

## Inovação, empreendedorismo e internacionalização: O caso de uma vinícola familiar de São Marcos-RS

Caline Luiza Rasador<sup>1</sup>, Carla Rodrigues Dal Prá Suliani<sup>1</sup>, Marília Bonzanini Bossle<sup>1\*</sup>, Tatiane Pellin Cislaghi<sup>1\*</sup>, Raquel Breitenbach<sup>1\*</sup>

\*Orientador(as)

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus Bento Gonçalves*.

**Palavras-chave:** Setor vitivinícola; Vinícola *boutique*; Perfil empreendedor.

### 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo centra-se nos conceitos de inovação, empreendedorismo e internacionalização a fim de relacioná-los, através de um estudo de caso único, com as práticas de uma vinícola familiar do interior da Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul (RS).

A inovação faz parte do universo das sociedades e está nos discursos empresariais e políticos. Sua necessidade vai além do cotidiano das organizações e o estilo de vida se molda ao passo que elas surgem (LIMA et al., 2021). A inovação faz diferença para empresas dos diversos portes e segmentos, pois se não existirem mudanças nas ofertas e serviços, adequando-as às demandas atuais, perde-se a competitividade em relação a outras empresas com maior capacidade e competência. A inovação, portanto, é uma questão de sobrevivência (BESSANT; TIDD, 2019) e vai além da criação de novos produtos e serviços (SERAFIM, 2017). A inovação se liga fundamentalmente ao empreendedorismo, pois o problema de um indivíduo pode ser uma oportunidade para outro (BESSANT; TIDD, 2019). O empreendedorismo está relacionado com a atitude, postura pessoal e comportamento do indivíduo diante das situações do dia a dia, já que o empreendedor possui energia para transformar ideias em ações (TAJRA, 2019).

O encontro da internacionalização neste universo passa a ser relevante ao se reconhecer o marco de aceleração de aproximação dos povos: a globalização. Na maioria dos negócios contemporâneos, é exigido das empresas que atravessem as fronteiras dos seus países e passem a operar comercialmente em uma base mundial (MAÇÃES, 2017). Para a empresa perseverar sua competitividade, uma das estratégias que pode ser utilizada é o ingresso no mercado externo. Diante do exposto, tem-se como problema de pesquisa: Como aspectos de Inovação, Empreendedorismo e Internacionalização atuam no desenvolvimento de empresas familiares

vitivinícolas? Buscando contribuir para o avanço desse questionamento, o objetivo geral da pesquisa se propõe a: identificar e descrever aspectos de Inovação, Empreendedorismo e Internacionalização em uma vinícola familiar na cidade Gaúcha de São Marcos. Como objetivos específicos, destacam-se: (i) conceituar a Inovação, o Empreendedorismo e a Internacionalização de empresas; e (ii) relacionar esses conceitos com vivências do empreendimento, apresentando convergências, dificuldades e oportunidades.

## 2 MÉTODO

A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória, utilizando a estratégia de estudo de caso único descritivo (YIN, 2015). A empresa pesquisada será denominada Vinícola *Boutique* e os proprietários entrevistados serão nomeados como Gestor 1 e Gestor 2. Para a seleção da mesma considerou-se, principalmente, o contexto de atuação da vinícola no cenário mercadológico atual da microrregião onde está inserida e, acerca do setor de atuação, foi selecionado tomando como base o expressivo crescimento no consumo que foi de 18,4% desde 2000, reiterando a relevância de estudos no setor (OIV, 2021).

A Vinícola *Boutique* está localizada na comunidade Linha Santana no interior do Rio Grande do Sul. A propriedade foi adquirida no ano de 2001, porém só iniciou sua história em 2010. No ano de 2012 o vinhedo foi implantado e as uvas colhidas atualmente dão origem a vinhos que hoje já conquistaram premiações por suas particularidades.

A coleta de dados ocorreu de forma presencial no dia 27 de julho de 2022, por meio de entrevista semiestruturada, *in loco*, com os gestores e proprietários da vinícola. A mesma foi desenvolvida a partir de dezesseis questões, alinhadas aos conceitos de inovação, empreendedorismo e internacionalização. As questões foram previamente validadas por três especialistas no tema (duas Doutoradas em Administração e uma Doutora em Extensão Rural) quanto ao conteúdo e clareza das perguntas.

A entrevista durou duas horas, foi gravada e posteriormente transcrita. Diante das categorias estabelecidas *a priori* para a coleta de dados, a análise dos dados foi realizada a partir de análise de conteúdo (BARDIN, 2010). Seguiram-se três principais fases para a organização desse modelo de análise: (i) a pré-análise; (ii) a exploração do material; e, (iii) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação (BARDIN, 2010).

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No que se refere às ações e características de inovação utilizadas pela empresa analisada, foi possível observar que existe um engajamento e um comportamento que indica liderança para inovação. Tal indicativo fica evidente nas seguintes ações inovadoras: revitalização da marca e do ambiente, lançamento de novos produtos, promoção de eventos personalizados quebrando paradigmas locais, reconhecimento através de concursos para vantagens frente aos concorrentes e implantação de novas cultivares (BESSANT; TIDD, 2019; LIMA et al., 2021).

