

Estudo sobre inovações relacionadas ao Cumbaru no Pantanal Sul

Study on innovations related to Cumbaru in Southern Pantanal

DOI:10.34117/bjdv7n4-001

Recebimento dos originais: 07/03/2021

Aceitação para publicação: 01/04/2021

Valdomiro Nunes de Oliveira Júnior

Bacharel em Administração pela Universidade Federal
de Mato Grosso do Sul (UFMS-CPAQ)

Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS-CPAQ)

Endereço: UFMS-CPAQ. R. Oscar Trindade de Barros, 740. Aquidauana –MS. CEP:
792000-000

E-mail: valjuniorr1@hotmail.com

Daniela Althoff Philippi

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho,
com estágio doutoral na North Carolina State University
Professora Adjunta do Curso de Administração

Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS-CPAQ)

Endereço: UFMS-CPAQ. R. Oscar Trindade de Barros, 740. Aquidauana –MS. CEP:
792000-000

E-mail: daniela.philippi@ufms.br

RESUMO

Ao longo dos anos, a inovação revela-se cada vez mais importante na qualidade de vida das pessoas, no progresso econômico, na preservação e continuidade do meio ambiente e no desenvolvimento social. A inovação consiste em fazer algo novo ou significativamente melhorado e vem sendo entendida como objeto central na gestão das organizações e mecanismo de competitividade. Há classificações da inovação que facilitam a sua compreensão e aplicação, incluindo a inovação sustentável. Em Mato Grosso do Sul existem pequenas organizações que têm promovido a geração de renda para seus integrantes por meio da extração, produção e inovações a partir do cumbaru, um fruto nativo de cerrado e abundante nas regiões do Pantanal Sul. O presente estudo objetivou classificar as inovações relacionadas ao cumbaru em organizações sul pantaneiras de Anastácio e Miranda – MS. Com a metodologia estudo de casos múltiplos – relativos a grupos extrativistas do Cumbaru de dois assentamentos de Anastácio-MS e de Instituto de Miranda – MS, os dados foram coletados por meio de entrevistas em profundidade e observação não participante e foram analisados qualitativamente, buscando relações com a teoria. Como resultados, identificaram-se diversas inovações associadas ao cumbaru, classificadas em incrementais, organizacionais, dentre outras, como a inovação aberta. Ainda, foram evidenciadas características sustentáveis nas inovações. Constatou-se que as inovações agregam valor às organizações. Finaliza-se o artigo com sugestões às organizações estudadas e para futuras pesquisas.

Palavras chave: Extrativismo. Inovação. Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

Over the years, innovation has become increasingly important for quality of life of people, economic progress, environment preservation and conservation, and social development. Innovation consists of doing something new or significantly improved and it is understood as the central object in management of organizations and a mechanism for competitiveness. Innovation has classifications that facilitate its understanding and application, including sustainable innovation. In Mato Grosso do Sul, Brazil, small organizations have promoted income generation for their members through extraction, production, and innovations from cumbaru, a native fruit of the Cerrado and abundant in the regions of southern Pantanal. This study aimed to classify the innovations related to cumbaru in organizations in the municipalities of Anastácio and Miranda, southern Pantanal. The study used the multiple case study methodology – related to cumbaru extractive groups from two settlements in Anastácio and from the Instituto de Miranda. Data were collected through in-depth interviews and non-participant observation and were analyzed qualitatively, searching for relationships with the theory. The results showed several innovations associated to cumbaru, classified as incremental, organizational, among others, such as open innovation. In addition, the innovations displayed sustainable characteristics. It was found that innovations added value to the organizations. The study presented suggestions to the organizations studied and for future research.

Keywords: Extractivism. Innovation. Sustainable Development

1 INTRODUÇÃO

A evolução da humanidade vem sendo observada com as constantes mudanças nas relações entre a natureza e o homem. O ambiente sendo transformado cada vez mais profundamente para que o homem perpetue sua espécie, o que ficou evidenciado após a Revolução Agrícola quando o homem passou a domesticar os animais e controlar as técnicas de plantio, momento em que surgiram as primeiras cidades e também, por consequente, os primeiros desmatamentos e extinções de espécies (PEREIRA, 2009). Neste sentido, a sustentabilidade aliada à inovação, passou a ser foco de atenção nas organizações e para os consumidores.

Segundo o Manual de Oslo (OCDE, 2005), inovação busca a implementação de um produto/serviço (novo ou significativamente melhorado), novo modelo de negócio, uma nova roupagem de marketing e melhores práticas organizacionais. Para Ceretta, Reis e Rocha (2016) a inovação é um processo de extrema relevância que influencia a competitividade entre os países, as regiões e as organizações, o que evidencia o assunto tanto no crescimento organizacional, acadêmico e científico.

A inovação pode assumir diversas formas como a transformação que uma empresa oferece nos produtos/serviços alteração na criação e entrega dos produtos/serviços,

alteração na forma como os produtos/serviços são inseridos no mercado e alteração na mentalidade e nos modelos predefinidos que a empresa está acostumada a fazer (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008). Buscando interação com outras organizações para busca de implementações de projetos inovadores a inovação aberta utiliza-se de fontes externas e internas (SCHERER e CARLOMAGNO, 2016). Juntamente com o que foi dito Tigre (2019), intensifica que a rede de inovação aberta inclui aquisição ou transferência de tecnologia e o estabelecimento de parcerias e consórcios de pesquisa. Sobre inovação sustentável, Barbieri et al (2010), colaboram, dizendo que para introdução de produto/serviços, processos de produção, negócios ou métodos de gestão, novos ou expressivamente melhorados para a organização, precisam produzir vantagens econômicas, sociais e ambientais, não só reduzindo impactos negativos, mas alcançando benefícios líquidos nas consequências socioambientais e econômicas.

Em estudo sobre o fruto cumbaru no cerrado Da Silva e Philippi (2018) e Falcão e Philippi (2019), em organizações extrativista e produtoras de Mato Grosso do Sul apresentaram características sustentáveis, especialmente nas inovações de produto e processo, alinhadas às dimensões sustentáveis e propuseram sugestões para a inovação sustentável.

