



Septiembre 2019 - ISSN: 1988-7833

INOVAÇÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA DA PUBLICAÇÃO BRASILEIRA ENTRE 2003 E 2018

Jéssica Gomes Pereira¹
Errol Fernando Zepka Pereira Junior²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jéssica Gomes Pereira y Errol Fernando Zepka Pereira Junior (2019): “Inovação no comércio exterior: revisão bibliográfica da publicação brasileira entre 2003 e 2018”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (septiembre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/09/comercio-exterior-brasil.html>

Resumo: Nos últimos anos, um dos principais fatores do crescimento do comércio exterior tem sido a inovação, entendida como a incorporação de conhecimento a produtos e processos produtivos. A inovação exerce um papel importante para a competitividade da empresa. O presente estudo teve como objetivo geral identificar a produção científica nacional sobre comércio exterior e inovação, por meio de uma análise bibliográfica no portal de periódicos Capes entre os anos de 2003 a 2018. Conclui-se que todos os trabalhos analisados podem ser enquadrados dentro da dimensão tecnológica de inovação, não tendo sido encontrado nenhum artigo que abordasse inovações na dimensão de negócios. Outro resultado vem a ser ter sido encontrado uma quantidade restrita de artigos publicados sobre inovação do comércio exterior, justificando-se assim a importância desse artigo.

Palavras-chave: comércio exterior, inovação, revisão bibliográfica.

INNOVACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA PUBLICACIÓN BRASILEÑA ENTRE 2003 Y 2018

Resumen: En los últimos años, uno de los principales factores del crecimiento del comercio exterior ha sido la innovación, entendida como la incorporación de conocimiento a productos y procesos productivos. La innovación juega un papel importante en la competitividad de la empresa. El presente estudio tuvo como objetivo general identificar la producción científica nacional sobre comercio exterior e innovación, por medio de un análisis bibliográfico en el portal de revistas Capes entre los años 2003 a 2018. Se concluye que todos los trabajos analizados pueden ser encuadrados dentro de la misma, dimensión tecnológica de innovación, no habiéndose encontrado ningún artículo que abordara innovaciones en la dimensión de negocios. Otro resultado viene a ser haber encontrado una cantidad restringida de artículos publicados sobre innovación del comercio exterior, justificándose así la importancia de ese artículo.

¹ MBA em Comércio Exterior pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR) e Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG). E-mail: jessicagpereira@gmail.com.

² Mestrando em Administração pelo Programa de Pós Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande (PPGA/FURG). MBA em Gestão Estratégica de Negócios pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR) e Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG). E-mail: zepkaef@gmail.com.

Palabras clave: comercio exterior, innovación, revisión bibliográfica.

INNOVATION IN FOREIGN TRADE: BIBLIOGRAPHIC REVIEW OF THE BRAZILIAN PUBLICATION BETWEEN 2003 AND 2018

Abstract: In recent years, one of the main factors of foreign trade growth has been innovation, understood as the incorporation of knowledge to products and productive processes. Innovation plays an important role in the competitiveness of the company. The present study had as general objective to identify the national scientific production on foreign trade and innovation, through a bibliographic analysis in the portal of Capes journals between the years 2003 to 2018. It is concluded that all the analyzed works can be framed within the technological dimension of innovation, and no article was found that addressed innovations in the business dimension. Another result is that a limited number of published articles on foreign trade innovation have been found, justifying the importance of this article.

Keywords: foreign trade, innovation, bibliographic review.

1 INTRODUÇÃO

Com a globalização, a concorrência no mundo dos negócios aumentou e está cada vez mais acirrada. O aumento no fluxo de transações mundiais, com o tempo formalizou o processo de comércio exterior. O aumento da concorrência internacional fez com que as organizações buscassem processos de reestruturação industrial, adequando-se as novas exigências do mercado com a busca por inovações em produtos e processos de forma constante, com a finalidade de disputar mercados e desenvolver suas vantagens competitivas.

As empresas buscam diferenciais nos seus produtos e serviços para se manterem competitivas no mercado e uma forma disto acontecer é inovando nos processos produtivos ou a incorporação de conhecimento a produtos. A inovação como fonte de vantagem competitiva para a firma é uma questão consolidada na literatura. Isso é tipicamente alcançado quando as firmas possuem ou desenvolvem suas capacidades tecnológicas (Lall, 1992; Afuah, 2002; Reichert et al., 2011).

A forma de fazer negócios no panorama mundial através do comércio exterior foi a forma que as empresas encontraram de consolidar as práticas de negociação através da regulamentação. Todavia, novos estudos vêm sendo feitos na busca de novas formas de transacionar neste ambiente de negócios internacionais.

