

PESQUISA MOVIMENTA INOVAÇÃO. INOVAÇÃO MOVIMENTA O FUTURO.

XXVIII ENCONTRO DE JOVENS PESQUISADORES E X MOSTRA ACADÊMICA DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

07 e 08 de OUTUBRO de 2020
UCS CAMPUS-SEDE - CAXIAS DO SUL



UCS
UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PESSOAS EM MOVIMENTO

BIC/NP?UCS

O IMPACTO DA INOVAÇÃO NA VANTAGEM COMPETITIVA DA CADEIA DO VINHO NA PERCEPÇÃO DOS PRODUTORES

SMRA

LIMA, Tassia de Lucena; CAMARGO, Maria Emília (Orientadora)

Introdução

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).

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.

Metodologia

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

Referencial Teórico

INOVAÇÃO

Para Schumpeter (1950) a inovação é resultante do novo processo com destruição daquilo que está obsoleto. O Manual de Oslo (OECD, 2005, p. 55) apresenta a definição de inovação como a "implementação de um novo produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou processo, ou novo processo ou novo método de marketing ou novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações existentes". Bessant (2009, p.387) "inovação não ocorre simplesmente porque a se deseja – é um processo complexo que envolve riscos e precisa de gerenciamento cuidadoso e sistemático"

INOVAÇÃO DE PRODUTO E PROCESSO

a) Inovação de produto: introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que diz respeito às suas características ou usos pretendidos. Isto inclui melhorias significativa nas especificações técnicas, componentes e materiais, incorporação de softwares, facilidade de uso ou outras características funcionais.

b) Inovação de processo: implementação de um método de produção ou de entrega novo ou significativamente melhorado. Isto inclui alterações significativas nas técnicas, equipamento e/ou programas.

do produto ou na embalagem, posicionamento de produtos, promoção de produtos ou preços.

Inovação no agronegócio

- A inovação do agronegócio remonta a sociedade feudal.
- Passa para a 1ª Revolução agrícola – tração animal, (MAZZOLENI; OLIVEIRA, 2010).

A 2ª revolução agrícola foi marcada pela inovação nos fertilizantes químicos, e contribuíram para o surgimento da **Revolução Verde**.

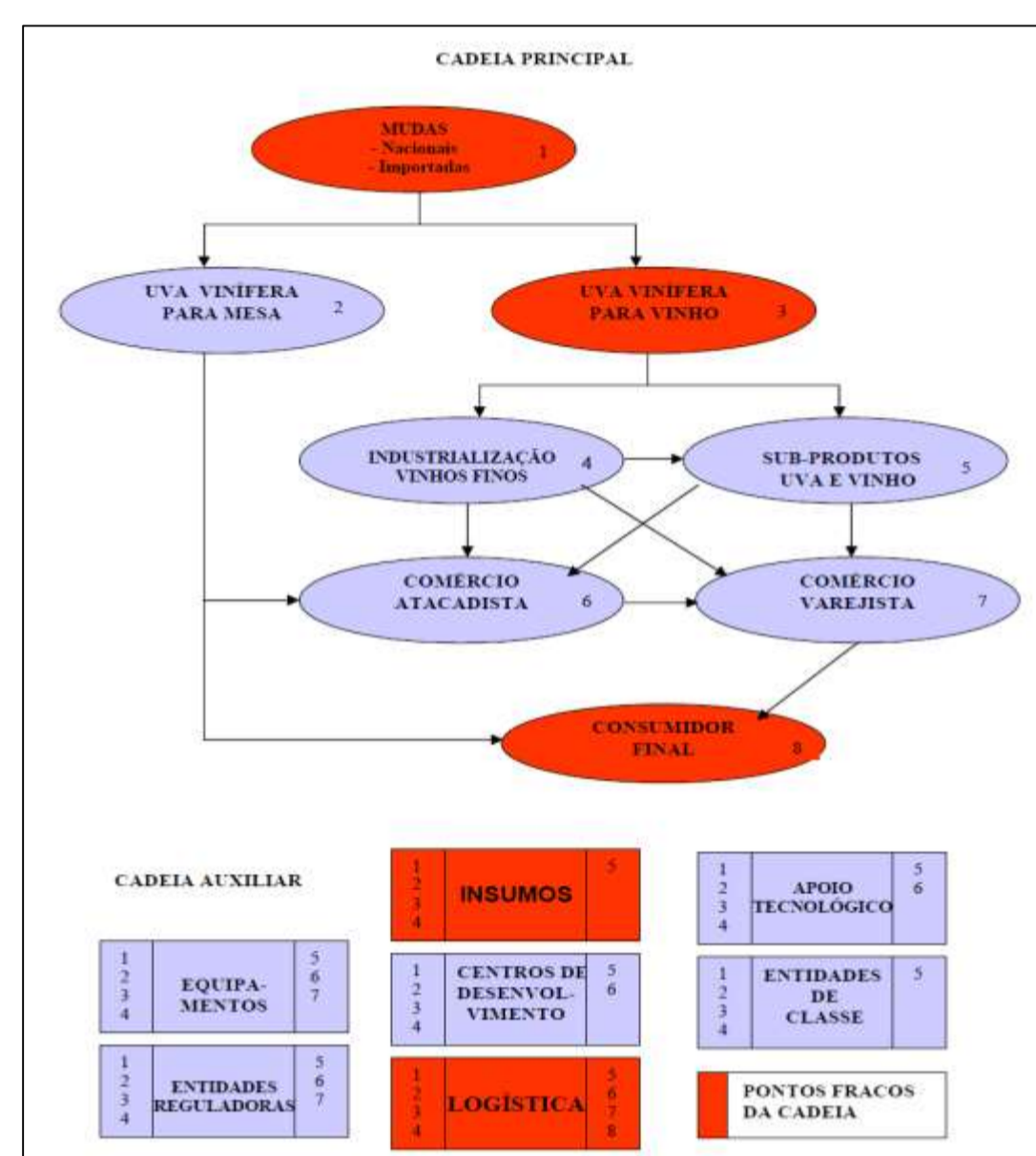
- Em 1840 surge a abordagem teórica da reposição de componentes químicos e tratamento do solo.

