

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

EMERGÊNCIA TEMÁTICA DA INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA DO SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

EMERGENCY THEMATIC OF INNOVATION: AN ANALYSIS THE SCIENTIFIC PRODUCTION IN THE SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Jordana Marques Kneipp, Luciana Aparecida Barbieiri da Rosa, Cláudia Maffini Gomes, Roberto Schoproni Bichueti, Marisandra da Silva Casali, Ramon Caramalak

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a produção científica relacionada a palavra-chave *inovação* no Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), realizado em 2008. O trabalho caracteriza-se como descritivo e se trata de um estudo de natureza bibliométrica. Os artigos foram analisados a partir de uma adaptação do modelo conceitual de Pinto e Lara (2008), que utiliza elementos básicos de investigação, concentrando-se nas estratégias e metodologias de pesquisa. Dentre os principais resultados, ressalta-se que os artigos pertencem a trinta e cinco (35) áreas temáticas, sendo a maioria relacionada à área de “Casos de Inovação”. Constatou-se que existe uma multiplicidade e diversidade quanto a autoria dos trabalhos, sendo que alguns autores destacam-se com três (3) artigos publicados. Os trabalhos possuem no máximo seis (6) autores, sendo que a maior parte apresenta entre um (1) a três (3) autores. As instituições que se destacaram com o maior número de publicações foram UnB e UFRGS, seguidas da UFPR, USP e UNISINOS. Ressalta-se nos artigos analisados a predominância de trabalhos de base empírica, com abordagem qualitativa e natureza exploratória, relacionados à esfera privada.

Palavras-chave: Inovação. Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Estudo bibliométrico.

ABSTRACT

This study aims at analyzing the scientific production related to the keyword *innovation* in the Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, of Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), occurred in 2008. The work is characterized as a descriptive approach, and it is a bibliometric study. The papers were analyzed from an adaptation of the conceptual model proposed by Pinto and Lara (2008), which uses basic elements of research, focusing on strategies and research methodologies. Among the main results, we emphasize that the papers belong to thirty-five (35) subject areas, mostly related to the area of "Cases of Innovation." It was found that there is a multiplicity and diversity in the authorship of the papers, and some authors stand out with three (3) articles published. The works are a maximum of six (6) authors, and most has between one (1) to three (3) authors. The institutions that stood out with the largest number of publications were UnB and UFRGS, followed by UFPR, USP and UNISINOS. It is emphasized in the papers analyzed the predominance of empirical work, qualitative approach and exploratory nature, related to the private sphere.

Keywords: Innovation; Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica; Bibliometric study.

1. Introdução

As organizações cada vez mais são estimuladas a incorporarem práticas inovadoras nas suas estratégias de negócio, a fim de obterem vantagem competitiva. Dessa forma, torna-se primordial o desenvolvimento de novas práticas de gestão que impulsionem melhorias em produtos e processos transformando-se em um fator de competitividade.

Concebida por meio da introdução de um novo bem ou nova qualidade de um bem, de um novo método de produção, da abertura de um novo mercado, da conquista de uma nova fonte de matéria-prima ou, até mesmo, da criação de uma nova forma de organização, a inovação é conceituada como um processo marcado pela descontinuidade do que já está estabelecido (SCHUMPETER, 1961).

Na economia contemporânea, a inovação é considerada como a principal característica para a competitividade e para o desempenho econômico da empresa. Tendo em vista que as organizações são instigadas a estarem em constante adaptação em decorrência do ambiente mutável no qual estão inseridas, a inovação consiste em uma estratégia fundamental na determinação da competitividade organizacional e adquire maior importância de acordo com a turbulência ambiental (CHRISTENSEN, 2001; MOTTA, 2001). Sendo assim, as organizações normalmente buscam a inovação como forma de diferenciar-se no mercado, sair à frente da concorrência, buscar de forma focada a estimulação da criatividade e/ou uma nova forma de fazer.

A inovação constitui-se em uma temática emergente, sendo explorada amplamente no âmbito acadêmico e empresarial. Dessa forma, a fim de ampliar o conhecimento referente a produção científica relacionada a este tema, este estudo tem como objetivo analisar a produção científica relacionada a palavra-chave inovação no Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), realizado em 2008, evento este que acontece a cada biênio e trata especificamente da temática de inovação. Para tanto, a partir do site da ANPAD, utilizando como palavra-chave *inovação*, foram buscados os artigos relacionados a este tema, delimitando-se para fins de análise somente aqueles apresentados no Simpósio do ano de 2008, o que resultou em 73 trabalhos. Assim, buscou-se demonstrar as principais características com relação às publicações acadêmicas deste evento, bem como identificar tendências com relação às mesmas.

2. Inovação: conceitos e definições

A inovação foi inserida como um conceito fundamental para a explicação do desenvolvimento econômico no início do século XX por Schumpeter, e apesar de manter sua origem o conceito evoluiu ao longo das décadas e se tornou mais abrangente (MÜLER NETO, 2005).

