

Beatriz Lucia Salvador Bizotto – beatrizluciabizotto@gmail.com

Centro Universitario Facvest UNIFACVEST/SC e Faculdade ANHANGUERA, Caxias do Sul, RS

Maria Emilia Camargo - mariaemiliappga@gmail.com.br

Programa de Pós Graduação em Administração e Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção - Universidade de Caxias do Sul, RS

Maria Elisabeth Pereira e Rocha - melisa@ua.pt

DEGEIT, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal

Margarete Luisa Arbugerí – margamenegotto@hotmail.com

Universidade de Caxias do Sul, RS

Marta Elisete Ventura da Motta - martamotta1234@gmail.com

Programa de Pós-graduação em Administração - Universidade de Caxias do Sul, RS

Evelize Fatima Gequelin - evelize_gequelin@hotmail.com

Centro Universitario Facvest UNIFACVEST - Polo Vacaria/RS

Ademar Galelli – agalli@ucs.br

Programa de Pós Graduação em Administração e Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção - Universidade de Caxias do Sul, RS

Resumo - Este estudo tem por objetivo analisar a relação entre capacidade absorptiva, inovação e a vantagem competitiva da cadeia produtiva da uva e vinho da Serra Gaúcha. A capacidade absorptiva representa a capacidade de se absorver novos conhecimentos. Enquanto que a inovação possui fatores que podem ampliar a vantagem competitiva de uma organização a partir do momento no qual a organização chega ao seu ponto máximo de lucratividade e competitividade, ela somente continuará crescendo se houver inovação. No entanto a vantagem competitiva está atrelada ao desempenho ao qual as empresas dedicam maior atenção ao seu produto, processo e serviço, está atenção diretamente ligada a entender quais são as demandas e atende-las de forma diferenciada. Neste contexto, estudos anteriores sugerem a interação entre a capacidade absorptiva, inovação e vantagem competitiva. A pesquisa foi do tipo quantitativa, descritiva e causal, operacionalizada através de uma *survey* com corte transversal. O tratamento dos dados foi realizado através de modelagem de equações estruturais. A amostra final foi de 196 participantes da cadeia produtiva da uva e do vinho da região da Serra Gaúcha. Através da modelagem de equações estruturais, pode-se afirmar que a capacidade absorptiva explica 75% da Inovação e que vantagem competitiva é explicada pela capacidade absorptiva e inovação em 93%. Com base nos resultados encontrados pode-se afirmar que ao nível de significância de 5% as duas hipóteses propostas foram confirmadas, ou seja, a capacidade absorptiva tem influência positiva na inovação e a inovação tem influência positiva sobre a vantagem competitiva.

Palavras-chave: Capacidade Absortiva. Inovação. Vantagem Competitiva. Cadeia Produtiva

Abstract - The objective of this study is to analyze the relationship between absorptive capacity, innovation and the competitive advantage of the production chain of grapes and wine from Serra Gaúcha. The absorption capacity represents the capacity to absorb new knowledge. While innovation has factors that can increase an organization's competitive advantage from the moment it reaches its maximum point of profitability and competitiveness, it will only continue to grow if there is innovation. However, competitive advantage is linked to performance, to which companies devote greater attention to their products, processes and services, and is directly linked to understanding what the demands are and meeting them in a differentiated manner. In this context, previous studies suggest the interaction between absorptive capacity, innovation and competitive advantage. The research was quantitative, descriptive and causal, operationalized through a cross-sectional survey. The data treatment was performed through structural equations modeling. The final sample was 196 participants from the grape and wine production chain of the Serra Gaúcha region. Through the modeling of structural equations, it can be stated that the absorptive capacity explains 75% of Innovation and that competitive advantage is explained by the absorptive capacity and innovation in 93%. Based on the results found, it can be stated that at the significance level of 5% the two proposed hypotheses were confirmed, that is, the

absorption capacity has a positive influence on innovation and innovation has a positive influence on the competitive advantage.

Keywords: Absorptive capacity. Innovation. Competitive advantage. Production Chain.

1. INTRODUÇÃO

Os ambientes organizacionais apresentam mudanças rápidas, as quais criam condições para que a capacidade absorptiva gere vantagem competitiva (CHOO *et al.*, 2010). Machado e Fracasso (2012) e Cassol *et al.*, (2017), constataram que a capacidade absorptiva é capaz de ser propulsora da inovação. Assim, torna-se importante estudar a ligação conceitual entre as abordagens da capacidade absorptiva, a inovação e vantagem competitiva. Capacidade absorptiva obteve sua primeira definição pelo autor Cohen e Levinthal (1989;1990), em 1989, os autores evidenciaram o conceito como capacidades para a identificar e assimilar o conhecimento, através da exploração do ambiente onde o conhecimento está disponível.

