

Área temática:
Empreendedorismo e Inovação

Título do trabalho:

**EMERGÊNCIA TEMÁTICA DA INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO
CIENTÍFICA BRASILEIRA NO PERÍODO DE 1997 A 2009**

AUTORAS

JORDANA MARQUES KNEIPP
UNIVERSIDADE FEDERAL DA SANTA MARIA
jordana_mk@hotmail.com

CLANDIA MAFFINI GOMES
Universidade Federal de Santa Maria
clandia@sma.ufsm.br

LUCIANA APARECIDA BARBIERI DA ROSA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA SANTA MARIA
LUCIANAAPARECIDABARBIERI@YAHOO.COM.BR

ELIETE POZZOBON PALMA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA SANTA MARIA
elietepalma-rs@ibest.com.br

RESUMO

A temática da inovação tem sido abordada amplamente nas diversas áreas do conhecimento, porém ainda não há unanimidade quanto ao seu entendimento no meio acadêmico. O estudo buscou o aprofundamento da análise deste tema frente à produção científico/acadêmica na área da Administração. O estudo de natureza bibliométrica analisou a inserção e a utilização do termo inovação nos eventos da Associação de Programas de Pós Graduação em Administração (ANPAD), no período de 1997 a 2009. Para tanto, a partir do site da associação, utilizando como palavra-chave *inovação* buscou-se nos anais de todos os eventos da ANPAD os artigos relacionados, resultando em 306 trabalhos, que foram analisados a partir da 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 a predominância de trabalhos de base empírica, com abordagem qualitativa e natureza exploratória. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul se destaca com o maior número de artigos publicados nesta temática. Fica evidenciada que a gestão da inovação torna-se cada vez mais estratégica para o desenvolvimento sustentável e a competitividade das organizações.

Palavras-chave: Inovação. Produção científica. Estudo bibliométrico.

ABSTRACT

The theme of innovation has been widely discussed in various areas of knowledge, but there is still no unanimity as to its understanding in the academic field. The study sought to deepen the analysis of such issue regarding the scientific/academic production in the field of Administration. A bibliometric study examined the insertion and use of the term innovation in the events of the Association of Graduate Programs in Business Administration (ANPAD) from 1997 to 2009. The search was carried out in the website of the association, searching for related items in the annals of ANPAD, using innovation as a keyword. Three hundred and six items were found, which were analyzed through the adaptation of Pinto and Lara's conceptual model (2008). Such model approaches basic elements of research, focusing on strategies and research methodologies. Among the key findings, the study highlights the predominance of empirical researches with a qualitative approach and exploratory nature. Federal University of Rio Grande do Sul is pointed out, since it has the greatest number of articles published regarding this issue. It is evident that innovation management becomes increasingly strategic concerning sustainable development and competitiveness of organizations.

Keywords: Innovation. Scientific Production. Bibliometric Study

EMERGÊNCIA TEMÁTICA DA INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA NO PERÍODO DE 1997 A 2009

1. Introdução

As organizações cada vez mais são estimuladas a incorporarem práticas inovadoras nas suas estratégias de negócio, tendo em vista que a inovação representa um fator essencial para obtenção de 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.

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 está 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).

Para Drucker (2002), a inovação consiste em uma função específica de empreender, sendo o centro propulsor desta atividade e também o processo através do qual se explora a mudança como uma oportunidade para um negócio ou um serviço diferente.

A temática da inovação tem sido abordada amplamente nas diversas áreas do conhecimento, porém ainda não há unanimidade quanto ao seu entendimento no meio acadêmico. Dessa forma, estudo buscou o aprofundamento da análise do tema frente à produção do conhecimento científico/acadêmico na área da Administração.

Nesse contexto, o estudo tem como objetivo analisar a inserção e a utilização do termo inovação nos eventos da Associação de Programas de Pós Graduação em Administração (ANPAD), no período de 1997 a 2009. Para tanto, a partir do site da ANPAD, utilizando como palavra-chave *inovação*, foram buscados nos anais de todos os eventos os artigos para análise, a fim de identificar e quantificar a utilização deste termo, a fim de demonstrar características com relação ao uso e aplicabilidade desta temática no âmbito acadêmico, bem como identificar tendências com relação a mesma.