Concebida por meio da introdução de um novo bem ou nova qualidade de um bem, de um novo método de produção, da abertura de um novo mercado, da aquisição de uma nova fonte de matéria-prima ou, até mesmo, da criação de uma nova forma de organização, a inovação é compreendida como um processo marcado pela descontinuidade do que já está estabelecido (SCHUMPETER, 1961).

O desenvolvimento econômico é orientado pela inovação através de um processo dinâmico em que as antigas tecnologias são substituídas por novas, este processo ficou conhecido como "destruição criadora". Sendo que a inovação não se restringe apenas aos produtos e processos, mas abrange também novas formas de gestão, abertura de novos mercados e novos métodos de produção (SCHUMPETER, 1985).

Ainda segundo Schumpeter (1985) as organizações encontram-se em um fluxo circular, que pode apresentar algum desenvolvimento, incremento na produtividade, adaptações, aperfeiçoamentos no processo de trabalho e mudanças tecnológicas contínuas na função de produção. Ou seja, quando as inovações rompem o que já está estabelecido causam desequilíbrios e geram ondas de desenvolvimento econômico mediante prosperidades e depressões, visto que as inovações, assim como geram desenvolvimento econômico, também podem criar barreiras e dificultar a permanência de algumas empresas no mercado.

As organizações normalmente buscam a inovação como forma de diferenciar-se no mercado, sair à frente da concorrência, buscar de forma focada a estimulação da criatividade e/ou uma nova forma de fazer. Muitas empresas podem optar por criar barreiras contra a entrada de novas empresas no mercado, evitando os imitadores e mantendo o conhecimento sobre determinado produto em poder do grupo.

A inovação é composta de duas partes: a) a geração de uma idéia ou invenção; e b) a conversão desta invenção em um negócio ou outra aplicação útil. A partir desta visão Roberts (1988) sugere a definição de inovação como sendo a soma de invenção e exploração. Ou seja, o processo de invenção contempla todos os esforços visados na criação de novas idéias e na colocação delas em prática, e o processo de exploração abrange todos os estágios de desenvolvimento e criação de valor comercial, aplicação e transferência. A gestão integral da inovação tecnológica inclui a organização e direção de recursos humanos e de capital para criar novos conhecimentos, gerar idéias e técnicas direcionadas para novos produtos, manufaturas, processos e serviços, além de desenvolver estas idéias em protótipos e transportá-las para industrialização, distribuição e uso.

Higgins (1995) enfatiza que a inovação pode ser entendida como o processo capaz de criar algo novo com valor significativo. Neste sentido, Levitt (1990) explica que a inovação somente ocorre quando alguma coisa é inteiramente nova, que nunca tenha ocorrido, ou quando algo já existente tenha sido feito em um lugar diferente, servindo de inovação a outros pela primeira vez.

Muitos autores, ao buscar estabilidade nos resultados empíricos das pesquisas sobre inovação, introduziram subteorias de inovação organizacional. Passou-se a distinguir as inovações tecnológicas das administrativas, as inovações radicais das incrementais e as inovações de produto das de processo. A necessidade dessa diferenciação se dá para que as organizações possam distinguir os tipos de inovação aos quais estão mais propícias, no intuito de ajustar o comportamento organizacional e delimitar pontos fortes e fracos no seu desenvolvimento (DAMANPOUR, 1991).

Schumpeter (1985) se refere às inovações radicais como àquelas capazes de produzir um grande impacto econômico ou mercadológico, em detrimento das inovações de ordem incremental e os aprimoramentos técnicos de ordem contínua.

De acordo com o Manual de Oslo (2005) as inovações podem ser divididas em quatro tipos: inovações de produto, de processo, organizacionais e de *marketing*. Inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que diz respeito a suas características ou usos previstos. A inovação de processo é a implementação de um método de produção ou de distribuição novo ou significativamente melhorado. Compreende mudança significativa em técnicas, equipamentos e/ou *softwares*. A inovação de *marketing* é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços. Por fim, a inovação organizacional é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.

Para Damanpour (1991) existe ainda a inovação administrativa e a tecnológica que estão associadas a uma distinção mais geral entre a estrutura social e a tecnológica, que

implica nos processos de decisão potencialmente diferentes. A inovação tecnológica é relativa aos produtos, serviços e à tecnologia dos processos de produção tecnológica. Já a inovação administrativa envolve a estrutura organizacional e os processos administrativos, diz respeito mais diretamente a gestão de inovações.

O autor ainda propõe que o ambiente é tido como um reagente no processo de inovação nas organizações, pois afirma que a organização utiliza as inovações para replicar às mudanças nos seus ambientes internos e externos, que são dotados de dinamicidade própria da sociedade atual. Nesse sentido, os seguintes determinantes organizacionais da inovação foram identificados: a) determinantes positivos: especialização, diferenciação funcional, profissionalismo, atitude gerencial frente às mudanças, maturidade gerencial, recursos técnicos e intensivos em conhecimento, intensidade administrativa, recursos ociosos, comunicação interna e externa; e b) determinantes negativos: formalização, centralização, diferenciação vertical.

