os critérios de diversidade dos hotéis acima descritos. Eles foram abordados por meio de ligação telefônica para identificar a disponibilidade de sua participação. No momento da ligação e do aceite em participar da pesquisa, foi pré-agendada a entrevista a ser realizada, bem como enviado por email o questionário da Pintec modificado que continha um site por meio do qual o questionário podia ser respondido. Foram entrevistados gestores dos hotéis e gerentes de departamento. Os pesquisadores realizaram um levantamento dos demais departamentos dos hotéis, para identificar os gerentes seniores e/ou os gerentes responsáveis de departamentos, e a variação do tamanho da empresa, do tempo de existência no mercado, da faixa de faturamento e de serviços oferecidos.

### **Resultados e Discussão**

Embora a literatura aponte para um nível de baixa escolaridade dos profissionais da área de hotelaria (Battisti & Stoneman, 2009), a amostra intencional aqui apresentada mostrou um alto índice de escolaridade, sendo que 8 tem curso de graduação com MBA ou mestrado e apenas 2 apresentam apenas nível técnico de formação. Esse grau de escolaridade explica o fato de todos os respondentes terem afirmado, nas entrevistas, que eles compreenderam as questões do questionário, não encontrando muita dificuldade para respondê-lo. Embora a maioria tenha explicitado dificuldade de lembrar das questões principalmente das definições sobre inovação, em razão do espaço de tempo entre a resposta ao questionário e a realização da entrevista. Portanto, os pesquisadores, ao realizarem as entrevistas, buscaram sempre lembrar as definições a fim de ajudar o entrevistado. Sendo assim, alguns dos respondentes explicitaram a complexidade do questionário e que o mesmo poderia ter no máximo 30 questões. No que diz respeito à questão sobre se as inovações são relatadas de forma sistemática com o objetivo de identificar inovações ocultas (inovações não relatadas e/ou informadas), os entrevistados enfatizam que existe um padrão pré-estabelecido em direção a inovações, principalmente as frugais, de pequeno porte. Grande parte dos entrevistados questionaram, inclusive, se seriam inovações ou apenas melhorias copiadas e reproduzidas.

Dentre os 10 entrevistados que responderam o questionário, grande parte dos respondentes afirmou ter introduzido um novo processo em seu hotel no período de 2017 a 2019. De acordo com as respostas da questão aberta – “Descreva brevemente o principal processo novo ou substancialmente aperfeiçoado introduzido por sua empresa entre 2017 e 2019”. Sobre as questões respondidas referentes às atividades inovativas, tais como a aquisição de conhecimento externo, software, máquinas e equipamentos, há indicação de um alto nível de necessidade de aquisição de conhecimento tecnológico, já que a maioria dos respondentes atribuiu alta e média importância à absorção de máquinas e equipamentos. Tal tendência reforça a ideia da existência de serviços e atividades não inovadores por parte dos hotéis como simples adotantes da inovação tecnológica nas atividades inovativas (Djellal & Gallouj, 2018). Os resultados demonstram que os investimentos em inovação são realizados pelas próprias empresas. Observa-se que nenhum dos respondentes assinalou - “De empresas privadas, de

instituições de pesquisa, centros tecnológicos e universidades privadas - como fonte de investimento; isto é, quase a totalidade financia suas próprias atividades de inovação.

Os resultados à questão apresentada sobre cooperação para a inovação trazem informações importantes no sentido de evidenciar para o setor hoteleiro que o envolvimento dos clientes na cooperação é central para a cocriação de valor. Em seguida aparecem as empresas de consultoria e fornecedores como forma de cooperação e desenvolvimento de novos produtos. Finalmente, há baixa cooperação com as universidades ou institutos de pesquisa, a grande maioria (no total de 7 respondentes) assinalaram esse item como sendo de baixa relevância ou até mesmo não relevante.

