

Eixo temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

**A INTERNACIONALIZAÇÃO EM SINCRONIA COM A INOVAÇÃO: ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO NACIONAL E INTERNACIONAL**

**THE INTERNATIONALIZATION IN SYNC WITH INNOVATION: BIBLIOMETRIC
STUDY OF NATIONAL AND INTERNATIONAL PRODUCTION**

Aletéia de Moura Carpes, Maríndia Brachak dos Santos, Diego Echevengua Borges, Flavia Luciane Scherer, Maiara Netto Cardoso e Bruno de Moura Carvalho

RESUMO

Este estudo tem como objetivo formular o panorama das publicações que abordem a inovação em empresas internacionalizadas, realizando um estudo comparativo das publicações nacionais e internacionais. Para a análise das publicações nacionais, os dados foram buscados nos anais dos eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e nos dois periódicos a ela vinculados: a Revista de Administração Contemporânea (RAC) e a Brazilian Administration Review (BAR). Para as publicações internacionais, a fonte foi a base Web of Science, que tem prestígio internacional, abrigando pesquisas de grande impacto no mundo. Dentre outras constatações, destaca-se como ponto de semelhança entre os artigos o fato das multinacionais serem objeto de análise em ambos os âmbitos. Como aspecto divergente, percebe-se que as publicações nacionais têm como enfoque o estudo do ambiente doméstico, enquanto as internacionais os ambientes estrangeiros. Ressalta-se também, que os estudos contendo as duas temáticas como assuntos centrais nas publicações internacionais emergiram em 2003, e mantendo crescimento até 2011. Já com relação às publicações nacionais destaca-se o ano de 2006 como o ano de maior referência para as publicações.

Palavras-chave: Internacionalização, Inovação, Bibliométrico.

ABSTRACT

This study aims to formulate the panorama of publications that address innovation in internationalized companies, performing a comparative study of national and international publications. For the analysis of national publications, data were sought in the annals of the events of the National Association of Graduate Studies and Research in Management (ANPAD) and two journals pertaining to it: the Journal of Contemporary Administration (RAC) and the Brazilian Administration Review (BAR). For international publications, the source was based Web of Science, which has international prestige, housing surveys large impact on the world. Among other findings, it stands out as a point of similarity between the articles the fact that multinationals are the object of analysis in both areas. As divergent aspect, it is clear that national publications have focused as the study of the home environment, while international foreign environments. We also emphasize that studies containing the two themes as central issues in international publications emerged in 2003, and keeping growth until 2011. Now with regard to national publications highlights the year 2006 as the year of reference for major publications.

Keywords: Internationalization, Innovation, Bibliometric.

1 INTRODUÇÃO

A exploração do mercado mundial por meio da internacionalização amplia o escopo de transações das empresas e traz consigo a oportunidade de captar retornos inacessíveis quando visualizado apenas o ambiente doméstico. A atuação na arena internacional tem sido uma estratégia difundida entre empresas de diferentes portes e setores da economia, que vislumbram na prática da internacionalização o alcance de uma considerável gama de benefícios.

Diante do contexto da atividade global que envolve comércio internacional e percebendo que a internacionalização é um processo estratégico, torna-se fundamental que as empresas agreguem em suas atividades práticas de inovação, que é definida por Bessant e Tidd (2009, p. 22) como a “habilidade de fazer relações, visualizar oportunidades e de tirar vantagens das mesmas”. Os autores associam inovação ao crescimento empresarial e afirmam que as empresas que não inovam estão fadadas a serem superadas por outras que a façam, sendo então uma questão de sobrevivência a qualquer firma.

Justifica-se a realização desse estudo pelo fato de a análise da produção recente de um determinado campo de conhecimento possibilitar uma avaliação do seu atual grau de desenvolvimento (MACHADO DA SILVA, CUNHA, e AMBONI, 1990; VERGARA, 2005). Neste caminho, esse artigo apresenta o panorama nacional e internacional das produções que englobam simultaneamente as temáticas internacionalização e inovação, no intuito de verificar e comparar o desenvolvimento do estudo no Brasil e no mundo nesse campo de conhecimento.

Para o levantamento das publicações brasileiras, foram verificados os anais dos eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e as revistas a ela vinculadas: Revista de Administração Contemporânea (RAC) e Brazilian Administration Review (BAR). A escolha das fontes para consulta ocorreu pelo fato de a ANPAD representar o principal órgão de interação entre os pesquisadores das instituições na área da administração (ANPAD, 2012).