2. Inovação: conceitos e definições

Apesar dos estudos sobre inovação não serem recentes, existe ainda hoje uma dificuldade para defini-la, tendo em vista a amplitude desta temática, já que pode estar relacionada a produto, processo tecnológico, estrutura administrativa, programa com os membros da organização (KIMBERLY, 1981).

De acordo com Müller Neto (2005), a inovação foi introduzida como um conceito fundamental para a explicação do desenvolvimento econômico já no início do século XX por Schumpeter, e apesar de manter sua origem o conceito evoluiu ao longo das últimas décadas adquirindo um escopo bem mais amplo.

Segundo Schumpeter (1961), a inovação é definida como um processo caracterizado pela descontinuidade daquilo que está estabelecido. Podendo ser concebida através 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, ainda, da criação de uma nova forma de organização.

De acordo com Kemp, Smith e Becher (2000), a inovação consiste em um fenômeno multifacetado, caracterizado por uma complexidade de interações entre pessoas e

instituições. Enfatizam que 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, usualmente em larga proporção e em condições incertas, com elevado risco.

Corroborando, Higgins (1995), enfatiza que a inovação pode ser definida como o processo de criar algo novo com um valor significativo para um indivíduo, um grupo, uma organização, uma indústria ou uma sociedade. Neste sentido, Levitt (1990) explica que a inovação somente ocorre quando alguma coisa é inteiramente nova, nunca tendo sido feita antes, ou quando algo que foi feito em um lugar diferente sirva como inovação a outros pela primeira vez.

Para Moraes (2004), a inovação consiste em uma forma mais especializada de mudança, uma vez que todas as inovações envolvem mudanças, mas nem todas as mudanças, necessariamente, envolvem novas idéias ou conduzem a melhorias significativas.

Da mesma forma, na percepção de Rocha (2003) a inovação envolve o lançamento pioneiro de bens e serviços inéditos ou modificados no mercado e afirma que para viabilizar o acompanhamento das transformações em curso, será fundamental o desenvolvimento de novas competências, pois gerar e apropriar bens depende da capacidade de geração e aprendizagem de conhecimentos técnicos e científicos, para alcançar os anseios da sociedade e criar novas oportunidades.

Neste sentido, Tidd, Bessant e Pavitt (2001), salientam que a inovação deve ser resultado de esforços coletivos e contínuos de todas as áreas da organização, não podendo ser adotada parcialmente apenas por meio do departamento de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

Corroborando, Cassiman e Veugelers (2000) ressaltam que o sucesso da inovação depende do desenvolvimento e integração de novos conhecimentos ao seu processo. Para Kruglianskas (1996), as novas idéias podem ser originadas a partir de diferentes fontes, destacando-se entre elas, os fornecedores, os clientes, os concorrentes, as empresas de outros setores, os funcionários da empresa, os trabalhos produzidos em outras instituições, como universidades e/ou centros de pesquisa.

Para que o processo de inovação se desenvolva na empresa torna-se importante desenvolver os sinais externos de mudança proveniente do mercado ou da evolução tecnológica. De acordo com Tálamo (2001), esses sinais podem ser decorrentes de novas oportunidades tecnológicas, mudanças nas exigências da legislação ou pressão dos concorrentes. Conceitualmente os estímulos podem ser divididos em estímulos tecnológicos e estímulos de mercado, conforme definição a seguir:

- *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.

- *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.

De acordo com Schumpeter (1961), é através da inovação que as empresas renovam a sua base de ativos, oportunizando-se a sustentabilidade da sua competitividade econômica. As inovações são introduzidas pelos empresários e caracterizam-se pelo grande poder de impacto e de disseminação sobre a conjuntura econômica.

Tendo em vista que a capacidade das empresas inovarem está diretamente atrelada a obtenção de vantagem competitiva por parte destas, observa-se que várias instituições nacionais e internacionais têm se empenhado em criar e definir indicadores comuns para avaliar esse processo. Dentre estes estudos, destacam-se os dados apresentados pela

Community Innovation Survey (CIS), a partir do monitoramento do progresso europeu na área de inovação (EUROSTAT, 2004). As pesquisas efetuadas pela instituição permitem a compreensão do processo de inovação, assim 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:

- *Efeitos orientados ao produto*: melhoria na qualidade, aumento na quantidade de produtos e serviços, aumento na participação de mercado;
- *Efeitos relacionados ao processo*: melhoria na flexibilidade de produção, redução nos custos de trabalho, redução no consumo de materiais, aumento na capacidade de produção;
- *Outros efeitos*: definição de padrões e regulações, melhoria nos aspectos ambientais, de saúde e segurança.