No entanto a inovação e a competitividade são construtos fundamentais nos estudos organizacionais, para explicar o crescimento superior de uma empresa em relação à outra (PORTER, 1990), ou seja, na geração de vantagem competitiva (BARNEY, 1991; BARNEY, 1999). Apesar de na literatura especializada existirem estudos sobre e vantagem competitiva, que vão desde o posicionamento da indústria até a explicação através da visão baseada em recursos e da perspectiva da capacidade dinâmica (MELLAHI; SMINIA, 2009), percebe-se que ainda existe uma lacuna a ser preenchida com estudos teóricos e empíricos sobre a capacidade absorptiva influenciando a inovação como fontes geradoras de vantagem competitiva. Serra Gaúcha é a região com maior importância vitivinícola do Brasil, pois responde por cerca de 85% da produção nacional de vinhos, devido ao clima e solo da região.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Capacidade absorptiva

Capacidade absorptiva obteve sua primeira definição pelo autor Cohen e Levinthal (1989;1990), em 1989, os autores evidenciaram o conceito como capacidades para a identificar e assimilar o conhecimento, através da exploração do ambiente onde o conhecimento está disponível. O compartilhamento e a transferência do conhecimento são fonte propulsora da competitividade e inovação entre as organizações (VAN WIJK, JANSEN; LYLES, 2008).

Mas salientam que para absorver o conhecimento externo, é necessário o conhecimento prévio para melhor aplicar a assimilação do conhecimento. E, a partir deste momento sim, é possível acumular a capacidade de desenvolvimento e memorizar os novos conhecimentos. (COHEN; LEVINTHAL, 1990; VAN DE BOSCH; VOLBERDA; DE BOER, 1999; ZAHRA; GEORGE, 2002; LANE; KOKA; PATHAK, 2006).

2.2 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*” 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 se a deseja – é um processo complexo que envolve riscos e precisa de gerenciamento cuidadoso e sistemático”, porém é necessário a continuação e ampliando e de forma planejada.

2.3 Vantagem competitiva

O acesso a produtos e serviços novos sob demanda das constantes exigências do mercado, fez despertar e alertar para novas tempo, que tem acordado a competitividade em nível global, aumentando a competitividade e por vezes a rivalidade entre empresas é a causando incerteza do mercado. (JANSEN; ROTONDARO; JANSEN, 2005). A proeminência se volta à busca evidente por formular e implementar estratégias de concorrência a fim de obter uma posição apoiada no mercado. (FERRAZ; KUPFER; HAGUERNAUER, 1995). Diante do atual contexto, caracterizado pelas rápidas mudanças, as organizações que inovam obtêm Vantagem Competitiva (WIJK; KWAKKENBOS, 2012).

2.4 Capacidade Absortiva e Inovação

A capacidade absorviva tem o domínio e o poder de fortalecimento empresarial de forma a aprimorar os recursos existentes na organização como forma de encontrar oportunidades existentes internamente. (ZOLLO et al., 2002). Assim, pode-se definir a seguinte hipótese:

H₁: A capacidade absorviva tem influência positiva na inovação

2.5 Inovação e Vantagem Competitiva

Conforme Porter e Briano (2000), a Inovação tem influência na Vantagem Competitiva principalmente quando os concorrentes não percebem novo artifício de competir. A inovação é considerada um elemento de sucesso econômico para as empresas (MURUGESAN et al., 2012; REGUIA, 2014). A inovação contribui para obter uma Vantagem Competitiva, assim é essencial desenvolver inovações bem-sucedidas para criar e sustentar a Vantagem Competitiva (MARTÍN DE CASTRO, 2013; ZEMPLINEROVÁ, 2010). Camisón e Fores (2010), salientam que a capacidade absorviva é que sustenta a inovação e assim melhora a sua inclinação a enfrentar as mudanças que envolve seu ambiente, proporcionando melhoria na vantagem competitiva.

H₂: A inovação tem influência positiva na vantagem competitiva.

3. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Quanto à abordagem a pesquisa é de configuração quantitativa, a qual, foi realizada com os atores da cadeia da uva e vinho da Serra Gaúcha no Rio Grande do Sul Brasil (CORTES, 1998; CRESWELL, 2010; MALHOTRA, 2006; LAKATOS; MARCONI, 2011). A pesquisa também se classifica como descritiva, na qual o pressuposto é descrever as particularidades de uma amostra representativa, de uma população que possui um determinado comportamento, (HAIR Jr. et al., 2005; MALHOTRA, 2006; TRIVINÓS, 1987; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006; COOPER; SCHINDLER, 2003). Quanto ao desenvolvimento no tempo para a coleta dos dados, foi feito um corte transversal, a qual ocorreu em um só momento, através de uma pesquisa tipo *survey* (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993).

3.1 Descrição das variáveis dos construtos

Inicialmente para o levantamento dos dados da pesquisa foi elaborado um questionário o qual contém 36 questões, divididas em 02 partes. A primeira parte é composta por 09 questões que se referem a caracterização dos respondentes e na parte segunda parte estão as 26 perguntas que fazem parte das escalas referentes aos construtos. A escala utilizada é de *likert* de 7 pontos, ou seja, 1 discordo totalmente e 7 concordo totalmente. A coleta de dados foi realizada entre os meses de janeiro a abril de 2019. Os dados foram processados, conforme os questionários estavam sendo aplicados (HAIR JR. et al., 2009; MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012).

3.2 Pré-teste do Instrumento de Coleta de Dados

O pré-teste tem como objetivo aperfeiçoar o questionário através da eliminação de problemas potenciais a partir da correção de eventuais deficiências no instrumento de coleta de dados, foi aplicado com 30 produtores e envolvidos diretamente no estudo, constatou-se que nenhuma questão foi necessária eliminar, (CHURCHILL JR., 1985; AAKER; KUMAR, DAY, 2004).

3.3 Tratamento dos Dados

Inicialmente realizada a análise da presença de valores perdidos e *de outliers*, para formatar a base de dados, com o software, para gerar os modelos, o SPSS, versão 20 e AMOS 19. A seguir realizou-se uma modelagem de equações estruturais, (DUNCAN, 1984). Por via de regra, a MEE caracteriza-se pela sua capacidade de especificar, estimar e testar relações hipotéticas entre um grupo de variáveis, (BOLLEN, 1989; BYRNE, 2010; KLINE, 2011).

A Modelagem de Equações Estruturais não designa uma única técnica estatística, mas sim uma família de procedimentos relacionados (KLINE, 2011), como por exemplo: análise de caminho (cada variável latente tem apenas um indicador) e análise fatorial (cada variável latente apresenta múltiplos indicadores, sem apresentar efeitos diretos) (RIBAS; VIEIRA, 2011; SCHUMACKER; LOMAX, 2010).

3.4. Avaliação dos Critérios de Bondade de Ajuste.

A Modelagem de Equações Estruturais é um procedimento confirmatório com a finalidade de avaliar modelos por verificação de teste de bondade de ajuste que averiguam se a variância e covariância da matriz de dados apoiam-se a estrutura do modelo proposto (Ribas; Vieira, 2012). A fase de avaliação da qualidade do modelo, conforme Marôco (2010), tem como premissa avaliar o quão bem o modelo teórico é capaz de reproduzir a estrutura. Os indicadores de desempenho da MEE, bem como a validade composta e a variância média extraída, estão apresentados no Quadro 01.

Quadro 1- Indicadores de desempenho da MEE

Medidas	Estatística	Valor de Referência	Referência
Absoluta	χ^2 e <i>p-value</i>	Quanto menor, melhor; $p > 0,05$	Marôco (2010) HAIR et al., (2009) Kline (2011)
	χ^2/gl	≤ 5	
	RMSEA	$\leq 0,8$	
Comparativas	GFI	$\geq 0,9$	
	AGFI	$\geq 0,9$	
	TLI	$\geq 0,9$	
	NFI	$\geq 0,9$	
	CFI	$\geq 0,9$	
Confiabilidade Composta	CC	$\geq 0,7$	
Variância Média Extraída	AVE	$\geq 0,5$	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A confiabilidade refere-se à propriedade de consistência e da reprodução de uma medida. O alpha de *Cronbach* é uma medida mais utilizada para avaliar a confiabilidade (CRONBACH, 1951). A medida alternativa ao alpha de *Cronbach* e mais apropriada para Análise Fatorial Confirmatória, é conhecida como confiabilidade composta (CC), que foi sugerida por FORNELL; LARCKER (1981). De uma forma geral, considera-se a $CC \geq 0,7$ apropriada (HAIR et al., 2009; MARÔCO, 2010).