Para a busca das pesquisas internacionais, foram consultadas as publicações abrigadas na base *Web of Science*, que consiste em uma base multidisciplinar que abriga somente os periódicos mais citados no âmbito mundial. Foram analisadas pesquisas geradas nos anos de 1997 a 2011, sendo este o período delimitado para possibilitar a busca completa das publicações vinculadas à ANPAD, já que estas vieram a público pela primeira vez no ano de 1997.

A seguir, será apresentada a contextualização da união das temáticas internacionalização e inovação, seguida do método do estudo, apresentação e discussão dos resultados e considerações finais sobre o panorama dos estudos nos níveis nacionais e internacionais.

2 SINCRONIZANDO INTERNACIONALIZAÇÃO E INOVAÇÃO

O ingresso de diferentes atores no comércio internacional faz emergir a necessidade de obtenção de estratégias competitivas às firmas, que precisam ser flexíveis e inovadoras para superarem os concorrentes e obterem a preferência de uma demanda global, caracterizada pela avidez às novidades (CHURCHILL JR; e PETER, 2000). O esforço inovador é sempre recompensado, mas é muito mais difícil em países nos quais a infra-estrutura de pesquisa em universidades, institutos e nas próprias empresas é mais modesta (STAL, 2010).

Arbix (2005) apontam que a competitividade originada pela globalização mundial e abertura da economia a partir da década de 1990 fez com que surgisse uma nova visão empresarial, envolvida com as seguintes questões:

- Estratégias voltadas para a inovação e diferenciação do produto;
- Mudanças estruturais e organizacionais;
- Adequação das firmas aos padrões internacionais via inovação tecnológica;
- Inovação melhora o desempenho exportador das firmas;
- Internacionalização das firmas com foco na inovação tecnológica.

Bessant e Tidd (2009) lembram que “inovar” significa fazer algo novo, alterar. Como os mercados internacionais são caracterizados por uma maior pressão competitiva que o mercado nacional, a inovação parece ser inevitável para sobrevivência das empresas (FILIPESCU, 2007), sendo que se a atividade não envolver características inovadoras, em produto, processo ou gestão, a concorrência a qual a empresa estará sujeita no mercado pode comprometer a sua *performance* e lucratividade do negócio (ARBIX, 2005).

Bessant e Tidd (2009) defendem que a inovação é de grande importância às empresas, sejam quais forem seus setores e tamanhos, e que ela é “fortemente associada ao crescimento [...] novos negócios são criados a partir de novas idéias, pela geração de vantagem competitiva naquilo que uma empresa pode ofertar” (BESSANT; TIDD, 2009 p.21). De acordo com Porter (1989), as empresas criam vantagem competitiva percebendo -ou descobrindo- maneiras novas e melhores de competir em uma indústria e levando-as ao mercado, constituindo assim um ato de inovação.

A inovação é considerada como um grande diferencial competitivo das empresas nos estudos internacionais, entretanto, sua definição é bastante abrangente e envolve não somente o incremento de novas tecnologias e desenvolvimento de novos produtos e processos, mas também inovações organizacionais e inovações de marketing (OCDE, 2004).

Damanpour (1991) divide a inovação em três segmentos: tecnológico e administrativo; produto e processo, além de radical e incremental, que significam:

- Inovação Tecnológica: relacionada às atividades básicas da empresa (produto e processo);
- Inovação Administrativa: referente à estrutura da organização;
- Inovação no Produto: mudança no produto (bens e serviços) que a empresa oferece;
- Inovação no Processo: modificar a forma em que os produtos são criados e oferecidos para o consumidor;
- Inovação Radical: mudanças que alteram consideravelmente a forma de utilizar o produto, bem como a percepção do consumidor;

Para Gomes (2007, p.56), “empresas inovadoras constroem estruturas que irão descobrir conhecimento em um tempo de gestão que facilita o rápido desenvolvimento de inovação, crucial para o seu sucesso”. Drucker (1994) enfatiza que as inovações sempre foram fenômenos comuns e recorrentes e que a evidência da sua necessidade para a sobrevivência das organizações é devido à velocidade da sua difusão e seu alcance global através das culturas.