Com relação à justificativa do trabalho pode ser demonstrada mediante dois aspectos: para a comunidade acadêmica, mostrando o que está sendo publicado nos últimos anos sobre este assunto. Como também, com uma contribuição gerencial, onde o trabalho mostra o que está sendo estudado e a partir desses resultados podendo ajudar a tomar decisão nas suas empresas.

Diante disto, uma revisão sistemática das publicações acerca de inovações no comércio exterior ganha relevância. O objetivo geral deste trabalho é caracterizar o que vem sendo escrito nos anos de 2003 a 2018 acerca das inovações no comércio exterior através dos artigos nacionais encontrados nos periódicos Capes. Para se atingir o objetivo geral desenvolvem-se os seguintes objetivos específicos: (i) Levantamento da produção científica acerca do tema; (ii) Análise qualitativa em profundidade dos artigos encontrados; e (iii) Descrição da produção científica sobre o tema através destes artigos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Comércio exterior

Nenhum país do mundo consegue gerar todos os bens e serviços de que sua população necessita. Como alternativa, os países têm procurado especializar-se em certas atividades, objetivando produzir mais eficazmente determinados tipos de produtos e os excedentes dessas produções serão trocados por outros produtos necessários as suas populações. Dessa forma, as empresas tornam-se mais eficazes e os mercados mais competitivos, surgindo novos produtos para atender a novas demandas (SOUSA, 2009). Nesta linha, Keedi (2002) diz que o comércio exterior é

movido também por relacionamento entre os países, os quais precisam trocar mercadorias pelas mais diversas razões, e elas poderão não estar relacionadas à abundância ou a falta de recursos, clima, capital, trabalho, etc. A importância política é relevante nas transações comerciais, podendo determinar o volume de negócios entre os países.

Keedi (2002) afirma que muitos fatores podem ser utilizados como motivação para a realização do comércio exterior, como: motivos comerciais, políticos, interesse no produto estrangeiro. A importância do comércio exterior tem aumentado no decorrer das últimas décadas. Essa visibilidade tem sido maior sobretudo com a crescente evolução do processo de globalização de mercados, que de forma ativa, ou mesmo em função da nova concorrência que se tem feito sentir, tem feito com que os nossos empresários procurem a expansão além das suas fronteiras (SOUSA, 2009).

Segundo Keesi (2002) a importância da exportação está na diversificação de mercados, deixando de atuar apenas no mercado interno, aumentando o seu leque de compradores e, em consequência, reduzindo seus riscos de crise de mercado como redução de preços, redução do consumo, mudança de hábitos, política governamental. O autor também fala que outro efeito da exportação será o aumento da competitividade, esta pela redução dos custos fixos, que são diluídos por maior número de unidades produzidas. Como também, outro resultado da exportação é o aprimoramento dos recursos humanos, tecnológicos, pois a exportação exige produtos melhor elaborados para atendimento de mercados mais exigentes.

A importância da importação está na diversificação de mercados, deixando de atuar apenas no mercado interno nas suas compras, aumentando o leque de fornecedores. Também a tecnologia está presente, visto que os produtos importados poderão apresentar outra tecnologia para sua produção, provocando redução de custos e melhoria de qualidade (KEESI, 2002).

2.2 Inovação

Para Schumpeter (1939), a inovação é uma função baseada no pensamento criativo e na ação, onde produtos e hábitos de consumo são substituídos por novos; inovação é tudo que diferencia e propicia valor a um negócio. Como manual de Oslo (2005), o conceito de inovação foi ampliado, sendo caracterizado como a implementação de um produto, novo ou significativamente melhorado, um processo, um novo método de marketing, ou ainda a implantação de um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

Na visão estratégica a inovação está ligada à obtenção de vantagens competitivas sustentáveis, ao posicionamento competitivo, à capacidade de inovação e à aprendizagem organizacional. Dessa forma, a inovação surge como um elemento fundamental da ação e diferenciação das empresas (PORTER, 1998).

As inovações em processos têm seu foco no aperfeiçoamento da fabricação e comercialização. Nesse tipo de inovação busca-se minimizar os custos de produção ou comercialização através da maximização da eficiência e da exploração das maneiras disponíveis para se alcançar tais resultados. Segundo Hamel (2007), esse tipo de inovação depende da qualidade da infraestrutura de TI (Tecnologia da Informação), das vantagens adquiridas por meio de fornecedores de processos terceirizados, e da busca por melhores práticas por parte dos consultores.