O estilo do processo de inovação existe de maneira flexível e atende as demandas do mercado, sendo definido pelos próprios gestores em seu planejamento (SERAFIM, 2017). No momento da entrevista, o Gestor 1 comenta que *“o monitoramento para lançar novos produtos e desenvolver novas ideias atualmente é realizado através de uma troca de feedbacks com os próprios clientes e consumidores finais, sendo tratado como um tema de casa”*.

Como complemento em relação à inovação, o empreendimento possui evidências empíricas dos elementos conceituais sendo evidenciado a criação de algo novo de valor; aprimoramento da capacidade criativa que transforma ideias em soluções úteis e perfil de liderança para inovar (SERAFIM, 2017; BESSANT; TIDD, 2019). O Gestor 1 relata *“a vinícola se posiciona setorialmente como Vinícola Boutique, pois preocupa-se em inovar utilizando os recursos existentes, agregar valor ao empreendimento através de eventos e ações diferenciadas e elaborar vinhos de elevada qualidade”*. Já o processo de internacionalização existente delimita-se ao uso de insumos importados. No entanto, considera-se o potencial futuro através dos conhecimentos e vivências internacionais dos sócios, os quais conheceram diversos países como a França, Alemanha e Itália; além, de terem realizado vindimas em algumas vinícolas internacionais. Outra evidência de possibilidades de internacionalização é que a Vinícola está estabelecendo um planejamento estruturado para avançar no mercado e em competitividade. O Gestor 2 destacou que *“estamos participando de ações promovidas pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) no Programa Mercado Mais Vinho que fornece consultorias individuais (...), contribuindo para alcançar novos horizontes internacionais como as exportações”*.

Dentre as características empreendedoras explícitas no discurso dos gestores e observado pelas autoras, pode-se destacar: paixão pelo segmento, foco em objetivos planejados,

propensão a riscos, liderança, auto motivação, constante aprendizado e melhoria contínua de processos e produtos (BRITO; HONRADO, 2021). Os entrevistados deixam explícito suas ações catalisadoras de mudanças, ousadia, busca por oportunidades, persistência, propensão a assumir riscos, comprometimento com o trabalho e habilidades interpessoais (CASALI et al., 2019; TAJRA, 2019). Verifica-se que existe um propósito de vida e um amor pelo mundo do vinho, relatado pelo Gestor 1 na declaração: *“ao entrar no empreendimento dos meus primos, foi amor à primeira vista, sabia que era isso que queria fazer para o resto da vida”*.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do estudo possibilitou concluir que existe aproximação entre os conceitos estudados e as práticas empresariais cotidianas. Logo, avanços empresariais seriam facilitados no caso de os empreendedores realizarem maiores aproximações e aprofundamentos sobre as teorias empresariais existentes e consolidadas. No caso estudado, os processos de inovação descritos poderiam contribuir para o refinamento do atual modelo de inovação, ainda realizado de maneira pouco estruturada. Práticas relacionadas à inovação aberta também poderiam ser uma ferramenta, através da troca de ideias, tecnologias e habilidades com outras empresas, acelerando os processos internos de inovação e abrindo novos horizontes.

Estudos sobre perfil empreendedor contribuem para o desenvolvimento e potencialização de habilidades pessoais menos exploradas. Já o trabalho de internacionalização, o qual está em desenvolvimento, ganhará maior robustez e estabilidade quando explorados os diversos conceitos e casos da literatura e do mercado antes de sua implantação. De maneira ampla se constatou que existem poucos estudos que falam sobre o perfil empreendedor de pequenas propriedades que se enquadrem no perfil da Vinícola *Boutique* e que seriam de grande valia para aprofundar os dados e experiências de outras vinícolas neste segmento de pequenas empresas.

#### REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edições 70, 2010.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman Editora, 2019.  
BRITO, S. M.; HONRADO, M. G. Um breve retrato do perfil empreendedor. **Journal Of Exact Sciences and Technological Applications**, v. 1, p. 2-5, 2021.

CASALI, M. S. M.; DA SILVA, M.; TURCATO, J. C; BAGGIO, D. K.; BRIZOLLA, M. M. B. Empreendedorismo rural. **RAUnP** , v. 11, n. 2, p. 21-36, 2019.

LIMA, M. C. R.; BORBA, M. C.; AMANDO, M. R.; RAMOS, J. E. S. Identificação de inovações nas vinícolas do Vale São Francisco sob o olhar dos consumidores de vinho. **Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 3, p. 132–142, 2021.

MAÇÃES, M. A. R. **Estratégias e processos de internacionalização**. v. VI. Lisboa: Conjuntura Actual Editora, 2017.

OIV. Organización Internacional de La Viña y El Vino. **Actualidad de la Coyuntura del Sector Vitivinícola Mundial en 2020**. 2021. Organização Intergovernamental. Disponível em <https://www.oiv.int/public/medias/8733/actualidad-oiv-de-la-coyuntura-del-sector-vitivinicola-mundi.pdf>. Acesso em: 05 set. 2022.

SERAFIM, L. E. **O poder da inovação**: a experiência da 3M e de outras empresas inovadoras. São Paulo: Saraiva Educação S.A., 2017.

TAJRA, S. F. **Empreendedorismo conceitos e aplicações**. São Paulo: Érica, 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.