Neste sentido, Kemp, Smith e Becher (2000), salientam que a inovação se traduz em um fenômeno multifacetado, que tem como característica principal uma complexidade de interrelações entre pessoas e instituições. Onde a inovação envolve de um lado, novas ideias e resoluções de problemas, podendo ser vista em termos de criatividade e esforço intelectual, e de outro, recursos financeiros e materiais, frequentemente em larga proporção e em condições incertas, com elevado risco.

Tidd, Bessant e Pavitt (2001) enfocam esse caráter da inovação ao enfatizar que a inovação deve ser resultado de esforços coletivos e contínuos de todas as áreas da empresa, não ficando somente sob a responsabilidade do departamento de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

Os sinais externos de mudança originados do mercado ou da evolução tecnológica são fundamentais para que o processo de inovação se desenvolva em uma empresa. Esses sinais podem ser decorrentes de novas oportunidades tecnológicas, alterações nas exigências referentes à legislação ou pressão de concorrentes, conforme Tálamo (2001). Para o autor os estímulos podem ser divididos em estímulos tecnológicos e estímulos de mercado, conforme definição a seguir: a) estímulo tecnológico: é a situação em que a própria evolução tecnológica cria pressões ou oportunidades para a inovação. As oportunidades decorrentes do estímulo tecnológico podem ou não ser programadas; b) estímulo de mercado: as oportunidades de inovação surgem por pressão da concorrência, da legislação ou dos próprios consumidores. É no mercado ou no ambiente da empresa que se encontram os aspectos fundamentais da estratégia competitiva que agem diretamente sobre o processo de inovação.

Devido à importância da inovação e à capacidade das empresas inovarem estarem diretamente atreladas à obtenção de vantagem competitiva, vários órgãos nacionais e internacionais têm se empenhado em criar e definir indicadores comuns para avaliar esse processo. As pesquisas sobre inovação, de acordo com o Manual de Oslo (2005), podem coletar dados qualitativos e quantitativos referentes às atividades de inovação, sendo divididas em três tipos: a) pesquisa e desenvolvimento experimental: P&D interno e aquisição de P&D externo; b) atividades para inovação de produtos e processos: aquisição de outros conhecimentos externos, aquisição de máquinas, equipamentos e outros bens de capital, outras preparações para inovações de produtos e de processos, preparação de mercado para inovações de produto e treinamento; e c) atividades para inovação de *marketing* organizacional: preparações para inovação de *marketing* e preparações para inovação organizacional.

O monitoramento do progresso europeu na área de inovação é efetivado pelos estudos apresentados pela *Community Innovation Survey* (CIS) (EUROSTAT, 2004). Essas pesquisas permitem o entendimento do processo de inovação, bem como a análise dos seus efeitos na economia, em aspectos relacionados à competitividade, emprego, crescimento

econômico. A pesquisa detectou três diferentes categorias para os efeitos da inovação, a saber: a) efeitos orientados ao produto: melhoria na qualidade, aumento na quantidade de produtos e serviços, aumento na participação de mercado; b) efeitos relacionados ao processo: melhoria na flexibilidade de produção, redução nos custos de trabalho, redução no consumo de materiais, aumento na capacidade de produção; e c) outros efeitos: definição de padrões e regulações, melhoria nos aspectos ambientais, de saúde e segurança. Os principais efeitos da atividade de inovação encontram-se relacionados ao produto, de acordo com os resultados apresentados na pesquisa CIS 3.

Dentre os estudos nacionais, é possível destacar o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras (ANPEI). O IBGE com o intuito de melhor compreender os efeitos da inovação na competitividade das empresas realiza a Pesquisa de Inovação Tecnológica (PINTEC), que levanta informações sobre distintos aspectos do processo de inovação tecnológica nas empresas brasileiras, permitindo a elaboração de indicadores nacionais e regionais, com comparabilidade internacional, além de visar coletar informações referentes ao esforço empreendido para inovar; resultados do processo inovativo; identificação do impacto das inovações no desempenho das empresas; fontes de informação e relações de cooperação estabelecidas com outras organizações; apoio do governo para as atividades inovadoras; e identificação dos problemas e obstáculos para a implementação da inovação (IBGE, 2005),

A ANPEI apresenta indicadores utilizados para mensurar a inovação das empresas, através das seguintes variáveis: indicadores do perfil das empresas, indicadores de intensidade do esforço inovador e resultados do esforço de inovação tecnológica (ANPEI, 2001).

Nesse sentido, a utilização de indicadores sobre inovação proporciona que as empresas brasileiras possam comparar seus resultados nacional e internacionalmente. Pois para Canongia (2002), a definição de competitividade abrange não somente a excelência de desempenho, desenvolvimento ou eficiência técnica das empresas ou produtos; mas envolve também, a capacidade de desenvolver processos sistemáticos de busca por novas oportunidades, e superação de obstáculos técnicos e organizacionais via produção e aplicação de conhecimento. Ou seja, a gestão da inovação visa agrupar os mecanismos e instrumentos, bem como as metodologias e configurações de organização, contribuindo para a capacidade inovativa das organizações.

