

Inovação e responsabilidade social corporativa: um estudo bibliométrico da produção científica na base Web of Science no período de 2012-2017

Innovation and corporate social responsibility: a bibliometric study of scientific production on the web of science in the period from 2012 to 2017

● Luciana Aparecida Barbieri da Rosa¹
Maria Carolina Martins Rodrigues²
Caroline Rosseto Camargo³
Clandia Maffini Gomes⁴
Larissa Cristina Barbieri⁵

RESUMO

Este artigo pretende discutir as interfaces e as articulações entre os constructos Inovação e Responsabilidade Social Corporativa. Dessa forma, o objetivo do trabalho é apresentar o cenário das publicações internacionais que relacionam o tema inovação com responsabilidade social corporativa, disponível na base de dados Web of Science da ISI WEB of Knowledge no período de 2012 a 2017. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliométrica, descritiva. A pesquisa foi realizada através da base de dados Web of Science da ISI Web of Knowledge, totalizando 507 artigos selecionados. Nos resultados da pesquisa, constata-se que o ano de maior número de publicações foi 2016 com 141 artigos. O Journal of Business Ethics apresentou o maior número de publicações com o total de 31.

Palavras-chave: Inovação. Responsabilidade Social Corporativa. Web of Science.

1 Doutoranda em Administração de Empresas pelo Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal de Santa Maria
2 Universidade de Extremadura – Espanha
3 Universidade Federal de Santa Maria
4 Universidade Federal de Santa Maria
5 Faculdade de Educação São Luís – FESL

Inovação e responsabilidade social corporativa: um estudo bibliométrico da produção científica na base Web of Science no período de 2012-2017

Innovation and corporate social responsibility: a bibliometric study of scientific production on the web of science in the period from 2012 to 2017

ABSTRACT

This article aims at discussing the interfaces and articulations between the Innovation and Corporate Social Responsibility constructs. Thus, the objective of this article is to understand the features of international scientific literature related to the theme of Innovation and Corporate Social Responsibility: from 2012 to 2017. The methodology consisted of a bibliometric descriptive research. The research was carried out through the Web of Science database of ISI Web of Knowledge, totaling 507 selected articles. The results of this survey show that the year with the highest number of publications was 2016 with 141 articles. The Journal of Business Ethics presented the highest number of publications with a total of 31.

Keywords: Innovation. Corporate Social Responsibility. Web of Science.

1 Introdução

Nas últimas décadas, tem-se falado muito em inovação e tem-se assegurado que vivemos na era da sociedade da informação ou da sociedade do conhecimento. Segundo Drucker (1997, p.35), a inovação “é o instrumento exclusivo dos empreendedores, o meio pelo qual eles investigam a mudança como uma oportunidade para um negócio distinto ou um serviço distinto”.

Para McElroy (2002), inovação é um processo social intrínseco a cada empresa, em que a confiança, as relações, geram um aumento da capacidade de colaboração, entre os stakeholders, no desenvolvimento de novos produtos, e que a inovação é difícil de gerir, sendo um processo auto-organizado.

Bem como a inovação, que gera um senso de colaboração e confiança, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) representa uma cultura de negócios baseada na ética empresarial, bem-estar dos funcionários, direito do consumidor, equidade social e econômica, tecnologia sustentável, integridade moral e transparência com autoridades públicas. As organizações devem visar ao lucro, mas também devem ser responsáveis pelos impactos de suas atividades na sociedade, assim a responsabilidade social corporativa tem se tornando um diferencial competitivo.

Assim, considerando a importância da inovação e a responsabilidade social no ambiente empresarial, tem-se a seguinte questão: “Como se apresenta o cenário das publicações internacionais que relacionam o tema inovação e responsabilidade social corporativa, disponível na base de dados Web of Science da ISI WEB of Knowledge?”.

Partindo da premissa de investigar os artigos que contemplem conjuntamente os temas Inovação e Responsabilidade Social Corporativa, este artigo procura apresentar o cenário das publicações internacionais que relacionam o tema inovação com responsabilidade social corporativa disponível na base de dados Web of Science da ISI WEB of Knowledge no período de 2012 a 2017.

