

O SETOR VITIVINÍCOLA NO CONTEXTO BRASILEIRO: UMA ANÁLISE NA BASE DA SPELL

Verena Alice Borelli, Mayara Pires Zanotto, Priscila Bresolin Tisott, Flávia Gubert, Raquel
Dallagnese, Maria Emilia Camargo

RESUMO: A vitivinicultura brasileira desenvolveu-se principalmente no Estado do Rio Grande do Sul, o qual responde por 95% do cultivo de uva para processamento de vinhos e sucos do país. No entanto, o perfil do negócio vitivinícola brasileiro, em todo seu cenário, tem evoluído continuamente. O objetivo deste estudo foi analisar os interesses de pesquisa sobre o setor vitivinícola no contexto brasileiro. Para tanto, realizou-se uma pesquisa com viés bibliométrico a partir dos artigos encontrados na base de dados Spell, e após foi realizada análise de conteúdo destes com o auxílio do *software* MAXQDA 10. Os resultados apontam que os anos com maior número de publicações acerca do assunto foram os anos de 2013 e 2014, além de demonstrarem não haver um periódico que se destaque nas publicações acerca do tema. Também, foi possível perceber que as pesquisas acerca do setor vitivinícola apontam para uma especialização do setor e das empresas que o compõem, visto o aumento no interesse acerca das questões relacionadas à estratégia e teorias contemporâneas de gestão de empresas.

Palavras-chave: Vitivinícola; Vitivinicultura; Spell.

1 INTRODUÇÃO

A área de produção vitivinícola no Brasil soma 83,7 mil hectares, divididos principalmente entre seis regiões. São mais de 1,1 mil vinícolas espalhadas pelo país, a maioria instalada em pequenas propriedades (média de 2 hectares por família). O país se consolidou como o quinto maior produtor da bebida no Hemisfério Sul (IBRAVIN, 2016).

A vinicultura é uma atividade relevante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil. Nos últimos anos, tem se tornado importante, também, na geração de emprego em grandes empreendimentos, que produzem uvas de mesa e uvas para processamento. No contexto brasileiro, a competição tornou-se agressiva com os países vizinhos, como Argentina e Chile. O consumo de vinho importado foi de 75% no mercado brasileiro durante o ano de 2008, o que tem evidenciado a necessidade das vinícolas tornarem-se mais efetivas. Diante deste cenário, as empresas brasileiras têm sido pressionadas a buscar alternativas estratégicas bem como desenvolver inovações para se manterem competitivas no mercado (ALVES; ZEN; PADULA, 2011).

A vitivinicultura no Rio Grande do Sul está particularmente situada na Região

Serrana, sendo o mais tradicional pólo produtor do País. O Estado possui seis regiões vitivinícolas, sendo que a Serra gaúcha é responsável por cerca de 85% da produção nacional da uva destinada à indústria do vinho e de outros derivados (PADILHA et al., 2011).

Este artigo teve com o objetivo analisar os interesses de pesquisa sobre o setor vitivinícola no contexto brasileiro, para tanto, realizou-se uma pesquisa com viés bibliométrico a partir dos artigos encontrados na base de dados Spell com dados coletados no mês de agosto de 2016, e após foi realizada análise de conteúdo destes com o auxílio do *software* MAXQDA 10.

Além dessa seção introdutória, o artigo apresenta o referencial teórico acerca de vitivinicultura. Logo após, são descritos os procedimentos metodológicos, seguidos pela apresentação e análise dos resultados e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Vitivinicultura

A viticultura é uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil. Nos últimos anos, tem se tornado importante, também, na geração de emprego em grandes empreendimentos, que produzem uvas de mesa e uvas para processamento (MELLO, 2010).

No Brasil, a vinha foi introduzida em 1532 por Martim Afonso de Souza. Embora o país tenha sido colonizado por portugueses habituados ao consumo do vinho, até o século XIX não houve interesse pela vinha. Dois fatos foram importantes para o desenvolvimento da viticultura brasileira. Primeiro, a chegada de variedades de vinha americana, principalmente a *Vitis labrusca* Isabela. Essas variedades, mais resistentes às doenças e de alta produtividade, favoreceram o desenvolvimento da produção de vinho de mesa no país. Segundo, o forte fluxo de imigrantes italianos a partir de 1875, que se estabelece no sul e sudeste do país (ALVES; ZEN; PADULA, 2011).

