

Mudança e sustentabilidade tecnológica na agroindústria vinícola do sul catarinense
Technological changes in agribusiness winery of Santa Catarina state, southern Brazil
Los cambios tecnológicos en el sector agroindustrial de bodegas del sur catarinense, Brasil

Miguelangelo Gianezini, Cristina Keiko Yamaguchi, Cleber Domingos Ceron, Adriana Carvalho Pinto Vieira

Administrador, Esp. em Engenharia de Produção e Qualidade. Mestre em Ciências Sociais Aplicadas, Doutor em Agronegócios. Pós-doutorando (Bolsista FAPESC)

Contadora, Especialista em Produtividade e Qualidade Total. Mestra em Administração. Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento, com Pós-Doutorado pela UFABC. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (UNIPLAC/UNESC/UNC/UNIVILLE)

Bacharel em Administração (bolsista PIBIC)

Bacharela e Mestra em Direito, Doutora em Desenvolvimento Econômico, com pós-doutorado pela UNICAMP.

RESUMO

A produção de vinho no Brasil tem diversas origens, com destaque para a história dos imigrantes italianos, que trouxeram consigo o conhecimento e a tradição que cerca este produto milenar. A microrregião de Urussanga, no Sul de Santa Catarina é um espaço de colonização no qual se adaptou a uva Goethe, permitindo a produção de vinhos com identidade própria e que recentemente foram reconhecidos com o selo de Indicação de Procedência. Observando esse contexto, o objetivo deste estudo foi identificar as mudanças tecnológicas adotadas pela agroindústria vinícola da região. Para tal foram realizadas pesquisa bibliográfica, levantamento documental e pesquisa de campo com coleta de dados e informações junto aos gestores das vinícolas do Vales da Uva Goethe. Os dados foram representados a partir da coleta de campo; e também por meio de artigos científicos disponíveis na base de dado Scientific Electronic Library Online e Portal Google Scholar, bem como livros e periódicos disponíveis acerca do tema. A partir do levantamento documental e de dados foi possível elencar as principais mudanças provenientes do processo de implantação do registro de IP, que caracterizou a tipicidade do vinho produzido. Bem como a atuação de agentes internos, intermediários e externos ao processo (stakeholders), como organizações, entidades, fornecedores, subsidiários, concorrentes e consumidores. Estes resultados permitiram compreender a atual situação tecnológica das vinícolas que concluíram o processo para obtenção da IPVUG, sendo que os mesmos fornecem subsídio para as demais vinícolas regionais que buscam aperfeiçoamento tecnológico, assim como para aprofundamento de pesquisas na área.

Palavras-chave: Tecnologia. Vitivinicultura. Stakeholders. Vales da Uva Goethe. Santa Catarina.

ABSTRACT

Wine production in Brazil has different origins, highlighting the history of Italian immigrants who brought with them the knowledge and tradition that surrounds this ancient product. The micro-region of Urussanga located in Santa Catarina State is a have a perfect terroir for the Goethe grape, allowing the production of wines with its own identity and that has recently been recognized with the Geographical Indication. Observing this context, the aim of this study was to identify the technological changes adopted by the wine agribusiness in the region. To this end it was made bibliographical research, documental research and data collection with field research and information with the managers of the local wineries (Vales da Uva Goethe). Data were represented from the field collection; and also, through scientific articles available on the basis of data Scientific Electronic Library Online and Google Scholar as well as books and

periodicals available on the subject. From the documentary survey and data was possible to list the major changes from the GI registration of the deployment process, which characterized the typical characteristics of the wine produced. As well as the performance of internal agents, intermediaries and external to the process (stakeholders), as organizations, entities, suppliers, subsidiaries, competitors and consumers. These results allowed us to understand the current technological situation of the wineries that have completed the process for obtaining the IPVUG, and provide the same benefits to other regional wineries seeking technological improvement, and for deepening research in the area.

Keywords: *Technology. Viticulture. Stakeholders. Goethe Grape Valleys. Santa Catarina.*

RESUMÉN

La producción de vino en Brasil tiene diferentes orígenes, destacando la historia de los inmigrantes italianos que aportaron el conocimiento y la tradición este producto. La micro-región de Urussanga en el sur de Santa Catarina es un espacio en el que se adaptó la uva Goethe, lo que permite la producción de vinos con identidad propia. Este espacio ha sido reconocido con el sello de indicación de procedencia. En este contexto, el objetivo del estudio fue identificar los cambios tecnológicos adoptados por la agroindustria del vino en la región. Para tal fin, se hizo una investigación bibliográfica, investigación documental y la recogida de datos con información de investigación de campo y con los responsables de las bodegas de los Vales da Uva Goethe. Los datos fueron representados en la colección de campo; y también a través de artículos científicos disponibles en la base de datos de Scientific Electronic Library Online y portal de Google Académico, así como libros y revistas disponibles sobre el tema. A partir de la encuesta y los datos documentales fue posible enumerar los principales cambios con respecto al registro de IP del proceso de despliegue y las características típicas del vino producido. Así como el desempeño de los agentes internos y externos, los intermediarios en el proceso (stakeholders), como organizaciones, entidades, proveedores, filiales, los competidores y los consumidores. Estos resultados nos permitieron comprender la situación tecnológica actual de las bodegas que han completado el proceso de obtención de la IPVUG, y proporcionar los mismos beneficios a otras bodegas regionales que buscan la mejora tecnológica, y para profundizar la investigación en el área.