A inovação também ocorre na gestão organizacional, que está diretamente ligada à criação ou adesão de novidades na gestão e organização do trabalho. Para Hamel (2007), a inovação em gestão está relacionada às novidades nos princípios, políticas, práticas, processos, conhecimentos, métodos e técnicas de gestão.

Zawislak et al. (2012) expande o conceito de inovação em duas dimensões, separados em quatro capacidades. Na dimensão tecnologia, tem-se as capacidades tecnológica e de operações. E na dimensão de negócios, tem-se as capacidade de gestão e transacional.

Capacidade tecnológica refere-se à habilidade, conhecimento, experiência e rotinas que a empresa precisa desenvolver novos produtos (bens e / ou serviços). Preocupações capacidade tecnológica diretamente as atividades de P& D (pesquisa e desenvolvimento), que facilitam a criação de novos produtos. Esta capacidade é composto de monitorar os avanços tecnológicos, assimilando novas tecnologias e formalização do processo de desenvolvimento (Zawislak et al., 2012).

Capacidade operacional diz respeito à organização da produção de bens e serviços em escala comercial. Foi definida como a habilidade, conhecimento, experiência e rotinas necessários para produzir bens e serviços de forma flexível, com qualidade e com o menor custo possível. Capacidade operacional é responsável por executar as ideias (produtos e processos) que se originam de capacidade tecnológica. Pode ser resumido por planejamento de produção, o sistema de

qualidade utilizado e os objetivos de redução dos custos de produção (Zawislak et al., 2012).

Capacidade de gestão refere-se à habilidade, conhecimento, experiência e rotinas que uma empresa utiliza para coordenar de forma eficiente os recursos em relação às suas outras atividades. Esse recurso também visa minimizar os atritos internos em diferentes áreas da empresa, e uma empresa com competências de gestão bem desenvolvidas podem alcançar ganhos de eficiência em todas as áreas. Estratégia de planejamento, recursos humanos e normas e procedimentos são os elementos fundamentais da capacidade de gestão (Zawislak et al., 2012).

Finalmente, a capacidade transacional é definida como um conjunto de habilidades, conhecimento, experiência e rotinas de uma empresa que lhe permite minimizar os custos de transação, sejam em relação às suas aquisições de fornecedores ou suas vendas a clientes (Zawislak et al., 2012). Como as transações são uma atividade complexa que vai além das relações simples de compra e venda, esta capacidade refere-se a coleta de informações de fornecedores e consumidores de encontrar as melhores fontes e mercados, bem como os preços mais adequados (Zawislak et al., 2012 e Zawislak et al., 2013).

2.3 Comércio exterior e inovação

Teorias foram formadas há vários anos, sobre a relação entre exportações e inovação, por seu impacto na competitividade da empresa. Os trabalhos pioneiros de Vernon (1966) e Posner (1961) surgiram diversos estudos relacionando o desempenho exportador e a inovação a partir da década de 1980. A hipótese é que o esforço em inovação, medido de diversas formas, teria um impacto positivo sobre o crescimento das exportações. Estes trabalhos buscavam negar parcialmente as principais teorias sobre determinantes do comércio exterior, como o modelo de Heckscher-Ohlin e os primeiros trabalhos que introduziam a concorrência monopolística e a presença de economias de escala (Krugman, 1979). A inovação teria efeitos positivos sobre o comércio por meio de três canais: (i) desenvolvimento de novos produtos; (ii) melhoria da qualidade dos produtos existentes; e (iii) redução de custos por inovações de processo, com aumento da competitividade (Posner, 1961).

Vários outros trabalhos foram publicados nos anos seguintes, focando sempre no impacto da inovação sobre o desempenho das exportações, brutas ou líquidas. Por exemplo, Fagerberg (1988) testa um modelo com dados para quinze países industrializados no período 1960-1983 e conclui que entre os principais fatores que influenciam a competitividade externa de um país estão os índices de tecnologia e a capacidade de competir na logística.

Aw, Roberts e Winston (2007, 2008) analisam dados de firmas da indústria eletrônica de Taiwan para 1986, 1991 e 1996 e constroem indicadores de produtividade total de fatores. As empresas que se tornam exportadoras apresentam maior probabilidade de irem a aumentar sua produtividade, e este efeito é tão maior quanto forem os dispêndios em P&D (pesquisa e desenvolvimento).

3 MÉTODO

Os procedimentos metodológicos deste artigo apresentam-se baseados na estrutura proposta por Roesch et al. (2015), e são escritos quanto ao seu propósito, seu caráter, e o delineamento das técnicas de coleta e técnicas de análise dos dados.