Na década de 70 o Brasil entrou na rota de empresas multinacionais que seguiam uma tendência de exploração de novas localidades menos tradicionais no mundo do vinho. Essas empresas trouxeram consigo as novas tecnologias e estabeleceram as relações de compra com viticultores que posteriormente acarretaram em uma crise de oferta e demanda. Na década de 90, a abertura comercial acirrou a competitividade e impôs extremas mudanças na organização do setor (ALVES; ZEN; PADULA, 2011).

A década de 2000 representou um avanço na viticultura e métodos visando à maior qualidade da uva. Por outro lado, o cenário tornou-se ainda mais hostil marcado pela redução

no consumo de vinho nos países tradicionais e o ingresso de novos países produtores. No contexto brasileiro, a competição tornou ainda mais agressiva com os países vizinhos, como Argentina e Chile. O consumo de vinho importado foi de 75% no mercado brasileiro durante o ano de 2008, o que tem evidenciado a necessidade das vinícolas tornarem-se mais efetivas.

Diante deste cenário, as empresas brasileiras têm sido pressionadas a buscar alternativas estratégicas bem como desenvolver inovações para se manterem competitivas no mercado (ALVES; ZEN; PADULA, 2011). Um dos aspectos característicos e marcantes da vitivinicultura brasileira é a sua diversidade e complexidade. Na verdade, temos diversas vitiviniculturas no país, cada uma com sua realidade climática, fundiária, tecnológica, humana e mercadológica. Entretanto, para qualquer uma delas, o cenário que se esboça neste início de século XXI é de competição acirrada tanto no mercado externo quanto no interno, exigindo grande esforço de organização e política setorial (MELLO, 2010)

A viticultura nacional vem perdendo espaço no mercado em termos de produção e comercialização devido, principalmente, a diferença de preços frente aos vinhos estrangeiros, em especial, os provenientes de países do Mercosul, uma vez que esses possuem diferença expressiva nos custos, sobretudo, no que se refere a tributos (MELLO, 2004).

Esta constatação confirma a importância da inovação no setor da vitivinicultura, em especial, da industrialização de vinhos finos com qualidade (PADILHA et al., 2011).

2.1.1 A vitivinicultura no Rio Grande do Sul

A Itália que hoje conhecemos, criada a partir de 1870, vivia dias de miséria, incertezas e amargura. Atravessar o Atlântico e ter um punhado de terra só seu - de onde pudesse tirar o sustento de sua família - era o sonho dourado de milhares de italianos. As duas necessidades se completaram entre os anos de 1870 e 1875. Assim, o exército brasileiro mapeia uma grande porção de terra na Serra Gaúcha, traça estradas, divide lotes com tamanhos diversos e inicia a venda desses lotes às famílias italianas, que tinham 12 anos para pagarem por essas terras. Então, uma verdadeira odisséia implantou-se na Serra, abastecida de determinação e coragem desses imigrantes italianos nascidos no Vêneto, Lombardia e Trento. Um grande fluxo migratório perdurou por 10 anos e esse povo deu início ao que chamamos de indústria vinícola brasileira (MELLO, 2010).

A cultura/produção do vinho no RS pode ser dividida em quatro momentos, (EMBRAPA, 1982; FARIAS, 2006; TONIETTO; MILAN, 2003):

- a) de 1875 a 1915, onde a produção de produtos da uva era destinada ao consumo familiar e local;

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

- b) a partir de 1915, com a inauguração da estrada de ferro que ligava Caxias do Sul a Montenegro, possibilitando o escoamento de produtos coloniais para as principais localidades do estado e do país (desde então, a região de colonização italiana do RS tornou-se o maior centro produtor de vinhos do país);
- c) as décadas de 60 e 70 foram marcadas pela entrada de empresas internacionais como Chandon, Maison Forestier, Martini, National Distillers, Chateau Lacave, Welch Foods (Suvalan), e outras, na produção e comercialização de vinhos e sucos;
- d) a partir dos anos 90, a tecnologia se disseminou entre o setor vitivinícola gaúcho, chegando até as pequenas vinícolas, que começaram a controlar as fermentações, a utilizar leveduras e enzimas e usar tanques de aço inoxidável, que ampliou drasticamente a qualidade e competitividade das firmas gaúchas, inserindo boa parte do produto vinícola gaúcho no mercado internacional.