Palabras clave: *Tecnología. Viticultura. Participantes. Valles de uva de Goethe. Santa Catarina.*

1 INTRODUÇÃO

A economia brasileira dentre suas oscilações permite, aos mais diferenciados segmentos e nichos mercadológicos, a expansão ou retração de suas atividades. No cenário vinícola a sentença reafirma-se. Nos últimos anos o setor vem ganhando projeção nacional e despertando a atenção de mais *stakeholders*.

Analisando o cenário nacional Athia e Dalla Costa (2009), em seus estudos sobre a evolução produtiva na vitivinicultura, relatam significativa evolução entre o ano de 1975 e 2008 na produção de uva. Em 2008 a produção ultrapassou 1,39 milhão de toneladas e pela primeira vez mais da metade da mesma foi destinada a produção de vinhos, sucos e derivados.

No ano de 2012, segundo dados da Superintendência Federal da Agricultura do Estado, a produção vinícola catarinense ganhou destaque com o processamento de 21,18 milhões de litros de vinhos e derivados da uva e do vinho. Estima-se que mais de 70% dessa produção refere-se a vinhos de mesa, o que representa um aumento de 11,77% nessa categoria. Em contrapartida houve redução de 19,14% na produção de vinhos finos no Estado (MELLO, 2012).

Neste ambiente, a união entre a tradição vitivinícola oriunda da imigração italiana na microrregião de Urussanga e a Uva Goethe, permitiu a produção de vinhos típicos com identidade própria. A trajetória secular dos vinhos Goethe na região entrou em uma nova fase a partir de 2005, com a fundação da Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe da Região de Urussanga - PROGOETHE (PROGOETHE, 2012).

Partindo do pressuposto de que a pesquisa é essencial para comprovação de dados em diversas áreas; e observando a construção de um panorama que auxilie a tomada de decisões organizacionais ou até mesmo facilite a troca de experiências entre vinicultores, entende-se como imprescindível a atualização de informações com vistas à melhoria dos padrões de competitividade. E a competitividade, atrelada ao acesso a novos meios de produção, por meio de feiras e eventos, tem sido o motor que move os empreendedores a buscarem mudanças em diversos âmbitos organizacionais.

O presente estudo pretendeu abordar as mudanças ocorridas na microrregião do Vales da Uva Goethe (VUG), por meio da identificação e análise das mudanças tecnológicas adotadas pós concessão do registro pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), além daquelas advindas do processo percorrido pelas vinícolas até a obtenção da Indicação de Procedência (IP).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ferreira (1999) cita que as mudanças podem ser caracterizadas como uma alteração ou modificação de um processo desenvolvido. As mudanças também podem estar associadas a um desvio ou ligadas a sinônimos como remover, trocar, renovar e deslocar.

Relacionando os estudos realizados por Silva *et al* (2006) na Cooperativa Vinícola Aurora, verificam-se resultados positivos de uma pesquisa e adequação para melhor atendimento do público alvo. Por meio de mudanças nas embalagens e rótulos foi possível

ampliar o leque de clientes e trazer resultados satisfatórios quando comparados aos concorrentes.

A renovação dos equipamentos existentes na organização como a melhor forma de lucratividade e produtividade, demonstra uma postura conservacionista, incremental e de capacitação (HARMON, 1993).

Parte das inovações passíveis de acontecimento sucedem de uma busca intencional e consciente, as oportunidades de inovação dividem-se entre o ambiente interno e externo da organização e podem ser organizados em grupos (DRUCKER, 2004). As oportunidades internas provêm de: *i)* Ocorrências inesperadas; *ii)* Incongruências; *iii)* Necessidade de Processo; *iv)* Alterações no mercado e na indústria. Já as oportunidades externas estão ligadas a: *i)* Alterações demográficas; *ii)* Alterações na percepção; *iii)* Novos conhecimentos (DRUCKER, 2004).

Considerando os diferentes ambientes organizacionais, as fontes supracitadas podem atuar ao mesmo tempo, representando a maior parte das oportunidades disponíveis à inovação (DRUCKER, 2004). Em todos os processos realizados pelas vinícolas existe uma gama de agentes, internos e externos, influenciando em seus resultados. O termo *Stakeholder*, citado por Freeman (1984), apresenta-se em uma organização, como todo e qualquer indivíduo que pode influenciar no alcance dos objetivos da mesma.

Segundo Osterwalder (2011), as empresas criam parcerias visando alcançar patamares que seriam impossíveis sem seus parceiros, essas ligações podem conectar a empresa com não-concorrentes, com concorrentes ou mesmo estabelecer uma relação cliente-fornecedor quando a busca por suprimentos de qualidade e com garantia são o principal objetivo.

Dentro da literatura inglesa as palavras *stake* e *holder* significam (pedaço, fatia) e (aquele que segura) respectivamente, subentende-se metaforicamente que *stakeholder* é o indivíduo que possui parte da organização (TORRES, 2013). Haja vista o crescente estudo que vem sendo desenvolvido a partir da obra de Freeman (1984), sobre *stakeholders*, faz-se necessário a divisão dos mesmos em algumas categorias. Este processo facilita a tomada de decisões dentro da organização levando em conta que a quantidade de órgãos, empresas, e pessoas ligadas a organização não para de crescer.

Em sua obra Freeman, Harrison e Wicks (2007) apresentam um mapa facilitando a compreensão de quem são os principais *stakeholders* e sua relação com a organização, vejamos o mapa:

Figura 1 - Mapa de *Stakeholders*



Fonte: Freeman, Harrison e Wicks (2007, p.7).

