

Editorial do Vol. 12. No. 1

A Revista de Administração e Inovação – RAI conta com o apoio do Programa de Apoio às Publicações Científicas da Universidade de São Paulo - USP, tendo como objetivo promover o aperfeiçoamento contínuo das revistas científicas editadas oficialmente pela universidade. Em breve todo o processo editorial da RAI vai utilizar somente o site da USP, o que ainda não aconteceu por motivos de adaptação de sistemas, particularmente a migração de conteúdos.

Ao longo dos últimos anos este Programa foi enriquecido com outras modalidades de apoio, além dos recursos financeiros concedidos tradicionalmente aos periódicos credenciados. As oportunidades de capacitação, infraestrutura tecnológica por meio do Portal de Revistas da USP e a atribuição de identificadores digitais (Digital Object Identifier - DOI) são exemplos.

No momento é importante ressaltar que a adoção de procedimentos éticos em publicação são agora pautados em padrões internacionais, como aqueles elaborados pelo *Committee on Publication Ethics* -COPE (<http://publicationethics.org/>). Esta visão ampla do processo ético e mesmo moral na editoração científica vem ganhando relevância entre editores de periódicos, o que não é diferente para a RAI. Trata-se também de dimensão considerada para indexação de periódicos em bases de dados e diretórios internacionais, como o "Directory of Open Access Journal" (www.doaj.org).

A Associação Brasileira de Editores Científicos - ABEC (<http://www.abecbrasil.org.br/>) anunciou o Acordo ABEC / iThenticate cujo objetivo é de promover os periódicos brasileiros no cenário internacional e facilitar a aquisição do sistema de detecção de plágio iThenticate sem a necessidade de envio de recursos financeiros ao exterior pelas instituições de responsáveis pelos periódicos. Esta notícia é relevante para continuarmos prosperando na editoração da revista e atraindo os melhores trabalhos científicos da área.

Neste número, o artigo “Ensino de empreendedorismo: utilização do *Business Model Generation*”, dos autores Patricia Viveiros de Castro Krakauer, Maria Cecilia Galante Porto, Claudio Soares de Moura e Oliveira e Martinho Isnard Ribeiro de Almeida, procurou descrever como utilizar o *Business Model Generation* em aulas de empreendedorismo. A fundamentação teórica realizada versou sobre o modelo em si e seus antecedentes, sendo na sequência descrita a aplicação do modelo na disciplina de empreendedorismo na Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. Trata-se de um estudo descritivo, qualitativo, considerado como um caso de ensino. Poderá
This is an Open Access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

contribuir com docentes de graduação na decisão de utilizar o modelo em sala de aula, além de promover o início de pesquisas de temas relacionados ao modelo, uma vez que ainda são poucos os esforços acadêmicos realizados nesse sentido.

O estudo “O processo de inovação tecnológica de empresas fornecedoras associadas à Rede Pet” dos autores Wanusa Campos Centurión, Fernando Gomes de Paiva Júnior, Jorge da Silva Correia Neto e Rosivaldo de Lima Lucena, descreve o processo de inovação de seis empresas fornecedoras associadas à rede PETROGAS/SE, sob a perspectiva de seus dirigentes. As entrevistas foram analisadas com suporte da análise de conteúdo e os resultados revelam que a gestão do processo de inovação está centrada no conhecimento tácito dos dirigentes. As empresas com certificação de qualidade tendem a gerir seu processo de inovação de forma mais estruturada.

A pesquisa “Posicionamento estratégico de produtos com inovação tecnológica: O caso do produto WI-F”, dos autores Márcio de la Cruz Lui e Braulio Oliveira, buscou conhecer o processo de posicionamento de um produto com inovação tecnológica. Além da revisão da literatura pertinente foi realizado um estudo de caso. Os resultados apontam pequenas diferenças em relação ao modelo tradicional de posicionamento, em especial a necessidade de se definir um posicionamento menos perecível, uma vez que produtos tecnológicos, por sua própria natureza, requerem constantes atualizações.