Além desta seção introdutória, o artigo discorre sobre a temática Inovação, seguido da contextualização sobre a responsabilidade social corporativa, a seguir apresenta o método do estudo, seguido da análise e discussão dos resultados encontrados, na sequência, as considerações finais, terminando com as limitações e futuras linhas de investigação.

2 Revisão de literatura

2.1 Inovação

Têm surgido novas definições com novos enfoques na literatura acadêmica nos últimos tempos. De acordo com Sarkar (2007, p.109), a inovação é “a exploração de novas ideias que encontram aceitação no mercado, usualmente incorporando novas tecnologias, processos, design e uma melhor prática”.

Nesta nova ótica de mercado, Drucker (2007) diz que a inovação requer requisitos importantes para poder existir: trabalho e conhecimento, pois a inovação é um trabalho árduo, intencional e objetivo, com grandes exigências de diligência, persistência e compromisso; os inovadores devem basear-se nos pontos fortes e oportunidades para ter sucesso, e a inovação deve ter um efeito na economia e na sociedade que permita uma mudança no comportamento da população em geral. Assim, a inovação tem que estar próxima, centralizada e orientada para o mercado.

Katz (2003) afirma que a inovação é a concretização, combinação ou síntese do conhecimento em novos produtos, processos ou serviços que acrescenta valor de forma original e importante. Shelton et al. (2005) argumentam que a inovação é um processo de gestão que necessita de ferramentas específicas e sistemas de gestão para ser eficiente, gerando criação de valor à empresa.

Mas, para além destas definições académicas que sustentam o conceito de inovação, existe a definição oficial de inovação, a mais abrangente e aceita no mundo empresarial e académico, a qual se encontra no Manual de Oslo. É um manual completo sobre inovação, criado pela Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). A versão utilizada atualmente é a terceira edição, em que é definida a inovação como “a implementação de um produto novo (bem ou serviço) ou significativamente melhorado ou processo, 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.56).

Paletta (2008, pp.1-2) afirma que a “inovação é o uso de ideias para otimizar processos ou criar diferenciais em produtos e serviços ou diminuir custos. Mas, não basta apenas ter novas ideias, elas devem ser testadas e ser capazes de agregar valor aos negócios”. Ainda para o mesmo autor, “a inovação é resultado de melhorias contínuas em ambientes relativamente estáveis”. Para Keeley et al. (2010, p.5), a “inovação é a criação de uma nova oferta exequível”.

Assim, pode-se concluir que todas as definições têm um objetivo comum: a inovação envolve algo novo, original ou melhorado por parte de uma empresa, através dos diferentes tipos de inovação, nas diversas áreas do negócio, gerando criação de valor à empresa e sendo reconhecido por todos os seus possíveis utilizadores e pela sociedade em geral. Conceitos como a Inovação e a Responsabilidade Social Corporativa são já assumidos como uma realidade pelos diversos intervenientes na gestão empresarial. Em termos académicos, constituem temas de investigação atual e em constante desenvolvimento.

2.2 Responsabilidade Social Corporativa

Com um cenário mundial e corporativo cada vez mais dinâmico se torna essencial que o papel das empresas seja ativo no processo de distribuição da riqueza gerada, atuando de forma socialmente responsável. De acordo com Bower (1957), responsabilidade social pode ser definida como as obrigações dos administradores de empresas em tomar decisões, adotar orientações e propor ações segundo os valores de uma sociedade. Ainda, nesse contexto, Knez-Riedl, Mulej e Dyck (2006) afirmam que a síntese da responsabilidade social é o vínculo entre empresas e sociedade.

Para Barbu e Sorinel (2012), a responsabilidade social corporativa pode ser definida como o envolvimento da empresa na vida da comunidade, acontece como uma troca, na qual a organização adquire conhecimento, reputação e reconhecimento da sociedade. Esse conceito começa a mudar o mundo conforme acontece uma dependência mútua entre a empresa, a sociedade e a ampla aceitação de suas instituições e organizações. Resumindo, podemos afirmar que a responsabilidade social corporativa representa uma cultura de negócios que envolve ética empresarial, direitos do consumidor, equidade social e económica, tecnologia sustentável, bem-estar dos funcionários, transparência com autoridades públicas e integridade moral.