Na Figura 1 pode-se encontrar a organização no centro, cercada pelos *stakeholders* primários, que, segundo os autores, demandam maior atenção tendo em vista sua relação direta com a empresa. Na borda do mapa encontram-se os *stakeholders* secundários, estes influenciam a relação da empresa com os *stakeholders* primários.

Clarkson (1995) classifica os *stakeholders* primários como aqueles que mantêm um vínculo direto com a organização exigindo atenção constante. A interdependência é considerada de alto nível neste estágio. A insatisfação ou desvinculo de algum dos *stakeholders* primários pode significar danos ou mesmo a incapacidade de prosseguir com as atividades da organização.

Os *stakeholders* secundários segundo Clarkson (1995) apesar de conectados a empresa não são essenciais para sua manutenção e sobrevivência. Mesmo não estando listados no topo da lista de interesse os *stakeholders* secundários devem ser sempre mantidos sob observação, pois os mesmos influenciam e também podem oferecer riscos a organização, pois não necessariamente estarão de acordo com as políticas estabelecidas pela empresa, os mesmo poderão se opor afim de satisfazer seus próprios *stakeholders* primários.

Dentro da temática dos *stakeholders* muitas propostas vêm sendo discutidas a fim de alcançar uma ordem de importância dos mesmos. Diversos autores abordam o tema com diferentes pontos de vista.

Fassin (2009) embasado nos estudos de Freeman considerou os *stakeholders* de base, como funcionários e clientes e indivíduos restantes como *stakewatchers* e *stakekeepers*. Os *stakewatchers* não possuem interesse direto na empresa, porém beneficiam os *stakeholders*, seriam eles os intermediários. *Stakekeepers* estão distantes da organização, porém ainda possuem influência sobre a mesma, fator pouco recíproco. Pode-se citar como exemplo o governo.

Frooman (1999) elencou os níveis de dependência e poder entre a empresa e seus *stakeholders*. Em sua publicação mencionou três perguntas bases para o estudo destes agentes,

quem são eles? O que buscam/necessitam? E como pretendem alcançar/suprir suas necessidades? Já Clarksson (1995) dividiu-os como primários e secundários.

Mitchell, Agle e Wood (1997) falam sobre a teoria do *stakeholders aliense*, os resultados de suas pesquisas apontam uma ordem de atendimento que é baseada nos critérios de poder, legitimidade e urgência.

Dentro da livre e ampla concorrência mercadológica há também de se ressaltar como estratégia de sobrevivência a busca por vantagens competitivas. Entre as principais possibilidades existentes as organizações têm optado por estabelecer vínculos entre si. As associações têm auxiliado principalmente as pequenas empresas na disputa por um desenvolvimento sustentável (CRUZ; QUANDT; MARTINS, 2008).

Em seus estudos Verschoore Filho (2006) constatou que redes de cooperação propiciam um ambiente favorável à aprendizagem e inovação. Desta forma a associação PROGOETHE torna-se parcialmente responsável por viabilizar o sucesso dos pequenos produtores na implantação de novos processos ou conquista de novos mercados na região de Urussanga (WITTMANN, DOTTO E WEGNER, 2008).

A produção de vinho na microrregião urussanguense é secular, sendo a mesma reconhecida como “capital catarinense do bom vinho” já em 1932. O reconhecimento em outras partes do estado e até mesmo fora dele se deu após a inauguração da estrada de ferro em 1919. A estrada de ferro foi essencial para a valorização do cultivo regional (BRASIL, 1932).

A recente obtenção da indicação de procedência propiciou novos estudos sobre a microrregião e a produção vitivinícola. A criação da PROGOETHE e os processos recorrentes da conquista da IPVUG permitiram aos gestores ampliação de conhecimento, bem como evolução de rotinas e procedimentos nos processos (YAMAGUCHI *et al*, 2013).

Segundo Marzano (1991) muitos ramos foram trazidos da Itália para o Brasil. Mesmo as videiras se desenvolvendo não apresentavam frutos porque o clima não era adequado. Entretanto as videiras que vieram dos Estados Unidos se desenvolveram melhor e demonstraram melhor adaptação ao clima tropical.

Urussanga foi a única cidade a receber e cultivar a uva Goethe com sucesso, mesmo sendo enviada também para o Rio Grande do Sul, onde o cultivo fracassou. Em Urussanga o cultivo desta variedade mostra suas peculiaridades, como o problema em períodos chuvosos na época de maturação (VELLOSO, 2008). Uma característica especial que a microrregião urussanguense adquiriu foi a mutação genética da uva Goethe, dando origem a um vinho diferenciado do produzido até então (REBOLLAR *et al*, 2007).

No governo de Getúlio Vargas a produção de vinhos fora fortemente incentivada. Além do consumo de vinhos de uva Goethe degustados em recepções diplomáticas na capital federal (à época a cidade do Rio de Janeiro), Vargas fundou a primeira subestação de enologia em Urussanga em 1942. A Subestação chegou a manter 420 experimentos em seu ápice (VELLOSO, 2008).

A exploração de carvão na região Sul de Santa Catarina, iniciada em 1917, teve rápida ascensão e forte impacto na cultura vitivinícola. Primeiramente as videiras foram enfraquecidas pela ação ácida que retardou o crescimento e a produção de uvas. Na sequência os agricultores foram atraídos pela facilidade de acumulo de capital oferecido pelas mineradoras deixando o cultivo com fins comerciais (VENDRAMINI, 2003).