Quanto ao propósito, a pesquisa está classificada como pesquisa diagnóstica. Para Roesch et al. (2015), a pesquisa diagnóstica tem por propósito levantar e definir problemas e explorar determinado ambiente. Este diagnóstico reporta então uma situação ou momento definido. Para a autora, pesquisa-diagnóstica explora o ambiente e a situação através da coleta e análise de dados, levantando e exibindo os problemas encontrados. Nesse trabalho, a pesquisa objetivou explorar a produção científica referente tange às inovações no comércio exterior, sob a ótica da revisão bibliográfica, nas publicações do portal de periódicos da capes, no período de 2003 a 2018.

Quanto à abordagem, este artigo pode ser classificado como qualitativo. Flick (2009) explica que a pesquisa qualitativa visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais, exame de interações e comunicações que estejam se desenvolvendo, assim como da investigação de documentos (textos, imagens, filmes ou músicas) ou traços semelhantes de experiências e integrações. Para Severino (2017), a pesquisa qualitativa pode ser definida como um conjunto de diferentes técnicas interpretativas onde procura-se descrever e decodificar os componentes onde há um sistema complexo com muitos significados, tendo por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social para o pesquisado.

A respeito do caráter do estudo, este se enquadra como uma pesquisa exploratória, cujo

objetivo principal é realizar uma busca sobre uma determinada situação ou problema para que se possa dar maior compreensão à ele. Para o autor, a pesquisa exploratória compõe a primeira etapa da pesquisa porque objetiva desenvolver o curso de ação da sequência da pesquisa (Malhotra, 2012). Para o autor, é a partir desta etapa que torna-se possível definir de forma mais clara o problema de pesquisa e identificar a lente teórica em que se irá trabalhar nas etapas subsequentes da pesquisa.

Quanto à técnica de coleta de dados, a pesquisa é bibliográfica, caracterizando-se como a fonte de dados secundários deste estudo. Piazzini et al. (2012) Entendem por pesquisa bibliográfica a revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico sendo esta revisão chamada de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes. Segundo Gil (2018), a pesquisa bibliográfica elabora-se com base em materiais já publicados, tais como: livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. Neste trabalho, os materiais coletados foram os trabalhos científicos publicados em periódicos internacionais sobre os modelos de capacidade de inovação e as características pessoais de background dos empreendedores e gestores.

Posteriormente, realizou-se a análise dos conceitos apresentados, através de análise de conteúdo categorial – um método frequentemente utilizado quando se refere à análise de dados qualitativos. Segundo Bardin (1977, p. 119), “a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamentos segundo o gênero (analogia) com os critérios previamente definidos”. As categorias possuem um título genérico e são compostas por um grupo de elementos agrupados em razão de suas similaridades. O pesquisador é o responsável por delimitar as unidades de codificação, que podem ser uma palavra ou uma frase.

4 ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA: INOVAÇÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR

Definida a questão científica, a saber: inovação no comércio exterior, foi feita a pesquisa no Portal de Periódicos Capes, com as seguintes palavras-chave: “inovação” e “comércio exterior.” Foram pesquisados artigos em um período de 15 anos: de 2003 a 2018.

Em um primeiro momento, a busca resultou em 786 artigos. Na primeira análise, utilizou-se como um primeiro critério de exclusão, os artigos que estivessem publicados em outras línguas, que não o português. Nesta análise, foram removidos 186 artigos, resultando em 600 artigos para a análise posterior.

Na segunda análise, foram removidos os artigos que não estivessem disponíveis para acesso aberto, gratuito e online. Neste momento, 198 artigos foram removidos, restando 402 artigos para uma análise mais profunda do conteúdo.

Por fim, nesta primeira etapa da pesquisa, foram analisados os conteúdos dos 402 artigos, e retirando aqueles que não tinham relação direta com o tema pesquisado. Perceberam-se muitos artigos falando ou apenas de comércio exterior ou apenas de inovação. Justificando-se a delimitação pelo objetivo geral, buscou-se analisar somente os que falassem de inovação no comércio exterior. Assim, resultaram-se 5 artigos para a análise de conteúdo categorial. Os artigos analisados encontram-se analisados na tabela 1, a seguir.