Inovações no setor agroindustrial 1960/1970-representava uma esperança contra a fome e miséria do planeta(BENITEZ; GOLINSKI, 2007; MAZZOLENI; OLIVEIRA, 2008).

- É definida por Porter (1993) como um conjunto de características que permite uma organização ser diferente por postar mais valor sob o ponto de vista dos clientes, diferenciando-se da concorrência e, por isso, obtendo vantagens no mercado.

- Pode ser entendida como uma vantagem que uma organização tem em relação aos seus concorrentes, investindo em produtos novos ou agregando valor aos já existentes.

ESTRUTURA DA CADEIA DA UVA E VINHO - BRASIL



INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Vantagem Competitiva

A obtenção de Vantagem Competitiva através do sistema das firmas tem ligação direta entre fornecedores e clientes, pois é necessário que a vantagem seja percebida pelos consumidores e os produtos sejam aceitos pelo mercado, para que a vantagem competitiva seja concretizada (ITO, 2012)

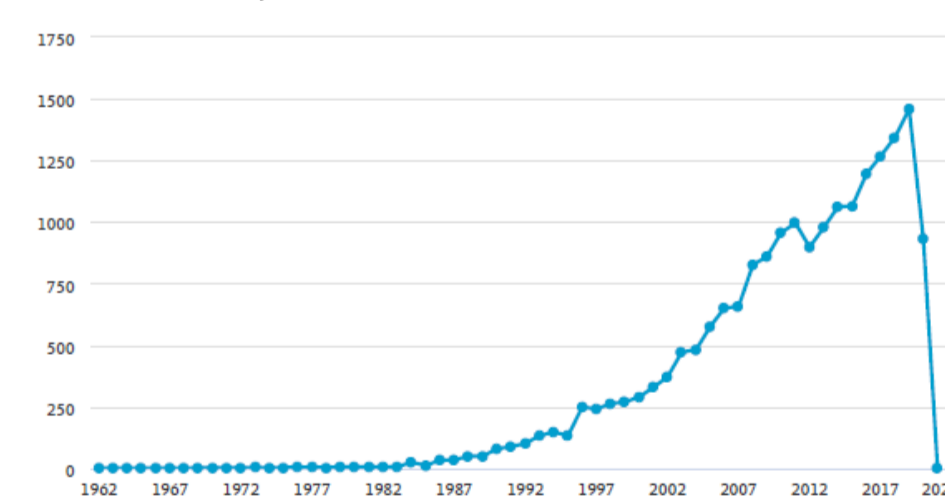
-As inovações influem na vantagem competitiva quando os concorrentes não percebem nova forma de competir.