Os resultados apresentados na pesquisa CIS 3 evidenciam que os principais efeitos da atividade de inovação encontram-se relacionados ao produto (EUROSTAT, 2004).

Também vêm sendo desenvolvidos estudos nacionais, com o intuito de melhor compreender os efeitos da inovação na competitividade das empresas. Neste sentido, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 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 (IBGE, 2005).

A construção de indicadores sobre o processo de inovação tecnológica, alinhados a padrões metodológicos internacionais, contribui para ampliar o entendimento deste processo nas empresas brasileiras, permitindo a comparação com dados de outros países. A pesquisa procura 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.

Dessa forma, fica evidenciada a importância crescente dessa temática no meio empresarial, bem como sua amplitude e complexidade, uma vez que a gestão da atividade de inovação tem se tornado cada vez mais estratégica para o desenvolvimento sustentável e competitividade das organizações no cenário mundial.

A seguir será apresentado o método utilizado para o desenvolvimento do presente estudo.

3. Método

3.1 Tipo de estudo

O estudo tem como objetivo analisar a inserção e a utilização do termo inovação nos eventos da Associação de Programas de Pós Graduação em Administração (ANPAD), no período de 1997 a 2009.

De acordo com Vergara (2006), a pesquisa pode ser classificada em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios. Dessa forma, no que se refere a este estudo, a pesquisa quanto aos fins caracteriza-se como exploratória e descritiva. Exploratória porque aprofunda a compreensão da temática inovação no Brasil. E também caracteriza-se como descritiva porque visa identificar, descrever e analisar a produção científica sobre o tema.

Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, por compreender um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado.

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.

Ao elencarem diversos estudos bibliométricos feitos no Brasil na área de Administração, Braga, Steffanello e Gomes (2008) identificaram revistas e anais como fontes principais de pesquisa. De acordo com estes autores, esses estudos em sua maioria envolvem análise de artigos publicados nos anais dos EnANPADs e revistas como Revista de Administração de Empresas (RAE), Revista de Administração Contemporânea (RAC), Revista de Administração de Empresas Eletrônica (RAE Eletrônica), Revista Brasileira de Economia (RBE), Revista Brasil de Mercado de Capitais (RBMEC).

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).

A ANPAD realiza anualmente diversos eventos acadêmicos, no intuito de propiciar a professores, pesquisadores e estudantes a possibilidade de intercâmbio. A seguir, de acordo com a ANPAD (2010), os eventos realizados pela instituição estão relacionados a seguir:

- *Encontro da ANPAD – EnANPAD*: Realiza-se anualmente, no mês de setembro e é hoje o maior evento da comunidade científica e acadêmica de administração no país. O evento acontece desde 1997 e está em sua 34ª edição.
- *Encontro de Marketing da ANPAD - EMA*: Evento da Divisão de Estudos em Marketing da ANPAD. Sua criação atesta a consolidação, o avanço e a fecundidade dos estudos em Marketing no Brasil. O evento acontece a cada dois anos, desde 2004, estando na sua quarta edição.
- *Encontro de Estudos Organizacionais - EnEO*: atende reivindicação dos profissionais da área de Estudos Organizacionais no Brasil. Abrange ensino, pesquisa, teoria e construção do conhecimento, fragmentação e identidade do campo de estudos organizacionais no país. O evento acontece a cada dois anos, desde 2000, estando na sua sexta edição.
- *Encontro de Estudos em Estratégia - 3Es*: Evento promovido pela ANPAD em conjunto com o CEPPAD/UFPR e com o PPAD/PUCPR. Objetiva auxiliar no

desenvolvimento da área de estudos em estratégia no Brasil, através do encontro entre pesquisadores, a fim de fomentar debates sobre temas relevantes e estabelecer potenciais agendas de pesquisa. Acontece a cada dois anos, desde 2003 e está em sua quarta edição.