Observa-se que o cumbaru, fruto nativo de cerrado é abundante nas regiões do Pantanal Sul de Anastácio e Miranda – MS e tem gerado renda para pessoas no estado, com parcerias e desenvolvimento no processo produtivo famílias estão aumentando sua rentabilidade e diminuindo a exclusão social naquela área.

A partir disso formulou-se como pergunta de pesquisa: como se classificam as inovações relacionadas ao cumbaru em organizações de Anastácio e Miranda – MS? Sendo o objetivo geral: classificar as inovações relacionadas ao cumbaru em organizações de Anastácio e Miranda – MS. E, como objetivos específicos: levantar inovações associadas ao cumbaru e aos seus derivados; identificar os tipos de inovação quanto à natureza e quanto ao seu impacto; verificar a existência de inovação aberta e de características de inovação sustentável.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo, apresentam-se a inovação, abrangendo o seu histórico e definições, e a classificação da inovação.

2.1 INOVAÇÃO: HISTÓRICO E DEFINIÇÕES

Segundo Ceretta, Reis e Rocha (2016, p. 2), “o contexto econômico global no processo de desenvolvimento e difusão de inovações caracteriza-se como uma temática que marcou o final do Século XX e o início do século atual”. Os autores destacam que a inovação é um processo importantíssimo que influencia a competitividade entre os países, as regiões e as organizações, o que evidencia o assunto tanto no crescimento organizacional, acadêmico e científico.

Com Schumpeter, o tema da inovação voltou a ser enfaticamente debatido no início do século XX. Seu trabalho foi amadurecendo com o passar dos anos e através de novas teoria do crescimento ligados à inovação, que foram desenvolvidas por pesquisadores que o sucederam (VARELLA; MEDEIROS; SILVA JUNIOR, 2012).

Conforme Audy (2017), hoje a inovação está presente em todas as áreas da sociedade e em todos os segmentos. Existem muitos que confundem inovação com ideias novas, belas concepções e teorias de como poderia ou deveria ser feito algo. Para o autor, a inovação é mais que uma ideia, é a idealização aplicada, executada e transformada em algo que a sociedade possa evoluir em operacionalidade, desenvolvimento e que tenha satisfação, seja no produto, serviço ou no processo de produção de ambos.

No Manual de Oslo consta que a “inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas” (OCDE, 2005, p. 55).

Para Varella, Medeiros e Silva Junior (2012), o tema inovação veio sendo trabalhado por diversos pesquisadores após o lançamento da pedra fundamental por Schumpeter em 1911, surgindo grandes correntes teóricas, como os neoclássicos nos anos de 1950 e evolucionários, que também são conhecidos como neo-Schumpeterianos, nos anos de 1980.

Para Pinsky e Kruglianskas (2017), a minimização de impactos socioambientais está relacionada com a economia de baixo carbono, que representa uma oportunidade e também uma ameaça na mesma proporção para as empresas, buscar uma gestão de projetos de inovação voltados para a sustentabilidade com conhecimento que possa instruir o processo de desenvolvimento de políticas públicas sugere uma grande indagação para o processo.

Segundo Pereira (2009), a evolução da humanidade vem sendo evidenciada com as constantes mudanças nas relações entre a natureza e o homem. Este sempre

transformando o ambiente em que vive para perpetuar sua espécie, entretanto suas modificações vêm se tornando cada vez mais profundas. O que para o autor ficou digno de nota após a Revolução Agrícola, pois é nesta fase que o homem passou domesticar os animais e comandar as técnicas de plantio. O que a partir daí surgiram as primeiras cidades e também os primeiros impactos ambientais como por exemplo a extinção de espécies, os desmatamentos florestais e desvios de curso de água.

Neste sentido, a sustentabilidade aliada à inovação, passou a ser foco de atenção nas organizações e para os consumidores.

De acordo com Barbieri et al. (2010) as inovações sustentáveis devem proporcionar resultados econômicos, sociais e ambientais satisfatórios e benéficos com riquezas em cada uma de sua área citada. O que para os autores não é tarefa fácil dadas as incertezas, variáveis e interações que as inovações trazem, quando são radicais ou com grande grau de novidades em relação ao estado que se encontra. O que ocasiona aos aspectos socioambientais maior dificuldade de serem avaliados previamente, mas poderia ser possível com a introdução de processos produtivos, produtos/serviços, métodos de gestão ou negócios, novos ou significativamente melhores para que a organização possa reduzir os impactos negativos.

2.2 CLASSIFICAÇÃO DA INOVAÇÃO

A seguir, apresentam-se diferentes classificações da inovação: quanto à natureza, quanto aos seu impacto e sua origem em termos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e relacionada ao desenvolvimento sustentável.

2.2.1 Quanto à natureza

De acordo com o Manual de Oslo (OCDE, 2005), existe distinção entre quatro tipos de inovações: 1. Inovação de produto que é caracterizado por novas ou substancialmente melhorias do serviço/produto oferecido aos consumidores; 2- Inovação de processo que é caracterizado por métodos, equipamentos e/ou habilidades para o desempenho dos serviços/produtos novos ou substancialmente melhorados; 3- Inovação organizacional que é caracterizado por práticas de novos métodos organizacionais de negócios, na organização do local de trabalho e nas relações externas da empresa; e 4 – Inovação de marketing que é caracterizado por uma inovação no método de marketing ou um serviço, através de design diferente, promoções e metodologia de preços e vendas de seus produtos.

Para Tidd, Bessant e Pavitt (2008), inovação é uma mudança que pode assumir várias formas como a mudança que uma empresa oferece nos produtos/serviços (inovação de produto), mudança na criação e entrega dos produtos/serviços (inovação de processo), mudança na forma como os produtos/serviços são inseridos no mercado (inovação de posição) e mudança na mentalidade e nos modelos predefinidos que a empresa está acostumada a fazer (inovação de paradigmas).