A validade fatorial ocorre quando os itens de um construto são considerados válidos. Ela é avaliada através das cargas fatoriais padronizadas. Se todos os fatores apresentarem carga fatorial $\geq 0,6$, (MARÔCO, 2010; HAIR et al., 2009). Validade convergente existe quando os itens de medida de uma variável latente saturam, os itens que mensuram esta variável latente podem ser medida através da variância extraída média (AVE). Considera-se que a $AVE \geq 0,5$ é um indicador de validade de convergência adequado (HAIR et al., 2009; MARÔCO, 2010). A validade discriminante tem como pressuposto avaliar se as variáveis observáveis não estão fortemente correlacionadas com outro construto, (MARÔCO, 2010).

4. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A produção mundial de vinhos está crescendo, de forma acentuada, conforme a *Organisation Internationale de La Vigne et du Vin* (OIV) de acordo a instituição, o Brasil está sendo beneficiado, devido a sua posição geográfica, solo e clima. O Brasil é considerado o quinto maior produtor vinícola do Hemisfério Sul. Nos últimos anos a indústria brasileiras do vinho fez investimentos em inovação tecnológica, inovação de manejo dos vinhos. Atualmente a área de produção vitivinícola no Brasil soma 87,5 mil hectares, (IBRAVIN, 2018).

A uva é produzida em diferentes partes do Brasil, porém concentra-se particularmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. No ano de 2018 o Rio Grande do Sul, produziu 38,71 milhões de litros

de vinho fino, vinhos comuns 218,38 milhões e outros derivados de uvas e vinhos 160.67 milhões de litros sendo as três principais castas utilizadas as de uva branca são: Chardonnay Moscatel Branco e Riesling Itália. Enquanto que a maior predominância é pelas castas de uvas tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot e Tannat (IBRAVIN, 2018).

Os participantes da pesquisa possuem as seguintes características, foram 196 entrevistados - Quanto ao gênero: 70,9% são masculinos e 29,1% são femininos. - Quanto à sua função na cadeia: 50% são produtores; 35 % gerentes e /ou engenheiros agrônomos, 10% enólogos e 5% técnico agrícola. - Quanto à sua formação: 17,9 possuem ensino fundamental incompleto, 28,6% possuem ensino médio incompleto, 11,7% ensino médio completo, 35,20% curso superior completo e 6,6% possuem curso de pós-graduação completo.

4.1. Medidas descritivas da Capacidade Absortiva

A seguir será apresentado as medidas descritivas da capacidade absorptiva. Quanto as dimensões a Aquisição obteve média de 5,07% desvio padrão de 1,561 e coeficiente de variação de 30,79*. Assimilação obteve média de 5,19, desvio padrão 1,472 e coeficiente de variação 28,36. A Transformação obteve média de 4,93, desvio padrão 1,597 e coeficiente de variação de 32,39* e a Exploração obteve média de 4,76, desvio padrão 1,552 e coeficiente de variação 32,61* Pode-se afirmar que três das quatro dimensões apresentam alta heterogeneidade entre as respostas, pois o coeficiente de variação é superior a 30%, Fávero et al. (2009).

4.2 Inovação

As medidas descritivas da inovação, para as dimensões produto e processo, definidas pelos autores, são as seguintes: variável INOV1 (média 5,36, desvio padrão 1,317 e coeficientes de variação 24,57%); variável INOV2 (média 5,36, desvio padrão 1,275 e coeficiente de variação 23,79%); variável INOV3 (média de 5,34, desvio padrão 1,346 e coeficiente de variação 25,21%); variável INOV4 (média 5,01, desvio padrão 1,389 e coeficiente de variação 27,72%); variável INOV5 (média 5,19, desvio padrão 1,338 e coeficiente de variação 25,78%); variável INOV6 (média 5,13, desvio padrão 1,304 e coeficiente de variação 25,42%); variável INOV7 (média de 5,29, desvio padrão 1,324 e coeficiente de variação 25,03%). Pode-se afirmar que todas as variáveis são homogêneas com relação as respostas da dimensão inovação, pois o coeficiente de variação é inferior a 30%, que com base no critério de interpretação estabelecido por, FÁVERO et al. (2009).