A importância crescente dessa temática no meio empresarial, sua amplitude e complexidade ficam em evidência, trazendo à tona a importância da gestão da inovação, que tem se tornado cada vez mais estratégica para o desenvolvimento sustentável e competitividade das organizações no cenário mundial.

Na próxima seção será abordado o método que utilizado no desenvolvimento do estudo.

3. Método do estudo

3.1 Tipo de estudo

O presente estudo caracteriza-se como descritivo, já que visa identificar, descrever e analisar a produção científica sobre inovação no Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD – Simpósio. Para Trivinos (1987), este tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade.

A fim de atingir o objetivo proposto realizou-se um estudo bibliométrico. Segundo Silva (2004), a bibliometria possui como objetivo analisar a atividade científica ou técnica através do estudo quantitativo das publicações. Complementando esta idéia, Rostaing (1997) coloca que o estudo bibliométrico consiste na aplicação dos métodos estatísticos ou

matemáticos sobre o conjunto de referências bibliográficas. Para Macedo, Casa Nova e Almeida (2007), a bibliometria ajuda a conhecer o estágio em que uma pesquisa em determinada área se encontra.

3.2 Definição da amostra

A Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD foi criada em 1976, com o objetivo de promoção do ensino, da pesquisa e da produção de conhecimento dentro do campo das ciências administrativas, contábeis e afins no Brasil. A ANPAD consiste hoje, no principal órgão de interação entre programas de pós-graduação, grupos de pesquisa e comunidade internacional, acolhendo distintas posições teóricas dentro do campo científico das ciências administrativas, contábeis e afins, figurando como importante espaço de diálogo e debates acadêmicos e de vivência social.

A fim de estimular as mais diversas discussões acerca dos temas pertinentes ao campo das ciências administrativas, contábeis e afins, a ANPAD delimitou Divisões Acadêmicas que reúnem vários Temas de Interesse científico. Estes temas correspondem amplamente às distintas esferas de que é constituída a administração tanto pública, como privada e de organizações do terceiro setor, sendo eles: Administração da Informação, Administração Pública, Contabilidade, Estudos Organizacionais, Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, Estratégia em Organizações, Finanças, Gestão da Ciência Tecnologia e Inovação, Gestão de Operações e Logística, Gestão de Pessoas e Relação de Trabalho, Marketing (ANPAD, 2009).

Assim, a ANPAD realiza anualmente diversos eventos acadêmicos, no intuito de propiciar a professores, pesquisadores e estudantes a possibilidade de intercâmbio. Diretamente relacionado a temática inovação, destaca-se o *Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD – Simpósio*, que tem como objetivo o estabelecimento de redes de interação para lidar com o volume de informações e gerar as soluções de valor necessárias em mercados cada vez mais exigentes e dispersos. Acontece a cada biênio e está em sua 26ª edição (ANPAD, 2010).

Dessa maneira, delimitou-se como unidade de análise o *Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD* do ano de 2008. O Simpósio do ano de 2008 teve como temas de interesse: - Inovação e Cultura; - Inovação e Empreendedorismo; - Inovação e Sustentabilidade; - Competitividade Empresarial e Capacitação Tecnológica; - Redes de Inovação; - Incubadoras, Pólos e Parques; - Políticas Públicas e Desenvolvimento Científico e Tecnológico; - Estratégia e Gestão da Inovação; - Gestão do Conhecimento e; - Casos de Sucesso (ANPAD, 2008).

Para tanto, a partir do site da associação, utilizando como palavra-chave *inovação* buscou-se os artigos relacionados a esta palavra, resultando em uma pesquisa de trezentos e treze (313) artigos. Para fins de análise delimitou-se somente aqueles apresentados no Simpósio do ano de 2008, o que resultou inicialmente resultou em setenta e cinco (75) artigos, sendo que dois (2) não estavam disponíveis para consulta, resultando em um total de setenta e três (73) artigos para análise, relacionados a este termo e a este evento.

3.3 Modelo conceitual

Ao analisarem artigos publicados sobre o tema comportamento do consumidor, nos principais veículos de divulgação da produção acadêmica em *marketing* no Brasil de 1997 a 2006, Pinto e Lara (2008) utilizaram um modelo conceitual desenvolvido com base em estudos anteriores de Hoppen, Moreau e Lapointe (1997), Perin *et. al.* (2000) e Gonçalves e Meirelles (2004). Dessa forma, a partir da adaptação do modelo conceitual proposto por Pinto

e Lara (2008), foram obtidas as variáveis para proceder a análise bibliométrica, conforme dispostas na Figura 1.

Características gerais das publicações	Aspectos metodológicos das publicações
✓ Área Temática	✓ Tipo de artigo
✓ Principais Autores	✓ Abordagem da pesquisa
✓ N° de autores por artigo	✓ Natureza da pesquisa
✓ Instituição	✓ Esfera organizacional

Figura 1 – Modelo Conceitual para análise bibliométrica
Fonte: Adaptado a partir de Pinto e Lara (2008)

4. Apresentação e discussão dos resultados

Os resultados da pesquisa encontram-se especificados a seguir, apresentando-se as principais características da produção científica relacionada a palavra-chave *inovação* e ao Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica do ano de 2008. Inicialmente serão apresentadas as características gerais das publicações: área temática, principais autores, n° de autores por artigo, instituição; e por fim os aspectos metodológicos das mesmas: tipo de artigo, abordagem da pesquisa, natureza da pesquisa e esfera organizacional.