Neste contexto, de acordo com Gallardo-Vázquez, Sanchez-Hernandéz e Martínez-Azúa (2013) é impreterível fomentar um encontro entre as mais diversas autoridades e grupos de interesses, tendo como principal elemento a temática ambiental, buscando como foco a interdisciplinaridade. Os autores ressaltam que é indispensável que o avanço económico, social e o ambiental devem ser almejados simultaneamente.

O impacto de uma organização na sociedade pode elevar as externalidades positivas e diminuir as negativas. A responsabilidade social vai muito além de doações e causas filantrópicas, divulgar seus produtos de forma clara e ética, pagar impostos e respeitar funcionários e clientes são valores essenciais para o bem-estar social. Empresas com essas características se diferenciam de suas concorrentes e causam uma boa impressão perante os clientes (SERPA e FOURNEAU, 2007).

Segundo o estudo realizado por Bylok (2016), pequenas e médias empresas utilizam a responsabilidade social corporativa como método administrativo. Isso reflete, principalmente, nas relações com consumidores e nas práticas de mercado. O autor sustenta que a responsabilidade social deve fazer parte da estratégia empresarial das pequenas e médias organizações para incrementar os resultados e a competição.

Já no estudo de Benito Hernández e Esteban Sánchez (2012) realizado na Europa com microempresas sobre responsabilidade social foi possível destacar a importância das empresas vincularem-se com a comunidade e outros atores no intuito de se tornarem mais competitivas no mercado. O estudo evidencia que essa proximidade com a comunidade é um facilitar na identificação das necessidades e dos problemas socioambientais. Além disso, os autores salientam que a formação de redes de cooperação dessas empresas auxilia na melhoria capital estrutural e na relação com as organizações abrangidas.

Em consonância, Barbu e Sorinel (2012) afirmam que o objetivo da responsabilidade social corporativa é melhorar o equilíbrio entre ética e empreendedorismo. A gerência deve executar as atividades da empresa visando ao lucro, mas devem ser responsáveis pelos impactos dessas atividades na sociedade. Portanto, diante da alta competitividade enfrentada pelas organizações é um dever dos seus administradores encontrar soluções econômica, social e ecologicamente sustentáveis para seus negócios. A responsabilidade social corporativa exige maiores esforços das empresas, mas a recompensa é inquestionável.

3 Metodologia

O presente estudo tem natureza exploratória, caracteriza-se quanto à abordagem como quantitativo e para fins da sua operacionalização foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliométrica. Teve como objetivo ampliar o conhecimento referente às publicações relacionadas aos temas Inovação e Responsabilidade Social Corporativa (Innovation and Corporate Social Responsibility) na base de dados Web of Science no período de 2012 a 2017 e identificar quais os tópicos relacionados com a temática que estão sendo estudados e quais são mais relevantes.

A. Definição do escopo do estudo

A investigação das publicações para a realização da bibliometria realizou-se a partir dos mecanismos de pesquisa da base de dados da Web of Science (WOS) do Institute for Scientific Information (ISI).

A WOS trata-se de uma base multidisciplinar constituída por aproximadamente 12.000 jornais indexados. A base indexa apenas os journals mais citados nas suas respectivas áreas, como por exemplo: Journal of Business Ethics, Journal of Cleaner Production, Sustainability, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Journal of Business Research, Business Strategy and the Environment, Business Society, etc.

É também um índice de citações, informando, para cada artigo, os documentos por ele citados e os documentos que o citaram (Quadro 1).

Quadro 1 – Tipo de documentos

TIPO DOCUMENTOS	Nº ARTIGOS
Article	371
Proceedings paper	111
Review	22
Editorial material	5

Fonte: Elaborado pelos autores

A bibliometria tem por característica disseminar e expor o conhecimento científico, através da quantificação e da medição das publicações de artigos e pesquisas realizadas.