4.3 Vantagem Competitiva

As medidas descritivas do construto Vantagem Competitiva, composta de sete variáveis: variável VANT1 (média 5,19, desvio padrão 1,505 e coeficiente de variação 29,00%); variável VANT2 (média 5,20, desvio padrão de 1,377 e coeficiente de variação 26,48%). VANT; variável VANT3 (média 5,18, desvio padrão 1,397 e coeficiente de variação 26,97%); variável VANT4 (média 5,31, desvio padrão 1,434 e coeficiente de variação 27,01%); variável VANT5 (média 5,10, desvio padrão 1,490 e coeficiente de variação 29,22%). Com base nos dados pode-se afirmar que todas as variáveis são homogêneas com relação a dimensão Vantagem Competitiva, pois o coeficiente de variação é inferior a 30%, com base no critério estabelecido por FÁVERO et al. (2009).

4.4 Testes Preliminares

4.4.1 Homocedasticidade

Outra suposição que se deve verificar é se as variâncias entre os construtos são iguais estatisticamente, neste artigo, foi utilizado o teste F de *Snedecor* para um nível de significância de 5%, cujos resultados demonstraram que as variâncias são estatisticamente não diferentes, ou seja, os valores da estatística

calculada são de ($F_{cal}=1,6144$; $p= 0,548$) entre Capacidade Absortiva e Inovação e entre e Inovação e Vantagem Competitiva ($F_{cal}=1,8223$; $p= 0,402$) (PESTANA; GAGEIRO, 2005).

4.4.2 Linearidade

Segundo Hair Jr. et al. (2009), a linearidade é uma das suposições importantes de ser analisada quando se trabalha com técnicas multivariadas. Neste artigo foi realizado o teste de linearidade dos construtos, através do coeficiente de correlação de Pearson entre os construtos Capacidade Absortiva, Inovação e Vantagem Competitiva, para um nível de significância de 5%. Para a Capacidade Absortiva e a Vantagem Competitiva, o coeficiente de correlação é 0,89, o coeficiente de explicação $R^2 = 0,799$ e p-valor é 0,000. Para a Inovação e a Vantagem Competitiva, o coeficiente de correlação é de 0,76 e o coeficiente de explicação $R^2 = 0,578$ e p-valor 0,000. A Capacidade Absortiva e Inovação, apresenta um coeficiente de correlação de 0,68, e um coeficiente de explicação de $R^2 = 0,460$ e p-valor 0,000.

4.4.3 Multicolinearidade

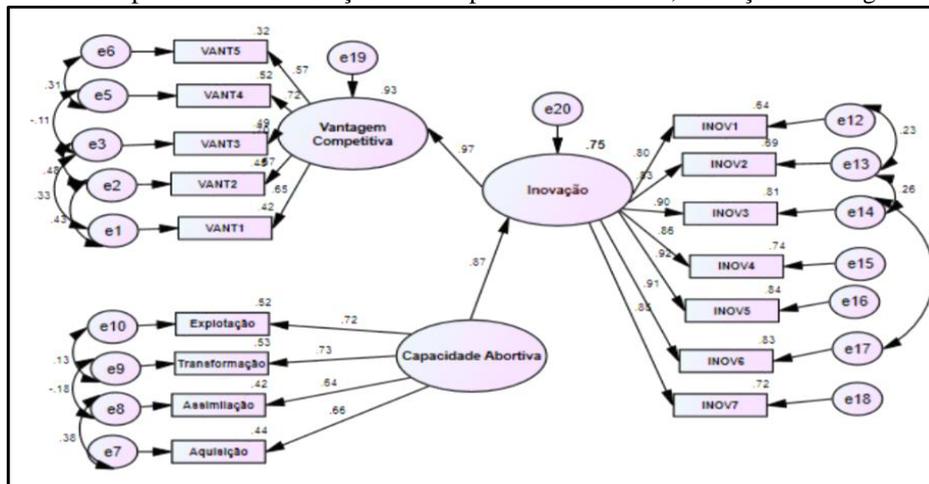
A multicolinearidade tem como objetivo demonstrar a amplitude pela qual um construto pode ser justificado por outros que estão presentes na análise, ou seja, é medida pelo grau de correlação e de explicação entre os construtos (KLINE, 2011; HAIR et al., 2005). Assim, capacidade absortiva e vantagem competitiva ($r=0,89$; $R^2 =0,799$); inovação X vantagem competitiva ($r=0,76$; $R^2 =0,578$); capacidade absortiva e inovação ($r=0,68$; $R^2 =0,460$).

