

VANTAGEM COMPETITIVA ESTRATÉGICA INTANGÍVEL, NA PRODUÇÃO DE BEBIDAS ORGÂNICAS DA SERRA GAÚCHA

Thiago Higuchi

Diego Paganela Morais

Este artigo sobre bebidas orgânicas tem a finalidade de mostrar as estratégias das empresas de bebidas da Região da Serra Gaúcha quanto à produção e comercialização dessas bebidas e a obtenção da vantagem competitiva. O presente estudo foi de caráter exploratório através de uma pesquisa qualitativa, sendo utilizado um questionário semi-estruturado, realizando entrevistas verbais, embasado com pesquisa bibliográfica. Através da categorização das respostas dos questionários, verificou-se que as empresas definem no seu planejamento estratégico alguns itens que demonstram lucratividade e o ganho de novos mercados consumidores. O ambiente corporativo de bebidas está em constante aprimoramento, seja por questões econômicas, em função do modelo de consumo ou no perfil do, pois a crescente demanda dos consumidores por produtos com maiores benefícios a saúde e em respeito ao meio ambiente, aumentam a competitividade no setor de bebidas, e em especial na região da Serra Gaúcha, por essa ser referência de produção no Estado. Conforme o relatório do Instituto de Promoção do desenvolvimento-IPD (2011) a produção orgânica no Brasil ocupa 4,9 milhões de hectares, representando 1,5% da área agrícola brasileira. Os resultados obtidos através da análise das entrevistas demonstram a viabilidade econômica, comercial e melhoria da imagem corporativa das empresas que optam em produzir e comercializar produtos orgânicos, obtendo assim vantagem competitiva sobre outras empresas. A maioria das empresas entrevistadas identificou a necessidade de incluir produtos orgânicos no seu portfólio comercial, através da estruturação do seu planejamento estratégico auxilia na identificação e equilíbrio entre os valores tangíveis e intangíveis desejados pelas organizações. Pode se evidenciar na pesquisa que a maioria das empresas também optou em produzir e comercializar produtos orgânicos devido à produção mais saudável da matéria-prima e uma melhor remuneração desta, evitando assim o êxodo rural, “no qual geralmente ocorre devido à perda da capacidade produtiva, ou a falta de condições de subsistência, em determinado local que acarretarão no êxodo rural para outra localidade rural, ou o êxodo rural para localidades urbanas”. Percebe-se que a introdução a produção de orgânicos nas empresas entrevistadas foi objetivada para aumentar a lucratividade e atingir um mercado consumidor privilegiado que busca por produtos mais saudáveis e de melhor desempenho

nutricional. A linha de pesquisa proposta nesse artigo poderá ser utilizada e aplicada por um maior número de empresas certificadas, tendo assim uma maior representatividade do setor na região produtora Serra Gaúcha. Para melhorar o crescimento do mercado de orgânicos, propõe-se uma pesquisa para melhor conhecer o mercado consumidor e suas potencialidades e com isso reestruturas o planejamento estratégico das empresas que almejam a inserção no mercado de orgânicos ou ampliação de suas linhas e volume de produção. Contudo verificou-se a necessidade de uma melhor base de dados através de pesquisas quantitativas nesse segmento, para ajudar na expansão da produção orgânica na serra Gaúcha. Através da pesquisa também se constatou que a produção de bebidas orgânicas é uma grande fornecedora de vantagens competitivas para as empresas, sendo uma estratégia de manutenção e sobrevivência dessas no mercado globalizado, além da consequente conservação de recursos naturais e preservação da biodiversidade em sua cadeia produtiva.

Palavras-chave: Produtos Orgânicos; Vantagem Competitiva; Bebidas Orgânicas.