Para Oliveira et al (2013), o uso da pesquisa bibliométrica é um recurso fundamental para a busca do conhecimento científico e tem como propósito a aplicação de uma técnica que mensure a influência de algumas variáveis, tais como: pesquisadores ou journals, proporcionando traçar o delineamento e suas tendências.

Os termos Innovation e Corporate Social Responsibility foram pesquisados na Web of Science no período compreendido entre os anos de 2012 e 2017, tendo como resultado um total de 507 trabalhos.

Para proceder à análise bibliométrica do estudo, identificaram-se as seguintes variáveis: principais autores, título das fontes, principais instituições, ano das publicações, principais países e idiomas, relação entre autores com mais publicações e publicações mais citadas.

B. Etapas para a coleta dos dados

A realização da pesquisa dividiu-se em duas etapas. Inicialmente digitaram-se os termos Innovation* e Corporate Social Responsibility* no campo de pesquisa da base WOS. O asterisco foi utilizado para abranger termos com diferentes terminações relacionados às palavras Inovação e Responsabilidade Social Corporativa (Innovation* e Corporate Social Responsibility*), delimitando-se o período de 2012 a 2017. A seguir foram levantadas as características gerais das publicações.

Comparou-se as publicações mais citadas e os autores que mais publicaram no mesmo período, na segunda etapa. Evidencia-se, no Quadro 2, as etapas da pesquisa.

Quadro 2 – Etapas da pesquisa

ETAPAS	DESCRIÇÃO
1. Primeira	Pesquisa dos tópicos Innovation * e Corporate Social Responsibility *; Análise das características das publicações;
2. Segunda	Relação entre autores com mais publicações e publicações mais citadas

Fonte: Elaborado pelos autores

Portanto, foi realizada a análise bibliométrica do mencionado estudo, de acordo com as etapas descritas no Quadro 2, apresentada a seguir.

4 Análise e discussão dos resultados

A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa, identificando as principais características da produção científica na base de dados da Web of Science relacionada com as palavras-chave Inovação e Responsabilidade Social Corporativa no período 2012 a 2017. Depois de aprimorar a pesquisa para as categorias de Inovação e Responsabilidade Social Corporativa e optar por apresentar resultados referentes apenas a artigos, obteve-se o total de 371 artigos. Inicialmente, serão apresentadas as características gerais das publicações: principais autores, título das fontes, principais instituições, ano das publicações, principais países e idiomas. Por fim, serão apresentados o número de publicações por autor e o número de citações.

A. Características gerais das publicações sobre Innovation and Corporate Social Responsibility: na Web of Science.

Apresentam-se, a seguir, as características gerais das publicações relacionadas com os temas Innovation and Corporate Social Responsibility nas seguintes categorias: principais autores, título das fontes, instituições, ano das publicações, países e idiomas.

1) Principais autores

O Quadro 3 apresenta os principais autores que publicaram artigos com os temas Innovation and Sustainability no período analisado.

Quadro 3 – Quantidade de artigos por autor

NOME AUTORES	Nº ARTIGOS
MULEJ M	5
BENITO-HERNANDEZ S	4
GALLARDO-VAZQUEZ D	4
SANCHEZ-HERNANDEZ MI	4
TANG Z	4
TOPPINEN A	4
TUPPURA A	4
CHANG CH	3
DE ANDRES J	3
HALME M	3
KIM Y	3
LIU XF	3
MARTINEZ AB	3
PATARI S	3
TANG JT	3
VOEGTLIN C	3
XU FN	3
WONG A	2
WU J	2
YADAV PL	2
YANG CH	2
ZENKO Z	2
ZHANG L	2
ZHANG Y	2
ZVEREVA OM	2

Fonte: Elaborado pelos autores

Verificou-se uma diversidade e multiplicidade quanto aos autores dos artigos que envolvem os temas em análise. Foi constatada a inexistência de um investigador que seja um grande expoente quando se analisam as áreas de Innovation and Corporate Social Responsibility simultaneamente. No entanto, destaca-se Mulej, M. É o autor que possui o maior número de publicações (5). Entre os artigos, sobressai-se o Social Responsibility as a way of systemic behavior and innovation leading out

of the current socioeconomic crisis de 2009, salientando a responsabilidade social como um modo de conduta sistêmica e inovação que movimentam para fora da atual crise socioeconômica.