Tabela 1: Artigos brasileiros sobre Inovação no Comércio Exterior entre 2003 e 2018

ID	Referência do artigo
01	ARBIX, G.; SALERNO, M. S.; DE NEGRI, J. A. Inovação via internacionalização faz bem para as exportações brasileiras. In: XVI Fórum Nacional Economia do Conhecimento, Crescimento Sustentado e Inclusão Social (FNEDCCSEIS). 16., 2004. Rio de Janeiro. Anais eletrônicos . Rio de Janeiro, 2004, p. 1-37.
02	MALDANER, L. F. A internacionalização da empresa: uma abordagem sob a ótica da inovação tecnológica. Gestão e desenvolvimento , v. 4, n. 1, p. 21-29, 2007.
03	RIBEIRO, F. F.; da COSTA, P. R.; FIGLIOLI, A.; ADES, C. O papel da inovação no processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais , v. 5, n. 2, p. 140-166, 2010.
04	NONNENBERG, M. J. B.; de AVELLAR, A. P. M. Exportações e processos inovativos: um estudo para América Latina e Europa do Leste. Nova Economia , v. 27, n. 3, p. 577-607, 2017.
05	ROSA, J. P.; da ROSA, S. S.; ANTONIOLLI, P. D. A estratégia da inovação, a chave para o desenvolvimento: uma comparação entre a realidade brasileira e americana. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering , v. 10, n. 19, p. 157-176, 2018.

Fonte: dados da pesquisa.

4.1 Inovação via internacionalização faz bem para as exportações brasileiras. – ARBIX et al. (2004)

Os autores afirmaram que as empresas internacionalizadas com foco na inovação apresentam maior percentual de dispêndio em treinamento de mão-de-obra relativamente ao faturamento, o que impulsionaria de alguma maneira a qualificação da mão-de-obra doméstica. Em relação às características da firma, os autores observaram que as internacionalizadas com foco na inovação exportam mais que as que não fazem esse tipo de internacionalização.

Portanto, os autores dizem que há evidências que o aumento da competitividade das firmas é influenciado positivamente pelas inovações tecnológicas que são resultantes do processo de internacionalização, e que tal competitividade auxilia nas exportações. A abertura de mercados externos ocasionaria maior potencial de expansão e crescimento da firma, e também a própria internacionalização geraria mecanismos de retroalimentação da sua capacitação tecnológica.

Segundo os autores, os resultados do trabalho chama atenção à importância da qualificação da mão-de-obra na probabilidade de a firma inovar. Seguindo os resultados dos autores, as quatro variáveis que mais afetam a probabilidade de a empresa ser inovadora, duas delas estão diretamente vinculadas à mão-de-obra: treinamento e escolaridade.

4.2 A internacionalização da empresa: uma abordagem sob a ótica da inovação tecnológica – MALDANER (2007)

O autor diz que a construção de uma base tecnológica depende da Ciência e de um perfeito entrelaçamento entre a pesquisa científica acadêmica e a aplicação dos resultados dessa pesquisa dentro das organizações. Ainda sobre a visão do autor, a ciência aplicada nas empresas é fonte das novas tecnologias. Além disso, o autor afirma que muitas inovações importantes ocorrem dentro da própria empresa através do método da tentativa e erro.

Na visão do autor, as empresas que competem globalmente mantêm seu próprio centro de P&D, além da possibilidade de realizar convênios com institutos de pesquisa, com Universidades, e trabalhar no desenvolvimento de projetos comuns com empresas do exterior visando à transferência de tecnologia.

Portanto, o autor diz que a inovação tecnológica é o desenvolvimento ou aprimoramento de um produto, processo ou serviço para o qual existe algum interesse empresarial ou social. Seguindo o pensamento do autor, para que ocorra a inovação tecnológica, deve acontecer a efetiva incorporação no processo produtivo.

O autor conclui que a inovação tecnológica exerce um papel importante, quase fundamental, para o sucesso da empresa no exterior. Nesta linha, o autor afirma que a competição global está em níveis de desenvolvimento tecnológico muito avançado e não se conseguem conquistar mercados sofisticados com produtos ultrapassados. Segundo o autor, essa é uma preocupação que deve começar a fazer parte do debate estratégico das empresas nacionais, se querem competir de igual para igual no mercado mundial.

4.3 O papel da inovação no processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor de tecnologia da informação e comunicação – RIBEIRO et al. (2010)

A análise dos casos pelos os autores apresentou o potencial competitivo de empresas brasileiras inovadoras do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação e revelou a importância da inovação aberta na trajetória de internacionalização, com destaque para as parcerias tecnológicas estabelecidas com universidades, institutos de pesquisa e parceiros comerciais nacionais e estrangeiros.