O estudo “Intenção de uso de *e-learning* no ensino superior: há diferenças de percepção entre homens e mulheres?” dos autores Angilberto Sabino de Freitas, Jorge Brantes Ferreira, Michele Amaral e Cristiane Junqueira Giovannini, analisa empiricamente, no contexto brasileiro, o uso do *e-learning* entre alunos de graduação e testa o impacto do gênero sobre as relações propostas. Os dados, obtidos por meio de questionários auto-administrados e preenchidos por alunos de uma instituição particular, foram analisados por meio de equações estruturais. Os resultados indicam que o gênero não é um fator que afeta as relações propostas, com a exceção do efeito da experiência prévia com tecnologia sobre a facilidade de uso, que apresenta maior impacto em mulheres.

O artigo “Experiência de Consumo em Realidades Virtuais: um Estudo de Caso Realizado no Second Life”, dos autores Isadora Camila Marques Soares, Yákara Vasconcelos Pereira Leite, Viviane Santos Salazar e Lílían Caporlínua Giest tem como objetivo geral investigar como ocorre a experiência de consumo no *Second Life*. Para isso, utilizou-se um estudo de caso qualitativo. A coleta de dados foi desenvolvida por meio da observação participante, de diálogos inspirados na etnografia e entrevistas semiestruturadas. A análise de conteúdo orientou a obtenção dos resultados. Identificou-se que os sentimentos relacionados ao processo de compra são semelhantes com o que é sentido pelos respondentes ao realizarem compras na vida real e, em algumas situações, são até mais prazerosos.

A pesquisa “EcoInovação em uma pequena empresa de reciclagens da cidade de Manaus”, do autor Moisés Andrade Coelho, consiste em uma análise para a caracterização do processo de ecoInovação realizado pela empresa Ômega. No tocante a metodologia, este trabalho é considerado uma pesquisa qualitativa e descritiva que utiliza como procedimento metodológico o estudo de caso. Como técnicas de pesquisa foram utilizadas a documentação indireta (pesquisa documental), a observação direta intensiva (observação e entrevista estruturada) e a observação direta extensiva (formulário de ecoInovação). Nos resultados são apresentados o contexto da empresa e do processo produtivo, os resultados do formulário de ecoInovação e as principais ecoInovações (produto, processo e social) adotadas pela empresa. As considerações finais apontam para a adequação entre as inovações em produtos e processos desenvolvidos pela empresa e a literatura apresentada.

No trabalho “O Impacto da Cultura sobre Ambiente Propício ao Desenvolvimento de Inovações”, das autoras Márcia Regina Santiago Scarpin e Denise Del Prá Netto Machado, analisa o impacto da cultura organizacional sobre o ambiente propício ao desenvolvimento de inovações em uma empresa do setor metal-mecânico. Para tanto foi realizada uma pesquisa quantitativa descritiva transversal. A amostra compôs 156 respondentes, e os dados foram analisados por meio de modelagem de equação estrutural. Como principal resultado, os empregados da empresa estudada destacaram as dimensões Resultados, Processos, Recursos, Liderança, Relacionamento Interno ao Grupo de Inovação e Efetividade de Relacionamentos como presentes no ambiente propício ao desenvolvimento de inovações.