2) Título das fontes

O Quadro 4 apresenta as principais fontes de publicações relacionadas ao tema Innovation and Sustainability.

Quadro 4 – Quantidade de artigos por fonte

TÍTULO DA FONTE	Nº ARTIGOS
Journal of Business Ethics	31
Journal of Cleaner Production	23
Sustainability	19
Corporate Social Responsibility and Environmental Management	13
Journal of Business Research	13
Business Strategy and The Environment	9
Business Society	7
Ecological Economics	6
Management Decision	6
Organization Environment	5
Procedia Social and Behavioral Sciences	5
Social Responsibility Journal	5
Business Ethics a European Review	4
Iceri Proceedings	4
Journal of Management Studies	4
Strategica	4
Sustainable Development	4
Inzinerine Ekonomika Engineering Economics	3
Journal of The Academy of Marketing Science	3
Kybernetes	3
Revue Internationale PME	3
Schriftenreihe Informatik	3
Strategica Opportunities and riSks in the Contemporary Business Environment	3
Technological Forecasting and Social Change	3
Total Quality Management Business Excellence	3

Fonte: Elaborado pelos autores

A maioria dos estudos referentes ao tema foi publicada nos periódicos Journal of Business Ethics com 31, Journal of Cleaner Production com 23 e Sustainability com 19, seguidos dos periódicos: Corporate Social Responsibility and Environmental Management e Journal of Business Research, ambos com 13 publicações.

Os jornais que contemplam trabalhos publicados envolvendo os temas Innovation and Corporate Social Responsibility são especializados em diferentes áreas como mostra o quadro 5.

Quadro 5 – Principais áreas temáticas

ÁREAS TEMÁTICAS	Nº ARTIGOS
Business Economics	326
Environmental Sciences Ecology	102
Social Sciences other Topics	75
Engineering	59
Science Technology other Topics	57
Computer Science	19
Public Administration	19
Operations Research Management Science	18
Education Educational Research	12
Agriculture	7
Geography	6
Information Science Library Science	6
Energy Fuels	4
Government Law	4
Psychology	4
Communication	3
Forestry	3
Social Issues	3
ART	2
Food Science Technology	2
History Philosophy of Science	2
Materials Science	2
Mathematical Methods in Social Sciences	2
Philosophy	2
Sociology	2

Fonte: Elaborado pelos autores

3) Principais instituições

As instituições que mais publicaram trabalhos relacionados aos temas Innovation and Corporate Social Responsibility estão apresentadas no Quadro 6.

Quadro 6 – Quantidade de artigos por instituição

INSTITUIÇÃO	Nº ARTIGOS
University of Maribor	9
Aalto University	7
Bucharest Academy of Economic Studies	6
Lappeenranta University of Technology	5
Leuphana University Luneburg	5
Oregon University System	5
Polytechnic University of Madrid	5
Universidad de Castilla la Mancha	5
Universite de Lyon Comue	5
University of Cambridge	5

INSTITUIÇÃO	Nº ARTIGOS
University of Groningen	5
Roma Tre University	4
Scuola superlore Sant Anna	4
Tamkang University	4
Univ Europea Madrid	4
Universidad de Extremadura	4
University of Amsterdam	4
University of Bath	4
University of California System	4
University of Economics Bratislava	4
University of Helsinki	4
University of London	4
University of Oviedo	4
University of Surrey	4
Western University University of Western Ontario	4

Fonte: Elaborado pelos autores

As instituições que mais se destacaram no que se refere às publicações relacionadas à Innovation and Corporate Social Responsibility foram: University of Maribor, localizada na Eslovênia com 9, Aalto University, situada na Finlândia com 7, e Bucharest Academy of Economic Studies, na Romênia, com 6 publicações sobre as temáticas analisadas.