- *Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD – Simpósio*: 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, está em sua 26ª edição e passou a ser vinculado a ANPAD a partir de 2006.

- *Encontro de Administração Pública e Governança da ANPAD - EnAPG*: Consiste em uma iniciativa das divisões acadêmicas de Políticas Públicas e Gestão Pública e Governança da ANPAD. Acontece desde 2004, a cada biênio e está na sua quarta edição.

- *Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho - EnGPR*: O Evento é uma iniciativa da Divisão Acadêmica de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho - GPR e tem por objetivo fomentar o desenvolvimento da área de estudos em Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho no Brasil, por meio de estudos teórico e/ou teórico-empíricos considerando os diferentes subsistemas e dimensões de análise. Acontece desde 2007, a cada dois anos e está na sua segunda edição.

- *Encontro de Administração da Informação – EnADI*: Surgiu a partir da necessidade de auxiliar no desenvolvimento da área de estudos em Administração de Sistemas de Informação sob seus mais diversos aspectos, buscando fomentar o seu desenvolvimento por meio de estudos teóricos e/ou teórico-empíricos considerando a sua diversidade e interdisciplinaridade com as demais áreas de gestão e tecnológicas. Acontece desde 2007, a cada dois anos e está na sua segunda edição.

- *Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – EnEPQ*: Surge como espaço de discussão de temas relevantes para o momento, no âmbito da área, a critério das instituições que o promovem. Acontece desde 2007, a cada dois anos e está na sua segunda edição.

Dessa maneira, tendo por base a representatividade e amplitude dos eventos da ANPAD na promoção e difusão do conhecimento acadêmico/científico na área da Administração, delimitou-se como unidade de análise os anais de todos os eventos da ANPAD, no período de 1997 a 2009. Para tanto, utilizando como palavra-chave *inovação*, foram buscados os artigos a serem analisados. Essa busca, inicialmente resultou em um total de trezentos e treze (313) artigos relacionados a este termo, porém sete (7) trabalhos não estavam disponíveis para consulta, o que implicou em um total de 306 artigos para análise.

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
---	---

✓ Ano da publicação	✓ Tipo de artigo
✓ Evento	✓ Abordagem da pesquisa
✓ Autores	✓ 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 no período de 1997 a 2009, relacionada a palavra-chave *inovação* nos eventos da ANPAD. Inicialmente serão apresentadas as características gerais das publicações: ano da publicação, evento, autores e 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 ano de publicação

A Figura 2 apresenta a quantidade de artigos publicados por ano relacionado ao tema *inovação*, nos eventos da ANPAD no período compreendido entre 1997 e 2009.