2.2.2 Quanto ao impacto

Para Filatro (2019), a inovação incremental, ou evolucionária, pode ser tão simples e acessível como a releitura de uma solução existente ou a adição de melhorias ou extensões que visem incrementar versões atuais de um produto, processo ou serviço. Já na inovação disruptiva, é mais radical e provoca a substituição de uma solução antiga por uma nova, redefinindo o modo de pensar, as tecnologias utilizadas, os atores envolvidos e, eventualmente, até mesmo a legislação relacionada ao objetivo.

Para Da Silva (2018), a inovação incremental busca a inserção no algo novo ou sensivelmente melhorado, sem que isso possa alterar significativamente suas características básicas. Pois segundo o autor, para que a inovação incremental seja considerada deve existir uma melhoria a partir de um produto, processo ou serviço que já existe. Já a inovação radical propõe que o novo produto, serviço ou processo permita a criação de um novo mercado que agregue novos valores, podendo até encerrar algum mercado já existente e podendo mudar o modelo de negócio existente (DA SILVA, 2018).

Para Tigre (2019), as modificações tecnológicas são representadas pelas inovações incrementais, que abrangem melhorias feitas no design ou na qualidade dos produtos, melhorias nos processos e layout, novos arranjos logísticos e organizacionais e novas atividades de compra e venda. Para o autor as inovações incrementais ocorrem de forma continuada em qualquer indústria, mesmo com variações de setor ou país de acordo com sua demanda, fatores sociais e oportunidades e trajetórias tecnológicas. Enquanto que a mudança tecnológica considerada radical rompe as trajetórias existentes, buscando uma nova rota, que geralmente está relacionado com as atividades de P&D, ou seja, rompe os limites da inovação incremental, dando origem a novas trajetórias tecnológicas, o que se também pode chamar de inovação “disruptivas”.

2.2.3 Inovação aberta

Para Scherer e Carlomagno (2016) a busca da inovação extrapolou os limites físicos e geográficos da organização. A necessidade de ampliar a produtividade da inovação tem ambicionado empresas de diferentes portes e setores a obterem auxílio externo para inovar. Os departamentos de P&D têm apresentados grandes limitações para produzirem o crescimento e renovação que as organizações precisam para se desenvolverem.

Assim, surge o conceito de inovação aberta que, para Tigre (2019), pressupõe que por mais que as organizações possuam Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), a maioria dos bons profissionais estão fora das empresas e essas fontes externas de tecnologia agregam valor ao negócio.

A inovação aberta busca utilizar fontes externas e internas à organização para sua criação, desenvolvendo e implementando projetos inovadores (SCHERER; CARLOMAGNO 2016). Tigre (2019) complementa que a rede de inovação aberta inclui a prestação de serviços técnicos, a aquisição ou transferência de tecnologia e o estabelecimento de parcerias e consórcios de pesquisa.

De acordo com Scherer e Carlomagno (2016), o conceito de inovação aberta defende o “colaborar” como a melhor forma de otimizar a inovação, ao invés do “proteger”, conceito que orientava a percepção tradicional de P&D. Existe muitos casos de empresas que inovam a partir de tecnologias e ideias de terceiros. Importante destacar que a colaboração com terceiros não se resume a fase de idealização da cadeia de valor da inovação. Desta forma, a organização pode utilizar conhecimento, tecnologias e relacionamentos com terceiros nas diferentes etapas da cadeia. Podendo por exemplo, pode contar com seus clientes e canais de distribuição para o refinamento de uma ideia gerada por um funcionário, assim como pode experimentar uma ideia de terceiros com sua equipe própria. O conceito de inovação aberta atua em todas as fases da cadeia de valor da inovação de acordo com as políticas da empresa.

2.2.4 Inovação sustentável

Para Barbieri et al (2010), a inovação sustentável (IS) é a introdução produto/serviços, processos de produção, negócios ou métodos de gestão, novos ou expressivamente melhorados para a organização e que produz vantagens econômicas, sociais e ambientais, comparados com opções pertinentes. Segundo o autor não se deve tratar de apenas de reduzir impactos negativos, entretanto de alcançar benefícios líquidos,

pois as avaliações das consequências socioambientais devem fazer parte do processo, buscando que seus benefícios sejam alcançados com resultados sociais e ambientais. Em complementação, Gonçalves et al (2016) defendem a influência positiva da sustentabilidade e da inovação no crescimento e desenvolvimento econômico sustentável.

Para Pinsky (2015), o desenvolvimento social e a competitividade são influenciadas prioritariamente pela inovação. Esta apresenta-se como alternativa para desenvolvimento de uma nova economia de baixo carbono, buscando o desenvolvimento sustentável e a viabilidade de iniciativa com foco em atenuar e adaptar os impactos ambientais, principalmente aqueles que possuem relação com as mudanças climáticas.

Segundo Barbieri et al (2010), não basta as empresas apenas inovarem constantemente, porém inovar de forma a considerar as três dimensões da sustentabilidade: 1- dimensão social, que se preocupa com impactos gerados nas comunidades humanas dentro e fora das organizações, como por exemplo os desempregos, pobreza, exclusão social; 2- dimensão ambiental, que se preocupa com os impactos gerados no ambiente, pelo uso dos recursos naturais e emissão de poluentes; e 3- dimensão econômica, que se preocupa com os vantagens econômicas alcançada com introdução da inovação sustentável, para se manter no mercado de forma competitiva e lucrativa. Deste modo a inovação sustentável do negócio deve gerar recursos para remunerar e suprir os meios utilizados, seja nos fatores da produção, repor os ativos usados e investimento para a continuação da competitividade.