4) Anos de publicação

O Quadro 7 mostra a quantidade de artigos da Web of Science relacionados ao tema Innovation and Corporate Social Responsibility que foram publicados entre os anos de 2012 e 2017.

Quadro 7 – Quantidade de artigos por ano

ANO PUBLICAÇÃO	Nº ARTIGOS
2017	63
2016	141
2015	112
2014	74
2013	58
2012	59

Fonte: Elaborado pelos autores

5) Principais países e idiomas

O Quadro 8 apresenta os principais países que possuem publicações relacionadas com o tema de pesquisa.

Quadro 8 – Quantidade de artigos por país

PAÍSES	Nº ARTIGOS
USA	77
England	58
Spain	55

PAÍSES	Nº ARTIGOS
Peoples R China	50
Canada	33
Italy	29
France	26
Australia	25
Netherlands	25
Germany	19
Taiwan	19
Finland	17
South Korea	16
Czech Republic	14
Sweden	13
Romania	12
Poland	11
Slovenia	11
Brazil	10
Switzerland	10
Slovakia	9
Denmark	8
India	8
Malaysia	8
Scotland	8

Fonte: Elaborado pelos autores

Relativamente ao número de artigos por países, os Estados Unidos da América lideram o ranking de publicações com 77, seguidos do Reino Unido, Espanha República Popular da China e Canadá com 58, 55, 50 e 33 publicações, respetivamente.

Logo, pode-se inferir que nesses países encontram-se a maior parte das publicações relacionadas com o tema Innovation and Corporate Social Responsibility. Destaca-se, ainda que no Brasil foram encontradas 10 publicações e em Portugal não foram encontradas publicações na Web of Science sobre o tema pesquisado, o que indica que esta temática é ainda pouco trabalhada, com isso poderá servir para futuros investigadores portugueses que procuram originalidade nos seus trabalhos.

No que se refere aos idiomas dos trabalhos publicados sobre o tema, no Quadro 9, verifica-se que 490 artigos estão publicados em inglês, o que corresponde a 96,65% dos trabalhos.

Quadro 9 – Quantidade de artigos por Idioma

IDIOMAS	Nº ARTIGOS
English	490
Spanish	7
French	3
Czech	2

Fonte: Elaborado pelos autores

Tendo em vista a pesquisa sobre os temas Inovação e Responsabilidade Social Corporativa, realizada na base de dados Web of Science, foram selecionadas as dez publicações mais citadas e relacionadas com os autores com maior número de publicações apresentados no Quadro 10.

Quadro 10 – Relação das 10 publicações mais citadas no período (2012 a 2017)

TÍTULO / AUTOR / PERIÓDICO / ANO	Nº CITAÇÕES 2012 a 2017
Título: A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes Autores: Bocken, N. M. P.; Short, S. W.; Rana, P.; Evans, S. Jornal: Journal of Cleaner Production Ano: 2014	160
Título: Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility Autores: Kitzmueller, Markus; Shimshack, Jay Jornal: Journal of Economic Literature Ano: 2012	96
Título: On the drivers of eco-innovations: Empirical evidence from the UK Autores: Kesidou, Effie; Demirel, Pelin Jornal: Research Policy Ano: 2012	94
Título: Social issues in supply chains: Capabilities link responsibility, risk (opportunity), and performance Autores: Klassen, Robert D.; Vereecke, Ann Jornal: International Journal of Production Economics Ano: 2012	80
Título: On the green and innovative side of trade competitiveness? The impact of environmental policies and innovation on EU exports Autores: Costantini, Valeria; Mazzanti, Massimiliano Jornal: Research Policy Ano: 2012	74
Título: Impact at the 'Bottom of the Pyramid': The Role of Social Capital in Capability Development and Community Empowerment Autores: Ansari, Shahzad; Munir, Kamal; Gregg, Tricia Jornal: Journal of Management Studies Ano: 2012	69
Título: Resource depletion, peak minerals and the implications for sustainable resource management Autores: Prior, T.; Giurco, D.; Mudd, G.; Mason, L.; Behrisch, J. Jornal: Global Environmental Change-Human And Policy Dimensions Ano: 2012	67
Título: Environmental Management in SMEs in the UK: Practices, Pressures and Perceived Benefits Autores: Brammer, Stephen; Hoejmoose, Stefan; Marchant, Kerry Jornal: Business Strategy and The Environment Ano: 2012	53
Título: Reviewing a Decade of Research on the Base/Bottom of the Pyramid (BOP) Concept Autores: Kolk, Ans; Rivera-Santos, Miguel; Rufin, Carlos Jornal: Business & Society Ano: 2014	48
Título: Responsible Leadership in Global Business: A New Approach to Leadership and Its Multi-Level Outcomes Autores: Voegtlin, Christian; Patzer, Moritz; Scherer, Andreas Georg Jornal: Journal of Business Ethics Ano: 2012	40

