



Universidade: presente!



XXXI SIC

21. 25. OUTUBRO • CAMPUS DO VALE

Análise da estratégia de cooperação e da inovação no cluster vinícola da Serra Gaúcha

Aluna: Paxuca Barcellos Sanchez
Orientadora: Profa. Dr. Aurora Carneiro Zen

Introdução

A indústria vinícola brasileira apresenta uma forte concentração geográfica na Serra Gaúcha, que responde por cerca de 85% da produção nacional de vinhos finos. Sendo assim, identifica-se na região um cluster industrial, ou seja, uma aglomeração geográfica de empresas, instituições e fornecedores do mesmo setor. No ano de 2017, o cluster concentrava 550 produtores de uva e vinho, entre os quais 140 vinícolas com produção de vinhos finos. A partir de 2014, novos desafios surgiram em decorrência da crise econômica no mercado brasileiro. Diante disso, identifica-se a necessidade de compreender as novas ações e estratégias de inovação das vinícolas do cluster da Serra Gaúcha.

Objetivo

Analisar as **estratégias de cooperação e de inovação** no cluster vitivinícola da Serra Gaúcha.

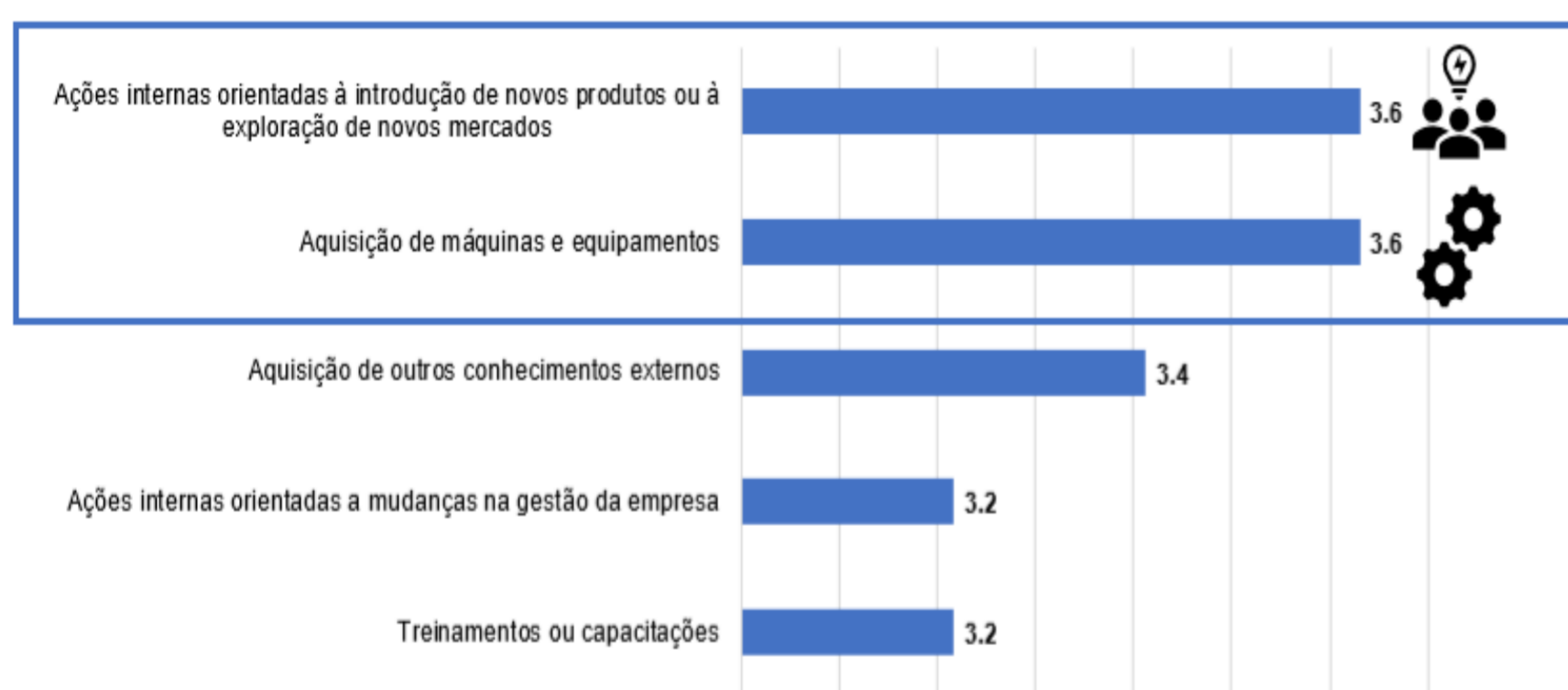
Método

Optou-se pela realização de um estudo quantitativo, que contempla uma população de 56 empresas com produção e comercialização de vinhos finos e que já tenha recebido premiações nacionais ou internacionais no setor. O questionário e a população foram validados com as principais instituições do setor. Foram obtidas **46 respostas**, no período entre Setembro de 2018 a Maio de 2019.