Em 1940, no auge da exploração carbonífera, vinícolas foram fechadas e a produção de uvas foi reduzida ao extremo. Pela primeira vez se fez necessário a utilização de uvas produzidas no estado vizinho para abastecer as vinícolas que permaneceram abertas (REBOLLAR *et al*, 2007).

Entretanto em meados de 1970 um novo movimento se estabelece no Brasil, uma busca por referências indenitárias, neste mesmo período o Sr. Hédi Damian juntamente com o Sr. Genésio Mazon, empreendedores locais que apoiados pela Rotary Clube iniciaram um trabalho de reorganização e incentivo à produção vinícola (VALES DA UVA GOETHE, 2014).

Em 1990, os experimentos com uvas foram retomados. A subestação tornou-se a Estação Experimental de Urussanga e passou a ser dirigida pela Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina - EPAGRI (VALES DA UVA GOETHE, 2014). A partir da fundação da associação PROGOETHE os produtores traçaram objetivos a serem alcançados, sendo o principal deles, a obtenção do registro de indicação geográfica de procedência (PROGOETHE, 2012).

À conquista do registro, deve-se creditar também a parceria com diversas entidades, em especial o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC) e as Prefeituras Municipais de Urussanga e de Pedras Grandes, que concederam à PROGOETHE os recursos necessários para retomar a posição de destaque, já ocupada em outros tempos pelos vinhos da região (MAESTRELLI, 2011).

Finalmente em 14 de fevereiro de 2012, os Vales da Uva Goethe recebem do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI o registro de Indicação Geográfica de Procedência (IGP). O VUG é descrito com a seguinte nominativa:

Microrregião localizada entre as encostas da Serra Geral e o litoral sul catarinense nas bacias do rio Urussanga e rio Tubarão, compreendendo os municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Cocal do Sul, Morro da Fumaça, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara (INPI, 2012).

O reconhecimento da IPVUG possibilita aos produtos Goethe desfrutar de uma base concreta para uma nova etapa de desenvolvimento. Desta forma os objetivos inicialmente propostos na busca pela mesma passam a se concretizar por intermédio de uma economia regional sustentável (VIEIRA; PELLIN, 2015).

Após tratar da viticultura no Brasil e Urussanga, cabe uma breve apresentação das perspectivas para modernização do setor. Na pesquisa documental encontrou-se o projeto MODERVITIS como representante destas perspectivas. Trata-se de uma iniciativa da IBRAVIN juntamente com a EMBRAPA, e tem como parceiros os ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), do Desenvolvimento Agrário (MDA) e da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), além de contar com o apoio de diversas outras instituições federais (IBRAVIN, 2013).

O MODERVITIS conta com objetivos claros e concisos dentre os quais pode-se destacar a modernização de vinhedos, aumento da produtividade média dos parreirais de uvas, elevação do teor de açúcar (grau brix), redução do número de variedades comerciais produzidas, disponibilização de assistência técnica aos participantes do programa, oferecimento de linhas de financiamento para modernização física e tecnológica das vinícolas e o aumento da capacidade de estocagem (IBRAVIN, 2013). Com objetivo inicial de atender 1.250 pequenos produtores nos estados de Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, o MODERVITIS almeja estimular a permanência de jovens no campo por meio da qualificação na produção e do novo cenário que vem sendo construído.

3 METODOLOGIA

No presente estudo foi utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. O fator determinante para que seja classificada como exploratória é a necessidade de levantamento de dados, quantidade e tipo de equipamentos atualmente utilizados, com a finalidade de analisar e constatar ou não as mudanças ocorridas.

A população alvo designada foram as vinícolas que possuem o selo de Indicação de Procedência recentemente conquistado, que requer maiores investimentos em padronização, tecnologia e por consequência, competitividade e qualidade

No plano de coleta de dados deste estudo, pretendeu-se utilizar a pesquisa de campo como método inicial. Dentro dos objetivos estabelecidos esteve o levantamento dos maquinários utilizados pelo público alvo. Isto se deu por meio do levantamento de dados e informações junto aos gestores das vinícolas.

A utilização de uma planilha facilitou a pesquisa, pois de acordo com Roesch (2009) esse método tem como características a dinamização quanto às formas de aplicação. Após a coleta de campo fez-se necessária análise de dados, onde as informações obtidas foram convertidas em dados significativos para a pesquisa. Enfatizando os objetivos do projeto a abordagem mista ou quanti-qualitativa mostrou-se adequada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 MAQUINÁRIO DISPONÍVEL

Por meio do levantamento de dados realizado juntamente com os gestores desenvolveu-se o quadro 1, no qual é possível verificar os principais equipamentos utilizados atualmente nas vinícolas, bem como, a quantidade existente em cada uma delas. Para os fins da pesquisa não houve necessidade de revelar o nome das vinícolas estudadas. Os mesmos estão representados com as siglas que representam as vinícolas. A seguir é apresentado o quadro a partir da coleta de dados realizada:

Quadro1 - Quantidade e variedade de equipamentos

MAQUINÁRIO / VINÍCOLAS	V1	V2	V3	V4	V5
Esmagadora	1	1	1	1	1
Tinas de fermentação	6	4	8	12	3
Serpentinas de controle de temperatura	4	-	-	-	-
Prensa	1	-	1	2	-
Compressor de ar	1	-	-	1	1
Compressor de amônia	1	-	-	-	-
Tina de refrigeração	-	-	-	-	-
Tanque	40	12	26	46	14
Filtros (terra, de pressão, de ar, de módulo)	1	1	1	2	1