Fonte: Elaborado pelos autores

A elaboração do Quadro 10 teve como propósito analisar a relação das publicações mais citadas, com os autores que mais publicaram nesse mesmo período relacionados no Quadro 3. No quadro, foi possível verificar que o autor que mais publicou no período entre os dez mais citados na Web of Science foi o Voegtlin, com quarenta citações. Dessa forma, constatou-se que a maioria dos artigos mencionados no quadro acima não pertencem aos autores que mais publicaram sobre o tema.

5 Considerações finais

Neste estudo, pretendeu-se compreender quais as características da produção científica internacional que relaciona os temas Inovação e Responsabilidade Social Corporativa. Para cumprir o objetivo deste estudo, procedeu-se à pesquisa bibliométrica utilizando a base de dados Web of Science, a qual resultou a análise de 507 tipos de documentos.

Em relação às perspectivas de pesquisa, com o passar dos anos, verifica-se que os interesses e os focos de investigação sobre o tema Inovação e Responsabilidade Social Corporativa exprimem um crescimento da importância da área para o conhecimento científico.

Assim, foi possível mapear e analisar o cenário de produção científica relacionada ao tema Inovação e Responsabilidade Social Corporativa.

Relativamente ao veículo de divulgação, constatou-se uma representatividade na publicação de artigos. O ano que teve o maior número de publicações foi o de 2016. Além disso, quanto às fontes de publicação, destacaram-se o Journal of Business Ethics, Journal of Cleaner Production e Sustainability com 31, 23 e 19 publicações, respectivamente.

Quanto aos autores que mais publicaram sobre o tema em estudo, observou-se uma multiplicidade e diversidade quanto à autoria dos trabalhos. Percebeu-se, portanto, que os investigadores mais citados, foram Mulej M., com 5 publicações, e Benito-Hernandez S., Gallardo-Vazquez D., Sanchez-Hernandez M.I., Tang Z., Toppinen A., Tuppuru A., etc., com 4 publicações cada, não havendo um grande expoente quando se analisa as áreas de Innovation and Corporate Social Responsibility simultaneamente.

As instituições que mais se destacaram no que se refere às publicações relacionadas com Innovation and Corporate Social Responsibility, foram: University of Maribor localizada na Eslovênia, University, situada na Finlândia e Bucharest Academy of Economic Studies, na Romênia.

Ainda, foram selecionadas as vinte e cinco publicações mais citadas e relacionadas com os autores com maior número de publicações. Perante este quadro, foi possível constatar que o autor que mais publicou no período 2012-2017 não consta nos artigos mais citados na Web of Science.

A contribuição do presente artigo para os estudos em Gestão deve-se aos indicadores resultantes quanto às instituições de pesquisa e aos periódicos que mais se destacam na produção do conhecimento sobre o tema a nível internacional.

6 Limitações e futuras linhas de investigação

A principal limitação do presente estudo deve-se ao fato de as informações apresentadas estarem restritas aos artigos encontrados na base Web of Science.

Para futuros estudos, sugere-se a ampliação de pesquisa por artigos sobre os temas Inovação e Responsabilidade Social Corporativa na base de dados Scopus como também eventos científicos nacionais e internacionais, de maneira a obter-se outros resultados sobre o perfil bibliométrico das publicações em relação a esses temas.