Da Silva e Philippi (2018), em estudo realizado sobre inovações relacionadas à castanha de cumbaru no Assentamento Monjolinho (AMAM) em Anastácio-MS, identificaram, através de entrevistas, que a dimensão social associada a inovações está presente na interação entre as mulheres do assentamento. Nesta dimensão destacaram-se a troca de experiências, a implementação de novas ideias para a produção saudável de produtos novos, além da geração de renda complementar de mulheres que trabalham com o fruto próximo das suas residências. Falcão e Philippi (2019) em outro estudo, identificaram aspectos da dimensão social do desenvolvimento sustentável em inovações da castanha do cumbaru no Assentamento Andalucia em Nioaque-MS, como a interação entre os membros do assentamento com outras comunidades; o que antes era apenas alternativa para as mulheres hoje com participação dos demais membros das famílias, agregando maior número de pessoas, inclusive do gênero masculino, o que aumentou o alcance do produto a um maior contingente de consumidores (através de alimentação nutritiva e natural).

Para Da Silva e Philippi (2018), o produto do fruto do cumbaru promove o bem estar das pessoas que é proporcionado por ser um fruto saudável e que a partir do entendimento de seus benefícios tem se tornado uma preferência para os consumidores. De acordo com Falcão e Philippi (2019), os produtos e derivados do cumbaru alcançam cada vez maiores quantidades de consumidores devido ao avanço do produto nas questões nutritivas e natural que são produzidos.

Sobre a dimensão ambiental do desenvolvimento sustentável, Da Silva e Philippi (2018) verificaram nas inovações do cumbaru do Assentamento Monjolinho que os impactos negativos ao meio ambiente são reduzidos, pois os frutos da castanha do cumbaru são colhidos diretamente do chão e o processo de secagem também se utiliza de procedimentos limpos como a exposição ao ar livre das castanhas boas e as que não estão boas para a produção são descartadas novamente ao meio ambiente. Para Falcão e Philippi (2019), com relação à dimensão ambiental em inovações de processo do cumbaru no Assentamento Andalucia, constataram que a extração e processo produtivo ocorrem de forma sustentável e consciente, para não afetar o desempenho do barueiro e não danificar o meio ambiente.

De acordo com Da Silva e Philippi (2018) a colheita consciente, para não afetar o desempenho de produção do barueiro, a produção mais limpa, eficiente e livre de agrotóxico tem proporcionado maiores atrativos para aquisição desses produtos por parte dos consumidores. Segundo Falcão e Philippi (2019), aspecto relativo à inovação ambiental evidenciado foi a transparência de informações ao público no produto final, com garantias ao consumidor de produto de procedências 100% orgânico, pois houve a conquista em 2016 do Certificado de Conformidade, o que permite a comercialização de produtos orgânicos no mercado brasileiro.

Conforme Da Silva e Philippi (2018), a dimensão econômica em inovações do cumbaru no Assentamento Monjolinho está relacionada à geração de riqueza, representada pela alternativa de renda para as mulheres e com o fato de ser matéria prima nativa do cerrado e abundante na região. Segundo Falcão e Philippi (2019), em estudo sobre inovações do Assentamento Andalucia, constaram que a geração de renda decorre de inovações de processo que promoveram uma produção com maior rapidez e que inovações de produto e processo refletem em maior rentabilidade para as famílias e alternativas de renda com os derivados do cumbaru.

Nos estudos de Da Silva e Philippi (2018) observou-se a geração de riqueza com as vendas de produtos, vantagens competitivas, com seu valor nutritivo contido na

castanha de cumbaru, o que se tornou uma preferência para as pessoas que buscam saúde e bem-estar. Segundo Falcão e Philippi (2019) os produtos e derivados do cumbaru proporcionaram mais competitividade no mercado, com a certificação de procedência 100% orgânico, que levou à exportação dos produtos, aumentando a lucratividade.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS

A pesquisa caracteriza-se como descritiva. Para Gil (2019), pesquisas deste tipo têm como propósito a descrição de características de uma população ou fenômeno ou abertura de relações entre variáveis (GIL, 2019). Aqui, os fenômenos estudados são as inovações relativas ao cumbaru nas organizações estudadas, também entendidos como casos estudados, uma vez que a pesquisa se classifica também como de estudos de casos múltiplos.

Para Yin (2001) o estudo de caso é a investigação de um fenômeno contemporâneo de forma empírica dentro de uma circunstância da vida real, sendo que o limite das circunstâncias e do fenômeno não estão bem definidos. Para o autor é uma estratégia de pesquisa que responde às perguntas “como” e “por que” e que foca em contextos da vida cotidiana de situações atuais.

Trata-se, ainda, de uma pesquisa qualitativa que, segundo Cooper e Schindler (2016) é a que inclui um conjunto de técnicas que procuram descrever, interpretar, traduzir e aprender o significado de certos fenômenos que ocorrem de forma mais ou menos natural na sociedade. Para o autor os gestores fazem pesquisa para entender como (processo) e por que (significado) as coisas acontecem em determinada forma.

Para a seleção das organizações e das entrevistadas, utilizou-se a amostragem não probabilística, que segundo Walliman (2014), baseia-se na seleção por mecanismos não aleatórios, no qual é útil para certos estudos como levantamentos rápidos em que não se tem acesso a população inteira, mas que provê uma base superficial para generalização, existindo uma variedade de técnicas que podem ser usadas como amostragem acidental. Como já mencionado, há diversas organizações no estado de Mato Grosso do Sul que trabalham com o cumbaru o que representa a população desta pesquisa, sem haver precisão de quantas.

Assim, na amostragem não probabilística, empregou-se a por conveniência, que, conforme Gil (2019), é aquela que o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, aceitando que eles possam, de alguma forma, simbolizar o universo, esses elementos são selecionados por estarem mais disponíveis para participar do estudo. Considerando

contato pré-existente a três organizações extrativistas de cumbaru próximas do município de Aquidauana, optou-se por realizar o estudo dos casos das organizações: Grupo de Produção Sustentável do Assentamento São Manoel, em Anastácio-MS; Associação Produtiva do Assentamento Bandeirantes (APAB), em Miranda-MS; e Núcleo Ser Vir a Vida- Instituto Pantanal Sul, também em Miranda.