A vitivinicultura no Rio Grande do Sul está particularmente situada na Região Serrana, sendo o mais tradicional pólo produtor do País. O Estado possui seis regiões vitivinícolas, sendo que a Serra gaúcha é responsável por cerca de 85% da produção nacional da uva destinada à indústria do vinho e de outros derivados (PADILHA et al, 2011). O estado responde por 95% do cultivo de uva para processamento de vinhos e sucos do país (MELLO, 2003). Neste sentido, no quadro a seguir apresenta-se a evolução de milhões de litros de vinhos viníferas, vinhos comuns e outros derivados da uva e do vinho produtos no período de 2006 a 2015 no estado do Rio Grande do Sul.

Tabela 1 – Produção no Rio Grande do Sul – últimos 10 anos

Ano	Milhões de Litros			Total
	Vinhos Viníferas	Vinhos Comuns	Outros derivados da uva e do vinho	
2006	32,12	185,08	59,13	276,33
2007	43,18	275,25	70,89	389,32
2008	47,33	287,44	93,19	427,97
2009	39,90	205,42	96,50	341,82
2010	27,85	195,25	98,96	321,21
2011	52,20	258,73	151,15	461,07
2012	48,60	213,10	167,28	428,98
2013	48,40	197,90	125,15	371,45
2014	38,46	196,07	140,19	374,72
2015	39,20	210,30	193,00	442,50

Fonte: Ibravin (2016).

Podemos perceber que no ano de 2010 houve uma queda na produção, quando os produtores gaúchos enfrentaram dificuldades devido às condições climáticas desfavoráveis, entretanto, no ano seguinte, a produção foi retomada, apresentando uma elevação de 43,54%.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método aplicado nesse estudo possui uma abordagem qualitativa e natureza exploratória, tendo em vista seu objetivo analisar os interesses de pesquisa sobre o setor vitivinícola no contexto brasileiro (REMLER; VAN RYZIN, 2011). Como técnica de pesquisa utilizou-se a análise de conteúdo (BARDIN, 1977).

3.1 Delimitação e coleta de dados

A primeira etapa deste estudo se deu a partir da definição dos objetivos de pesquisa, com o intuito de estabelecer o escopo para a coleta dos dados. Desta forma, optou-se por realizar a busca por artigos que abrangessem o setor vitivinícola na área da Administração na base de dados Spell, base de dados brasileira que concentra documentos publicados a partir de 2000, das áreas de Administração, Contabilidade e Turismo. Nesta base todos os documentos possuem seu acesso liberado, o que constitui um diferencial em relação às demais bases. O que motivou o uso do Spell foi atender ao objetivo do estudo, que leva em consideração o contexto brasileiro.

Como operador booleano de pesquisa foi utilizado o termo “vitivinícola”, buscando-se a partir do título. Não houve recorte temporal, visto que a base somente considera artigos publicados após o ano de 2000. Como critérios estabelecidos para a pesquisa, foram considerados somente os artigos publicados em periódicos, limitados à área da Administração. A amostra foi constituída por 16 artigos, que foram analisados no período de julho à agosto de 2016. A análise bibliométrica foi realizada por dois pesquisadores.

3.2 Procedimentos para análise de dados

Para proceder a análise de conteúdo dos artigos foi necessário, em um primeiro momento, codificá-los e categorizá-los. Para tanto, foi utilizado o *software* MAXQDA 10. Como categorias *a priori* foram definidos os aspectos que seriam necessários no atendimento ao objetivo geral do estudo, sendo eles: (i) o ano de publicação do artigo, (ii) o periódico onde o artigo foi publicado e; (iii) os objetivos do estudo.