Enchedora	1	1	1	2	1
Rolhadeira	2	1	1	1	1
Congelamento de bico	2	-	-	-	-
Capsulador para espumante	1	-	-	-	-
Rotuladora	1	-	-	1	-
Capsuladora retrátil	1	-	-	2	1
Máquina de lavar garrafa	2	1	1	2	1
Câmara fria	1	1	-	-	-
Bombas para transporte de vinho	3	3	3	3	3

Fonte: Elaboração própria

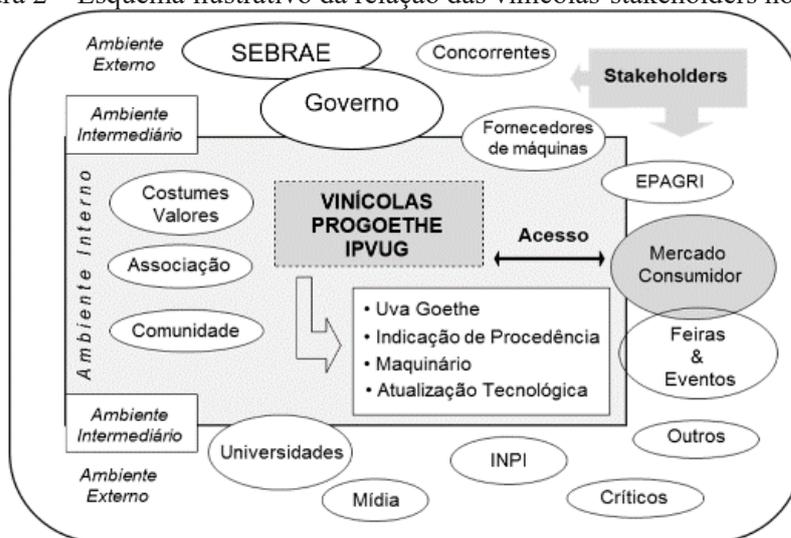
Tendo em vista o porte das vinícolas, deve-se considerar que a produção ainda não é totalmente automatizada, como exemplo existem alguns processos e equipamentos que envolvem a força humana (trabalho manual), como prensa, enchedora, rotulagem, máquina de enxágue.

4.2 ATUAÇÃO DOS STAKEHOLDERS

Tomando por base o conceito de autores como Freeman, Harrison, Clarkson (2007) e outros pode-se destacar na Figura 5 uma gama de ações que caracterizam o ambiente interno (dentro da vinícola) e um conjunto de atividades que exigem relação com o ambiente externo (fora da vinícola).

Por conseguinte, há também ações de âmbito relacional, que se posicionam num espaço intermediário (dentro e fora da vinícola ao mesmo tempo). Neste sentido é possível inferir que os stakeholders permeiam todos estes ambientes que circundam o espaço de atuação das vinícolas (mercado) e ao mesmo tempo as ações que indiretamente são executadas.

Figura 2 – Esquema ilustrativo da relação das vinícolas-stakeholders no VUG



Fonte: Adaptado de Gianezini *et al* (2015).

Ainda de acordo com os estudos de Freeman, Harrison, Clarkson (2007), pode-se elencar como stakeholders primários tudo que está dentro do ambiente interno, bem como, tudo que permeia o ambiente intermediário. Restando como stakeholders secundários os agentes que se localizam no ambiente externo e não mantém relação direta com as vinícolas.

Os principais stakeholders envolvidos com a conquista da IPVUG foram o SEBRAE, que teve iniciativa de buscar os gestores com intuito de desenvolver o projeto; com a aceitação dos mesmos houve o apoio tecnológico da EPAGRI; pesquisas da UFSC; e atual apoio em pesquisas da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

O projeto também seria inviável sem o apoio de capital do Governo do Estado de Santa Catarina por meio da FAPESC, e investimentos financeiros provenientes da Prefeitura de Urussanga. O processo de rastreabilidade foi desenvolvido pelo Instituto Totem Cultural – ITC, e a EMBRAPA Uva e Vinho se aproximou em 2014 e está ajudando na coordenação e apoio ao projeto (FINEP).

4.3 RELAÇÃO COM FEIRAS E EVENTOS

A visita em eventos permite aos pequenos produtores a troca de informações sobre o que há disponível no mercado. Pode-se citar os eventos nacionais que ocorrem no Setor Vitivinícola, como: Vinotech, ExpoVinis Brasil, QualityWine, VinumBrasilis, WineIn, Workshop de Articulação Setorial do Modervitis em Santa Catarina.

Apesar de existir uma grande variedade de feiras e eventos em âmbito nacional o conteúdo programado dos mesmos tem grande enfoque no produto final acabado reduzindo a poucos os que abordam os maquinários de ponta no mercado.

Ao estudar os avanços culturais e tecnológicos, investimentos no cultivo de uvas e maior preocupação com a qualidade do vinho nacional, Di Giulio (2007) identificou que no Brasil, a produção do vinho e as tecnologias enológicas foram implantadas a partir da aquisição de novas máquinas e equipamentos, como peças esmagadoras de uva, mesas seletoras e prensas inteligentes.

4.4 DEMANDA E PRODUÇÃO

Os investimentos governamentais e o projeto de valorização cultural desenvolvido pelo SEBRAE têm impulsionado o turismo local e conseqüentemente enaltecido o termo GOETHE. Por meio da coleta de dados ficou clara a diferença entre o perfil dos turistas “pré” e “pós” a obtenção do registro da IPVUG, haja vista que antes os mesmos não faziam distinção da qualidade do vinho e agora vêm em busca de um produto caracterizado específico.