A pesquisa “Envolvimento do consumidor no processo de desenvolvimento de produtos como medida de sucesso: um estudo com empresas participantes dos prêmios Finep e Nacional de Inovação”, dos autores Ana Paula Matias, Ricardo Boeing da Silveira e Marcelo Moll Brandão, analisa os níveis de envolvimento dos consumidores em processos de PDP (Processo de Desenvolvimento de Produtos), como medida de sucesso no lançamento de novos produtos, além de discutir, a partir dos resultados que foram encontrados, se os prêmios de inovação no Brasil, são realmente para premiar produtos e/ou projetos inovadores, ou se são apenas prêmios de promoção da inovação. Para alcançar os objetivos a que se propôs este trabalho, optou-se pela abordagem quantitativa do tipo *survey* e descritiva quanto aos seus fins. A coleta de dados foi realizada através de questionário eletrônico, encaminhado via *e-mail* aos gestores das empresas classificadas e vencedoras nos prêmios FINEP e Nacional de Inovação, entre os anos de 2008 e 2011. Para as análises estatísticas multivariadas dos dados utilizou-se o teste não paramétrico *Mann-Whitney*, a análise discriminante e a regressão linear com variável *Dummy*, as análises estatísticas univariadas utilizam a análise de variância – ANOVA. A tabulação dos dados foi feita utilizando o software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Os resultados obtidos demonstram que 100% das empresas estudadas possuem algum tipo de mecanismo de envolvimento com o consumidor implantado.

O artigo “Gestão da inovação e ampliação da inclusão sociodigital: uma análise da aplicação do *Balanced Scorecard* no programa Navegapar” dos autores Leila Riodades Daher Santos, Fabricio Quadros Borges, José Otávio Magno Pires e Hélio Raymundo Ferreira Filho, tem como objetivo analisar a aplicação do *Balanced Scorecard* no Programa de inclusão sociodigital Navegapará da empresa de Processamento de Dados do Estado do Pará (Prodepa). O programa Navegapará tem sido objeto de aperfeiçoamentos metodológicos de operação e esta investigação questiona em que medida o referido programa, através da inovação da atual metodologia do BSC, tem conseguido a ampliação da inclusão sociodigital no Estado do Pará. A metodologia desta investigação possui abordagem qualitativa de caráter exploratório a partir de pesquisa bibliográfica, documental e de estudo de caso. Foram feitas entrevistas semiestruturadas e questionários junto aos envolvidos no planejamento estratégico da empresa Prodepa, especificamente no Programa Navegapará. O estudo concluiu que a aplicação do BSC no programa Navegapará contribuiu para a ampliação da inclusão sociodigital no Estado do Pará.

O ensaio teórico “Metodologia para controle da agregação tecnológica durante o processo de incubação. A experiência da incubadora tecnológica agende Guarulhos, Brasil - 2013”, do autor Devanildo Damião, aborda os avanços de transferência do conhecimento tecnológico. O sucesso de empresas nascentes nos EUA em setores de alta intensidade tecnológica gerou transbordamentos que mostraram às economias emergentes ser possível acelerar o desenvolvimento a partir da construção local de tais ambientes propícios à inovação. Particularmente no Brasil, não obstante os avanços de transferência do conhecimento tecnológico produzido e materializado em tais ambientes, ainda estão latentes duas lacunas estruturais neste processo: i) ausência de modelos de gestão, que incorporem as variáveis de impacto no processo de gestão da incubadora; ii) instrumentos que permitam mensurar de forma específica o nível de intensidade tecnológica de cada projeto, considerando a agregação de conhecimentos e aplicação dos mesmos. O presente trabalho oferece um instrumental frente ao segundo desafio, visto que permite mensurar o nível de intensidade tecnológica, o nível de maturidade e competências das empresas e a sua condição de evolução de agregação de conhecimento técnico aplicado ao seu negócio.

O estudo “Fatores indutores à inovação tecnológica da indústria madeireira da região de Lages/SC”, dos autores Flávio José Simioni, Debora Nayar Hoff e Erlaine Binotto, objetivou analisar as variáveis que interferem na adoção de inovações tecnológicas de empresas madeireiras da região de Lages/SC, suas características e a conduta padrão das firmas quanto à inovação. A pesquisa

contemplou 36 empresas e os dados foram coletados via questionário e submetidos à análise de regressão logística (logit) e à Principal Component Analysis (PCA). Os resultados indicam que a inovação está associada à localização em um ambiente externo mais competitivo, ao aumento do tempo de vida, à utilização de crédito e à busca da certificação pelas empresas, enquanto que as serrarias estão associadas à não inovação. As tecnologias adotadas são amplamente difundidas no setor.