Os autores dizem quanto o governo e a iniciativa privada apostam nas empresas de base tecnológica e se tornam clientes, cria-se um círculo virtuoso de desenvolvimento tecnológico que aquece não só o sistema nacional de inovação, como também o sistema financeiro.

Os resultados dos autores mostraram também a importância de atividades inovadoras cooperativas por meio de alianças com universidades, institutos de pesquisa e outras empresas, além do apoio do governo, por meio de financiamento.

4.4 Exportações e processos inovativos: um estudo para a América Latina e a Europa do leste – NONNENBERG e AVELLAR (2017)

Segundo os autores, a inovação vem sendo tratada nas últimas décadas, como um dos

principais motores do crescimento do comércio exterior. Um grande conjunto de estudos vem se desenvolvendo com o objetivo de encontrar evidências empíricas sobre a relação entre inovação e exportação.

Os autores dizem que no que tange ao perfil das exportadoras em relação às não exportadoras, verifica-se que há um predomínio das grandes empresas entre as exportadoras e de pequenas empresas entre as não exportadoras. Os autores afirmam que as exportadoras são mais velhas, são mais intensas em P&D e no desenvolvimento de novos produtos, são maiores, possuem uma porcentagem do pessoal ocupado com treinamento superior às não exportadoras, utilizam maior porcentagem de insumos importados e apresentam uma utilização maior de capacidade instalada.

Os resultados que os autores acharam dão suporte à ideia de que o esforço de inovação é crucial para o maior dinamismo das exportações. Países que ampliaram o conteúdo de conhecimento nas suas economias certamente tiveram melhor desempenho do seu comércio externo. A lição que os autores deixam é que os países emergentes devem aumentar seus esforços, seja aumentando os gastos em P&D, seja melhorando o nível de qualificação de mão de obra, não apenas para obter maior dinamismo de suas exportações, mas, principalmente, para melhorar a competitividade geral da economia.

4.5 A estratégia da inovação, a chave para o desenvolvimento: uma comparação entre a realidade brasileira e americana – ROSA et al. (2018)

Os autores dizem que pode-se perceber que as empresas, em um ciclo inovador, fazem uso da estratégia de inovação como um gerador de competitividade no cenário internacional, constatação feita através dos diversos benefícios citados pelos autores que enfatizam o investimento nesse setor, sua maior participação no mercado internacional e maior agregação de valor nos produtos exportados, tendo um efeito direto na balança comercial e na eficiência das organizações nacionais.

Os autores dizem que após entender como funciona o direcionamento para com a inovação, cria-se a necessidade de buscar políticas para a inserção desse sistema para com o cenário econômico atual, e com base nessa necessidade, mostram como o Modelo Hélice Tríplice pode ser a solução para empregar esse sistema baseado em conhecimento na economia nacional. Segundo os autores, essa ideia apresenta fatores que incentivam a inovação, com participação de três pilares fundamentais: as universidades, as empresas, e o governo, que geram uma cadeia de relação complexa dentro da nação, com alto nível de compartilhamento de informações, troca de tecnológicas, movimentação de recursos, geração de empregos, desenvolvimento de infraestruturas, aumento no nível de conhecimento da população.

Segundo os autores é evidente que para formar esse sistema voltado à inovação cria-se a necessidade de um foco em objetivos específicos e planos precisos e decisivos para implementação de estruturas que sustentem e fomentem a necessidade da criação de inovações no direcionamento das nações.

Os autores observaram que os benefícios do incentivo à inovação abrangem não somente os aspectos econômicos, mas também os sociais, melhorando os índices e expectativas de vida da nação, diminuindo a taxa de desemprego, aumentando o valor salarial per capita, somado ao aumento do nível de educação da população, e criação de uma sociedade voltada ao conhecimento.

Os autores perceberam também que os produtos exportados pelos países criam conexões para que estes sejam produzidos, o maior nível de densidade tecnológica demandam de uma cadeia de valor maior para a produção do mesmo, esta cadeia de indústrias gera desenvolvimento significativo em diversas regiões onde estas estão localizadas, criando variáveis positivas na economia e na sociedade, criando empregos, gerando captação monetária, aumentando o nível de ensino dos trabalhadores.

5 A ANÁLISE DOS ARTIGOS SOB A ÓTICA DO MODELO DE CAPACIDADES DE INOVAÇÃO DE ZAWISLAK ET AL. (2012)

Uma terceira análise que foi feita neste trabalho objetivou mostrar em quais das capacidades de inovação, pelo modelo de Zawislak et al. (2012), os artigos estão sendo escritos.