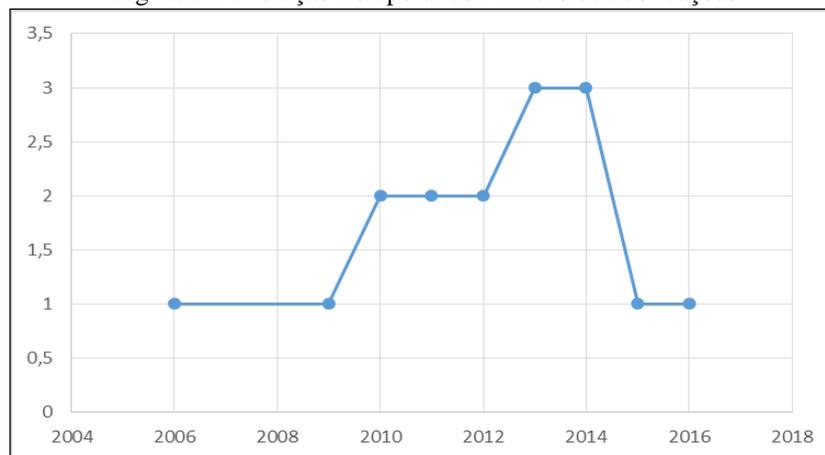
A partir da identificação e estruturação destas categorias, foi possível analisar os dados e, conseqüentemente, gerar as considerações finais deste trabalho. Em um primeiro momento foi buscado identificar as informações requeridas no resumo do artigo, contudo,

quando as informações não estavam disponíveis ou claras, estas foram identificadas no corpo do texto.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Com relação aos anos considerados na pesquisa, o primeiro artigo data do ano de 2006, sendo que a maior incidência de artigos por ano ocorreu nos anos de 2013 e 2014, com 3 publicações cada acerca do assunto. No ano de 2015 o número de publicações diminuiu novamente, tendo apenas uma publicação, assim como no ano de 2016. Contudo, é preciso ressaltar que o ano de 2016 não foi considerado em sua totalidade, visto que a pesquisa foi realizada no mês de julho de 2016.

Figura 1 – Evolução Temporal do Número de Publicações



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

No que diz respeito aos periódicos de onde se originam as publicações, não é possível afirmar que as publicações sobre o assunto estejam concentradas em um periódico em específico, pois os periódicos “RACE – Revista de Administração, Contabilidade e Economia”; “REAd – Revista Eletrônica de Administração” e “Revista Brasileira de Gestão de Negócios” possuem 2 publicações cada no âmbito desta pesquisa, enquanto os demais periódicos possuem apenas uma publicação cada. Estes resultados podem ser encontrados no Quadro 1.

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

Quadro 1 – Periódicos e Extratos

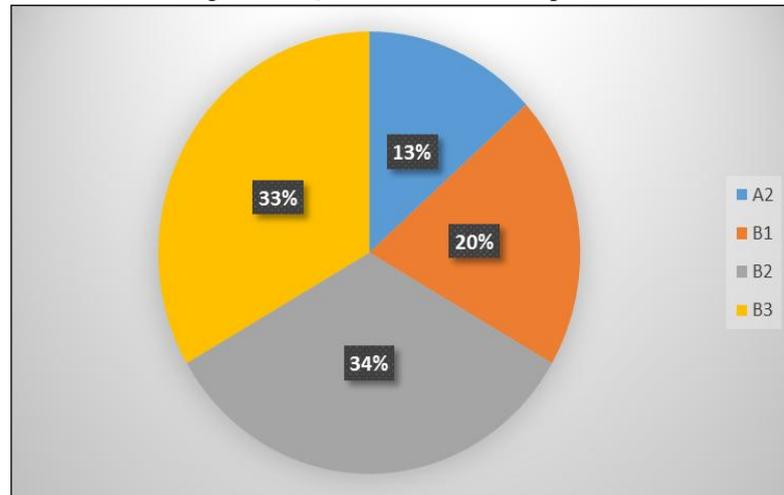
Periódico	Nº de Publicações	Extrato
RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia	2	B3
REAd - Revista Eletrônica de Administração	2	B1
Revista Brasileira de Gestão de Negócios	2	A2
BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos	1	B2
Organizações & Sociedade	1	A2
Organizações Rurais & Agroindustriais	1	B2
Revista Ciências Administrativas (UNIFOR)	1	B3
Revista Contemporânea de Contabilidade	1	B1
Revista de Administração da UFSM	1	B2
Revista de Administração da UNIMEP	1	B2
Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade	1	B3
Revista Iberoamericana de Estratégia	1	B2
Rosa dos Ventos	1	B3

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

No que tange à qualificação dos periódicos, a Figura 2 apresenta extrato de classificação de acordo com a Plataforma Sucupira (2016). No contexto brasileiro, a qualificação dos periódicos se dá por meio dos extratos A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C, sendo os periódicos A1 os de maior qualificação e os periódicos C os de menor qualificação.