-Às vezes se o inovador não modificar a natureza da competição, a retaliação pelos líderes estabelecidos, é geralmente vigorosa e eficiente (PORTER, 2000).

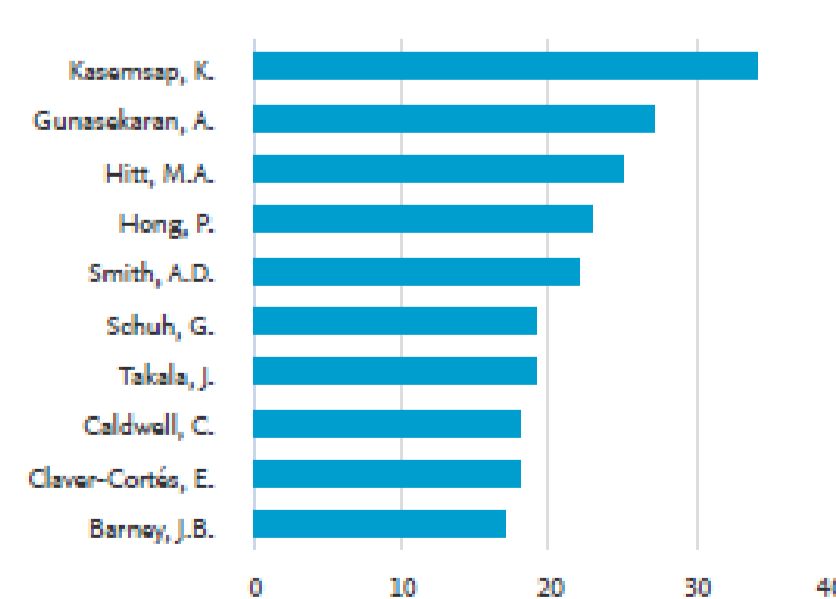
Resultados

BIBLIOMETRIA

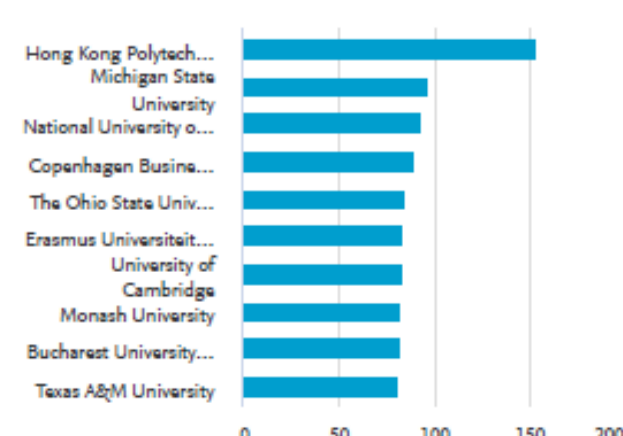
Número de publicações por anos



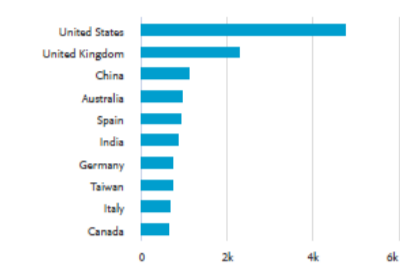
Número de artigos por autor



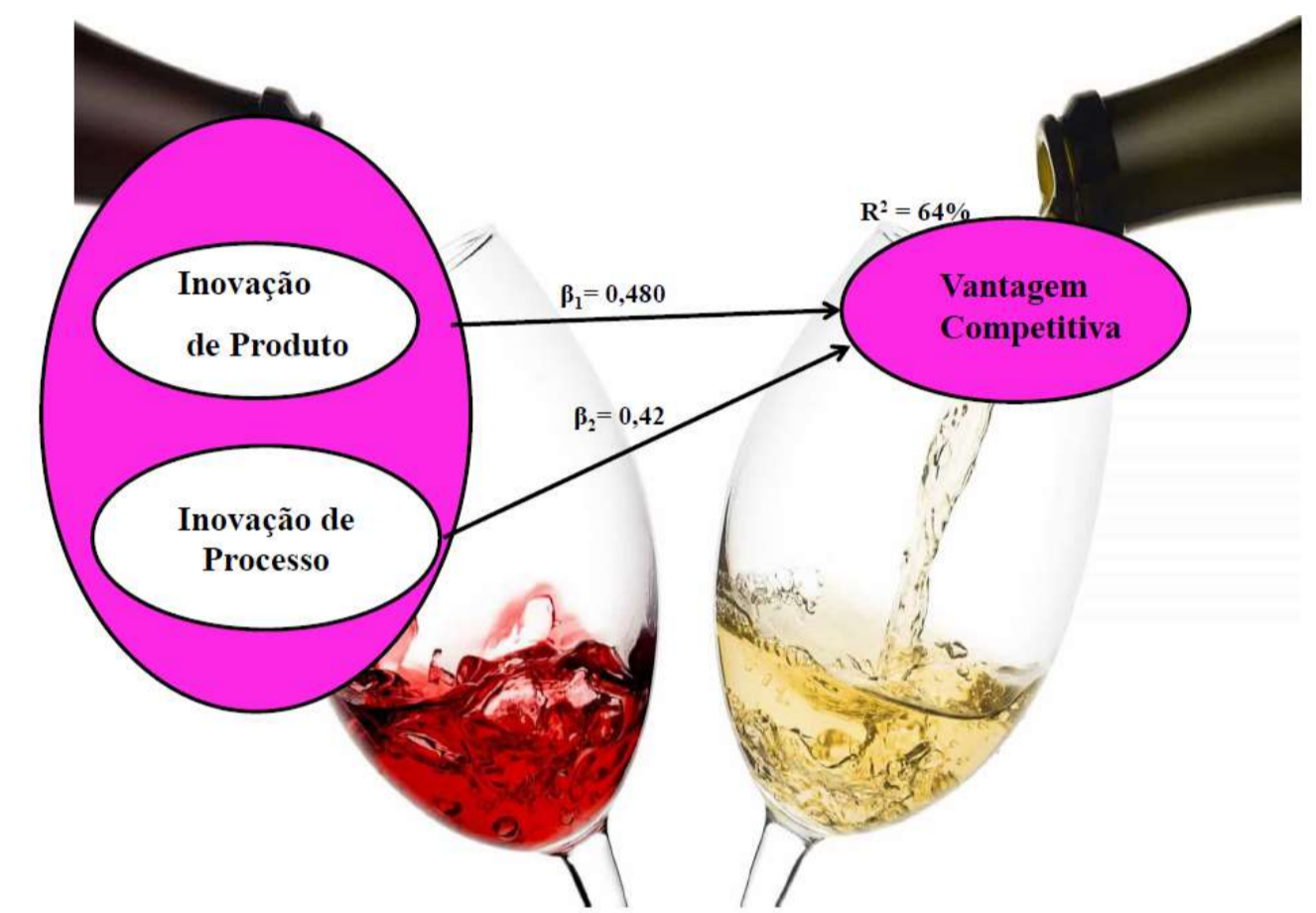
Número de artigos por filiação



Modelo Análise de Regressão Múltipla



IMPACTO DA INOVAÇÃO NA VANTAGEM COMPETITIVA



A Inovação de Produto tem uma influência de 48 % na vantagem competitiva

A Inovação de Processo tem uma influência de 42% na vantagem competitiva

A inovação explica 64% da vantagem competitiva

Considerações

Com os resultados encontrados na 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

Referências

AFUAH, A. **Innovation management: strategies, implementation and profits.** Oxford University Press, USA, 2003.

AVELLA, L.; FERNÁNDEZ, E.; VÁZQUEZ, C. J. The large Spanish industrial company: strategies of the most competitive factories, **Omega**, v. 27, n. 5, p. 497-514, 1999.

BARNEY, J. B .; HESTERLY, W. S. **Gestão estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos** Upper Saddle River, NJ: Pearson / Prentice Hall, 2011.

AVELLA, L.; FERNÁNDEZ, E.; VÁZQUEZ, C. J. The large Spanish industrial company: strategies of the most competitive factories, **Omega**, v. 27, n. 5, p. 497-514, 1999.

BARNEY, J. B .; HESTERLY, W. S. **Gestão estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos** Upper Saddle River, NJ: Pearson / Prentice Hall, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas,1995.

HAIR JR., J. F.; BLACK,W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados.** 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009