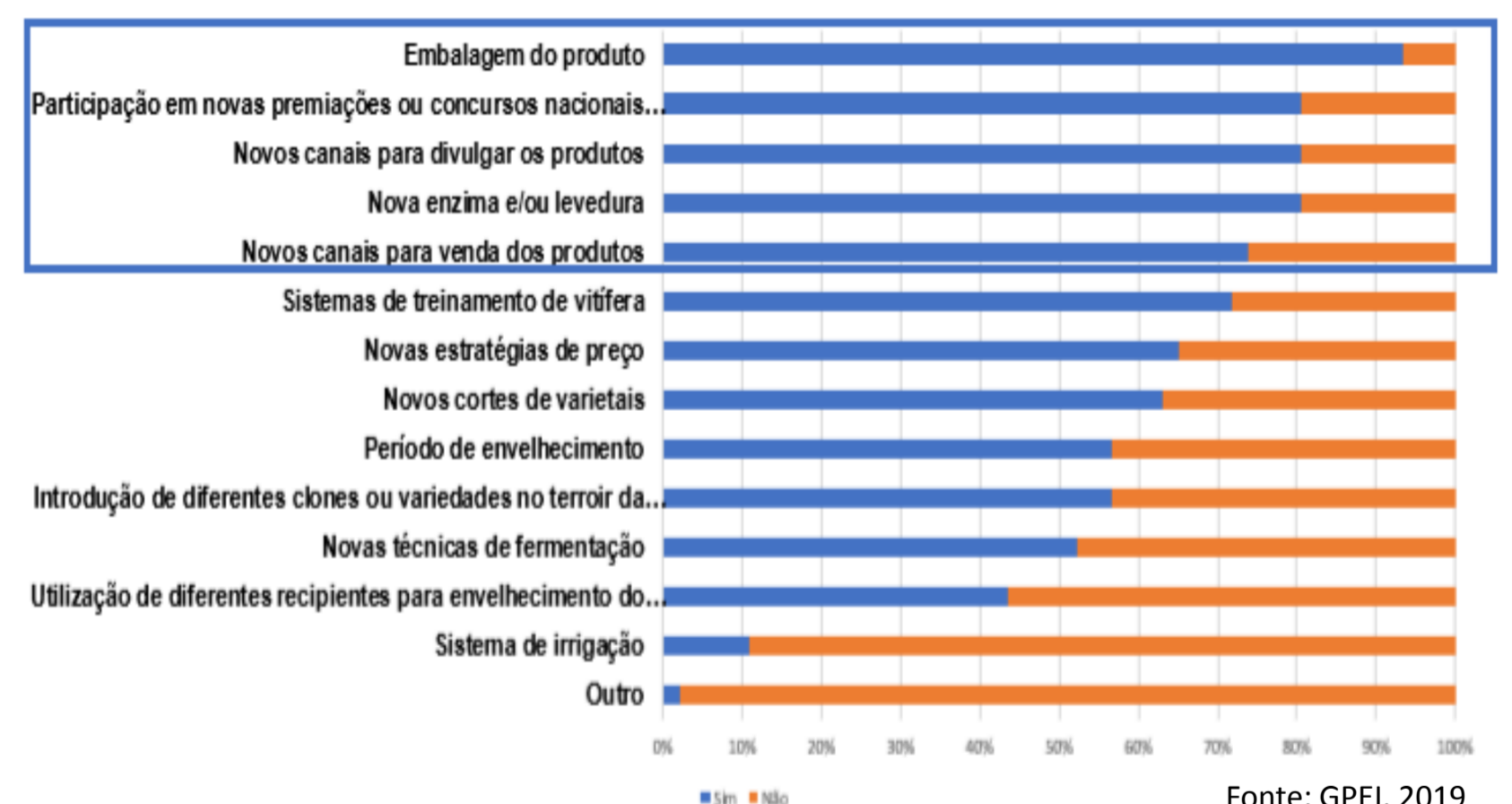
Resultado

Foi possível identificar que, nos últimos três anos, as **inovações das vinícolas foram principalmente em marketing**. Destaca-se que 90% das vinícolas participantes realizaram **inovação na embalagem do produto**, seguindo de participação em **premiações e concursos** e, **novos canais de divulgação**. Em relação às atividades de inovação, as vinícolas destacaram ações internas para a introdução de novos produtos ou a exploração de novos mercados (média 3,6), bem como realizaram a aquisição de máquinas e equipamentos (média 3,6). Em relação à equipe e clientes, destaca-se a participação dos empregados e/ou proprietários em **eventos técnicos** (média 3,5) e a realização de **reuniões com clientes e outras organizações** (média 3,3). Quanto ao modelo de produção de vinhos finos e a estrutura de atendimento ao cliente, 54% produz parte das uvas que utiliza e adquire a outra parte de outros produtores, e 85% possui estrutura de atendimento ao turista. O presente estudo pretende contribuir para uma maior compreensão das estratégias de vinícolas de vinhos finos do cluster, bem como apresentar sugestões e recomendações para o desenvolvimento do setor.