De tal modo, pode-se afirmar que os dados não apresentam multicolinearidade, pois nenhuma das relações entre os construtos apresentaram valores acima do limite de $r = 0,85$ e de $R^2 = 0,90$ (KLINE, 2011; HAIR et al., 2005).

4.5 Modelo e Relações Hipótesizadas

A seguir apresenta-se os resultados encontrados para o modelo representativo da relação entre capacidade absortiva, inovação e vantagem competitiva. Os modelos com os coeficientes estimados através da modelagem de equações estruturais são mostrados na Figura 1.

Figura 1 - Modelo representativo da relação entre capacidade absortiva, inovação e vantagem competitiva



Fonte: dados pesquisa, 2019.

Com base na Figura 1 pode-se afirmar que a capacidade absortiva explica 75% da Inovação e que vantagem competitiva é explicada pela capacidade absortiva e inovação em 93%. As medidas de ajuste absoluto são: qui-quadrado/grau de liberdade 2,521, o Índice de bondade de ajuste (GFI) 0,878, raiz da média dos quadrados dos erros de aproximação (RMSEA) 0,079. E, medidas de ajuste Incremental parcimonioso são: índice ajustado de bondade de ajustes (AGFI) 0,817, Índice de ajuste normal (NFI) 0,914, Índice Tucker-Lewis (TLI), 0,928, Índice de ajuste incremental (IFI) 0,946, Índice de ajuste comparado (CFI), 0,946.

O modelo ajustado pode ser considerado adequado pois as estatísticas de ajuste encontradas estão de acordo com os índices recomendados por (HAIR et al., 2009; MARÓCO, 2010), com exceção do Índice de bondade de ajuste (GFI) e o Índice ajustado de bondade de ajuste (AGFI), que são menores do que 0,90 que é o valor recomendado.

4.5.1 Análise da validade convergente

Na Tabela 1, apresenta-se os valores da análise da validade convergente.

Tabela 1 - Análise da Validade Convergente

Construtos	Confiabilidade Composta	Variância Extraída
Capacidade Absortiva	0,87	0,570
Inovação (Produto e Processo)	0,96	0,76
Vantagem Competitiva	0,96	0,82

Fonte: pesquisa, 2019.

Observando-se os valores da confiabilidade composta todas as variáveis apresentam valores acima de 0,7 e para a variância extraída todos valores das variáveis estão acima de 0,50, confirmando assim a validade convergente.

4.4.2 Validade Discriminante

A literatura recomenda que para identificar a validade discriminante entre os construtos pode-se fazer a comparação entre as variâncias compartilhadas e as variâncias extraídas dos construtos (MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012; CHURCHILL; IACOBUCCI, 2009; BAGOZZI; PHILIPS, 1982; FORNEL; LARCKER, 1981). Assim neste trabalho, para calcular a validade discriminante entre os construtos utilizou-se o procedimento no qual as variâncias extraídas dos construtos são comparadas com as variâncias compartilhadas (FORNELL; LARCKER, 1981; MALHOTRA; BIRKS; WILLS, 2012).

Os valores dos indicadores da validade discriminante estão demonstrados na Tabela 2.

Tabela 2 - Indicadores de Validade Discriminante

Construtos	CA	INO	VC
CA(PCQ)	0,570		
INO	0,460	0,76	
VC	0,799	0,578	0,820

Fonte: dados AMOS (2019).

Os indicadores da Tabela 2, sendo que nas células em negrito constam os valores da variância extraída e nas células sem negrito a variância compartilhada.

4.4.3 Teste de Hipótese do Modelo estrutural

Neste item são apresentadas as análises das hipóteses formuladas para o presente estudo.

H₁: A Capacidade Absortiva afeta positivamente a Inovação (Produto e Processo) na cadeia produtiva da uva e do vinho.

H₂: A Inovação afeta positivamente a Vantagem Competitiva.

Na Tabela 2 apresenta-se as hipóteses, o caminho estrutural, os Coeficientes Padronizados, o Erro Padrão, e o valor da probabilidade (p) e os Resultados.

Tabela 3 - Resultado do teste de hipóteses - Modelo Estrutural Completo

Hipóteses	Caminhos Estruturais			Coeficientes padronizados	Erro padrão	p-valor	Resultados
	IN	<--	CA				
H ₁	IN	<--	CA	0,87	0,095	***	Confirmada
H ₂	VA	<--	IN	0,97	0,109	****	Confirmada

Fonte: dados pesquisa, 2019.