Gomes (2007, p.15) afirma que “no contexto empresarial da economia globalizada, adquirir e desenvolver novas formas de inovação tornou-se uma questão central para as empresas na busca de uma maior competitividade e inserção no mercado interno e externo”, tornando nítida a necessidade que as empresas têm em buscar estas formas de inovação para o alcance do retorno desejado.

De acordo com Filipescu (2007), são poucas as investigações que estudam tanto a inovação quanto a internacionalização da empresa. Todavia, Arbix (2005) verifica que a inovação está fortemente correlacionada com a internacionalização da produção da empresa e constata que as empresas que inovam seus produtos e processos são mais produtivas, têm

maiores parcelas de mercado, retorno maior de investimento e empregam pessoal mais qualificado, valorizando o capital humano e conteúdo tecnológico obtido por meio da aprendizagem na empresa.

3 MÉTODO DE ESTUDO

O objetivo deste artigo é formular o panorama das publicações que abordem simultaneamente as temáticas internacionalização e inovação, realizando um estudo comparativo das publicações nacionais e internacionais. Serão verificados os seguintes aspectos: número de autores por publicação, os periódicos/eventos que mais abrigaram os estudos, os anos de publicação, os objetos de análise nas pesquisas, tipos de artigos (teóricos/empíricos), o grau de inovação estudado, se os focos dos trabalhos completam a inovação em produto ou processo, tipos de inovação e ambiente de análise.

Para a análise das publicações nacionais, os dados foram buscados nos anais dos eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e nos dois periódicos a ela vinculados: a Revista de Administração Contemporânea (RAC) e a Brazilian Administration Review (BAR). Para as publicações internacionais, a fonte foi a base Web of Science, que tem prestígio internacional, abrigando pesquisas de grande impacto no mundo e foram selecionados apenas os trabalhos publicados no modo artigo. Pelo fato de a ANPAD ser mais jovem que a Web of Science em relação às publicações e a proposta do presente artigo ser realizar um estudo comparativo nos dois âmbitos, delimitou-se que as pesquisas deveriam ser datadas de 1997 a 2011, visto que as primeiras pesquisas abrangidas na ANPAD são de 1997.

Para a realização da pesquisa foram recuperados e analisados 489 artigos dispostos na ANPAD, sendo que destes, 45 deles foram selecionados por contemplarem a discussão das temáticas internacionalização e inovação conjuntamente. Já a busca na base Web of Science resultou em 319 artigos para análise a partir do *abstract*, sendo 240 selecionados por conterem as informações desejadas para a pesquisa.

O panorama das publicações nacionais e internacionais possibilitará conhecer e comparar a quantidade de artigos que tratam desses dois temas, quais as esferas organizacionais que predominam entre as publicações, quais os autores mais publicam, os tipos de inovação mais estudados e os objetos de análise, além da quantidade de autores por artigos publicados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Características gerais das publicações

A seguir serão apresentadas as características gerais das pesquisas, referentes ao ano da publicação, evento/periódico, número de autores por artigo, objeto de análise, tipo de artigo, grau de inovação, inovação em produto e/ou processo, ambiente de análise e tipo de inovação.

4.1.1 Artigos por ano de publicação

Foram analisadas publicações nacionais e internacionais entre os anos de 1997 e 2011 e, abaixo, serão apresentadas as variações quanto ao número de pesquisas. A Figura 1 apresenta a quantidade de artigos publicados por ano nos eventos e periódicos da ANPAD, bem como mostra também as oscilações nas pesquisas internacionais.