4.1 Características gerais das publicações

4.1.1 Artigos por área temática

A inovação constitui-se em um tema bastante emergente, sendo explorada em diversos segmentos e temáticas. Dessa forma, constatou-se que no Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica do ano de 2008 os artigos que contém a palavra-chave *inovação* estão relacionados a trinta e cinco (35) áreas temáticas, sendo que a maioria pertence a área temática “Casos de Inovação” que apresentou oito (8) artigos, seguida da temática “Ensaio” com seis (6) publicações. Os temas Indicadores de Inovação – Métricas e Aplicações; Práticas de Inovação e Práticas de Trabalho; e Sistemas Setoriais de Inovação possuíram quatro trabalhos cada um.

Na Tabela 1 estão relacionadas as quantidades de artigos de acordo com a área temática.

Tabela 1 – Frequência de artigos publicados por área temática

Área Temática	Quantidade de artigos
1. Casos de Inovação	8
2. Ensaios	6
3. Indicadores de Inovação – Métricas e Aplicações	4
4. Práticas de Inovação e Práticas de Trabalho	4
5. Sistemas Setoriais de Inovação	4
6. Arranjos Produtivos Locais	3
7. Cooperação e Inovação	3
8. Da Pesquisa ao Mercado	3
9. Micro, Pequenas e Médias Empresas	3
10. Gestão da Inovação e Serviços Hospitalares	2
11. Gestão de Tecnologia e Impactos Setoriais	2
12. Inovação, Cultura e Empreendedorismo	2
13. Interação Universidade-Empresa	2
14. O Pesquisador Empreendedor	2
15. Questões Teórica e Empreendedorismo	2
16. Sustentabilidade e Cadeia	2
17. Técnicas e Ferramentas de Gestão da Inovação – Design e Produtos	2
18. Tecnologia da Informação e Comunicação	2
19. Empreendedorismo e Serviços	1
20. Gestão do Conhecimento no Setor Público	1
21. Gestão do Conhecimento: Práticas e Ferramentas	1
22. Incubadoras de Empresas	1
23. Indicadores de Inovação – Estudos a partir da PINTEC	1
24. Indústria Farmacêutica	1
25. Inovação e Agronegócio – Redes e Cadeias	1
26. Inovação e Agronegócio – Questões Regionais	1
27. Inovação e Agronegócio - Casos	1
28. Inovação e Cultura Organizacional – Influências	1
29. Inovação e Multinacionais	1
30. Inovação e Operações	1
31. Inovação e Serviços Públicos	1
32. Inovação, Mercado e Consumidores	1
33. Parques e Condomínios Tecnológicos	1
34. Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável	1
35. Técnicas e Ferramentas de Gestão da Inovação – Análise Prospectiva	1
Total	73

Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 2 apresenta as principais áreas temáticas relacionadas aos artigos analisados, demonstrando a amplitude dos estudos sobre inovação.