De acordo com os gestores, com uma produção tradicionalmente mais rústica e enfoque no vinho, somente após todos esses estudos e investimentos dos stakeholders “pró goethe”, ou seja, favoráveis à IPVUP, foi que algumas vinícolas “despertaram” para exigências competitivas do mercado, como por exemplo, a rotulagem com as informações básicas do produto (pré-selo).

Como respaldo à busca pelos produtos Goethe, os gestores investiram por intermédio da PROGOETHE e/ou por iniciativa própria – em um profissional de design que desenvolveu uma nova roupagem para os vinhos produzidos. Assim buscou-se conferir características externas contemporâneas e internas típicas, como sabor e aroma inigualáveis, que permitiram ao vinho Goethe ganhar espaço nas gôndolas dos supermercados locais e regionais (rede Giassi e Martins).

4.5 FORNECEDORES

Com a falta de subsídios para a importação de maquinários, a aquisição de equipamentos para a produção vinícola está limitada as marcas nacionais que comercializam produtos tecnologicamente inferiores e em alguns casos similares. Há de se destacar, porém, que existe

a preocupação de alguns gestores em se manter atualizados quanto aos fornecedores do mercado externo, principalmente Italianos e Franceses, que por tradição produzem os melhores equipamentos.

Considerando a realidade apresentada pelo objeto de pesquisa, sobre o maquinário utilizado, destacam-se dentro do mercado interno as marcas e principais fornecedores para o VUG: AGM Máquinas, Vinox, Sava Equipamentos Industriais, Japa, Zegla, Maqmundi, Luvison, Netzsch, Ricefer e Dueville.

Deve-se considerar também a existência de outras empresas, que realizam o comércio de equipamentos no setor para vinícolas de grande porte. Porém estes equipamentos tornam-se inviáveis para as empresas estudadas, seja pela limitação física, monetária ou na demanda de produto acabado.

Os gestores têm se beneficiado ainda da visita de representantes das empresas do ramo. Os mesmos trazem em seus catálogos o que existe de novo no mercado interno. Cabe mencionar, que muitas vezes esses vendedores representam duas ou até mais empresas; e assim, o produtor pode comparar as tecnologias e os valores, de forma a escolher a melhor opção dentro de sua necessidade.

4.6 LIMITAÇÕES

Ao limiar de completar duas décadas de promulgação (2006), foi a Lei Complementar nº 123 (BRASIL, 2006) que ampliou o número de exigências para utilização do simples nacional. Dessa forma as vinícolas foram prejudicadas e perderam a redução na carga tributária. Atualmente os impostos que incidem sobre a garrafa de vinho chegam a 58% do valor do produto acabado.

O subsídio governamental para a produção vitivinícola que existe nos países vizinhos, Chile, Argentina e Uruguai, beneficia os mesmos e em conjunto com a legislação vigente no Brasil, facilita a entrada dos produtos importados com preço muito competitivo.

Entretanto, o benefício existente nos outros países é uma limitação que vem dificultando o crescimento e alavancagem da atividade vinícola nacional. Diferente do que vem sendo praticado na Europa o a bebida alcoólica não é reconhecida nacionalmente como alimento, desta forma os produtores encontram barreiras legislativas que dificultam e encarecem o produto final.

O contato com os gestores permitiu a descoberta de novas variáveis que até então eram desconhecidas pelo pesquisador. Dentre as dificuldades existentes na aquisição de novos equipamentos citadas anteriormente, soma-se a variação da tensão de energia, como um entrave para implantação de novas máquinas.

Com a ineficiência das companhias de energia que fazem o fornecimento elétrico para a região, faz-se necessária a adoção como medida preventiva da instalação de geradores que garantam o abastecimento constante, evitando possíveis problemas no desempenho dos novos equipamentos e como resultado aumentaria o custo final do investimento.

4.7 PROGOETHE

Os estudos desenvolvidos por Wittmann, Dotto e Wegner (2008) vão ao encontro da realidade existente no cenário estudado. A associação PROGOETHE trouxe a visibilidade necessária para os produtos Goethe, por intermédio da mesma os gestores passam a fazer parte dos stands em feiras não mais como espectadores, mas como expositores do vinho de típico do VUG.

Vale ressaltar que a associação PROGOETHE possui características que a diferenciam de uma cooperativa. No levantamento de dados ficou claro ao pesquisador que a associação foi utilizada para compra de materiais em larga escala buscando benefício mútuo dos produtores, porém esta prática se repetiu poucas vezes e hoje pode-se dizer extinta.

4.8 MUDANÇAS TECNOLÓGICAS

Embasado no objetivo geral proposto verifica-se necessidade de apresentar as constatações provenientes dos objetivos específicos. No levantamento in loco ficou claro que o processo de conquista do registro de indicação de procedência não exigiu mudanças na estrutura física das vinícolas, assim sendo, fica descaracterizada a relação entre as mudanças e a recente obtenção do registro de IG.

Correlacionando os estudos de Ferreira (1999) sobre mudanças, e a pesquisa desenvolvida por Silva et al (2006) na Cooperativa Vinícola Aurora, verifica-se uma estratégia de conquista de clientes e ampliação de mercado por meio de adequação na rotulagem. As vinícolas do VUG, por influência de stakeholders como o SEBRAE, percorreram o mesmo caminho. Além do desenvolvimento de uma nova roupagem que atendesse um público de maior

exigência os rótulos passaram ter informações sobre o registro de IG que valorizam o produto final.