Foi feito um mapeamento dos artigos, e percebeu-se que estes podem ser enquadrados em um único eixo: a dimensão tecnológica. Divididos em capacidade operacional e capacidade tecnológica. Não encontraram-se trabalhos que estivessem dentro da dimensão de negócios. Desta forma, há indícios de que pouco vem sendo escrito acerca de formas novas de gestão e de transacionar no âmbito do comércio exterior.

Tabela 2: Os artigos nas capacidades de inovação – na dimensão tecnológica

Capacidade de inovação	Artigos enquadrados
Operacional	<p>RIBEIRO, F. F.; da COSTA, P. R.; FIGLIOLI, A.; ADES, C. O papel da inovação no processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, v. 5, n. 2, p. 140-166, 2010.</p> <p>NONNENBERG, M. J. B.; de AVELLAR, A. P. M. Exportações e processos inovativos: um estudo para América Latina e Europa do Leste. Nova Economia, v. 27, n. 3, p. 577-607, 2017.</p> <p>ROSA, J. P.; da ROSA, S. S.; ANTONIOLLI, P. D. A estratégia da inovação, a chave para o desenvolvimento: uma comparação entre a realidade brasileira e americana. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v. 10, n. 19, p. 157-176, 2018.</p>
Tecnológica	<p>ARBIX, G.; SALERNO, M. S.; DE NEGRI, J. A. Inovação via internacionalização faz bem para as exportações brasileiras. In: XVI Fórum Nacional Economia do Conhecimento, Crescimento Sustentado e Inclusão Social (FNEDCCSEIS). 16., 2004. Rio de Janeiro. Anais eletrônicos. Rio de Janeiro, 2004, p. 1-37.</p> <p>MALDANER, L. F. A internacionalização da empresa: uma abordagem sob a ótica da inovação tecnológica. Gestão e desenvolvimento, v. 4, n. 1, p. 21-29, 2007.</p> <p>RIBEIRO, F. F.; da COSTA, P. R.; FIGLIOLI, A.; ADES, C. O papel da inovação no processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, v. 5, n. 2, p. 140-166, 2010.</p> <p>ROSA, J. P.; da ROSA, S. S.; ANTONIOLLI, P. D. A estratégia da inovação, a chave para o desenvolvimento: uma comparação entre a realidade brasileira e americana. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v. 10, n. 19, p. 157-176, 2018.</p>

Fonte: dados da pesquisa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo demonstrar os estudos sobre inovação no comércio exterior nas publicações nacionais, pelas publicações disponíveis no portal de periódicos capes, no período de 2003 a 2018.

Para isto, foi feita uma pesquisa bibliográfica com base nos materiais publicados no portal Capes. Quanto o seu propósito foi classificada como pesquisa diagnóstica, onde explorou o ambiente organizacional e de mercado. A respeito do caráter exploratório, para identificar e fazer análise qualitativa da produção científica. E por fim, foi feita uma análise de conteúdo categorial que classificou elementos de um conjunto por diferenciação. A busca foi feita pelo periódico capes, onde resultou em 786 artigos. Destes foram removidos os artigos que estavam em outros idiomas, sem acesso gratuito e os que não tinham relação direta com o tema pesquisado. Resultando em 5 artigos, onde foi feita a análise.

O primeiro artigo a ser analisado, os autores tiveram como conclusão que a inovação aumenta a competitividade e assim as exportações como também a importância da qualificação da mão-de-obra para a empresa inovar. Assim, caracterizando-se como capacidade operacional. O segundo artigo, o autor concluiu que a inovação tecnológica exerce um papel importante, quase fundamental, para o sucesso da empresa no exterior, assim caracterizando-se como capacidade tecnológica. O terceiro artigo, os autores revelaram a importância da inovação na trajetória de internacionalização, com destaque para as parcerias tecnológicas estabelecidas com universidades e outros institutos. Assim sendo classificado como capacidade tecnológica e operacional. O quarto artigo, os autores concluíram que ampliando o conteúdo de conhecimento nas empresas certamente tiveram melhor desempenho do seu comércio externo. Assim, sendo classificado como capacidade operacional. E por fim, no quinto artigo os autores afirmam que os produtos exportados demandam de um maior nível de tecnologia e que alianças entre universidades, empresas e governo. Assim classificadas como capacidade tecnológica e operacional.

Como lacuna de pesquisa, pode-se observar que todos os trabalhos analisados podem ser enquadrados dentro da dimensão tecnológica de inovação, não tendo sido encontrado nenhum artigo que abordasse inovações na dimensão de negócios. Isto pode ser considerado uma lacuna de pesquisa.