Com base nos resultados apresentados na Tabela 2 pode-se afirmar que ao nível de significância de 5% todas as hipóteses propostas foram confirmadas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo verificar a relação entre a capacidade absorptiva, inovação e Vantagem Competitiva na cadeia produtiva da uva e do vinho da Região da Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul.

Quanto ao método utilizado foi quantitativo, tendo como unidade amostral os atores da cadeia da uva e vinho na região da Serra Gaúcha, Brasil, que foi operacionalizado através de uma *survey*.

Os dados foram tratados através da análise descritiva e da modelagem de equações estruturais, após ser realizada modelagem de equações estruturais, pode-se afirmar que a capacidade absorptiva explica 75% da inovação e que vantagem competitiva é explicada pela capacidade absorptiva e pela inovação em 93%.

Com base nos resultados encontrados pode-se afirmar que ao nível de significância de 5% as duas hipóteses propostas foram confirmadas, ou seja, a capacidade absorptiva tem influência positiva na inovação e a inovação tem influência positiva sobre a vantagem competitiva, bem como o objetivo geral delineado foi atingido.

A limitação deste estudo está em utilizar somente duas hipóteses. Sugere-se ampliar as hipóteses e ainda verificar se Capacidade Absorptiva do conhecimento científico tem relação direta com a qualidade do processo.

REFERENCIAS

- AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Marketing research**. US: Jon Wiley & Sons. 2004.
- BAGOZZI, R. P.; PHILLIPS, L. W. Representing and testing organizational theories: A holistic construal. **Administrative science quarterly**, p. 459-489, 1982.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, New York, v. 17, p. 99-120, 1991.
- BARNEY, J. B. How a firm's capabilities affect boundary decisions. **MIT Sloan Management Review**, 40(3), 137. 1999.
- BESSANT, J., & Maher, L. Developing radical service innovations in healthcare—the role of design methods. **International Journal of Innovation Management**, 13(04), 555-568. 2009.
- BYRNE, B. M. **Structural equation modeling with AMOS: basic concepts applications, and programming**. 2nd. edition. New York: Routledge, 2010.
- BOLLEN, K. A. **Structural equations with latent variables**. Wiley Series in Probability and Mathematical Statistics. New York: John Wiley & Sons, 1989.
- CAMISÓN, C.; FORÉS, B. Knowledge absorptive capacity: new insights for its conceptualization and measurement. **Journal of Business Research**, v. 63, n. 7, p. 707-715, 2010.
- CASSOL, A., Zapalai, J., & Cintra, R. F. Capacidade absorptiva como propulsora da inovação em empresas incubadas de Santa Catarina. **Revista Ciências Administrativas**, 23(1), 9-41.2017.

- COHEN, W. M.; LEVINTHAL, D. A. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. **Administrative Science Quarterly**, v.35, n.1, p.128-152, 1990.
- CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., & TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Bookman Editora. 2009.
- CHURCHILL, G. A.; IACOBUCCI, D. **Marketing research: methodological foundations**: Cengage Learning. 2009.
- Churchill, J. R., & Hutchinson, F. G. *U.S. Patent No. 4,526,938*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office. 1985.
- COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Bookman, 2003.
- CORTES, S. M. V.. **Técnicas de coleta e análise qualitativa de dados**. Cadernos de Sociologia, v. 9, p. 11-47, 1998.
- CRONBACH, L. J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, v. 16, n. 3, p. 297-334, 1951.
- CHOO, C.W; De Alvarenga Neto, R.C.D. Beyond the bar: managing enabling contexts in knowledge organizations. **Journal of Knowledge Management**, v.14, n4, p.592-610, 2010.
- DUNCAN, O. D. **Notes on social management: historical and critical**. New York, USA: Russell Sage, 1984.
- FÁVERO, L. P. L., Belfiore, P. P., Silva, F. L. D., & Chan, B. L.. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**, 2009.
- Ferraz, J. C.; Kupfer, D.; Haguenaer, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 386.1995.
- FORNELL, C.; LARCKER, D. F. **Structural equation models with unobservable variables and measurement error**: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, p. 382-388, 1981.
- HAIR Jr., J. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Bookman Companhia Ed, 2005.
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. Análise multivariada de dados. Bookman Editora.2009.
- IBRAVIN - Instituto Brasileiro do Vinho. **Cadastro Vinícola: Evolução da quantidade de uvas processadas pelas empresas do RS (milhões de kg)**. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/admin/arquivos/estatisticas/1502908612.pdf> Acesso em abril de 2019.
- JANSEN, L. K. C.; ROTONDARO, R. G.; JANSEN, J. U. Estratégias de sobrevivência para pequenas e médias empresas em ambientes globalizados: um estudo de caso do setor eletroeletrônico. **Gestão & Produção**, v. 12, n. 3, p. 405-416, 2005.
- KLINE, R. B. **Principles and practice of structural equation modeling**. 3. ed. New York, NY: The Guilford Press, 2011.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- LANE, P. J., KOKA, B. R., & PATHAK, S. The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of management review*, 31(4), 833-863. 2006.
- MACHADO, R. E., & FRACASSO, E. M. **A influência dos fatores internos na capacidade absorptiva e na inovação: proposta de um framework**. Artigo apresentado no Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica, 27. 2012.
- MALHOTRA, N. K.; BIRKS, D.; WILLS, P. **Marketing research: applied approach**. 4. ed. New York: Pearson, 2012.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006
- MANUAL DE OSLO. **Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación**. Luxembourg: OECD, 2005.
- MARÔCO, J. **Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações**. ReportNumber, Ltda, 2010.

