

SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXIX SIC

UFRGS
PROPESQ



múltipla 
UNIVERSIDADE
inovadora  inspiradora

Evento	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2017
Local	Campus do Vale
Título	AGREGAÇÃO DE VALOR NO SETOR DE ALIMENTOS ATRAVÉS DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO
Autor	ALISSON RODRIGUES
Orientador	PAULO ANTONIO ZAWISLAK

Agregação de valor no setor de alimentos através da experiência do usuário: o caso do Rio Grande do Sul

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Autor: Alisson Rodrigues

Orientador: Paulo Antônio Zawislak

O agronegócio constitui historicamente no Brasil e no Rio Grande do Sul a força motora da economia, tendo puxado o crescimento do PIB do Brasil e amenizado a retração do PIB gaúcho no primeiro semestre de 2017. Porém o Brasil ainda figura como um país que concentra suas atividades na produção e venda de commodities e produtos de baixo valor agregado. A cadeia no Brasil e no Rio Grande do Sul é marcada por relações em sua maioria transnacionais que buscam a diminuição de custos com pouca ou nenhuma diferenciação. No entanto, existem alguns casos no Brasil, em que empresas aplicaram novas formas de comercialização que buscam oferecer uma melhor experiência de consumo para agregar valor ao seu produto, como exemplo empresas que atuam no Vale dos Vinhedos que oferecem um circuito de atividades além da simples venda do vinho. O termo experiência de consumo (*user experience* - UX) é usado para designar o sentimento de um usuário antes, durante e depois do uso de um produto ou serviço. O modelo de Cadeia Dinâmica de Inovação no Agronegócio, proposto por Zawislak et al. (2017, no prelo), busca aproximar a o modelo tradicional de cadeias produtivas e o modelo das capacidades de inovação (Zawislak et al., 2012) trazendo uma nova abordagem na qual divide a cadeia em quatro elos (Ciência & Tecnologia, Campo, Processamento e Comercialização) que se complementam e interagem entre si através das instituições para a inovação. Segundo esse modelo, é importante ir além da análise puramente transacional das cadeias e incorporar a visão da inovação que considera dimensões tecnológica (ligadas ao desenvolvimento de produtos e à eficiência de processos) e de negócios (tratando da coordenação de recursos internos e da comercialização). Desse modo, objetiva-se entender como os elos da cadeia se relacionam para que os agentes no elo comercial possam criar as condições necessárias para oferecer experiências de consumo que agreguem valor aos produtos. Para atingir este objetivo será realizado entrevistas semiestruturadas com empresas no setor de alimentos que se destacam por terem introduzido uma experiência de consumo no processo de comercialização. Com isso busca-se obter resultados que evidenciam esta relação entre os diferentes atores de diferentes elos da cadeia e que possibilitaram uma inovação comercial. O presente trabalho faz parte do “Projeto Caminhos da Inovação no Agronegócio”, desenvolvido em parceria entre nove instituições (UFRGS, UNISINOS, FURG, PUCRS, UCS, UPF, UFSM, Unipampa e Embrapa), busca entender a dinâmica e alternativas para inovar e agregar valor ao setor.