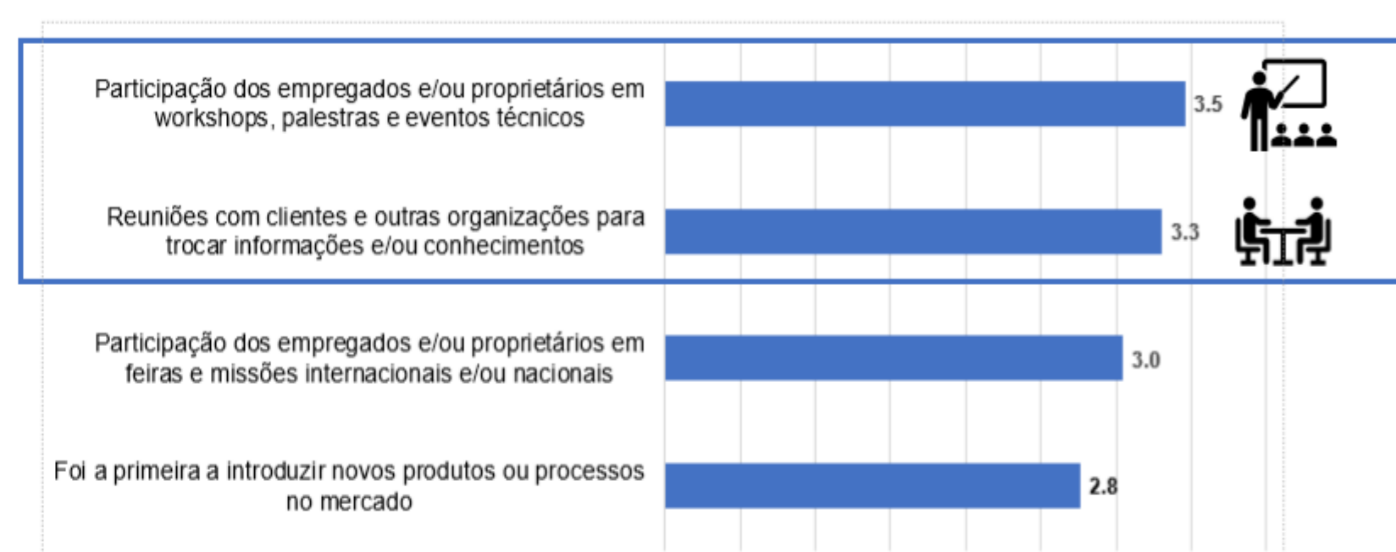
Atividades de inovação com equipamentos e novos conhecimentos



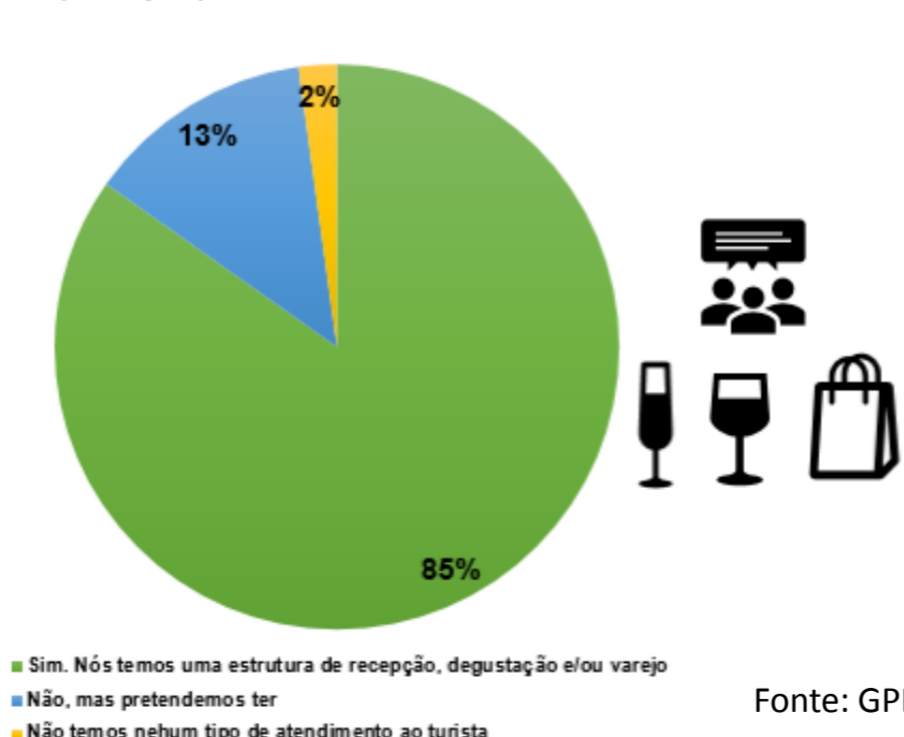
Inovações introduzidas no mercado nos últimos três anos



Atividades de inovação com equipe e clientes



Estrutura de atendimento ao turista



Modelo de produção de vinhos finos