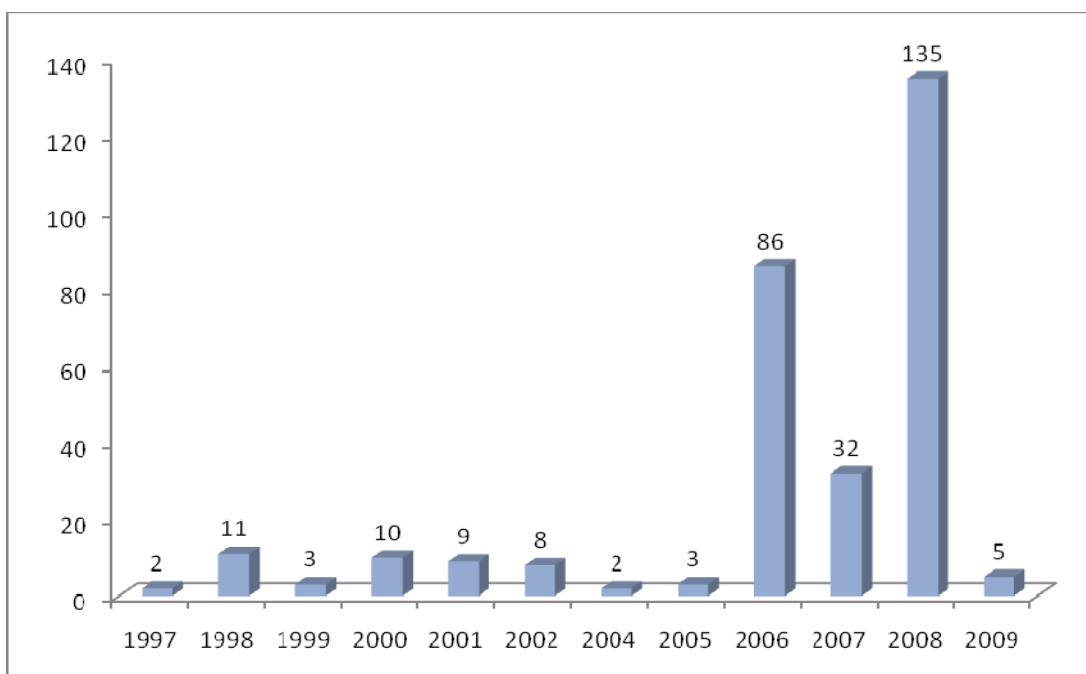


Figura 2 – Quantidade de artigos publicados sobre inovação por ano nos eventos da ANPAD
Fonte: Dados da pesquisa.

Ao longo do período compreendido entre 1997 e 2009, houve diversas variações com relação ao número de publicações envolvendo esta temática. Destaca-se que a partir de 2006 ocorreu um aumento significativo no número de publicações, o que pode ser explicado em

virtude de cada vez mais a inovação estar relacionada a obtenção de vantagem competitiva pelas organizações. Porém, também convém destacar que no ano de 2006 o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica passou a ser vinculado a ANPAD. Este evento ocorre a cada biênio, o que justifica o próximo pico de produção científica no ano de 2008. Ressalta-se que o ano de 2008 apresentou o número mais expressivo de publicações e também, o ano de 2003 não obteve nenhum artigo vinculado a esta temática.

4.1.2 Artigos por eventos

Ao longo do período de análise os artigos abordando a temática inovação nos eventos da ANPAD se encontram distribuídos nos mais variados eventos, conforme demonstrado na Tabela 1:

Tabela 1 – Frequência de artigos publicados por evento sobre o tema *inovação*

ANO/EVENTO	ARTIGOS
1997 ENANPAD	02
1998 ENANPAD	11
1999 ENANPAD	03
2000 ENANPAD	09
2000 ENEO	01
2001 ENANPAD	09
2002 ENANPAD	06
2002 ENEO	02
2004 ENANPAD	01
2004 ENEO	01
2005 3Es	02
2005 ENANPAD	01
2006 ENEO	02
2006 ENANPAD	21
2006 SIMPOSIO	63
2007 3Es	05
2007 EnGPR	01
2007 EnANPAD	23
2007 EnADI	03
2008 ENANPAD	53
2008 SIMPOSIO	75
2008 EMA	02
2008 ENEO	02
2008 EnAPG	03
2009 ENANPAD	04
2009 EnADI	01
	306

Fonte: Dados da pesquisa.

Constata-se que a temática inovação no período de 1997 a 2009 esteve relacionada principalmente a dois eventos: ENANPAD e Simpósio. A Figura 3 permite que essa conclusão seja melhor visualizada.