- MARTÍN-DE CASTRO, G. et al. The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 80, n. 2, p. 351-363, 2013.
- MELLAHI, K.; SMINIA, H. Guest Editors' Introduction: The frontiers of strategic management research. *International Journal of Management Reviews*, v. 11, n. 1, p. 1-7, 2009.
- MURUGESAN, T. K.; KUMAR, B. S.; KUMAR, M. S. Competitive advantage of world class manufacturing system (WCMS)–A study of manufacturing companies in south India. *European Journal of Social Sciences*, v. 29, n. 2, p. 295-311, 2012.
- PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Descobrimos a regressão: com a complementaridade do SPSS**. 2005.
- PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. Survey research methodology in management information systems: an assessment. *Journal of management information systems*, v. 10, n. 2, p. 75-105, 1993.
- PORTER, S. D.; BRIANO, J. A. Parasitoid-host matching between the little decapitating fly *Pseudacteon curvatus* from Las Flores, Argentina and the black fire ant *Solenopsis richteri*. *Florida Entomologist*, p. 422-427, 2000
- _____. _____. New Global Strategies for Competitive Advantage. *Planning Review*, v. 18, n.3, p. 4-14, 1990.
- EGUIA, C. Product innovation and the competitive advantage. *European Scientific Journal*, ESJ, v. 10, n. 10, 2014.
- RIBAS, J. R.; VIEIRA, P. R. C. **Análise multivariada com o uso do SPSS**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.
- SAMPIERI, R. H.; COLLADO; LUCIO. **Metodologia de pesquisa**. São Paulo: Bookman, 2006.
- SCHUMACKER, R. E.; LOMAX, R. G. **A Beginner's Guide to**. Structural Equation Modeling (3rd Edition), New York: Taylor & Francis Group, 2010.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- _____. **Capitalism, Socialism and Democracy**. 3rd ed. New York: Harper, 1950
- _____. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre. 2009
- TRIVINÕS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em Educação. São Paulo: Atlas, 1987.
- VAN DEN Bosch, F. A.; Volberda, H. W.; De Boer, M. Coevolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: Organizational forms and combinative capabilities. *Organization science*, 10(5), 551-568. 1999.
- VAN WIJK, R.; JANSEN, J. J.; LYLES, M. A. Inter- and intra- organizational knowledge transfer: a meta- analytic review and assessment of its antecedents and consequences. *Journal of management studies*. 45(4), 830-853.2008
- WIJK, J.; KWAKKENBOS, H. **Beer multinationals supporting Africa's development?** How partnerships include smallholders into sorghum-beer supply chains. 2012.
- ZAHRA, S. A. GEORGE, G. Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *Academy of Management Review*, v. 27, n. 2, p. 185-203, 2002.
- ZEMPLINEROVÁ, A. Inovační aktivita firem a konkurence. *Politická Ekonomie*, v. 58, n. 6, p. 747-760, 2010.
- ZOLLO, M., WINTER, S. G. Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities. *Organization Science* v.13, n.3, 339-351. 2002.