

Editorial do Vol. 5. No. 2

O estudo “Processo de Escolha de Produtos em Constante Inovação: Inovatividade, Objetivos de Consumo e Percepção da Inovação” mostrou que o perfil de inovatividade dos entrevistados influencia na forma como os mesmos buscam atingir seus objetivos de consumo durante o processo de escolha dos consumidores.

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) foi utilizada no estudo “Padrões de Cooperação Tecnológica entre Setores na Indústria Brasileira: uma Análise Quantitativa dos Dados da PINTEC 2001-2003”. Os resultados da pesquisa identificaram a existência de dois grupos distintos, com destaque para aquele com maior índice de cooperação, a saber: fabricação de produtos do fumo; refino de petróleo; produtos siderúrgicos; fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática; fabricação de aparelhos e equipamentos de comunicações.

Visando inovar as práticas gerenciais de uma empresa alimentícia, o trabalho “Inovação Gerencial: os Aspectos Relevantes da Implementação de Desenvolvimento Integrado de Produtos numa Empresa Alimentícia” apresenta um modelo de implementação de um novo processo gerencial de desenvolvimento integrado de produtos e tece uma análise de seus principais aspectos relevantes.

Através do trabalho “O Impacto da Inovação e da Gestão do Conhecimento de Marketing no Desempenho de Novos Produtos no Mercado” constatou-se a supremacia dos processos de gestão de conhecimento de concorrentes sobre os demais construtos nas indústrias pesquisadas, bem como foram identificados importantes antecedentes do fator inovação.

O artigo “Inovação Tecnológica e Competitividade: os Desafios das Pequenas e Médias Empresas em Participar do Comércio Eletrônico” foca a exposição teórica dos benefícios que podem ser obtidos, assim como a análise das barreiras à participação das pequenas e médias empresas no comércio eletrônico. Colhendo os frutos da inovação tecnológica, a organização se tornou parceira na cadeia de valor de várias grandes empresas, ganhou vantagem competitiva no seu ramo de atividade, transformando-se em exemplo de atuação.



RAI

Revista de Administração e Inovação

ISSN: 1809-2039

Uma pesquisa quantitativa realizada com 462 alunos de graduação em administração, na região da grande São Paulo, sobre a percepção deles como consumidores, avaliou o comportamento inovador em relação à existência de recompensa para empresas que apresentam responsabilidade socioambiental. “Inovação no Comportamento do Consumidor: Recompensa às Empresas Socioambientalmente Responsáveis” permitiu comprovar a existência de inovação no comportamento do consumidor, que passa a recompensar, na decisão de compra, empresas socioambientalmente responsáveis.

O artigo Estratégias de Inovação das Empresas Metalúrgicas do Arranjo Produtivo Local de Piracicaba, analisou as estratégias de inovação de empresas metalúrgicas do setor sucroalcooleiro. A pesquisa, exploratória e descritiva foi realizada com 25 empresas do setor metal-mecânico, em grande parte micro, pequenas e médias empresas. Os resultados da pesquisa revelam que as inovações das micro e pequenas metalúrgicas ocorrem mais em produtos do que em processos produtivos. Dentre as dificuldades encontradas pelas empresas, apresenta-se a carga tributária e a elevada taxa de juros, assim como acesso restrito a tecnologias, crédito e mercados.

Uma pesquisa exploratória desenvolvida nos distritos italianos de Sassuolo, Modena Area, Emilia-Romagna Region (ceramica) and Lumezzane, Brescian Valley, e Lombardy com Region (metal-mechanica), denominada Innovation Management And Competitiveness In Business Networks Involving Smes: Italian Industrial Districts identificou a dinâmica de negócios e como tal processo influencia é influenciado pela gestão da inovação tecnológica. Os resultados identificam vários elementos que são típicos das inovações tecnológicas nos distritos industriais, particularmente as características culturais e os fundamentos das relações sociais e pessoais.

O objetivo do artigo “*Innovative Capacity and Competitive Advantage: a case study of two Brazilian Firms*” mostrou como duas empresas industriais em diferentes segmentos criam ambientes organizacionais compatíveis com o desenvolvimento de inovações, por meio de sua cultura, recursos, competências e do uso de redes interorganizacionais. Constatou-se que um melhor entendimento sobre a construção de capacitação inovadora verificada entre diferentes setores industriais ajuda as empresas a melhor alocar seus recursos visando ampliar a capacidade inovadora e, conseqüentemente, desenvolver uma vantagem competitiva sustentável.

Editor: Milton de Abreu Campanario

Editor Adjunto: Osvaldo Elias Farah