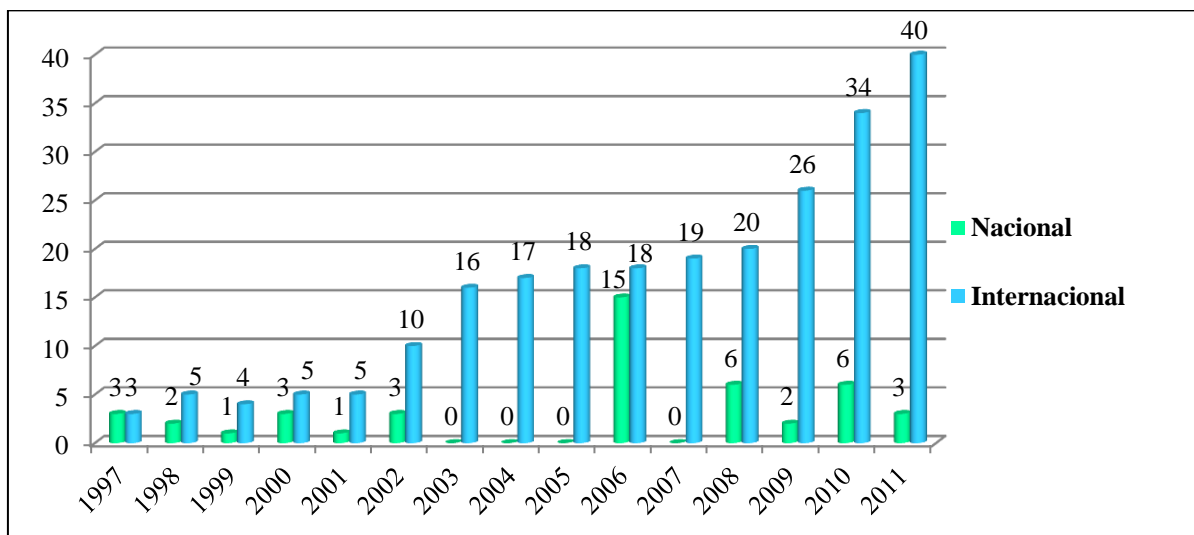


Figura 1: Produções nacionais e internacionais por ano de publicação.

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisar a Figura 1, nota-se que entre o final da década de 90 e início dos anos 2000 a quantidade de publicações nacionais e internacionais encontrava-se em patamares similares e, a partir de 2003, as publicações internacionais cresceram de forma significativa. Salienta-se que pesquisadores internacionais, a partir de 2003, dedicaram parte de seu esforço para entender como as empresas dos mais variados setores podem expandir sua atuação fora do mercado nacional por meio da diferenciação frente aos competidores, por meio de processos inovadores em seus produtos.

4.1.2 Artigo por eventos/periódicos

A seguir, no Quadro 1, encontram-se os locais (eventos ou periódicos) onde as pesquisas nacionais estão localizadas.

Ano	Local de publicação	Quantidade
2006	XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica	12
2008	XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica	5
2010	XXVI Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica	5
1997	XXIV Encontro da ANPAD	3
2006	XXX Encontro da ANPAD	3

Quadro 1: Locais de publicação das pesquisas nacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se que o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, que tem como foco a divulgação de pesquisas na área da inovação, foi o evento que mais abrigou trabalhos das temáticas em análise, recebendo em 2006 o maior número de publicações.

No Quadro 2, estão elencados os eventos ou periódicos que mais abrigaram as publicações internacionais.

Local de publicação	Quantidade
Journal Of International Business Studies	37
Energy Policy	17
Journal Of International Management	15
Research Policy	13
Industry And Innovation	11

Quadro 2 : Locais de publicação das pesquisas internacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.3 Número de autores por artigo

Verificando as publicações nacionais e internacionais, foi observada que a quantidade máxima é de 5 autores. No entanto, essa questão ocorreu em uma única ocasião nas produções internacionais e duas vezes nas publicações nacionais. A maioria dos artigos nacionais foi realizado em conjunto por 2 pesquisadores.

Quantidade de Autores por Artigo	Quantidade de Artigos Nacionais	Quantidade de Artigos Internacionais
1	13	62
2	15	67
3	11	107
4	4	3
5	2	1

Quadro 3: Número de autores por artigo

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto às pesquisas internacionais, nota-se que a quantidade de 3 autores por artigo predomina nas publicações. Verifica-se também que tanto os pesquisadores internacionais como os nacionais apresentam uma forte tendência para publicar individualmente ou em dupla.

4.1.4 Objeto de análise

O presente estudo buscou também identificar e verificar os objetos de análise das publicações nacionais e internacionais, visando obter um maior entendimento sobre o que vem sendo foco de atenção dos pesquisadores dentro das temáticas analisadas no presente estudo. No Quadro 4, elenca-se os principais objetos de análise das produções nacionais.

Objeto de Análise	Quantidade
Multinacionais	12
Setor Vitivinícola	4
Setor de Serviços	3
Setor Agroindustrial	3
Empresas Exportadoras	2

Quadro 4: Principais objetos de análise das pesquisas nacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

Os pesquisadores que direcionam seus estudos para a área inovação e da internacionalização congregam esforços para entender como as multinacionais brasileiras podem alcançar patamares maiores dentro do comércio internacional, focando as pesquisas na qualidade dos produtos e adaptações às exigências do mercado.