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas, que são as que possuem um roteiro, mas conferem ao pesquisador flexibilidade para alterar introduzir ou eliminar questões, conforme as suas percepções de necessidade ao longo da entrevista (BERTUCCI, 2015). Deste modo, as entrevistas foram a líderes das três organizações estudadas. As entrevistas tiveram duração média de 35 minutos e ocorreram por meio de contato telefônico. Todas as entrevistadas tiveram acesso às perguntas do roteiro antes das entrevistas que foi elaborado no googleforms e enviado a todas previamente. O registro se deu pelo pesquisador, durante a entrevista pelo telefone, no próprio formulário.

De forma complementar aos dados da entrevista, outra técnica utilizada foi a observação não participante é aquela em que o observador verifica e aprende como o objeto de análise ocorre naturalmente, sem tomar iniciativa no evoluir das situações que ocorrem (MOREIRA, 2004; MARIETTO, 2018). Em virtude das dificuldades de locomoção e das impostas em virtude do Corona Vírus, realizou-se a observação não participante da atuação do Núcleo Ser Vir a Vida-Instituto Pantanal Sul, em ponto de comercialização em Campo Grande-MS, que permitiu o registro fotográfico e anotações em diário de campo, bem como complementar pessoalmente alguns dados da entrevista.

No quadro 1 apresentam-se as organizações estudadas e a sua codificação, representando também as líderes entrevistadas.

Quadro 1: Código de identificação dos assentamentos e das organizações

ASSENTAMENTO/INSTITUTO	ORGANIZAÇÃO	CÓDIGO
Assentamento São Manoel	Grupo de produção sustentável do Assentamento São Manoel	A. MANOEL
Assentamento Bandeirantes/Miranda	Associação Produtiva do Assentamento Bandeirante (APAB)	A. BAND
Instituto Pantanal Sul/ Miranda	Núcleo Ser Vir a Vida	I. PSM

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários (entrevistas)

Os dados foram tratados com a análise qualitativa, conforme as orientações de Minayo (2001): ordenados, classificados e analisados, buscando teorização a partir da confrontação entre a teoria e o que se revelou expressivo na pesquisa de campo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Inicialmente apresentam-se a caracterização das entrevistadas, das organizações e da produção vinculada ao cumbaru e, então, a classificação das inovações relacionadas ao cumbaru.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTADAS, DAS ORGANIZAÇÕES E DA PRODUÇÃO VINCULADA AO CUMBARU

No quadro 2 apresentam-se o nível de instrução das entrevistadas juntamente com o tempo que reside no assentamento e tempo de trabalho com o fruto Cumbaru.

Quadro 2: Características das Entrevistadas

ASSENTAMENTO/ GRUPO	NÍVEL DE INSTRUÇÃO	TEMPO EM QUE RESIDE NO ASSENTAMENTO	TEMPO QUE TRABALHA COM O CUMBARU
A. MANOEL	Ensino Fundamental completo	30 anos	13 anos
A. BAND	Ensino Superior Completo	20 anos	04 anos
I. PSM	Pós-graduação incompleta	00 anos	06 anos

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 2 há uma diferença considerável entre o grau de instrução das entrevistadas. O mesmo ocorre em relação ao tempo de assentamentos havendo uma diferença de 30 anos entre a I. PSM e a A. MANOEL. Ainda, a que está há mais tempo residindo no Assentamento, A. MANOEL é a que possui o menor grau de instrução, enquanto que a que reside menos tempo, é a com o maior nível de instrução. Como se observa na última coluna a entrevistada A. MANOEL é, ainda a que trabalha há mais tempo com o cumbaru, passando de mais de o dobro de tempo em relação a outras duas entrevistadas. Destaca-se ainda que I. PSM, mesmo residindo a menos que um ano no Assentamento, carrega consigo a experiência de trabalho de seis anos com o cumbaru.

No quadro 3 apresentam-se a caracterização para cada tipo de organização extrativista em que cada produtora dos assentamentos/Instituto está inserida.

Quadro 3: Caracterização da organização extrativista e produtora

ASSENTAMENTO/GRUPO	TIPO DE ORGANIZAÇÃO
A. MANOEL	Grupo que se reúne periodicamente com objetivos comuns
A. BAND	Associação
I. PSM	Grupo que se reúne periodicamente com objetivos comuns

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 3 o A. MANOEL e I. PSM caracterizam-se como Grupo que se reúne periodicamente com objetivos comuns, já o A. BAND caracteriza-se como uma Associação.

No quadro 4 apresentam-se a comunidade e o Cumbaru, quantidade de pessoas que trabalham com o Cumbaru, ano que iniciaram o manuseio com o fruto e novos produtos derivados fabricados.

Quadro 4: A comunidade e o Cumbaru

ASSENTAMENTO/ GRUPO	NÚMERO DE PESSOAS NO GRUPO QUE TRABALHAM COM O CUMBARU	DESDE QUANDO (ANO) O CUMBARU É FONTE DE RENDA NO ASSENTAMENTO	ALÉM DO CUMBARU IN NATURA, QUAIS PRODUTOS DERIVADOS
A. MANOEL	07	2008	Pães; bolos; biscoitos doces; e farinhas
A. BAND	04	2016	Nenhum
I. PSM	20	2016	Polpa de baru; Xarope; Testando cosméticos; Bolo; Cookies; e Farinha da polpa

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 4 o A. MANOEL possui sete pessoas que trabalham como Cumbaru enquanto que o A. BAND possui apenas quatro e o I. PSM possui o maior número de pessoas que trabalham com o Cumbaru. Em relação ao ano que iniciaram os trabalhos para obtenção de renda com o Cumbaru o A. MANOEL iniciou em 2008 enquanto que o A. BAND e o I. PSM iniciaram em 2016. Além do Cumbaru *in natura*, com exceção do A. BAND que não produz derivados, o A. MANOEL produz pães, bolos biscoitos doces e farinhas. Enquanto que o I. PSM produz popa de baru, xarope, produto para cosméticos, cookies, bolos e farinhas da polpa.

