

Autor: Ivaldir Vaz de Oliveira

Título(s): [pt] Cluster como estratégia competitiva para a indústria vinícola : análise da competitividade por meio de campos e armas da competição.

Resumo(s): [pt] Pretendeu-se com este trabalho determinar qual o efeito ou consequência da existência de um cluster (aglomerado competitivo) na competitividade das pequenas e médias empresas da indústria vinícola. A pesquisa de campo confirmou a hipótese substantiva: a eleição dos campos e armas da competição adequados e a existência de alinhamento das armas ao campo escolhido para competição aumentam o grau de competitividade da empresa pertencente ao cluster vinícola de São Roque. A avaliação da competitividade das empresas foi feita pela variação percentual dos volumes de produção, entre os exercícios de 1998 e 2002, conforme dados obtidos das empresas respondentes. Por meio de questionários, foram investigados, nas empresas, os campos da competição onde elas buscam obter vantagens competitivas e a intensidade das armas da competição que usam. A hipótese substantiva foi confirmada por meio das seguintes variáveis quantitativas do modelo de campos e armas da competição: grau de competitividade da empresa, intensidade das armas da empresa, foco e difusão. Essas variáveis foram testadas estatisticamente pelo teste t de Student e pela correlação de Pearson. Os resultados da pesquisa realizadas nas empresas vinícolas de São Roque propiciaram grande contribuição científica à Teoria da Competitividade, pois: 1) deram mais uma evidência da validade da tese do modelo de campos e armas da competição – “para a empresa ser competitiva, basta ter excelência apenas naquelas poucas armas que lhe dão vantagem competitiva no campo escolhido para competir”; 2) mostraram que a formulação da estratégia da empresa pode se resumir na escolha do campo da competição, o que simplifica a metodologia de formulação da estratégia; 3) validaram a metodologia quantitativa do modelo de campos e armas da competição, baseada nas variáveis acima mencionadas; e 4) confirmaram que o modelo de campos e armas da competição é suficiente para analisar, explicar e aumentar a competitividade de uma empresa ou de um grupo de empresas.

[en] The aim of this paper is to establish the effect or consequence of the existence of a cluster (competitive agglomerate) in the competition present in small and medium wine-producing companies. The research field has confirmed the substantive hypothesis: the election of the competition fields and weapons, and the existence of a weapons alignment in the competition field, increases the degree of competitiveness in the company that belongs to the wine cluster of São Roque. The evaluation of the enterprise competitiveness has been made by a percentage variation of the production volume from 1998 to 2002, according to information obtained from the corresponding enterprises. The competition fields in the companies, where they try to obtain competitive advantages and the intensity of the competition weapons they use, was investigated through a questionnaire. The substantive hypothesis was confirmed by the following quantitative variable of the field model and competition weapons: degree of competitiveness of the company, intensity of the company weapons, focus and diffusion. The variables were tested statistically by the Student Test and Pearson Correlation. The results of the research accomplished in the wine-producing enterprises of São Roque contributed in a scientifically way to the Competitiveness Theory, because: 1. they have showed one more evidence of the validity of the model fields and competition weapons – for an enterprise to be competitive, it's enough to have excellence only in that little weapons that give competitive advantage in the field that was chosen to compete; 2 - they have also showed that the strategy formulation can summarize the competition field choice, what facilitates the methodology formulation strategy. 3. they have validated the quantitative methodology of field models and

competition weapons, based on the variable mentioned above; 4 – they have confirmed that the field model and competition weapons are enough to analyse, explain and increase the competitiveness of a company or a group of companies.