Seguindo na mesma linha de análise, no Quadro 5 apresenta-se os objetos de análise das publicações internacionais.

Objeto de Análise	Quantidade
Multinacionais	41
Globalização	32
Países Emergentes	24
Universidades	20
Empresas de Tecnologia - Européias	17

Quadro 5: Objetos de análise das publicações internacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

Tal como foi verificado nas pesquisas nacionais, os pesquisadores estrangeiros também possuem como principal objeto de análise as multinacionais. No entanto, de acordo com a análise dos artigos, as produções estrangeiras têm como foco principal estudar o papel desempenhado pelas tecnologias avançadas a fim de contribuir para a diminuição dos problemas sociais e ambientais a nível mundial.

4.1.5 Tipo de artigo

Quanto aos aspectos metodológicos das publicações nacionais e internacionais, apresentadas no Quadro 6, percebe-se que as pesquisas empíricas se sobrepõem às discussões teóricas nas produções nacionais.

Tipo de Artigo	Nacional	Internacional
Teórico	15,56%	-
Empírico	84,44%	100,00%
Total	100%	100%

Quadro 6: Tipos de artigos publicados nacional e internacionalmente

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisar os artigos internacionais, identificou-se que eles se tratam de trabalhos empíricos, em que pesquisas de campo são realizadas no intuito de compreender sobre determinado fenômeno. Este fato também ocorre no ambiente nacional.

4.1.6 Grau de inovação

Por meio do Quadro 7, pode-se perceber que a maior parte das produções nacionais analisadas, se manteve voltada para o estudo de organizações que aperfeiçoam tecnologias próprias ou de terceiros.

Grau de Inovação	Nacional	Internacional
Radical	33,33%	40,83%
Incremental	40,00%	6,67%
Radical e Incremental	26,67%	52,50%
Total	100%	100%

Quadro 7: Grau de inovações tecnológicas observadas nas publicações nacionais e internacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

Já as pesquisas internacionais possuem como foco principal o estudo voltado para o entendimento de como a inovação radical, conjuntamente com o melhoramento de contínuo de produtos e processos organizacionais, podem facilitar a inserção e o aproveitamento de oportunidades no ambiente externo.

4.1.7 Inovação em produtos e/ou processos

No Quadro 8, apresenta-se o foco das publicações nacionais e internacionais. As produções nacionais estão voltadas ao estudo de empresas que, através da inovação de seus

produtos, possam inserir e conseqüentemente solidificar suas marcas no mercado internacional.

Inovação em:	Nacional	Internacional
Produto	33,33%	40,83%
Processo	28,89%	2,50%
Produto e Processo	37,78%	56,67%
Total	100%	100%

Quadro 8: Análise dos artigos com foco em inovação de produtos e/ou processos

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se que as publicações internacionais estão vinculadas a inovações em produto e processo conjuntamente. No entanto, tem sido dada pouca ênfase ao que se refere à inovação em processo.

4.1.8 Análise do ambiente doméstico/ estrangeiro foco das publicações

No Quadro 9, percebe-se que as publicações nacionais têm como foco principal o ambiente doméstico, buscando entender como as empresas nacionais podem, por meio de seus produtos e processos inovadores, adentrar com vantagem competitiva no comércio internacional.

Ambiente	Nacional	Internacional
Doméstico	46,67%	40,42%
Estrangeiro	33,33%	59,58%
Doméstico e Estrangeiro	20,00%	-
Total	100%	100%

Quadro 9: Ambiente foco das publicações nacionais/internacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

As publicações internacionais direcionam-se para análise do ambiente estrangeiro onde as inovações são introduzidas, e/ou já estão sendo executadas, com o objetivo de explorar, por exemplo, *gaps* tecnológicos no mercado alvo das multinacionais.

4.1.9 Tipo de inovação

Tanto as produções nacionais como as internacionais apresentam-se inclinadas para o estudo de inovações tecnológicas organizacionais, voltadas a dotar as empresas de vantagem competitiva no exterior. No Quadro 10, elencam-se os tipos de inovações abordados nos artigos nacionais e internacionais.

Tipo de Inovação	Nacional	Internacional
Administrativa	22,22%	1,67%
Tecnológica	57,78%	80,00%
Administrativa e Tecnológica	20,00%	18,33%
Total	100%	100%

Quadro 10: Tipos de inovações tecnológicas presentes nos artigos nacionais e internacionais

Fonte: Dados da pesquisa.