4.2 CLASSIFICAÇÃO DAS INOVAÇÕES RELACIONADAS AO CUMBARU

No quadro 5 apresentam-se a inovações de produto, processo e organizacional: melhorias no processo de extração, fabricação, criação de novos derivados e da organização.

Quadro 5: Inovações de produto, processo e organizacional

ASSENTAMENTO/ GRUPO	PROCESSO DE EXTRAÇÃO DO CUMBARU	PROCESSO DE FABRICAÇÃO DO CUMBARU E SEUS DERIVADOS	CRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS DERIVADOS DO CUMBARU	NA ORGANIZAÇÃO
A. MANOEL	Sim	Sim	Sim	Sim
A. BAND	Não	Sim	Não	Não
I. PSM	Sim	Sim	Sim	Sim

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 5 o processo de extração do Cumbaru obteve inovação para o A. MANOEL e para o I. PSM, enquanto que para o A. BAND não se observou inovação significativa.

Para os três Assentamentos/Grupos o processo de fabricação de derivados do Cumbaru obteve significativas inovações com o passar do tempo, pois adquiriram novos equipamentos e habilidades substancialmente melhoradas para o desempenho do serviço e confecção do produto, conforme preconiza o manual de Oslo (OCDE, 2005).

Já na criação de novos produtos derivados do Cumbaru o A. BAND não notou inovação, o que se percebe pelo quadro 4 onde não há produtos de derivados fabricado pelo referido assentamento. Já o A. MANOEL e o I. PSM notaram inovação na criação de derivados do Cumbaru, conforme produtos listados no quadro 4.

Verifica-se, portanto, que as entrevistadas relataram haver inovações de processo e produto, de maneira semelhante ao que apresentam Tidd, Bessant e Pavitt (2008) os Assentamentos/Grupo buscaram inovações na forma de como oferecem seus produtos, na forma como estão sendo inseridos no mercado, na melhoria dos mesmos, além de mudança na mentalidade e nos modelos predefinidos que a empresa está acostumada a fazer, nesta última só A. BAND que não notou esta inovação.

Com relação à inovação organizacional, com exceção de A. BAND, todas as entrevistadas relataram que houve semelhança às características evidenciadas no Manual de Oslo para este tipo de inovação (OCDE, 2005). As entrevistas relataram organizaram melhor o ambiente de trabalho com práticas novas e novas relações externas, com exceção do A. BAND que não notou inovações dentro da organização, enquanto que os A. MANOEL e o I. PSM observaram inovações dentro da organização com o passar do tempo.

No quadro 6 apresentam-se a inovações de produto, o cumbaru *in natura* e seus derivados.

Quadro 6: Inovações de produto e marketing: cumbaru e derivados

ASSENTAMENTO/ GRUPO	CUMBARU <i>IN NATURA</i>	DERIVADOS DO CUMBARU
A. MANOEL	Melhorias na embalagem e na divulgação do produto	Melhorias na apresentação do produto
A. BAND	Melhorias na divulgação para obter mais vendas	Melhorias na divulgação para obter mais vendas
I. PSM	Melhorias na embalagem e na divulgação do produto	Melhorias na embalagem e na divulgação do produto

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 6 para o Cumbaru *in natura*, o A. MANOEL e o I. PSM observaram melhorias na embalagem e na divulgação do produto, enquanto que o A. BAND observou melhorias na divulgação para obter mais vendas. Já com relação aos derivados do Cumbaru o A. MANOEL observou melhorias na apresentação do produto, enquanto que o A. BAND observou melhorias na divulgação para obter mais vendas e por consequente o I. PSM observou melhorias na embalagem e na divulgação do produto. Desta forma, pode-se constatar também inovações de marketing associadas às inovações de produto, uma vez que todas mencionaram melhorias na divulgação dos produtos. De maneira semelhante ao Manual de Oslo (OCDE, 2005) e aos autores Tidd, Bessant e Pavitt (2008), todos os Assentamentos/Grupo evidenciaram inovações através do design diferente, promoções e metodologias de preços e vendas dos produtos da castanha do cumbaru.

De maneira análoga Da Silva e Philippi (2018), no Assentamento Monjolinho, e por Falcão e Philippi (2019), no Assentamento Andalucia, o I PSM evidenciou, empoderamento, melhorias significativas na embalagem do produto com informações agregadoras de valor em relação ao seu valor nutricional, transformando-se em um tipo de cooperativa sem ser registrada.

Todas as inovações até então identificadas, quanto ao seu impacto foram incrementais pois apresentaram melhorias feitas no design ou na qualidade dos produtos, melhorias nos processos, layout e organizacionais, com exceção da A. BAND, e novas atividades de compra e venda (TIGRE, 2019). Inseriu novidades na produção de produtos de cumbaru e de seus derivados, mas não alterou significativamente suas características básicas (DA SILVA, 2018).

No quadro 7 apresenta-se a existência de inovação aberta, indicando outras organizações que em cooperação, contribuíram para inovações identificadas.

Quadro 7: Inovação aberta relacionada ao cumbaru

ASSENTAMENTO/ GRUPO	TIPOS DE ORGANIZAÇÕES NA COOPERAÇÃO TECNOLÓGICA
A. MANOEL	UFMS; AGRAER e Grupos de outras localidades que trabalham com o Cumbaru
A. BAND	Organizações Não Governamentais
I. PSM	UFMS; e Organizações Não Governamentais

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

Como se observa no quadro 7, para inovar, o A. BAND não busca cooperações tecnológicas relacionada ao Cumbaru com universidades, já o I. PSM busca mesclar cooperação tecnológica relacionada ao Cumbaru tanto com universidade pública e organizações não governamentais (ONG), enquanto que o A. MANOEL busca cooperações tecnológicas relacionada ao Cumbaru em universidade pública e com grupos de outras localidades que trabalham com o Cumbaru. Desta maneira, constata-se que os assentamentos/Grupos buscaram inovações que extrapolaram seus limites físicos, buscando ampliar a produtividade recorreram a diferentes organizações com o intuito de produzirem crescimento e renovação para que sua organização desenvolva em P&D (SCHERER e CARLOMAGNO, 2016).