Nenhum investigador português consta da listagem dos autores que mais publicaram sobre o tema, o que reforça a ideia de que este tema precisa de ser mais estudado neste país e futuramente pode ser um instrumento de pesquisas para dissertações e teses de doutoramento sobre este tema.

Referências

BARBU, C., SORINEL, C. **Metalurgia International**, vol. 17, p. 141-145, 2012.

BENITO HERNÁNDEZ, S., & ESTEBAN SÁNCHEZ, P. La influencia de las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación en el capital relacional y estructural de las microempresas. **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa**, 2012, v. 18, n. 2, p. 166-176.

BOWER, H. R. **Responsabilidades sociais dos homens de negócio**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A, 1957.

BYLOK, F. (2016). The Concept of Corporate Social Responsibility in Strategies of SMEs. **Club of Economics in Miskolc**, vol. 12., n. 1., p. 19-26.

DRUCKER, P. (1997). **Inovação e gestão**. Editora Presença, 4ª edição.

DRUCKER, P. (2007). **Innovation and entrepreneurship: practice and principles**. Oxford: Butterworth/Heinemann.

GALLARDO-VÁZQUEZ, D.; SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M. I.; MARTÍNEZ-AZÚA, M. B. C.. Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. **Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review**, 16; p.11-23, 2013.

KATZ, R. (2003). Managing Technological innovation in business organizations, In Shavinina Larisa (Ed.): **The international Handbook on Innovation**. Oxford: Pergamon.

KEELEY, L., PIKKEL, R., QUINN, B. E WALTERS, H. (2013). **Ten types of innovation**. New Jersey: Wiley & Sons.

KNEZ, M., ROSI, B.; MULEJ, M.; LIPIČNIK, M. Competitiveness by requisitely holistic and innovative logistic management. **Promet**, v. 22 (3), pp. 229-237, 2010.

KNEZ-RIEDL, J.; MULEJ, M.; DYCK, R. G. Corporate social responsibility from the viewpoint of systems thinking. **Kybernetes**, v. 35, n. 3/4, 2006.

MCELROY, M.W. (2002). Social innovation capital. **Journal of Intellectual Capital**, 3(1), 3039.

MORAES, Romildo de Oliveira; et al. Gestão Estratégica de Custos: Investigação da Produção Científica no Período de 2008 a 2012. In: **Congresso brasileiro de custos 2013**, Uberlândia. São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, 2013.

MULEJ, M., BOŽIČNIK, S., POTOČAN, V., (...), HRAST, A., ŠTRUKELJ, T. Social responsibility as a way of systemic behavior and innovation leading out of the current socioeconomic crisis, **53rd Annual Conference of the International Society for the Systems Sciences 2009: Making Liveable, Sustainable Systems Unremarkable 1**, pp. 402-419, 2009

MULEJ, M., POTOČAN, V., ZENKO, Z., (...), Hrast, A., Prosenak, D. Social responsibility - An innovation of ethic toward requisite holism as a basis for humans to make a difference in affluence, **52nd Annual Conference of the International Society for the Systems Sciences 2008 1**, pp. 89-106, 2008

Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE) (1999), Guidelines and instructions for OECD Symposium, International Symposium Measuring Reporting Intellectual Capital: Experiences, Issues, and Prospects, June, Amsterdam, OECD, Paris.

PALETTA, F.C. (2008). Tecnologia da Informação, inovação e empreendedorismo: fatores críticos de sucesso no uso de ferramentas de gestão em empresas incubadas de base tecnológica. São Paulo, **Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares** (IPEN).

SARKAR, S. (2007). **Empreendedorismo e inovação**. Lisboa, Escolar Editora.

SERPA, D., FOURNEAU, L. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Revista administração contemporânea**, vol.11, n.3, Julho/Setembro, 2007.

SHELTON, R., DAVILA, T. E BROWN, P. (2005). **The Seven Rules Of Innovation**. *Optimize*, 4(8), 51-56.