

# **A LOGISTICA COMO INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO DOS VALES DA UVA GOETHE**

## **RESUMO**

O presente projeto de pesquisa apresenta como objetivo avaliar as estruturas da logística de distribuição das vinícolas instaladas na região de Indicação Geográfica dos Vales da Uva Goethe. A metodologia a ser aplicada é caracterizada quanto aos fins como prepositiva, quanto aos meios de investigação como pesquisa exploratória e quanto à abordagem é qualitativa, baseando-se em entrevista em profundidade estruturada com os gestores das vinícolas e com os profissionais que desenvolvem as atividades relacionadas à logística de distribuição, objetivando a identificação das estruturas logísticas instaladas, após os dados serão tratamento para a elaboração o planejamento logístico para as vinícolas pertencentes à Indicação Geográfica. Como resultados esperados, tem-se elaboração de estratégias de planejamento logístico que possibilitem o estabelecimento e fortalecimento de diferenciais competitivos, geração de valor e desenvolvimento socioeconômico das empresas envolvidas na região dos Vales da Uva Goethe.

## **1. INTRODUÇÃO**

Este projeto apresenta uma proposta para dissertação de mestrado na área de Desenvolvimento Socioeconômico com o objetivo de estudar as contribuições da logística no desenvolvimento socioeconômico dos vitivinicultores dos Vales da Uva Goethe.

A região de Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe compreendem 8 municípios situados na região sul do estado de Santa Catarina, são 6 vinícolas, 4 produtores de vinho artesanal e 3 produtores de uva que organizados em associação, PROGOETHE, buscam na Indicação de Procedência o reconhecimento de um produto típico, com identidade original. (PROGOETHE, 2014).

O texto está organizado da seguinte forma: caracterização e justificativas para a pesquisa, com a contextualização do objeto de estudo e a questão norteadora. Os objetivos geral e específicos, com os resultados que se pretende alcançar e qual a contribuição que a pesquisa proporcionará. Será descrito os procedimentos metodológicos, caracterizado como uma pesquisa qualitativa, exploratória e propositiva e ao final, as referências bibliográficas.

## **2. CARACTERIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA**

A região de Urussanga/SC é conhecida no cenário estadual e nacional pela produção e qualidade de seu vinho, tendo seu prestígio reconhecido já por volta da década de 40 e 50, quando o vinho Goethe era servido no Palácio do Catete. (MAESTRELLI, 2011).

A produção de uva e vinho fazem parte da tradição e cultura de região de Urussanga/SC, iniciou com a vinda de imigrantes italianos para a região e permeiam os hábitos e costumes da população, tanto em termos de cultivo e consumo ao longo de toda a história da região. Velloso (2008) afirma que o vinho branco está diretamente relacionado a constituição da história, hábitos, costumes, tradição e cultura do povo de Urussanga e região.

A uva Goethe chegou a Urussanga junto com os primeiros colonizadores italianos, por volta de 1878, sendo uma das poucas espécies que se adaptou ao clima e solo da região de Urussanga (VELLOSO, 2008). A uva Goethe é uma espécie única, fato este confirmado pelos relatos de Schuck El AL (2010) que realizou um estudo sobre a identificação molecular da uva Goethe e avaliou as variedades Goethe clássica e Goethe primo e os resultados apontam para uma variedade única sem relações com as demais variedades de uvas catalogadas, esse estudo fez parte do processo de Indicação de Procedência Geográfica (IPG).

O movimento pela indicação geográfica surge a partir de 2005 com a criação da associação PROGOETHE que tem como objetivo reunir os produtores de uva e vinho Goethe e promover a imagem e o reconhecimento do produto originado das uvas Goethe. Com a criação da associação, surge o movimento para a busca da Indicação Geográfica, visto que o produto dessa região era totalmente diferenciado. (VIEIRA ET AL, 2014).

A importância da indicação geográfica é destacada por Pereira e Vieira (2014), pois essa torna-se ferramenta que distinguir um produto ou serviço dos demais, sendo que apresentam características únicas da região onde são produzidos.

A indicação geográfica permite aos seus membros uma série de benefícios e vantagens competitivas, pois de maneira geral agrega valor ao produto, permite ao produtor incremento de renda devido a abertura de mercados internos e externos, preservação do ambiente, cultura, tradição e do próprio cultivo. Incluindo nesses benefícios os impactos sobre os serviços relacionados ao ecoturismo, gastronomia, patrimônio histórico, entre outros. (VIEIRA ET AL, 2014).

A PROGOETHE possui no seu quadro de associados produtores de uva e produtores de vinho, onde todos constituem unidades de produção familiares, segundo VELLOSO (2008).

Nesse sentido, Romeiro (2002) destaca os desafios da gestão de unidades de produção familiares agrícolas, ressaltando as questões relativas às demandas de que os produtores nem sempre estão preparados para competir com empresas de maior porte devido à organização da empresa familiar, sucessão familiar, acesso á tecnologias entre outros. O mesmo autor apresenta algumas reflexões sobre as lacunas existentes entre as atividades administrativas realizadas pelas empresas rurais e as teorias e práticas administrativas.