Os relatos convergiram ainda ao que trata Tigre (2019), de que grande parte dos bons colaboradores da P&D estão fora das organizações e contribuem para agregar valor. E, também, ao que Scherer e Carlomagno (2016) expõe sobre a necessidade de utilizar fonte externa e interna para a criação, desenvolvimento e de projetos inovadores.

Nos casos estudados por Da Silva e Philippi (2018) e por Falcão e Philippi (2019), respectivamente no Assentamento Monjolinho e Andalucia, também ocorreram a inovação aberta a partir da colaboração de profissionais da área de nutrição e capacitação proporcionada pela Prefeitura daquela região e também pela AGRAER (no Assentamento Monjolinho) e apoio da UFMS e parceria junto ao o Centro de Produção, Pesquisa e Capacitação do Cerrado (CEPPEC) que alcançou o selo pela Associação de Certificação Instituto Biodinâmico, uma organização que desenvolve atividades de certificação de produtos orgânicos e biodinâmicos (IBD), no Assentamento Andalucia.

O CEPPEC é um Centro de Produção, Pesquisa e Capacitação do Cerrado que desenvolve projetos na área de extrativismo, tecelagem e turismo, com intuito de capacitar os trabalhadores rurais do cerrado/pantanal (ECOIA, 2020), localizado em Nioaque, a menos de 120 km das organizações estudadas, vislumbra-se que uma cooperação com o CEPPEC, centro de referência no estado, seria um excelente caminho

para todas, no propósito da geração de inovações, especialmente pela troca de experiências.

No quadro 8 apresentam-se as existências de inovações associadas às dimensões da sustentabilidade, no processo de extração, produção e produto final.

Quadro 8: Existência de inovações associadas às dimensões da sustentabilidade

ASSENTAMENTO/ GRUPO	DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE E TIPOS DE INOVAÇÕES	PROCESSO (extração)	PROCESSO (produção)	PRODUTO
A. MANOEL	Econômica	Sim	Sim	Sim
A. BAND		-	Sim	-
I. PSM		Sim	Sim	Sim
A. MANOEL	Social	Sim	Sim	Sim
A. BAND		-	Sim	-
I. PSM		Sim	Sim	Sim
A. MANOEL	Ambiental	Sim	Sim	Sim
A. BAND		-	Sim	-
I. PSM		Sim	Sim	Sim

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados primários

- não houve questionamento, uma vez que como se apresenta no quadro 5, não houve inovações

Como se observa no quadro 8, quanto à dimensão econômica, o processo de extração desenvolve inovações com benefícios econômicos para que os Assentamentos/Grupos A. MANOEL e I. PSM desenvolvam renda para custear esse processo.

Já tanto no processo da produção todos os Assentamentos/Grupo observaram inovações na dimensão econômica, ou seja, houve remuneração suficiente na atividade econômica para suprir os meios utilizados e se manter competitivo no processo de produção.

A inovação no produto final, para os Grupos A. MANOEL e I. PSM, proporcionou benefícios econômicos, pois obtiveram maior lucratividade com a inovações de novos produtos com produtos para cosméticos, polpa de baru, xarope, bolo e doces, cookies e farinha da polpa.

Com relação à inovação na dimensão social, os Assentamentos/Grupos Grupos A. MANOEL e I. PSM observaram que houve uma preocupação com impactos gerados nas comunidades, tanto no processo de extração, produção e produto final. Ainda, com relação a A BAND, houve benefícios sociais em inovações de processo de aprimoramento/qualificação, no que tange os desempregos, a pobreza e a exclusão social.

Em conformidade com a dimensão ambiental os Assentamentos/Grupos também observaram uma evolução com relação aos impactos gerados no ambiente, pelo uso dos

recursos naturais e emissão reduzidos de poluentes tanto no processo de extração, produção e produto final.

De forma semelhante, nos casos estudados por Da Silva e Philippi (2018), no Assentamento Monjolinho, e por Falcão e Philippi (2019), no Assentamento Andalucia, houve também inovação na dimensão social relativo a troca de experiências/aprimoramentos no processo (maior facilidade na quebra da castanha o que proporcionou melhor qualidade de vida no trabalho) e no complemento de renda das mulheres. Houve também inovação ambiental na colheita consciente, para não afetar o desempenho de produção do barueiro e informações nutritivas na embalagem do produto. E na dimensão econômica houve a rentabilidade maior das mulheres/famílias envolvidas na extração e produção do cumbaru, juntamente maior competitividade do produto no mercado e aprimoramento do processo produtivo (agilidade na produção).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral que foi classificar as inovações relacionadas ao cumbaru em organizações de Anastácio e Miranda – MS foi alcançado. Foram estudadas, como casos, as organizações Grupo de Produção Sustentável do Assentamento São Manoel, em Anastácio-MS; Associação Produtiva do Assentamento Bandeirantes (APAB), em Miranda-MS; e Núcleo Ser Vir a Vida- Instituto Pantanal Sul, também em Miranda.

Com relação às inovações associadas ao cumbaru e aos seus derivados, identificaram-se inovações não apenas associadas ao cumbaru, mas também aos seus derivados, evidenciada pelo Assentamento São Manoel e o Instituto Pantanal Sul/Miranda que desenvolvem pães, bolos, biscoitos doces, farinhas, polpa de baru, xarope, produtos para cosméticos, cookies e farinha da polpa. O que se pode notar no entusiasmo do Instituto Pantanal Sul/Miranda, que estão a cada dia buscando informações e fazendo experiência para produzir novos e melhores produtos derivados do cumbaru.

Na classificação das inovações quanto à natureza, a qualidade do produto e de seus derivados aumentou através de qualificação e parcerias, houve uma sensível melhoria na organização do trabalho, com exceção do A. BAND, o que aumentou o estímulo de produção, juntamente com isso também foi observada uma evolução no marketing com mudança em design de embalagens, metodologia de preços, vendas e promoção.

