

UPGRADING E GOVERNANÇA EM CADEIA GLOBAL DE VALOR: A INFLUÊNCIA DA COLABORAÇÃO COM USUÁRIO FINAL EM DESENVOLVEDORES DE JOGOS DIGITAIS

EVODIO KALTENECKER

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY - TEC MONTERREY

EDUARDO ARMANDO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY - TEC MONTERREY

Agradecimento à órgão de fomento:

Os autores agradecem os apoios recebidos, notadamente da CAPES Brasil e do Tecnológico de Monterrey - ITESM, México à pesquisa realizada.

UPGRADING E GOVERNANÇA EM CADEIA GLOBAL DE VALOR: A INFLUÊNCIA DA COLABORAÇÃO COM USUÁRIO FINAL EM DESENVOLVEDORES DE JOGOS DIGITAIS

Introdução

Este artigo utiliza a literatura de cadeias globais de valor (CGVs) com duas de suas principais dimensões, governança e upgrading. Na literatura, foram encontradas evidências da influência da digitalização no upgrading de produto em CGVs por Banga (2021) e também se reconhece que a aproximação de CGVs com o mundo digital tornou-se ainda mais importante no contexto pós pandemia Covid-19, pois colaborará para o aumento da resiliência do sistema global de produção (Fu, 2020). O debate sobre se e como os arranjos nas CGVs são reconfigurados no chamado mundo digital tem sido estudado.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A lacuna na literatura que este artigo tem a ambição de preencher é verificar a existência de particularidades no upgrading em CGVs em uma indústria classificada como digital. Para isso, a questão de pesquisa que se busca responder é: Qual a influência da interação com usuário final no upgrading de um fornecedor em uma cadeia digital? Portanto, o objetivo do presente artigo é identificar a influência da interação com usuários no upgrading de fornecedores de uma cadeia digital, usando como mediador da relação o tipo de governança na CGV na qual o fornecedor está inserido.

Fundamentação Teórica

Os temas que fazem parte da fundamentação teórica são: Cadeias Globais de Valor (CGV), Upgrading em Cadeias Globais de Valor, Governança de Cadeias Globais de Valor, Colaboração com Usuários Finais e Modelo M-O-A (Motivation-Opportunity-Ability). A partir da apresentação das principais ideias desses temas, procurando responder à questão de pesquisa apresentada, em convergência com os objetivos colocados, é proposto um modelo conceitual, do qual derivam duas hipóteses, relacionadas à contribuição do usuário final para o upgrading do desenvolvedor de jogos digitais.

Metodologia

A pesquisa é descritiva realizada através uma survey, estudando o comportamento de determinada população por meio de uma amostra. O método quantitativo foi utilizado. Os dados foram obtidos por meio de um questionário e a extração de dados da amostra uma única vez no primeiro semestre de 2018. Foi utilizada a técnica da Regressão Logística (RL), pois permite o uso dos valores de uma série de variáveis independentes para prever os resultados. A RL é uma regressão múltipla, mas com uma variável de saída categórica dicotômica (dependente) e variáveis preditivas (independentes).

Análise dos Resultados

Nos resultados há uma parte descritiva e outra que traz a Análise Exploratória dos resultados através do modelo de regressão logística, com foco nas duas hipóteses colocadas. Há quadros e tabelas para auxiliar na compreensão dos resultados. As duas hipóteses propostas foram aceitas. Seguem os principais resultados: (1) Na indústria de jogos digitais, a colaboração com usuário final no upgrading depende de vários facilitadores. (2) Nas cadeias cuja governança é do tipo Mercado, a colaboração com usuário final indicou upgrading de Processo e de Produto, ambos através do facilitador Habilidade.

Conclusão

Quanto à resposta à questão de pesquisa colocada, da influência da interação com usuário final no upgrading de um fornecedor em uma cadeia digital e o atingimento do objetivo de identificar a influência da interação com usuários no upgrading de fornecedores de uma cadeia digital, usando como mediador da relação o tipo de governança na CGV na qual o fornecedor está inserido, a partir da discussão apresentada, entende-se que a interação com usuário final favorece o upgrading do desenvolvedor. Contudo, contribuição depende das características do produto e da indústria de jogos digitais.

Referências Bibliográficas

Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T (2005). The governance of global value chains. Review of

International Political Economy, 12(1), , n. 1, p. 78-104, 2005. Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? *Regional Studies*, 36(9), 1017-1027. Sturgeon, T. J. (2021). Upgrading strategies for the digital economy. *Global Strategy Journal*, 11, 34-57. Yoruk, D. E. (2019). Dynamics of firm-level upgrading and the role of learning in networks in emerging markets. *Technological Forecasting & Social Change*, 145, 341-369.