Dentre as teorias administrativas pode-se frisar sua atuação sendo condicionada pela interferência e interdependência com as condicionantes que envolvem as tarefas, estruturas, pessoas, tecnologia, ambiente e competitividade (CHIAVENATO, 2003). Cada uma dessas seis variáveis assume papel determinante na gestão dos negócios, sejam elas empresas comerciais, industriais ou agrícolas. Romeiro (2002) ainda resalta que em função das mudanças significativas no ambiente de negócios tem-se tornado fator decisivo e definitivo para a gestão das organizações, a busca rápida por soluções de problemas do cotidiano e refletirão na manutenção das atividades e da competitividade nos negócios.

Wood Jr e Zuffo (1998) discutem as mudanças significativas nas economias nacional e mundial oriundas da globalização, abertura de mercados, mudanças nos hábitos de consumo e relações de concorrência. Diante desse cenário altamente competitivo, as organizações precisam estruturar seus processos internos e externos e a administração logística é apontada como alternativa para manutenção dos negócios e a busca pela competitividade.

O próprio conceito de logística nos moldes que encontramos na atualidade, é algo relativamente novo, data de 1963 e vem evoluindo ao longo dos anos. Inicia com discussões em 1963 é criada nos Estados Unidos a *U.S. Council of Logistics Management*, organização de gestores logísticos, educadores e profissionais da área criada para incentivar o ensino nesse campo e incentivar o intercâmbio de ideias, o conceito produzido por esse conselho é o mais aceito no meio acadêmico e empresarial e é definido como: “o processo de planejar, implementar e controlar eficientemente, ao custo correto, o fluxo e armazenagem de matérias-primas, estoques durante a produção e produtos acabados, e as informações relativas a estas atividades, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender os requisitos do cliente”. WOOD JR E ZUFFO (1998).

O conceito é amplo e abrangente e as influencias e atuação da logística, estão diretamente ligadas com o planejamento, gerenciamento e controle dos processos de aquisição, movimentação, armazenagem e transporte de matérias primas, produtos em elaboração e produtos acabados do ponto de origem até o consumidor final (GOMES E RIBEIRO, 2004).

A evolução da logística é constituída por 4 fases distintas: fragmentação, integração parcial, integração total e *supply chain management* sendo que independente da fase atual, é possível observar diversas empresas ainda nas primeiras fases de acordo com sua organização, estrutura e infraestrutura. A primeira fase de evolução é a fragmentação, onde as atividades logísticas estão espalhadas ao longo das organizações, sem nenhuma conexão e alinhamento estratégico. A segunda fase é a integração parcial, que compreende uma organização das atividades logísticas em duas grandes áreas: administração de materiais, responsável pelo fluxo de matérias-primas, produtos em elaboração e produtos acabados dentro da organização e a distribuição física, esta responsável pelos fluxos de armazenagem, movimentação e transporte dos produtos acabados. Já a terceira fase conhecida como integração total, ou logística integrada é entendida como a união dos esforços da administração de materiais e da distribuição física, a integração dos processos internos. A última fase de evolução da logística, o *Supply Chain Management* é fruto da necessidade das organizações buscarem constantemente a redução de custos em busca de diferenciais competitivos, pois resulta do somatório dos esforços internos e externos, da logística integrada com fornecedores e clientes, resultando em alianças estratégicas e redução das lacunas entre estes e estreitamento das relações com seus parceiros. BALLOU (2006).

A logística nos dias atuais têm-se firmado como uma estratégia competitiva para as empresas enfrentarem as dificuldades dos cenários econômicos turbulentos, onde as empresas não podem cometer erros na formulação de suas estratégias e toda e qualquer redução de custos poderá ser fundamental na manutenção de seu posicionamento no mercado.

O estudo do tema logístico tem sido ampliado cada vez mais, uma vez que se torna evidente a ineficiência em termos de logística nas cadeias produtivas frente a custos significativos oriundos dos processos e retrabalhos. Dessa forma a logística, ou *Supply Chain Management* (Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos) – visão ampliada e abrangente dos processos logísticos em toda a cadeia de suprimentos – tem sido definida como alternativa para alinhar os processos na cadeia produtiva com objetivo de reduzir custos, melhoria nos níveis de serviços e maximizar o valor percebido pelo cliente (WOOD JR E ZUFFO, 1998).

Romeiro (2002) corrobora com a importância do tema, destacando que em termos de competitividade existem alguns fatores internos e externos que interferem diretamente no cenário do agronegócio. Como fatores externos encontram-se o clima e as políticas governamentais e os fatores internos apontados, são finanças e custos.

Segundo Ballou (2006) as estratégias do planejamento logístico são baseadas em redução de custos, redução de capital e melhorias nos níveis de serviços. As estratégias de redução de custos objetivam o enxugamento de custos variáveis inerentes aos processos logísticos e são relacionados diretamente com os objetivos de níveis de serviço tendo como principal premissa a maximização dos lucros da operação. Já as estratégias de redução de capital visam a otimização do capital investido no sistema logístico com foco na maximização do retorno dos investimentos na estrutura logística e por fim as estratégias de melhoria dos níveis de serviços, se relacionam com os objetivos de atendimento destinados aos clientes.