De acordo com os extratos das revistas consideradas, nenhum dos artigos foi publicado em uma revista A1, ou seja, equivalente aos periódicos de maior qualificação no cenário nacional. Ademais, foi possível perceber que 34% dos artigos foi publicado em periódicos classificados como B2, enquanto 33% dos artigos foi publicado em periódicos B3. A partir desta análise é possível entender que, apesar do reduzido número de citações e mesmo de trabalhos relacionados ao assunto, as revistas de onde se originam os trabalhos são qualificadas, o que permite a inferência de que os artigos possuem disseminação na comunidade científica, podendo resultar na realização de mais estudos sobre o tema ou na replicação das pesquisas em novos cenários.

Figura 2 – Quais das Revistas mapeadas



Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

No que tange aos objetivos de cada um dos artigos, a análise realizada por meio do software MAXQDA 10 permitiu identificar a mudança nos interesses de pesquisa acerca do setor vitivinícola no âmbito do período considerado. Os resultados mostram que, muito embora o setor vitivinícola seja composto por uma série de organizações familiares, os trabalhos acadêmicos têm buscado a estabelecer estratégias que fortifiquem o setor, baseando-se nas teorias da administração contemporâneas. Os objetivos de cada um dos artigos podem ser encontrados no Quadro 2.

Quadro 2 – Objetivos dos artigos

(continua)

Nº Artigo	Objetivos
1	Analisar os fatores que podem levar as empresas a adotar a IAS 41 voluntariamente, antes da obrigatoriedade de adoção da NCRF 17.
2	Identificar e analisar quais respostas estratégicas (OLIVER, 1991) três vinícolas da região central do Rio Grande do Sul acionaram frente às pressões do ambiente institucional relativas ao gerenciamento de práticas ambientalmente corretas. Identificar se há resquícios de isomorfismo entre as ações das vinícolas, objetos de estudo diante das pressões institucionais.
3	Demonstrar como o uso do poder de agência inerente ao conceito de empreendedorismo institucional pode transformar o cenário vitivinícola nacional, assim como situar a atual configuração estrutural do setor em alguma das seis perspectivas teóricas relativas ao campo organizacional propostas por Machado da Silva, Guarido Filho e Rossoni (2006).
4	Contribuir para o setor vitivinícola apresentando uma proposta de modelo de custeio para as empresas do setor.
5	Determinar as mudanças socioeconômicas na situação das mulheres rurais, como resultado de sua participação em empresas e em atividades de turismo enológico, e estabelecer se as mudanças observadas modificam a situação das mulheres que trabalham na agricultura e na agroindústria.

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

(conclusão)

Nº do Artigo	Objetivos
6	Medir o capital social de redes colaborativas vitivinícolas da Serra Gaúcha.
7	Avaliar como o comprometimento se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração do mesmo em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil) e associadas às redes APROVALE e APROBELO.
8	Avaliar como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração do mesmo em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS, Brasil) e associadas às redes APROVALE e APROBELO.
9	Analisar as estratégias de relacionamento — competição, cooperação e competição — que são adotadas pelas empresas para manter um posicionamento competitivo no cenário de negócios.
10	Explicitar as disposições subjetivas que permeiam a dinâmica de (inter) ação dos agentes dessa rede.
11	Analisa um conjunto de transformações institucionais no mercado vitivinícola, sobretudo relacionadas aos sistemas de indicação geográfica.
12	Estudar a competitividade empresarial pela apreciação das adaptações que estão sendo implementadas, propor linhas adicionais de ação estratégica e perspectivar as possibilidades de sucesso no novo contexto competitivo.
13	Avaliar a competitividade sistêmica do setor vitivinícola gaúcho e caracterizar o Arranjo Produtivo Local (APL), a partir da cadeia produtiva dos vinhos finos.
14	Analisar o desenvolvimento do Projeto Setorial Integrado Wines of Brasil a partir da abordagem comportamental do processo de internacionalização de redes de relacionamentos.
15	Analisar o impacto dos recursos no desempenho exportador das empresas pertencentes a clusters.
16	Analisar o complexo industrial voltado à vitivinicultura na região do Alto Vale do Rio do Peixe, localizada no centro do estado de Santa Catarina, cujo objetivo principal é avaliar a cadeia produtiva da indústria do vinho local, propondo a ideia da criação de uma marca regional que possa fornecer maiores condições de competitividade do produto no mercado, já que há um cluster desse ramo de atividade nessa região.