O trabalho “Capacidades dinâmicas e o desempenho de inovação”, dos autores Mateus Panizzon, Gabriel Sperandio Milan, Marcelo Gattermann Perin e Cláudio Hoffmann Sampaio, propõe um *framework* de análise das Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento (CDBC) e os distintos tipos de Inovação, construído a partir da síntese de estudos tipo *survey* desenvolvidos analisando a relação entre as CDBC e desempenho de inovação. Partindo-se das categorias identificados por Denford ra compreensão deste e por meio da estratégia de análise de conteúdo, buscou-se identificar a dimensões associadas, de que forma foram operacionalizadas e que tipo de relação foi encontrada. Como resultado, após discussão das convergências e divergências entre as abordagens de CDBC, este trabalho propõe um *framework* para orientar pesquisas futuras entre CDBC e Inovação, o Modelo Unificado das Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento.

A pesquisa “O Impacto do Investimento na Capacidade Inovadora da Empresa”, dos autores Adalberto Ramos e Silvia Novaes Zilber, identifica a relação entre investimentos em P&D e receitas de vendas. Para tanto, busca verificar se o investimento em inovação mantém relação com a capacidade inovadora da empresa e a contribuição do investimento em P&D para o desempenho das vendas da empresa. Utiliza-se uma pesquisa documental com testes estatísticos utilizando-se variáveis financeiras que possam oferecer subsídios para o estudo das relações entre investimentos em P&D e desempenho inovador da empresa. Os resultados do estudo evidenciam correlações diretas e positivas entre séries temporais de investimentos realizados em P&D e de receitas de vendas, observando-se as defasagens temporais entre os eventos registrados nas demonstrações financeiras das empresas consideradas na pesquisa.

O artigo “Relações entre inovação tecnológica e estrutura de capital: um estudo de empresas brasileiras de capital aberto” dos autores Emmanuel Sousa de Abreu, Adriano Leal Bruni, Sonia Maria da Silva Gomes e Roberto Brasileiro Paixão, avaliou a existência de relações entre variáveis de estrutura de capital e de inovação tecnológica no ambiente brasileiro, a partir de premissas do modelo linear de inovação. O universo da pesquisa correspondeu às empresas brasileiras de capital aberto dos ramos de Tecnologia da Informação, Químico, Telecomunicações e de Bens Industriais. Diferentes procedimentos estatísticos foram aplicados, a exemplo da análise de regressão linear múltipla e o teste

não-paramétrico de Kruskal-Wallis. Foram encontradas correlações significativas entre os gastos em P&D com capacidade de pagamentos, custo de capital e investimento em subsidiárias. Não foi possível verificar relação entre inovação e estrutura de capital. A avaliação conjunta dos resultados demonstra que parece haver uma ligação direta entre estrutura de capital e input de inovação ligado a esforços financeiros, mas que o output de inovação, a priori, ou não possui a mesma força na relação com os indicadores de estrutura de capital, ou apresentam uma relação mais tênue.

O estudo “Consumer Behavior and factors that affect satisfaction and risk perception of purchases of own brand food products”, dos autores Rafael Castilho, Helenita Rodrigues da Silva Tamashiro Mauro Kioma Tamashiro, Edgard Monforte Merlo e Claudia Rosa Acevedo, examina o ambiente de crescente no setor de varejo como um todo. Empresas brasileiras e estrangeiras de varejo encaram o comportamento do consumidor como guia de busca por competitividade. Esta pesquisa tem o objetivo de identificar os fatores que afetam a percepção de risco de compras de produtos alimentares. Utilizando estudo exploratório e método quantitativo, questionários eletrônicos foram aplicados a uma amostra com resposta de 250 consumidores. Os dados foram tratados estatisticamente, particularmente com o uso de análise multivariada. Fatores utilizados na análise permitem dizer que o risco é percebido de forma diferente, de acordo com a categoria de consumidor analisada.

Uma excelente leitura a todos!

Milton de Abreu Campanario

Editor Científico - RAI