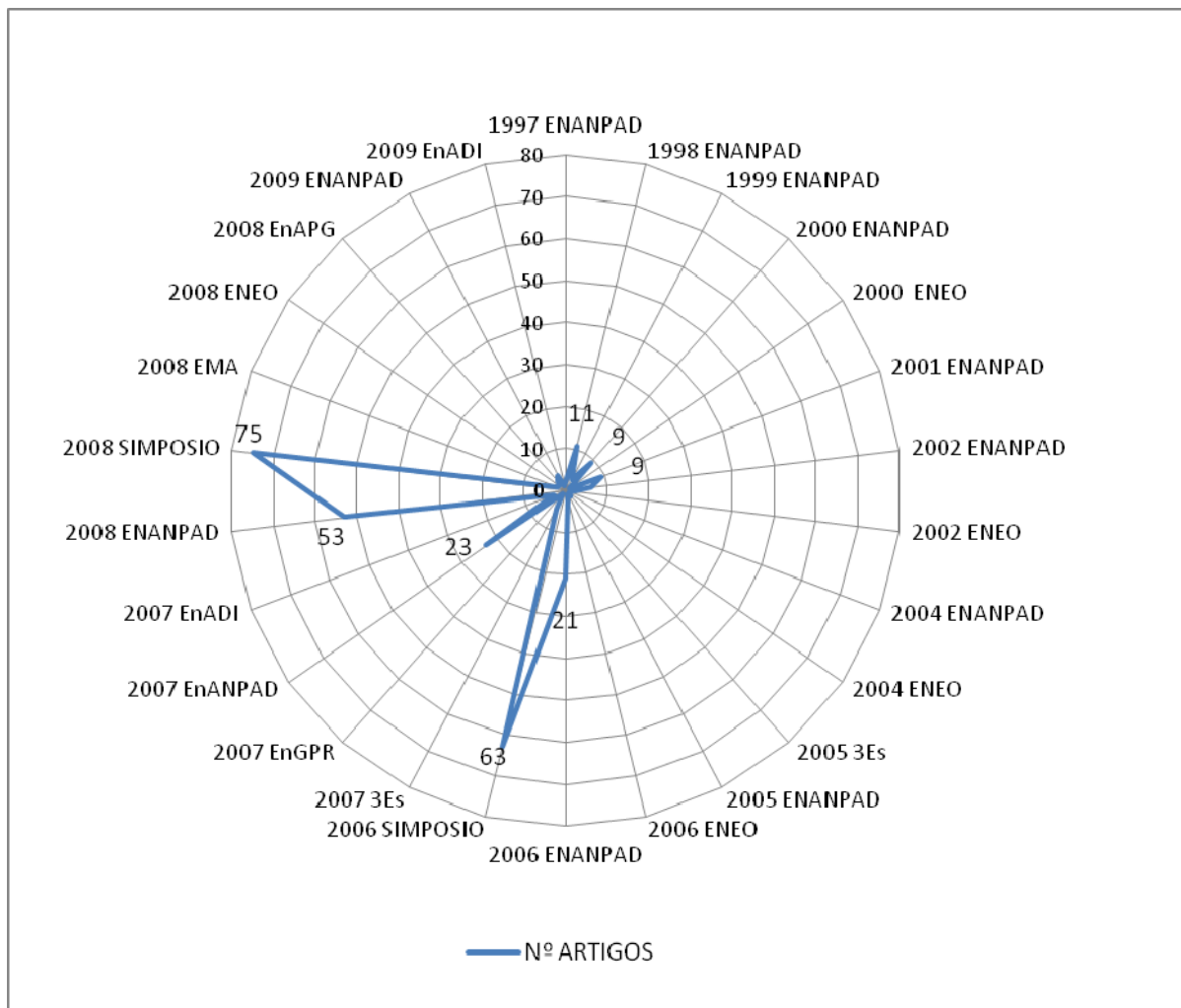


Figura 3 – Artigos relacionados a inovação por ano e por evento
Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 3 permite visualizar que as maiores quantidades de artigo relacionado a temática inovação estão concentradas justamente no evento que trata especificamente deste tema, o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD. Outro evento que merece destaque, consiste no EnANPAD que corresponde ao maior evento da comunidade científica e acadêmica de administração no país, e em todos os anos desde 1997 até 2009, com exceção do ano de 2003, teve pelo menos um artigo relacionado a inovação.

4.1.3 Principais autores

Dentre os artigos analisados neste estudo, constatou-se que existe uma multiplicidade e diversidade quanto a autoria dos trabalhos, já que poucos autores publicaram um número elevado de artigos sobre o tema em questão. Para os 306 artigos analisados, encontrou-se um total de 597 autores, destacando-se que a quantidade destes por artigo publicado também varia bastante. Os autores com maior número de publicações sobre inovação nos anais de eventos da ANPAD no período de 1997 a 2009 estão relacionados na Tabela 2.

Tabela 2 - Autores que mais publicaram sobre Inovação no período de 1997 a 2009

AUTOR	ARTIGOS PUBLICADOS POR AUTOR
Luiz Paulo Bignetti	8
Dany Flávio Tonelli	7
Gilberto Perez	7
André Luiz Zambalde	6
Paulo Antônio Zawislak	6
Cesar Gonçalves Neto	5
Edi Madalena Fracasso	5
Moisés Ari Zilber	5
Sergio Lex	5
Antonio Virgilio Bittencourt Bastos	4
Cristina Castro Lucas de Souza	4
Eduardo Raupp de Vargas	4
Janice Janissek de Souza	4
Lindolfo Galvão de Albuquerque	4
Nelci Moreira de Barros,	4
Sonia Regina Hierro Parolin	4
Outros ¹	515
TOTAL	597

Fonte: Dados da pesquisa.