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Ademais, com a finalidade de identificar se houve uma mudança nos interesses de pesquisa acerca do setor vitivinícola brasileiro ao longo dos anos que compõem esta pesquisa, os autores fizeram uma relação entre os objetivos de cada artigo e o ano de sua publicação, como Quadro 3. Assim, foi possível perceber que as pesquisas do setor se especializaram com o passar dos anos, migrando de simples modelos de custeio para as empresas do setor para questões relacionadas ao capital social, comprometimento, respostas estratégicas e outras.

Além disso, foi possível identificar que o setor se fortalece por meio da atuação em redes, visto a quantidade crescente de artigos que investigam o papel das redes nas relações entre as empresas do setor. Outra possibilidade que os artigos analisados sugerem para o setor diz respeito às relações internacionais, ou seja, como as atividades de importação e exportação podem impactar não somente no setor vitivinícola, mas também no crescimento individual das empresas e das redes.

Quadro 3 – Contribuições para o setor

(Continua)

Objetivo	Anos
Contribuir para o setor vitivinícola apresentando uma proposta de modelo de custeio para as empresas do setor.	2006
Estudar a competitividade empresarial pela apreciação das adaptações que estão sendo implementadas, propor linhas adicionais de ação estratégica e perspectivar as possibilidades de sucesso no novo contexto competitivo.	2009
Avaliar a competitividade sistêmica do setor vitivinícola gaúcho e caracterizar o Arranjo Produtivo Local (APL), a partir da cadeia produtiva dos vinhos finos.	2010
Analisar o complexo industrial voltado à vitivinicultura na região do Alto Vale do Rio do Peixe, localizada no centro do estado de Santa Catarina, cujo objetivo principal é avaliar a cadeia produtiva da indústria do vinho local, propondo a ideia da criação de uma marca regional que possa fornecer maiores condições de competitividade do produto no mercado, já que há um cluster desse ramo de atividade nessa região.	2010
Analisar os fatores que podem levar as empresas a adotar a IAS 41 voluntariamente, antes da obrigatoriedade de adoção da NCRF 17.	2011
Determinar as mudanças socioeconômicas na situação das mulheres rurais, como resultado de sua participação em empresas e em atividades de turismo enológico, e estabelecer se as mudanças observadas modificam a situação das mulheres que trabalham na agricultura e na agroindústria.	2011
Avaliar como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração do mesmo em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS, Brasil) e associadas às redes APROVALE e APROBELO.	2012
Analisa um conjunto de transformações institucionais no mercado vitivinícola, sobretudo relacionadas aos sistemas de indicação geográfica.	2012
Medir o capital social de redes colaborativas vitivinícolas da Serra Gaúcha.	2013
Avaliar como o comprometimento se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração do mesmo em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil) e associadas às redes APROVALE e APROBELO.	2013
Explicitar as disposições subjetivas que permeiam a dinâmica de (inter) ação dos agentes dessa rede.	2013
Identificar e analisar quais respostas estratégicas (OLIVER, 1991) três vinícolas da região central do Rio Grande do Sul acionaram frente às pressões do ambiente institucional relativas ao gerenciamento de práticas ambientalmente corretas. Identificar se há resquícios de isomorfismo entre as ações dos vinícolas objetos de estudo diante das pressões institucionais.	2014

(conclusão)

Analisar o desenvolvimento do Projeto Setorial Integrado <i>Wines of Brasil</i> a partir da abordagem comportamental do processo de internacionalização de redes de relacionamentos.	2014
Analisar o impacto dos recursos no desempenho exportador das empresas pertencentes a clusters.	2014
Analisar as estratégias de relacionamento — competição, cooperação e cooptação — que são adotadas pelas empresas para manter um posicionamento competitivo no cenário de negócios.	2015
Demonstrar como o uso do poder de agência inerente ao conceito de empreendedorismo institucional pode transformar o cenário vitivinícola nacional, assim como situar a atual configuração estrutural do setor em alguma das seis perspectivas teóricas relativas ao campo organizacional propostas por Machado da Silva, Guarido Filho e Rossoni (2006).	2016

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve por objetivo analisar os interesses de pesquisa sobre o setor vitivinícola no contexto brasileiro, por meio de uma pesquisa com viés bibliométrico a partir dos artigos encontrados na base de dados Spell. Assim, foi possível identificar as publicações brasileiras que tratam do tema escolhido como escopo deste trabalho, bem como analisar a que se destinam e a abrangência dos artigos publicados.