Quanto ao seu impacto, as inovações classificaram-se em incrementais, pois as características observadas na cadeia produtiva do cumbaru apresentaram melhorias na

extração, processo de produção com aquisição de maquinário, evolução nas embalagens e com maiores detalhes de informações nutricionais ao cliente, modificações organizacionais que se aproximaram ao conceito de uma cooperativa. Não ocorreu a criação de um novo produto, serviço ou processo que permitisse a criação de um novo mercado que agregasse novos valores ou construindo novos negócios o que são evidenciados na inovação radical.

Verificou-se a existência de inovação aberta por meio de cooperações e parcerias com organizações como a UFMS, AGRAER, Grupos de outras localidades que trabalham com o cumbaru e Organizações Não Governamentais o que evidenciou busca por tecnologias externas nas diversas fases da cadeia do processo produtivo, agregando valor ao negócio.

Evidenciaram também características de inovação sustentável. Na dimensão ambiental identificou-se uma preocupação com os impactos gerados no processo de extração do cumbaru para não agredir os barueiros e manter sua continuidade, além aumentar as informações nutritivas nas embalagens dos produtos, agregando valor ao produto. Na dimensão social observou-se uma preocupação com os impactos gerados no processo produtivo aprimorando com aquisição de equipamentos e qualificando os indivíduos que participam do processo, diminuindo assim a exclusão social. Na dimensão econômica, houve remuneração suficiente na atividade econômica para suprir os meios utilizados e se manter competitivo no processo de produção. Observou-se também que a produção de derivados do cumbaru pelo Assentamento São Manoel e Instituto Pantanal Sul/Miranda impulsionou maior lucratividade do negócio com inovações de seus derivados inclusive na linha de cosméticos.

Sugere-se às organizações parcerias com o CEPPEC, pois o mesmo é um centro de referência em que possuem profissionais em diversas áreas que prestam apoio técnico e consultorias para trabalhadores rurais do Cerrado / Pantanal, localizado em Nioaque-MS, a menos de 120 km das organizações estudadas, o que seria um excelente caminho para todas, no propósito da geração de inovações, especialmente pela troca de experiências. Para futuras pesquisas, a aplicação de pesquisas semelhantes a esta em outras organizações do estado e estudos mais aprofundados sobre inovações abertas na cadeia extrativista e produtiva do cumbaru no estado.

REFERÊNCIAS

- AUDY, Jorge. A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 31, n. 90, p. 75-87, 2017.
- BARBIERI, José Carlos et al. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 146-154, 2010.
- BERTUCCI, Janete Lara de Oliveira. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC): ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação**. São Paulo: Atlas, 2015.
- CERETTA, Gilberto Francisco; REIS, Dálcio Roberto dos; ROCHA, Adilson Carlos da. Inovação e modelos de negócio: um estudo bibliométrico da produção científica na base Web of Science. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 23, n. 2, p. 433-444, 2016.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2016.
- DA SILVA, Fabiane Padilha. **Inovações tecnológicas**. Porto Alegre: SAGAH, 2018
- DA SILVA, Hevellen Dayse; PHILIPPI, Daniela Althoff. Características sustentáveis da inovação da castanha de cumbaru da Associação de Mulheres Agricultoras do Assentamento Monjolinho (AMAM) em Anastácio-MS. **Anais XXII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais**. SIMPOI 2018 FGV, EAESP: São Paulo, 2018.
- EOA. **Centro de Produção, Pesquisa e Capacitação do Cerrado**. Campo Grande, 2020. Disponível em: <<https://coa.org.br/cerrado/ceppec> > Acesso em 21 nov 2020.
- FALCÃO, Oskela Karla Reis; PHILIPPI, Daniela Althoff; PORTO, Bruno Matos. Inovação e Sustentabilidade: O caso da castanha de cumbaru do Assentamento Andalucia em Mato grosso do Sul. **Anais do encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente (XXI ENGEMA)**. USP: São Paulo, 2019.
- FILATRO, Andrea. **Design instrucional 4.0**. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2019.
- GONÇALVES, Rafael; DE CASTRO, Alessandro de Castro; CATAPAM, Anderson; CATAPAM, Dariane Cristina. Uma discussão da sustentabilidade e inovação como variáveis para o crescimento e desenvolvimento econômico sustentável. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 16-27, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- MARIETTO, Marcio Luiz. Observação participante e não participante: Contextualização Teórica e sugestão de roteiro para aplicação dos. **Revista Ibero-Americana de Estratégia (RIAE)**, v. 17, n. 4. São Paulo, 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOREIRA, D. A. Pesquisa em Administração: Origens, uso e variantes do método fenomenológico. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 1, n. 1, 2004.

OCDE. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3 ed. Tradução: Flávia Gouveia. Uma publicação conjunta de OCDE e Eurostat/Financiadora de Estudos e Projetos, 2005.

PEREIRA, João Victor Inácio. Sustentabilidade: diferentes perspectivas, um objetivo comum. **Economia Global e Gestão**, Lisboa, v. 14, n. 1, p. 115-126, 2009.

PINSKY, Vanessa; KRUGLIANSKAS, Isak. Inovação tecnológica para a sustentabilidade: aprendizados de sucessos e fracassos. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 31, n. 90, p. 107-126, 2017.

PINSKY, Vanessa Cuzziol et al. Inovação sustentável: uma perspectiva comparada da literatura internacional e nacional. **RAI Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 226-250, 2015.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação** uma abordagem estratégica, organizacional e de gestão de conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2016.

YIN, Roberto K. **Estudos de casos: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WALLIMAN, Nicholas. **Métodos de pesquisa**. São Paulo: Saraiva 2014.

VARELLA, Sergio Ramalho Dantas; MEDEIROS, Jefferson BS de; SILVA JUNIOR, Mauro Tomaz. O desenvolvimento da teoria da inovação Schumpeteriana. **XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP)**, ABEPRO: Bento Gonçalves, 2012.