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

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 tiveram trabalhos nos eventos da ANPAD relacionados ao tema inovação nos últimos treze anos. Os resultados obtidos demonstram que uma instituição que se destaca na pesquisa sobre inovação é a Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, que aparece em primeiro lugar com 39 publicações, seguida pela Universidade de São Paulo (USP) com 30, Universidade Federal da Bahia com 23, Fundação Getúlio Vargas (FGV) com 20, Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) com 17, Universidade de Brasília e Universidade Presbiteriana Mackenzie ambas com 16 cada uma. A Tabela 3 apresenta as principais instituições relacionadas ao tema inovação.

Tabela 3 – Instituições com maior número de trabalhos relacionados ao tema inovação nos eventos da ANPAD no período de 1997 a 2009

INSTITUIÇÃO	Nº PUBLICAÇÕES VINCULADAS
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS	39
Universidade de São Paulo - USP	30
Universidade Federal da Bahia	23
Fundação Getúlio Vargas - FGV	20
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	17
Universidade de Brasília	16
Universidade Presbiteriana Mackenzie	16
Universidade Federal do Paraná	11
Universidade Federal de Lavras	10
Universidade Federal do Rio de Janeiro	10
Universidade Estadual de Campinas	9
Pontifícia Universidade Católica do Paraná	8
Universidade Federal de Santa Catarina	7
Outros ¹	117

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ Categoria “Outros”: instituições que tiveram um número inferior a sete artigos publicados no período analisado

4.2 Aspectos metodológicos das publicações

4.2.1 Tipo de artigo

Considerando o tema inovação e o período de análise do estudo, constatou-se que a maior parte dos artigos (81,70%) é de cunho empírico, o que demonstra que a maioria dos estudos envolvendo esta temática procura utilizar dados a fim de comprovar suas pesquisas. A Tabela 4 apresenta a distribuição das publicações quanto ao tipo.

Tabela 4 – Classificação dos artigos quanto ao tipo

TIPO DE ARTIGO	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
EMPIRICO	250	81,70
TEORICO	56	18,30
TOTAL	306	100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.2 Abordagem da pesquisa

Conforme pode ser visualizado na Tabela 5, verificou-se a predominância de pesquisas de natureza qualitativa (69,61%), no que se refere a esta temática, considerando o período analisado. 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 5 – Classificação dos artigos quanto a abordagem de pesquisa

ABORDAGEM DA PESQUISA	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
QUALITATIVA	213	69,61
QUANTITATIVA	51	16,67
QUALITATIVA e QUANTITATIVA	42	13,72
TOTAL	306	100

Fonte: Dados da pesquisa

4.2.3 Natureza da pesquisa

Conforme pode ser visualizado na Tabela 6, os artigos analisados destacam-se por serem de natureza exploratória (72,22%). 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 6 – Classificação dos artigos quanto a natureza da pesquisa

NATUREZA DA PESQUISA	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
EXPLORATÓRIAS	221	72,22
DESCRITIVAS	59	19,28
EXPLORATÓRIAS E DESCRITIVAS	23	7,52
CAUSAIS	3	0,98
TOTAL	306	100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.4 Esfera organizacional

Na Tabela 7, percebe-se que 51,63% dos artigos da amostra relacionam-se ao setor privado, 10,46% ao setor público e 14,38% abordam tanto a esfera pública quanto a privada. Em 23,53%, 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 7 – Classificação dos artigos de acordo com a esfera organizacional relacionada

ESFERA ORGANIZACIONAL	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
PRIVADA	158	51,63%
NÃO IDENTIFICÁVEL/ NÃO SE APLICA	72	23,53%
PUBLICA/ PRIVADA	44	14,38%
PUBLICA	32	10,46%
TOTAL	306	100

Fonte: Dados da pesquisa.