Ainda conforme Ferreira (1999) destaca-se duas teorias: Teoria das mudanças e a Teoria das inovações. A teoria da inovação está ligada a processos criados ou inventados, diferente da teoria das mudanças que trata de renovação ou adaptação de processos. No VUG predominantemente a teoria das mudanças ficou evidenciada, sendo que não houve, por parte do pesquisador, registro de inovação no âmbito tecnológico.

Destacando as mudanças tecnológicas o pesquisador constatou na V1 o incremento de alguns equipamentos para o desenvolvimento de espumantes no método *champenoise*. Para a produção de espumantes com tal método faz-se necessário o congelamento de bico, realizado por equipamentos adaptados a necessidade dos produtores.

Por meio dos diálogos entre o pesquisador e os vinicultores ficou claro os prós e contras sobre a utilização de tanques de concreto e dos tanques de inox para a fermentação. Enquanto alguns produtores defendem o uso dos tanques de concreto destacando a conservação das características dos vinhos oferecida pela lenta mudança de temperatura, alguns outros relatam insatisfação relacionada a manutenção e limpeza dos mesmos ao passar dos anos.

Desta forma na V5 constatou-se a implementação exclusiva de tanques de inox, de acordo com o proprietário da vinícola ficou claro que a utilização dos mesmos agiliza o processo e traz resultados positivos no produto final.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário global atual impõe inúmeras condições à existência das empresas, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte. A atual concorrência, baseada na forte especialização de cada nicho mercadológico, torna dia-a-dia mais competitivo a relação entre as empresas, e exige constante atualização das tecnologias disponíveis. Com a facilidade de transpor fronteiras, a relação entre empresas do mesmo setor torna-se mais intensa, e no caso da comercialização de vinhos, os produtores brasileiros precisam lidar com a entrada em massa dos vinhos chilenos, argentinos e uruguaios, desenvolvendo as mais diversas estratégias para manterem-se competitivos.

Baseado nos objetivos específicos propostos foi possível identificar, por meio do método de coleta de dados, os equipamentos que atualmente vem sendo utilizado dentro das vinícolas. Considerando o pequeno porte das mesmas foi possível constatar que muitos

processos ainda se desenvolvem manualmente, apesar da existência de máquinas automatizadas para realizar todo o processo.

O valor resultante da carga tributária excessiva desfavorece a importação de máquinas para produção de vinhos. As empresas nacionais que comercializam equipamentos similares investem basicamente em máquinas de produção em larga escala, restando aos pequenos produtores poucas opções de investimento. Desta forma, esse fator vai de encontro às necessidades das vinícolas da IPVUG, pois as mesmas trabalham como uma pequena produção.

Por outro lado, destaca-se a existência de equipamentos com relevância sendo comercializados em países como França e Itália. Conforme constatado junto aos gestores, tais máquinas possuem dimensões não tão robustas, mas que se encaixam perfeitamente às necessidades apresentadas. Frente à falta de capital para investimento e as dificuldades para conseguirem financiamentos, os pequenos produtores por vezes optam pelo uso de equipamentos improvisados, desta forma reduzem os investimentos significativamente e suprem parcialmente suas necessidades.

Verificando tais dificuldades, o MODERVITIS, proposto pelo IBRAVIN em parceria com a EMBRAPA, tem difundido a disponibilização de assistência técnica aos participantes do programa, além de oferecer linhas de financiamento para modernização física e tecnológica das vinícolas, com enfoque nas empresas de pequeno porte (IBRAVIN, 2013). Constatou-se a partir dos vinicultores, contudo, que a contra partida de tais projetos é muito alta, não havendo respaldo para participação dos mesmos.

De acordo com o levantamento de dados ficou claro ao pesquisador a importância dos stakeholders favoráveis à IPVUG, com destaque para o SEBRAE nos primeiros passos à conquista do registro. Baseado na fundamentação teórica e no levantamento desenvolvido, o pesquisador pode concluir que as vinícolas situadas nos Vales da Uva Goethe têm caminhado a passos curtos frente as possibilidades de expansão tecnológica quanto aos maquinários utilizados.

Sendo assim a mudança tecnológica quase não esteve presente no quesito maquinários. No caso de um resultado positivo, as vinícolas poderiam desfrutar economicamente de um maior retorno e de maiores possibilidades de alcançar mercados externos pelo preço competitivo. Desta forma acredita-se que dentro dessa temática, é possível propor novos estudos aprofundados nas relações entre os países produtores de maquinários e as vinícolas. Evidenciando os principais stakeholders intervenientes na importação e os possíveis processos para novos incrementos tecnológicos no IPVUG ou em outras regiões produtoras de vinho.

Agradecimentos:

Artigo prévio integrado ao projeto A Sustentabilidade Tecnológica no âmbito dos Sistemas Produtivos Agroindustriais Catarinense, com bolsa da Fundação de Amparo a Pesquisa de Santa Catarina (FAPESC).

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO dos produtores da uva e do vinho Goethe da região de Urussanga. **A união entre a tradição vitivinícola**. 2012. Disponível em: <www.progoethe.com.br/historico.php>. Acesso em: 05 set. 2014.