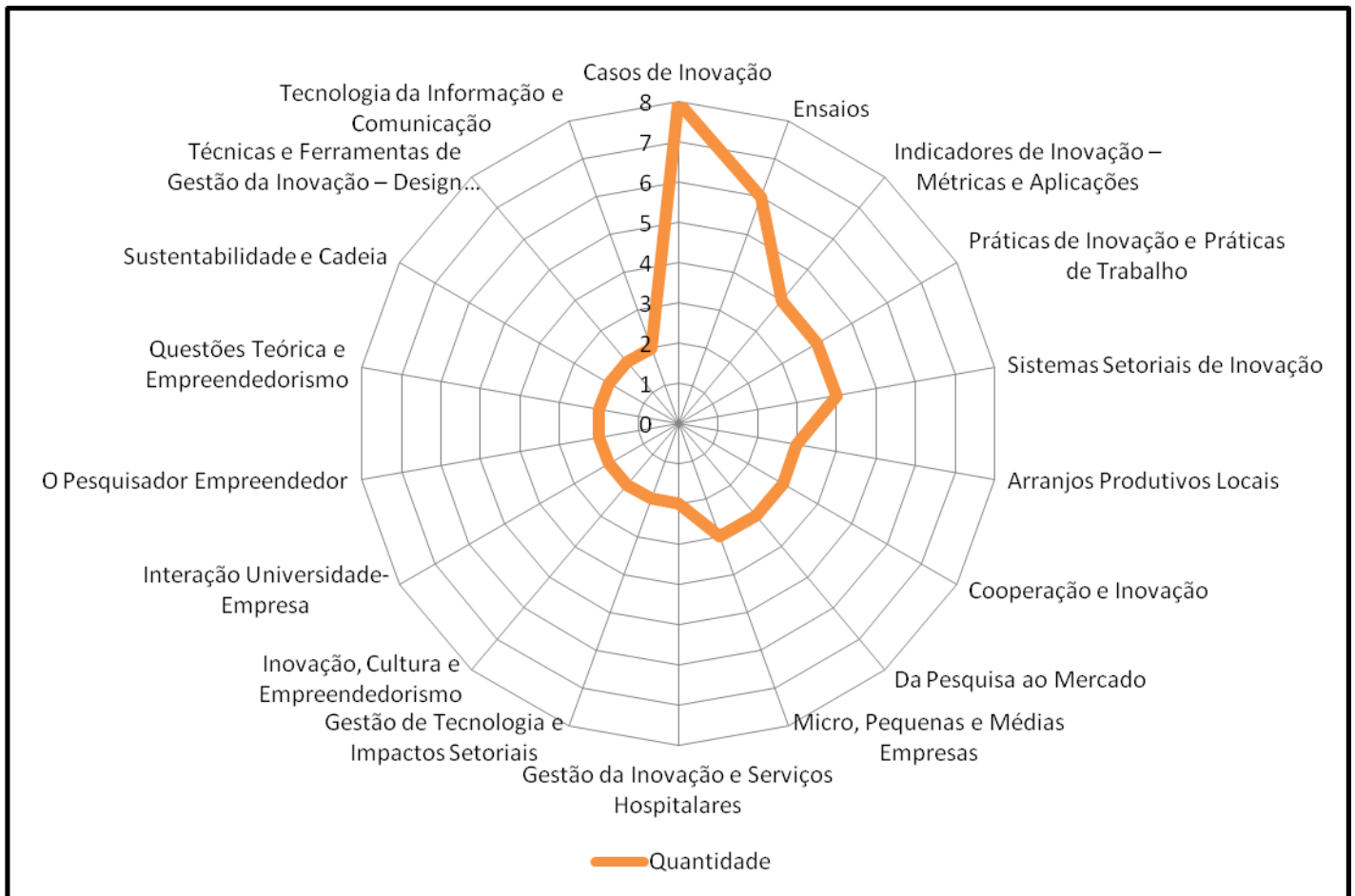


Figura 2 – Artigos relacionados as principais áreas temáticas do evento
Fonte: Dados da pesquisa

4.1.2 Principais autores

Dentre os artigos analisados neste estudo, constatou-se que existe uma multiplicidade e diversidade quanto a autoria dos trabalhos, sendo que alguns autores destacam-se com três (3) artigos publicados.

Para os setenta e três (73) artigos analisados, encontrou-se um total de cento e noventa e quatro (194) autores, destacando-se que a quantidade de autores por artigo publicado também varia bastante.

A quantidade de artigos publicados por autor, demonstrando os principais autores relacionados ao tema, encontra-se na Tabela 2.

Tabela 2 – Quantidade de artigos publicados por autor

AUTOR	ARTIGOS PUBLICADOS POR AUTOR
Autor A	3
Autor B	3
Autor C	3
Autor D	3
Autor E	2
Autor F	2
Autor G	2
Autor H	2
Autor I	2
Autor J	2
Autor L	2
Autor M	2
Outros ¹	166
TOTAL	194

Fonte: Dados da pesquisa.

¹Categoria “Outros”: autores que tiveram número inferior a dois artigos publicados

4.1.3 Número de autores por artigo

Constatou-se que os artigos analisados possuem no máximo seis (6) autores, sendo que a maioria dos artigos possui entre um (1) a três (3) autores. Destaca-se que vinte e três (23) artigos possuem dois autores, dezoito (18) trabalhos possuem três (3) autores e quinze (15) publicações possuem um (1) autor. A Tabela 3 apresenta o número de autores por artigo.

Tabela 3 – Quantidade de autores por artigo

QUANTIDADE DE AUTORES	ARTIGOS
2	23
3	18
1	15
4	8
5	7
6	2
TOTAL	73

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.4 Artigos por instituição

Com base nas informações declaradas pelos autores sobre as instituições as quais estão vinculados, foi possível identificar aquelas que mais se destacaram no Simpósio 2008 de acordo com a pesquisa realizada.

Os resultados obtidos demonstram que as principais instituições com relação ao número de publicações foram Universidade de Brasília e Universidade Federal do Rio Grande do Sul ambas com oito (8) publicações cada; seguidas da Universidade Federal do Paraná com seis (6) artigos publicados e da Universidade de São Paulo e Universidade do Vale do Rio dos Sinos com cinco (5) artigos cada uma. A Tabela 4 apresenta as principais instituições tendo como base os setenta e três (73) artigos analisados.