5. Considerações finais

Com base na análise dos artigos publicados em eventos da ANPAD no período de 1997 a 2009 relacionados a palavra-chave *inovação*, foi possível identificar que a partir de 2006 ocorreu um aumento significativo no número de publicações, este fato pode ser explicado em virtude de cada vez mais a inovação estar relacionada a obtenção de vantagem competitiva pelas organizações. Porém, também convém destacar a realização do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica a partir do ano de 2006, evento este que ocorre a cada biênio, o que justifica o próximo pico de produção científica relativo ao tema, no ano de 2008. Ressalta-se que o ano de 2008 apresentou o número mais expressivo de publicações e também, o ano de 2003 não obteve nenhum artigo vinculado a esta temática.

Dessa forma, o estudo também permitiu identificar que as maiores quantidades de artigos relacionados a temática inovação estão concentradas justamente no evento que trata especificamente deste tema, o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD. Outro evento que merece destaque, consiste no EnANPAD que corresponde ao maior evento da comunidade científica e acadêmica de Administração no país, e em todos os anos desde 1997 até 2009, com exceção do ano de 2003, teve pelo menos um artigo relacionado a inovação.

Os trabalhos estão relacionados a uma ampla gama de autores, e foi possível identificar que a Universidade Federal do Rio Grande do Sul se destaca com o maior número de artigos publicados nesta temática, seguida da Universidade Federal de São Paulo.

Constatou-se que, os trabalhos são em sua maioria de base empírica, 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 dos sistemas informatizados para a realização de pesquisas acadêmicas, como o mecanismo disponibilizado no site da ANPAD, que serve de ferramenta para que alunos, pesquisadores e professores se informem a respeito da evolução dos temas que estão sendo alvo de interesse da comunidade científica na área de Administração.

Embora existam inúmeras formas de se estudar a temática da inovação, estudos de natureza bibliométrica buscam ampliar a compreensão de um tema complexo e abrangente como este. Além disso, serve também para demonstrar em quais instituições se encontram os

principais núcleos de pesquisa em inovação, a fim de que os pesquisadores possam estabelecer redes de contatos para troca de informações e realização de trabalhos conjuntos, multidisciplinares e interinstitucionais.

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, que foram os anais eletrônicos dos eventos da ANPAD. Por esta razão, sugere-se que estudos futuros desta natureza, abrangendo a temática inovação, abordem outros eventos acadêmicos nacionais e internacionais e também periódicos científicos.

6. Referências

ANPAD. *Sobre a ANPAD*. 2009. Disponível em:

http://www.anpad.org.br/sobre_apresentacao.php. Acesso em 01 de junho de 2010.

ANPAD. *Eventos*. 2010. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/eventos.php>. Acesso em 01 de junho de 2010.

BRAGA, A. L.; STEFFANELLO, M.; GOMES, C. M. *Aplicação científica da metodologia Balanced Scorecard: um estudo longitudinal*. In: XI SEMEAD, 2008, São Paulo. XI SEMEAD, 2008.

CASSIMAN, B., VEUGELERS, R. *External technology sources: Embodied or Disembodied Technology Acquisition*, 2000.

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

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. 6 ed. São Paulo: Thompson/Pioneira, 2002.

EUROSTAT. *Third Community Innovation Survey. CIS 3, 2004*. Disponível em: <http://www.epp.eurostat.cec.eu.int>. Acesso em: 25 abr. 2010.

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.

IBGE. *Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (PINTEC)*. 2005. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 25 abr. 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: 04/07/2010.

KIMBERLY, J. R. Managerial innovation. In: NYSTROM, P. C.; STARBUCK, W. H. (Ed.). *Handbook of organizational design: adapting organizations to their environments*. New York: Oxford University Press, 1981.

KRUGLIANSKAS, I. *Tornando a pequena e média empresa competitiva*. São Paulo: Instituto de Estudo Gerenciais e Editora, 1996.

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.

MORAES, A. M. *Introdução a administração*. 3 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

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.

ROCHA, N. I. *Gestão de organizações: pensamento científico, inovação, ciência e tecnologia, auto-organização, complexidade e caos, ética e dimensão humana*. São Paulo: Atlas, 2003.

ROSTAING, 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.

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, 2004.

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

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2006.