

Este texto foi publicado no Jus no endereço <https://jus.com.br/artigos/99630>  
Para ver outras publicações como esta, acesse <https://jus.com.br>



## RESENHA: Manual de Oslo diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação

RESENHA: Manual de Oslo diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação



Elton Emanuel Brito Cavalcante

---

Publicado em 08/2022.

---

**OECD. Manual de Oslo diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª edição, 2005.**

Desde 1990, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (<https://pt.wikipedia.org/wiki/OECD>) vem publicando o Manual de Oslo - Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica, cuja meta é servir de parâmetro para metodologias, técnicas, conceitos e produção de indicadores de pesquisas voltados para o desenvolvimento das nações industrializados (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Ind%C3%BAstria>).

Na edição aqui resenhada, ou seja, a terceira edição, de 2005, o Manual de Oslo (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Oslo>) trouxe atualizações compatíveis com os conceitos de inovação inerentes ao século XXI.

Começa, por conseguinte, afirmando como as mudanças recentes podem influenciar no contexto das inovações e que para o desenvolvimento de políticas de suporte apropriado à inovação, é necessário um melhor entendimento de vários aspectos críticos do processo de inovação, tais como as atividades de inovação que não estão incluídas na Pesquisa e Desenvolvimento

(P&D), as interações entre os atores e os fluxos relevantes de conhecimento. O desenvolvimento de políticas também exige a obtenção de melhores informações (Manual de Oslo, 2005, p. 15).

Como defesa da inovação administrativa, diz: As inovações organizacionais não são apenas um fator de apoio para as inovações de produto e processo; elas mesmas podem ter um impacto importante sobre o desempenho da firma. Inovações organizacionais podem também melhorar a qualidade e a eficiência do trabalho, acentuar a troca de informações e refinar a capacidade empresarial de aprender e utilizar conhecimentos e tecnologias (Manual de Oslo, 2005, p. 17).

O objetivo, portanto, seria o de oferecer diretrizes para a coleta e a interpretação de dados sobre inovação (Manual, p. 19). Ele discute alguns pontos: a) uma compreensão conceitual adequada da estrutura e das características do processo de inovação e suas implicações para a formulação de políticas; b) os problemas-chave não resolvidos que dados adicionais poderiam esclarecer; c) definições básicas de inovação, atividades inovadoras e empresas inovadoras; d) classificações institucionais; e) mensuração das interações no processo de inovação; f) tipos de conhecimento e suas fontes; g) atividades de inovação e sua mensuração; h) objetivos, barreiras e impactos da inovação (Manual de Oslo, p. 20).

Ademais, delimita o tema assim: tratamento da inovação apenas em empresas com atividades de negócios (comerciais); inovação no âmbito da empresa; quatro tipos de inovações: de produto, de processo, organizacional e de marketing; aborda a difusão até o ponto de nova para a firma (Manual de Oslo, 2005, p 22).

Como se pode ver, texto preocupa-se com a coleta de dados sobre inovação no âmbito da firma. Ele não trata de mudanças amplas na indústria ou na economia, entre as quais a emergência de um mercado novo, o desenvolvimento de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, ou a reorganização da indústria. Contudo, é possível em alguns casos estimar mudanças mais abrangentes na indústria e na economia, tais como a emergência de um novo mercado ou a reorganização da indústria, por meio da agregação de dados de firmas individuais (Manual de Oslo, 2005, p 22).

As firmas atuais passam por momentos de transição, nem sempre facilmente assimiláveis, por isso o Manual busca lidar com mudanças que envolvem um grau considerável de novidade para a firma. Isso exclui mudanças pequenas ou com grau de novidade insuficiente. Entretanto, uma inovação não precisa ser desenvolvida pela própria empresa, mas pode ser adquirida de outras empresas ou instituições por meio do processo de difusão. A difusão é o meio pelo qual as inovações se disseminam, através de canais de mercado ou não, a partir da primeira introdução para diferentes consumidores, países,

regiões, setores, mercados e empresas. Sem difusão uma inovação não tem impacto econômico. A exigência mínima para que uma mudança nos produtos ou funções da empresa seja considerada uma inovação é que ela seja nova (ou significativamente melhorada) para a empresa (Manual de Oslo, 2005, p. 24).

Além disso, há outras noções trazidas à baila, relativas à originalidade da inovação, para tanto, os gestores devem preocupar-se em saber se tal originalidade é nova para a firma, para o mercado e para o mundo, e se as mudanças podem ou não trazer rupturas. Assim, diz o Manual: Há duas razões principais para o uso do termo nova para a firma como o requisito mínimo de uma inovação. Inicialmente, a adoção de inovações é importante para o sistema de inovação em seu conjunto. Ela envolve um fluxo de conhecimentos por parte das firmas que adotam a inovação. Aliás, o processo de aprendizado na adoção de uma inovação pode levar a desenvolvimentos posteriores na inovação e ao desenvolvimento de novos produtos, processos e outras inovações. Ressalte-se ainda que o principal impacto da inovação na atividade econômica provém da difusão de inovações iniciais por outras empresas. A difusão é apreendida pelo tratamento das inovações que são originais para a empresa (Manual de Oslo, 2005, p 24).

Por fim, sugere o que deve ser uma empresa inovadora, a qual seria aquela que introduziu uma inovação durante o período em análise. Essas inovações não precisam ter sido um sucesso comercial: muitas inovações fracassam. As empresas inovadoras podem ser divididas entre as que desenvolveram principalmente inovações próprias ou em cooperação com outras empresas ou organizações públicas de pesquisa, e aquelas que inovaram sobretudo por meio da adoção de inovações (por exemplo, novos equipamentos) desenvolvidas por outras empresas. As firmas inovadoras podem também ser classificadas segundo os tipos de inovações implementadas; elas podem ter implementado um novo produto ou processo, ou um novo método de marketing, ou ainda uma mudança organizacional. Os impactos das inovações no desempenho de uma empresa variam de efeitos sobre as vendas e sobre a fatia de mercado detida a mudanças na produtividade e na eficiência. São impactos importantes no âmbito industrial e nacional as mudanças na competitividade internacional e na produtividade total de fatores, os transbordamentos de conhecimento a partir de inovações na esfera da firma, e o aumento na quantidade de conhecimentos que circulam através das redes de comunicação. Os resultados das inovações de produto podem ser medidos pela porcentagem das vendas dos produtos novos ou melhorados (ver Capítulo 7). Tratamento similar pode ser utilizado para medir os resultados de outros tipos de inovações. Indicadores adicionais dos resultados da inovação podem ser obtidos por meio de questões qualitativas sobre os efeitos das inovações (Manual de Oslo, 2005, pp. 26-27).

## Autor



**Elton Emanuel Brito Cavalcante**

---

## Informações sobre o texto

Este texto foi publicado diretamente pelo autor. Sua divulgação não depende de prévia aprovação pelo conselho editorial do site. Quando selecionados, os textos são divulgados na Revista Jus Navigandi.