Tabela 4 – Instituições de acordo com o número de artigos

INSTITUIÇÃO	Nº PUBLICAÇÕES VINCULADAS
Universidade de Brasília	8
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	8
Universidade Federal do Paraná	6
Universidade de São Paulo	5
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	5
Universidade Estácio de Sá	4
Universidade Federal de Lavras	4
Faculdade Campo Limpo Paulista	2
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado	2
Fundação Getúlio Vargas	2
Pontifícia Universidade Católica do Paraná	2
Universidade Estadual do Ceará	2
Universidade Federal de Minas Gerais	2
Universidade Federal de Santa Catarina	2
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	2
Universidade Nove de Julho	2
Universidade Presbiteriana Mackenzie	2
Universidade Regional de Blumenau	2
Outros ¹	23

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ Categoria “Outros”: instituições que tiveram um número inferior a dois artigos publicados

4.2 Aspectos metodológicos das publicações

4.2.1 Tipo de artigo

Considerando a palavra-chave inovação, no Simpósio 2008 constatou-se que a maior parte dos artigos (80,82%) é de cunho empírico, o que demonstra que a maioria dos estudos envolvendo esta temática utiliza dados a fim de comprovar suas pesquisas. A Tabela 5 apresenta a distribuição das publicações quanto ao tipo.

Tabela 5 – Classificação dos artigos quanto ao tipo

TIPO DE ARTIGO	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
EMPIRICO	59	80,82
TEORICO	14	19,18
TOTAL	73	100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.2 Abordagem da pesquisa

Conforme pode ser visualizado na Tabela 6, verificou-se a predominância de pesquisas de natureza qualitativa (78,08%), relacionada a palavra-chave inovação no Simpósio 2008. Esta característica demonstra que as pesquisas referentes a inovação buscam o estudo de um fenômeno sobre o qual ainda não se tem idéias bem definidas.

Tabela 6 – Classificação dos artigos quanto a abordagem de pesquisa

ABORDAGEM DA PESQUISA	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
QUALITATIVA	57	78,08
QUANTITATIVA	12	16,44
QUALITATIVA e QUANTITATIVA	4	5,48
TOTAL	73	100

Fonte: Dados da pesquisa

4.2.3 Natureza da pesquisa

Conforme pode ser visualizado na Tabela 7, os artigos analisados destacam-se por serem de natureza exploratória (56,16%). As pesquisas caracterizam-se em sua maioria como exploratórias, devido a necessidade de explorar um tema ainda emergente na área da Administração, tendo em vista a sua amplitude e complexidade, bem como a sua importância cada vez maior para obtenção de vantagem competitiva para as empresas.

Tabela 7 – Classificação dos artigos quanto a natureza da pesquisa

NATUREZA DA PESQUISA	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
EXPLORATÓRIAS	41	56,16
DESCRITIVAS	16	21,92
EXPLORATÓRIAS E DESCRITIVAS	15	20,55
CAUSAIS	1	1,37
TOTAL	73	100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.4 Esfera organizacional

Na Tabela 8, percebe-se que 46,58% dos artigos da amostra relacionam-se ao setor privado, 5,48% ao setor público e 13,70% abordam tanto a esfera pública quanto a privada. Em 34,25%, não foi possível identificar a esfera organizacional, tendo em vista que em alguns casos o trabalho não permitia essa identificação e em outros o foco do artigo não estava relacionado ao contexto organizacional.

Tabela 8 – Classificação dos artigos de acordo com a esfera organizacional relacionada

ESFERA ORGANIZACIONAL	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
PRIVADA	34	46,58
NÃO IDENTIFICÁVEL/ NÃO SE APLICA	25	34,25
PUBLICA/ PRIVADA	10	13,70
PUBLICA	4	5,48
TOTAL	73	100

Fonte: Dados da pesquisa.

5. Considerações finais

A inovação constitui-se em um tema bastante emergente, sendo explorada em diversos segmentos e temáticas. Com base na análise dos artigos publicados no Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica do ano de 2008 relacionados a palavra-chave *inovação*, foi possível identificar que os mesmos estão relacionados a uma multiplicidade de áreas temáticas, uma vez que estes estão relacionados a trinta e cinco (35) áreas temáticas, sendo que a maioria pertence a área temática “Casos de Inovação” que apresentou oito (8) artigos, seguida da temática “Ensaio” com seis (6) publicações. Os temas Indicadores de Inovação –

Métricas e Aplicações; Práticas de Inovação e Práticas de Trabalho; e Sistemas Setoriais de Inovação possuíram quatro trabalhos cada um.

Os trabalhos possuem no máximo seis (6) autores, sendo que a maior parte apresenta entre um (1) a três (3) autores. As instituições que se destacaram com o maior número de publicações foram Universidade de Brasília e Universidade Federal do Rio Grande do Sul, seguidas da Universidade Federal do Paraná, Universidade de São Paulo e Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Ressalta-se nos artigos analisados a predominância de trabalhos de base empírica, com abordagem qualitativa e natureza exploratória, estando relacionados principalmente ao setor privado no que se refere a esfera organizacional abordada no estudo.

No decorrer do trabalho, foi possível verificar a utilidade de mecanismos de busca para a realização de pesquisas acadêmicas, como o disponibilizado no site da ANPAD, que serve de ferramenta para que a comunidade acadêmica tenha acesso às publicações bem como busque informações a respeito da evolução dos temas que estão sendo alvo de interesse da comunidade científica.