Como limitação, refere-se a quantidade limitada de artigos, por ter sido analisada somente a publicação nacional. Novas pesquisas podem ser desenvolvidas em outros periódicos ou mesmo a expansão para a análise em outras línguas, a fim de gerar um panorama maior da publicação, e fazer este também de forma internacional.

REFERÊNCIAS

- AFUAH, A. N. Mapping technological capabilities into product markets and competitive advantage. **Strategic Management Journal**, v. 23, n. 2, p. 171-179, 2002.
- ARBIX, G.; SALERNO, M. S.; DE NEGRI, J. A. Inovação via internacionalização faz bem para as exportações brasileiras. In: XVI Fórum Nacional Economia do Conhecimento, Crescimento Sustentado e Inclusão Social (FNEDCCSEIS). 16., 2004. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro, 2004, p. 1-37.
- AW, B. Y.; ROBERTS, M.; WINSTON, T. Export market participation, investments in R&D and worker training and the evolution of firm productivity. **The world economy**, v. 14, n. 1, p. 83-104, 2007.
- BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Lisboa: **Edições 70**, 1977.
- FAGERBERG, J. International competitiveness. **The economic journal**, v. 98, n. 391, p. 355-374, 1988.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- HAMEL, G. **The Future of Management**. Boston: Harvard Business School Publishing, 2007.
- KEEDI, S. **ABC do comércio exterior**: abrindo as primeiras páginas. São Paulo: Aduaneiras, 2002.
- KRUGMAN, P. A model of innovation, technology transfer and the world distribution of income. **Journal of political economy**, v. 87, n. 1, p. 253-266, 1979.
- LALL, S. Technological capabilities and industrialization. **World Development**, v. 20, n. 2, p. 165-186, 1992.
- MALDANER, L. F. A linternacionalização da empresa: uma abordagem sob a ótica da inovação tecnológica. **Gestão e desenvolvimento**, v. 4, n. 1, p. 21-29, 2007.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. São Paulo: Bookman, 2012.
- NONNENBERG, M. J. B.; de AVELLAR, A. P. M. Exportações e processos inovativos: um estudo para América Latina e Europa do Leste. **Nova Economia**, v. 27, n. 3, p. 577-607, 2017.
- OSLO manual: **Guidelines for collecting and interpreting innovation**: The measurement of scientific and technological activities data. 3rd. ed. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development - OECD: Luxembourg: Statistical Office of the European Communities - Eurostat, 2005.
- PIZZANI, L; SILVA, R. C; BELLO, S. F; HAUASHI, M. C. P. I. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**. v. 10, n. 1, p. 53-66, 2012.
- PORTER, M. **A busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- POSNER, M. International trade and technical change. **Oxford economic papers**, v. 13, p. 323-341, 1961.
- REICHERT, F. M.; BELTRAME, R. S.; CORSO, K. B.; TREVISAN, M.; ZAWISLAK, P. A. Technological Capability's Predictor Variables. **Journal of Technology Management & Innovation**, v. 6, n. 1, p. 14-25, 2011.
- RIBEIRO, F. F.; da COSTA, P. R.; FIGLIOLI, A.; ADES, C. O papel da inovação no processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação.

Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, v. 5, n. 2, p. 140-166, 2010.

ROESCH, S. M.; BECKER, G. V.; de MELLO, M. I. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 2015.

ROSA, J. P.; da ROSA, S. S.; ANTONIOLLI, P. D. A estratégia da inovação, a chave para o desenvolvimento: uma comparação entre a realidade brasileira e americana. **Iberoamerican Journal of Industrial Engineering**, v. 10, n. 19, p. 157-176, 2018

SCHUMPETER, J. **The Theory of economic development**. Harvard University Press, 1939.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

SOUSA, J. M. **Fundamentos do comércio internacional**. São Paulo: Saraiva, 2009.

VERNON, R. International Investment and international trade in the product cycle. **Quarterly journal of economics**, v. 80, n. 2, p. 190-207, 1966.

ZAWISLAK, P. A.; ALVES, A. C.; TELLO-GAMARRA, J.; BARBIEUX, D.; REICHERT, F. M. Influences of the internal capabilities of firms on their innovation performance: a case study investigation in Brazil. **International Journal of Management**, v. 30, n. 1, 329-348, 2013.

ZAWISLAK, P. A.; CHERUBINI ALVES, A.; TELLO-GAMARRA, J.; BARBIEUX, D.; REICHERT, F. M. Innovation capability: From technology development to transaction capability. **Journal of technology management and innovation**, v. 7, n. 2, p. 14-27, 2012.