Além do exposto, destaca-se que as produções nacionais e internacionais se mostram semelhantes quanto ao foco na análise de organizações que inovam concomitantemente, tanto com foco administrativo como tecnológico, visando estender suas operações para exterior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos artigos publicados nos eventos e periódicos da ANPAD e na base *Web of Science* no período entre 1997 e 2011, relacionados com as palavras-chave internacionalização e inovação, foi possível identificar o levantamento de 240 artigos internacionais e 45 publicações nacionais para análise. Observou-se que estudos contendo as duas temáticas como assuntos centrais nas publicações internacionais emergiram em 2003 e mantiveram em constante crescimento até 2011. Já com relação às publicações nacionais, destaca-se o ano de 2006 como o ano de maior referência para as publicações.

Tratando-se de aspectos semelhantes quanto às publicações nacionais e internacionais, destaca-se que o objeto de análise mais estudado tem sido as multinacionais. Os tipos de artigo produzido são em sua maioria de base empírica, e estão mais voltados para inovações em produto e processo, bem como uma vinculação para pesquisas que contemplem inovações tecnológicas.

Já com relação aos aspectos divergentes, tem-se o fato dos pesquisadores nacionais privilegiarem o ambiente de análise no qual estão inseridos, enquanto que os autores internacionais focam muitos de seus estudos para o ambiente estrangeiro, visando compreender diferentes contextos. Outro fator observado está associado com o número de autores por publicação, no qual se verificou o maior número de autoria para os nacionais de até 02 autores, diferentemente das produções internacionais que tem como destaque 03 autores por publicação.

Os resultados da pesquisa encontram vinculação com a definição da OCDE (2005), que aponta que a inovação tem definição bastante abrangente e envolve não somente o incremento de novas tecnologias e desenvolvimento de novos produtos e processos, como inovações organizacionais.

No desenvolvimento do trabalho, foi possível verificar a utilidade de mecanismos de busca *online* para a realização de pesquisas acadêmicas, como os disponibilizados pela ANPAD e pela *Web of Science*, que servem de ferramenta para que a comunidade acadêmica tenha acesso às publicações bem como busque informações a respeito da evolução de seus temas de interesse.

Os resultados desta pesquisa evidenciam que internacionalização e inovação representam temáticas em ascensão, principalmente para os pesquisadores internacionais, constituindo-se assim, como importante área de estudo para a construção do conhecimento

científico. Como limitação do estudo, destaca-se a sua realização utilizando apenas eventos e periódicos vinculados a ANPAD para a busca das publicações nacionais e a Web of Science para pesquisas internacionais. Por esta razão, sugere-se que estudos futuros desta natureza, possuam uma amplitude maior, abrangendo outras bases como fonte de trabalhos.

6 REFERÊNCIAS

ARBIX, G. Inovações, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras. *Anais do XVII Fórum Nacional China e Índia como desafio e exemplo e a reação do Brasil... para cima*, Rio de Janeiro, 2005.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO - ANPAD. *Sobre a ANPAD*. 2012. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/sobre_apresentacao.php>. Acesso em: 10 dez. 2012.

BESSANT, J.; TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CHURCHILL JR., G.A.; PETER, J.P. *Marketing: criando valor para os clientes*. São Paulo: Saraiva, 2000.

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

DRUCKER, P. F. *Sociedade pós-capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1994.

FILIPESCU, D.A. *Innovation and internationalization: a focus on exporting firms*. Tese (Doutorado). Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

GOMES, C.M. *Gestão de fontes externas de informação tecnológica e desempenho inovador na empresa*. Tese (doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

MACHADO-DA-SILVA, C.; CUNHA, V. C.; AMBONI, N. **Organizações**: o estado da arte da produção acadêmica no Brasil. In: ENANPAD, 1990, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte: ANPAD, 1990.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO. *Manual de Oslo*: proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. FINEP — Financiadora de Estudos e Projetos, 2004.

PORTER, M. E. *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

STAL, E. Internacionalização de empresas brasileiras e o papel da inovação na construção de vantagens competitivas. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 118-147, jul./set. 2010.

VERGARA, S. C. *Estudos organizacionais*: a produção científica brasileira. In: BERTERO, C, O; CALDAS, M, P.; WOOD JR, T. *Produção científica em administração no Brasil: o estado-da-arte*. São Paulo: Atlas, 2005.

