



O IMPACTO DA INOVAÇÃO E DESEMPENHO DA CADEIA DO VINHO NA PERCEPÇÃO DOS PRODUTORES

Tássia de Lucena Lima (BIC-NP), Maria Emilia Camargo (Orientador(a))

O mercado está cada vez mais competitivo e exigente, fazendo com que as empresas busquem inovar através de seus produtos e serviços, por meio da oferta de um diferencial aos seus clientes. Um dos caminhos para manter a vantagem competitiva nas cadeias produtivas é por meio da diferenciação. Dessa forma, a inovação passa a ser um aspecto fundamental para que as cadeias produtivas consigam se diferenciar e continuem a crescer, pois a inovação possui fatores que podem ampliar a vantagem competitiva de uma cadeia produtiva a partir do momento no qual um dos elos da cadeia chega ao seu ponto máximo de lucratividade e competitividade. Ela somente continuará crescendo se houver inovação (LINDERMAN, 2012; JARDINE; MENIS; OTA; KALYUZHNIY; MCGUIRE, 2013). Assim, este estudo teve como principal objetivo verificar a relação entre a inovação (produto e processo) e a vantagem competitiva na cadeia produtiva do vinho, na percepção dos produtores da Serra Gaúcha. Foi realizada uma pesquisa bibliométrica no período de 2000 a 2019 na base de dados Scopus com os termos de pesquisa “*production innovation*” and “*process innovation*” and “*competitive advantage*” and “*agribusiness chains*”, na qual identificaram-se estudos que sugerem a relação entre inovação de produto e de processo e vantagem competitiva. A pesquisa foi do tipo quantitativa e descritiva, operacionalizada através de uma *survey* com corte transversal, com uma escala de concordância do tipo likert de cinco pontos, que varia de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”. A amostragem foi não probabilística por fácil acesso. Os produtores receberam o questionário, modelo *Google Forms*, enviado por e-mail. Os respondentes tiveram 4 semanas para responderem e submetem as respostas *on-line*. A amostra final foi de 40 participantes da cadeia produtiva do vinho da região da Serra Gaúcha. Para o tratamento dos dados, utilizou-se a análise de regressão linear múltipla. Pelos resultados obtidos, através da análise de regressão linear múltipla, pode-se afirmar que a que a inovação de produto explica 48% vantagem competitiva, enquanto a inovação de processo explica 42%. Este resultado corrobora com os estudos encontrados na revisão bibliométrica, que enfatizam o impacto da inovação na vantagem competitiva.

Palavras-chave: Produto, Processo, Vitivinicultura.

Apoio: UCS, FAPERGS