### **Considerações finais**

O objetivo deste trabalho buscou avaliar como empresas hoteleiras incorporam as inovações aos seus serviços, além de obter outras informações tais como os principais tipos de inovação na hotelaria em São Paulo; as atividades inovadoras nesse setor; as fontes de financiamento dessas atividades; as fontes de informação para inovação; as parcerias realizadas para inovar; e as barreiras encontradas. Para tanto, o questionário da Pintec foi modificado, buscando captar as inovações introduzidas nos hotéis e/ou aperfeiçoadas, por vezes ocultas, de acordo com a literatura sobre o assunto (Nordli, 2016). As entrevistas realizadas com hotéis paulistas permitiram evidenciar parte das inovações ocultas e não relatadas. Há críticas sobre o quão inovativas seriam as mudanças na hotelaria e não apenas reproduções ou imitações trazidas de outras experiências já realizadas. Um dos entrevistados chega a explicitar que a hotelaria brasileira ainda é muito retrógrada, já que mais de 90% do parque hoteleiro no país pertence a hotéis independentes e de empreendedores mais antigos, que ainda não se atualizaram em relação às inovações existentes no setor. Muitas vezes, isso se dá por falta de conhecimento e de informações relacionadas aos tipos de inovação, de incentivos governamentais, e da falta de política de inovação voltada a esses hotéis independentes.

Mas não só, pois, segundo o mesmo respondente, isso se dá também em razão da hotelaria ser um setor de baixo risco da perspectiva dos investidores, sendo considerado um setor que possui uma visão imobiliária, ou seja, que foca na evolução do preço de venda do ativo (hotel), tornando a inovação um investimento de alto e médio risco e de longo prazo. Essa pode ser uma das variáveis do baixo investimento em inovação no setor. A contribuição teórica desta pesquisa foi destacar a hotelaria como um campo de análise e de estudos que vem da confluência dos Estudos de Inovação em Serviços (EIS) e dos Estudos em Inovação (EI), marcada de especificidades e características próprias, e não como um subtema de área temática ou setorial do turismo ou de outros serviços. Em relação às contribuições práticas, o presente estudo contribui com dados qualitativos para dar subsídios ao setor hoteleiro e voz aos respondentes de modo a implementar inovações, a contribuir com as políticas para esse segmento e a articular as pesquisas científicas, os investidores, os fornecedores e os consultores, podendo, então, gerar impacto para o setor. Trabalhos futuros devem beneficiar-se de uma pesquisa que combine a abordagem qualitativa e quantitativa, o que demanda o esforço de uma equipe de pesquisadores para realizá-la por telefone, ou de forma presencial, uma vez, que se sabe que o grau de devolução de questionários respondidos pelos participantes é muito reduzido,

### **Referências**

Battisti, G., & Stoneman, P. (2009). How innovative are UK firms? Evidence from the fourth UK community innovation survey on synergies between technological and organizational

- innovations. *British Journal of Management*, 21(1), 187–206. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2009.00629.x>.
- Camisón, C., & Monfort-Mir, V. M. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management*, 33(4), 776–789. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.012>.
- Djellal, F., & Gallouj, F. (2018). *Fifteen Advances in Service Innovation Studies To cite this version: HAL Id: hal-01672567*. Ada Scupola and Lars Fuglsang. (eds) Edward Elgar Publishers.
- Gallouj, F., Rubalcaba, L., Toivonen, M., & Windrum, P. (2018). Understanding social innovation in services industries. *Industry and Innovation*, 2716, 1–19. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/13662716.2017.1419124>.
- Gallouj, F., Weber, K. M., Stare, M., & Rubalcaba, L. (2015). The futures of the service economy in Europe: A foresight analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 94, 80–96. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.06.009>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2014). *Pesquisa de Inovação Tecnológica 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado de <https://doi.org/ISSN 0101-4234>.
- Ministério do Turismo. (2018, março). *Turismo injetou 163 bilhões no Brasil em 2017*. Recuperado de [http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us\\$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html).
- Nordli, A. J. (2016). Measuring innovation in tourism with Community Innovation Survey: a first step towards a more valid innovation instruments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 423–440. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1247382>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD. (2018). *Oslo Manual 2018*. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.
- Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OECD. (2005). *Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre Inovação* (3a ed). São Paulo.
- Pesquisa de Inovação Tecnológica 2017 – PINTEC (2020). *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE*. Recuperado de <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101706>.