Estudos de natureza bibliométrica buscam ampliar a compreensão de um tema complexo e abrangente como a inovação. Além disso, serve também para demonstrar características relacionados a produção científica, bem como autores e instituições que se destacam.

Os resultados desta pesquisa são relevantes para a construção do conhecimento científico sobre inovação, porém deve-se considerar como limitação do estudo o fato do mesmo ter sido realizado utilizando-se apenas uma única fonte de informação e estar relacionada a um único evento, analisando apenas uma amostra das publicações do mesmo. Por esta razão, sugere-se que estudos futuros desta natureza, possuam uma amplitude maior abrangendo e analisem toda a produção científica do evento, como também aborde outros eventos acadêmicos nacionais e internacionais e também periódicos científicos.

6. Referências bibliográficas

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS INOVADORAS – ANPEI. *Indicadores de P&D*. Edição 2001. Disponível em: <<http://www.anpei.org.br/>>. Acesso em 29 de nov. de 2009.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ANPAD. *Sobre a ANPAD*. 2009. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/sobre_apresentacao.php>. Acesso em 01 de junho de 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ANPAD. *Eventos*. 2010. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/eventos.php>>. Acesso em 01 de jun. de 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ANPAD. *Temas de interesse - Simpósio 2008*. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/evento.php?acao=subsecao&cod_edicao_subsecao=342&cod_evento_edicao=40>. Acesso em 30 de jun. de 2010.

CANONGIA, C. *Gestão do conhecimento e a competitividade - reflexão*. Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE). Brasília: CGEE, 2002.

CHRISTENSEN, C. *O dilema da inovação*. São Paulo: Makron Books, 2001.

DAMANPOUR, F. Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, v. 34, n. 3, p. 555–590, 1991.

EUROPEAN COMMISSION STATISTICS – EUROSTAT. *Third Community Innovation Survey*. CIS 3, 2004. Disponível em: <<http://www.epp.eurostat.ec.eu.int>>. Acesso em: 25 de abr. 2010.

GIL, A.C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, C. A.; MEIRELLES, A. M. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2004.

HIGGINS, J. M. *Innovate or evaporate – Test & improve your organizations*. I. Q. Its Innovation Quotient. New York: New Management Publishing Company, 1995.

HOPPEN, N.; MOREAU, E.; LAPOINTE, L. Avaliação de artigos de pesquisa em sistemas de informação: proposta de um guia. In: ENANPAD, 24, 1997, Angra dos Reis. *Anais*. Angra dos Reis: ANPAD, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (PINTEC)*. 2005. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 25 de abr. de 2010.

KEMP, R; SMITH, K; BECHER, G. How should we study the relationship between environmental regulation and innovation? In: European Commission JRC-IPTS and Enterprise DG. *The impact of EU regulation on innovation of European Industry*. Disponível em: <<http://ftp.jrc.es/EURdoc/eur19827en.pdf>>. Acesso em 04 de jul. de 2010.

LEVITT, T. *A imaginação de marketing*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MACEDO, M. A. S.; CASA NOVA, S. P.; ALMEIDA, K. Mapeamento e análise bibliométrica da utilização da análise envoltória de dados (DEA) em estudos das áreas de contabilidade e administração. In: ENANPAD, 23, 1999, Foz do Iguaçu. *Anais*. Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999.

MANUAL DE OSLO. *Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3 ed. 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/dcom/brasil_inovador/capa.html>. Acesso em 26 de mar. de 2010.

MOTTA, P. R. *Transformação organizacional: a teoria e a prática de inovar*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MÜLLER NETO, H. F. *Inovação orientada para o mercado: um estudo das relações entre orientação para mercado, inovação e performance*. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

PERIN, M. G. *et al.* A perspectiva survey em artigos de marketing nos ENANPADs da década de 90. In: ENANPAD, 24, 1999, Florianópolis. *Anais*. Florianópolis: ANPAD, 2000.

PINTO, M. de R; LARA, J. D. O que se publica sobre comportamento do Consumidor no Brasil, afinal? *Revista de Administração da UFSM*, Santa Maria, v. 01, n. 03, set./dez., 2008.

ROBERTS, E.B. What we've learned managing invention and innovation. *Research technology Management*, v. 31, n. 1, p. 11-29, January/February, 1988.

ROSTAINING, H. *La bibliométrie et ses techniques*. Toulouse: Sciences de la Société; Marseille: Centre de Recherche Rétrospective de Marseille, 1997.

SCHUMPETER, J.A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

_____. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Cultural, 1985.

SILVA, M. R. *Análise bibliométrica da produção científica docente do programa de pós-graduação em educação especial/UFSCar: 1998-2003*. Dissertação (Mestrado em Educação Especial) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

TÁLAMO, J. R. *O processo de inovação nas indústrias de pequeno e médio porte do Estado de São Paulo – Setores da eletro-eletrônica e telecomunicações*. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

TIDD, J., BESSANT, J., PAVITT, K. *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. West Sussex: John Wiley & Sons, 1997.

TRIVINOS, A. N. S. *Introdução a pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.