No que diz respeito ao horizonte temporal considerado, foi possível perceber que a maior parte das publicações acerca do tema foi realizada nos anos de 2013 e 2014, período em que o setor vitivinícola brasileiro encontrava-se em franca expansão. Esse resultado sugere que as pesquisas acerca do setor se encontram conectadas com os resultados deste, em termos de produtividade e, talvez, que as pesquisas acadêmicas auxiliem as empresas no apoio a tomada de decisão.

Já no que se refere aos periódicos de onde se originam as publicações, foi possível o entendimento de que, apesar de os artigos serem escritos em língua vernácula, os periódicos são qualificados e possuem abrangência na comunidade acadêmica, favorecendo a disseminação do conhecimento por entre os pesquisadores e a comunidade empresarial. Ainda, foi possível perceber a falta de um periódico que se dedique exclusivamente ao tema abordado, o que poderia aumentar a visibilidade do assunto e concentrar as pesquisas realizadas sobre o setor.

Já com relação aos objetivos dos artigos compreendidos neste estudo, foi possível perceber a especialização dos temas abordados pelos pesquisadores, que transitam desde modelos de custeio para as empresas do setor até o entendimento do trabalho em redes,

internacionalização das empresas e a importância do capital social no setor vitivinícola. Assim, é possível entender também que a própria cadeia vitivinícola tem se especializado com o passar dos anos, buscando novas estratégias de atuação e, inclusive, aplicado em seus modelos de gestão as teorias desenvolvidas na academia.

No que diz respeito às implicações gerenciais deste estudo, o entendimento acerca das pesquisas que são realizadas no cenário nacional pode auxiliar as empresas do setor a entenderem de que forma a pesquisa acadêmica pode auxiliar na especialização da gestão do setor vitivinícola. As limitações do estudo residem no fato de que somente uma base foi utilizada, considerando-se apenas os artigos escritos em língua portuguesa, o que diminuiu consideravelmente o número de artigos considerados, bem como a qualificação dos periódicos. Sugere-se, para estudos futuros, que a análise seja comparada com outras bases de dados, e por consequência, outros países, a fim de enriquecer e comparar os achados neste estudo.

REFERÊNCIAS

- ALVES, A. C.; ZEN, A. C.; PADULA, A. D. Inovação no Setor Vinícola: o Caso da Vinícola Miolo Wine Group. **ENANPAD**, Rio de Janeiro, 2011.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977
- EMBRAPA. **Análise descritiva da Microrregião Homogênea viticultora de Caxias do Sul**. Bento Gonçalves: Embrapa. 1982.
- FARIAS, C.V.S. Estratégias de internacionalização e competitividade da indústria vitivinícola do Mercosul na década de 90. In.: **Anais Cladea Assembly 2006**, Montpellier – França, 2006.
- IBRAVIN - INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO. **Dados estatísticos**. Bento Gonçalves, 2016. Disponível em: <<http://www.ibravim.org.br/panorama-geral.php>>. Acesso em: 19 ago. 2016.
- MELLO, L. M. R. **Atuação do Brasil no Mercado Internacional de Uvas e Vinhos – panorama 2004**. Embrapa Uva e Vinho. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2016.
- MELLO, L. M. R. **Produção e Comercialização de Uvas e Vinhos – panorama 2003**. Embrapa Uva e Vinho. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2016.
- MELLO, L. M. R. **Vitivinicola brasileira: panorama 2010**. Embrapa Uva e Vinho. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2016.

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

PADILHA, A. C. et al. Inovação Tecnológica em Indústrias Competitivas do Agronegócio: Uma Análise na Cooperativa Vinícola Aurora Ltda – RS. **ENANPAD**, Rio de Janeiro, 2011.

REMLER, D. K.; VAN RYZIN, G. G. **Research methods in practice**: strategies for description and causation. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011.

TONIETTO, J., MILAN, J. **Arranjo produtivo local Vale dos Vinhedos**. Bento Gonçalves. Embrapa, 2003. 17p.