ATHIA, Felipe; DALLA COSTA, Armando. Empresas e tecnologias na nova conjuntura vinícola brasileira do início do século XXI. **Revista Economia & Tecnologia**, v. 5, n. 3. p. 147-156. jul./set. 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura. Departamento de Fruticultura. **Relatório**. Rio de Janeiro, 1932.

CLARKSON, Max E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of management review**, v. 20, n. 1, p. 92-117, 1995.

CRUZ, J. A. W.; QUANDT, C. O.; MARTINS, T. S. A estrutura de redes como forma de promoção de vantagem competitiva. **REDES**, Santa Cruz do Sul. v. 13, n. 1, p. 266-287, jan./abr. 2008.

DRUCKER, Peter F. A disciplina da inovação. **Harvard Business Review**, v. 82, n. 8, p. 80-85, 2004.

FASSIN, Yves. The stakeholder model refined. **Journal Of Business Ethics**. vol. 84, n° 1, p. 113-135. jan. 2009

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário da língua portuguesa. 3 ed. totalmente rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FREEMAN, R. Edward; HARRISON, Jeffrey S.; WICKS, Andrew C. **Managing for stakeholders**: Survival, reputation, and success. Yale University Press, 2007.

FREEMAN, R. Edward. Stakeholder management: a strategic approach. **Pitman, New York**, 1984.

FROOMAN, J. (1999). Stakeholders influence strategies, **Academy of Management Review**, vol. 24, n° 2, p. 191-205.

GIANEZINI, M. et al. Inovação e pequenos proprietários rurais: perspectivas brasileiras de acesso a novos mercados. In: YAMAGUCHI, C. K.; WATANABE, M. (Org.). **Temas Contemporâneos em Ciências Sociais Aplicadas**. Criciúma: Ediunesc, 2015. p. 213-224.

HARMON, Roy L. **Reinventando a fábrica II: conceitos modernos de produtividade na prática.** Campus, 1993.

IBRAVIN (Brasil). **Programa busca modernização tecnológica da vitivinicultura da região Sul.** 2013. Disponível em: <http://www.ibravin.com.br/int_noticias.php?id=1088&tipo=N>. Acesso em: 21 abr. 2015.

MARZANO, Pe. Luigi. **Coloni e missionari italiani nelle foreste Del Brasile.** Beluno: Tipografia Piave, 1991. 335p.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. **Panorama da vitivinicultura brasileira em 2012.** 2012. Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/artigo/panorama-da-vitivinicultura-brasileira-em-2012>>. Acesso em: 16 abr. 2015.

MITCHELL, Ronald K.; AGLE, Bradley R.; WOOD, Donna J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. **Academy of management review**, v. 22, n. 4, p. 853-886, out.1997.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios.** Rio de Janeiro, Alta Books Editora, 2011, 300 p.

TORRES, Lucas Hoerlle. **Teoria do Stakeholder: um estudo da aplicação do princípio de equidade do Stakeholder.** 2013. 122f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

REBOLLAR, Paola May; VELLOSO, Carolina Quiumento; ERN, Rogério; VIEIRA, Hamilton Justino; SILVA, Aparecido Lima da. **Vales da uva Goethe.** Urussanga: PROGOETHE, 2007. 64p.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso.** 3. ed São Paulo: Atlas, 2009.

SILVA, Tânia Nunes da et al. **A Inovação Tecnológica na Cooperativa Vinícola Aurora Ltda. - RS: Desafios Atuais e Futuros para Sobrevivência em Indústrias Inovadoras.** 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/CCT498.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

VALES DA UVA GOETHE (Urussanga). **Busca das Origens.** 2014. Disponível em: <www.valesdauva.goethe.com.br/historico.php?id=1>. Acesso em: 28 out. 2014.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas Reconhecidas.** 2012. Disponível em: <www.inpi.gov.br/images/stories/downloads/indicacao_geografica/pdf/LISTA_COM_AS_INDICACOES_GEOGRAFICAS_RECONHECIDAS_-_31-07-2.pdf>. Acesso em: 28 set. 2014.

VELLOSO, Carolina Quiumento. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território.** 2008. 166 dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.

VERSCHOORE FILHO, Jorge Renato de Souza. **Redes de cooperação inter organizacionais: a identificação de atributos e benefícios para um modelo de gestão.**2006. 206f. Tese de Doutorado (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

VIEIRA, A. C. P.; GARCIA, J. R.; BRUCH, K. L. Análise econômico-ecológica dos efeitos da mudança climática na região delimitada pela Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe em Santa Catarina – Brasil. **Congresso Internacional Sistemas Agroalimentares Localizados**, 6., 2013, Florianópolis: UFSC; Cirad, 2013.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; PELLIN, Valdinho. As Indicações Geográficas como Estratégia para Fortalecer o Território: o caso da indicação de procedência dos vales da uva Goethe. **Desenvolvimento em Questão**, v. 13, n. 30, p. 155-174, 2015.

YAMAGUCHI, C.K.; VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, Kelly Lissandra; JENOVEVA NETO, R.; WATANABE, M.; Felisberto, Zeli. Indicação geográfica e a criação do conhecimento: Estudo de caso da Indicação de Procedência do Vales da Uva Goethe em Santa Catarina, Brasil. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 3, p. 145-160, 2013.

WITTMANN, L.M; DOTTO, D.R; WEGNER, D. Redes de empresas: um estudo de redes de cooperação do Vale do Rio Pardo e Taquari no estado do Rio Grande do Sul. **REDES**, Santa Cruz do Sul. v.13, n. 1, p. 160-180, jan./abr. 2008.