Diante desse contexto surge a questão norteadora desse estudo, que visa identificar e avaliar como as estruturas logísticas em termos de armazenagem, movimentação e transportes podem influenciar na organização dos vitivinicultores, associados à PROGOETHE e destacar como a logística de distribuição pode contribuir para o desenvolvimento socioeconômico nos Vales da Uva Goethe.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo geral**

Avaliar a logística de distribuição das empresas pertencentes aos Vales da Uva Goethe,

associadas á PROGOETHE.

### 3.2 Objetivos específicos

- Identificar as estruturas logísticas disponíveis nas empresas vitivinícolas;
- Avaliar a existência de planejamento logístico nas empresas em estudo;
- Levantar as possibilidades de estruturação da logística de distribuição existentes na literatura;
- Identificar as possibilidades de ganhos financeiros com a estruturação da logística de distribuição;
- Apontar os ganhos em termos de melhoria nos níveis de serviço aos clientes por meio da logística de distribuição;
- Elaborar planejamento para estruturação da logística de distribuição das empresas em estudo.

## 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa será qualitativa, exploratória e propositiva, com o objetivo de ampliar os conhecimentos teóricos e empíricos em torno do objeto de estudo.

A pesquisa qualitativa possui como objetivos a exploração do tema, a descrição da complexidade do tema e problema de pesquisa de forma que possa permitir ao pesquisados a análise, compreensão, classificação para a geração de contribuições aos indivíduos envolvidos e ao objeto de pesquisa (FREIRE, 2013)

Como técnica de coleta de dados serão utilizados dados primários, extraídos da pesquisa de campo e secundários de fontes de pesquisa bibliográfica, documental, artigos científicos e *sites* (GIL, 2007) para a fundamentação teórica e discussão com os objetivos descritos aplicando-os ao delineamento da presente pesquisa.

Quanto aos fins a pesquisa será exploratória, onde o pesquisador tem por objetivo aproximar-se do tema por meio de pesquisas bibliográficas, visitas em empresas e instituições (FREIRE, 2013). E propositiva, onde segundo Freire (2013) a pesquisa propositiva apresenta como característica a análise, avaliação e preposição de alternativas para solução dos problemas diagnosticados.

Para o atendimento dos objetivos geral e específicos o pesquisador se propõe a realizar visitas *in loco* nas vinícolas e por meio de entrevista em profundidade estruturada, identificar as estruturas de logística de distribuição existentes. E com base nos resultados das entrevistas será possível elaborar a proposta de planejamento logístico para as empresas em estudo.

## 5. REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/ logística empresarial**. 5ª ed Porto Alegre: Bookman, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. rev. e atual Rio de Janeiro: Ed. Campus, c2004. 634 p. ISBN 853521348

GOMES, Carlos Francisco Simões; RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação**. São Paulo: Thomson, 2004. 360 p.

ISBN 8522104042 (broch.)

MAESTRELLI, S. R. **Do parreiral à taça: o vinho através da história.** Urussanga: EPAGRI, 2011.

PEREIRA, L.C.; VIEIRA, A.C.P. **O Desenvolvimento regional a partir do enoturismo na região delimitada pela indicação de procedência dos Vales da Uva Goethe (IPVUG) – SUL DE SANTA CATARINA,** In: Seminário de Ciências Sociais Aplicadas, IV, UNESC, Resumo, Criciúma, 2014.

PROGOETHE, Associação de produtores da uva e do vinho Goethe. Disponível em: <http://www.progoethe.com.br/>. Acesso em: 20 Set. 2014.

ROMEIRO, V. M. B. **Gestão da pequena unidade de produção familiar de citros:** Uma análise dos fatores influentes no sucesso do empreendimento do ponto de vista dos produtores de Bebedouro (SP). 2002. 242 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SCHUCK, M. R.; MOREIRA, F.M.; VOLTOLINI, M.P.G.; GRANDO, M.S.; SILVA, A.L. Identificação molecular da uva Goethe de Urussanga – SC por marcadores microssatélites. *Rev. Bras. Frutic., Jaboticabal - SP*, v. 32, n. 3, p. 825-831, Setembro 2010

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável:** a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC). 2008. 168 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

VIEIRA, A.C.P.; BRUCH, K.L.; NETO, R.J.; FELISBERTO, Z. **A indicação geográfica como instrumento de promoção para o desenvolvimento econômico:** caso da indicação de procedência dos Vales da Uva Goethe – SC., In: Seminário de Ciências Sociais Aplicadas, IV, UNESC, Resumo, Criciúma, 2014.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. **Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe.** *Revista GEINTEC*, v. 2, p. 327-343, 2012.

WOOD JR., Thomaz; ZUFFO, Paulo Knörich. **Supply chain management.** *Rev. adm. empres., São Paulo*, v. 38, n. 3, set. 1998. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75901998000300007&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901998000300007&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 23 set. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901998000300007>.