

GESTÃO DO CONHECIMENTO NAS VITIVINÍCOLAS NO SUL DE SANTA CATARINA: AVALIAÇÃO DA MATURIDADE A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

MANAGEMENT OF KNOWLEDGE IN WILDLIFE IN THE SOUTH OF SANTA CATARINA: MATURITY ASSESSMENT FROM THE IMPLEMENTATION OF A GEOGRAPHICAL INDICATION

Everaldo Silva de Oliveira¹; Adriana Carvalho Pinto Vieira³; Cristina Keiko Yamaguchi², Aline Hilsendeger Pereira de Oliveira¹

¹Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) – Araranguá -SC – Brasil
Instituto Federal de Santa Catarina, Av. XV de Novembro, 61- Aeroporto-
CEP:88900-000 – Araranguá/SC – Brasil

everaldo.cefet@gmail.com

² Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Desenvolvimento e Sociedade - PPGDS – UNIARP –
Caçador – SC – Brasil

criskyamaguchi@gmail.com

³INCT/PPED/UFRJ – Rio de Janeiro - RJ– Brasil

dricpvieira@gmail.com

Resumo

No atual cenário, o conhecimento e a informação são considerados os principais fatores de diferenciação para criar ou manter a vantagem competitiva nas organizações e permitir do desenvolvimento de uma região. O trabalho teve como objetivo investigar o nível de maturidade da gestão do conhecimento nas vitivinícolas da região delimitada pela Indicação Geográfica dos Vales da Uva Goethe. A pesquisa se caracteriza como exploratória descritiva, com uma abordagem qualitativa, por meio de uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Os resultados demonstraram que as vitivinícolas continuam seguindo o método de trabalho de seus fundadores, o compartilhamento de conhecimento é restrito e a inovação existente é decorrente da implementação das normas da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Maturidade da Gestão do Conhecimento; Desenvolvimento.

Abstract

In the current scenario, knowledge and information are considered the main differentiation factors to create or maintain competitive advantage in organizations and enable the development of a region. The objective of this study was to investigate the level of maturity of knowledge management in winemaking in the region bounded by the Goethe Grape Valley Geographical Indication. The research is characterized as descriptive exploratory, with a qualitative approach, through a

bibliographical research and case study. The results showed that the winegrowers continue to follow the method of work of their founders, knowledge sharing is restricted and the existing innovation is due to the implementation of the Vales da Uva Goethe norms.

Key-words: Geographical Indication; Maturity of Knowledge Management; Development.

1. Introdução

Ao se analisar o cenário atual, pode ser constatado a emergência de um novo modelo tecno-econômico apoiado no conhecimento, informação e inovação. Existe ainda, a percepção por parte dos gestores das organizações que, o conhecimento e a informação são considerados como os principais fatores de diferenciação para criar ou manter vantagem competitiva (ALVARENGA NETO; BARBOSA; PEREIRA, 2007).

Neste cenário econômico há a exigência de constantes inovações para a sustentabilidade socioeconômica das organizações. O processo de globalização intensificou o comércio internacional, incluindo os países em desenvolvimento nas relações comerciais com os mais desenvolvidos (ERNST; KIM, 2002). Neste ambiente, organizações transnacionais têm focado sua produção na penetração dos mercados internacionais para explorar os diferenciais de custos, principalmente a mão de obra.

O crescimento das organizações e as mudanças no cenário econômico mundial, o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, a diminuição do número de postos de trabalho em virtude da automação dos processos produtivos, além da necessidade de especialização da força de trabalho e a ênfase no conhecimento para atingir os objetivos da organização são fatores que exigem o foco nos estudos que privilegiem o indivíduo como figura central no contexto organizacional (BEHR; NASCIMENTO, 2008).

A atualização tecnológica torna-se crucial para o desenvolvimento das organizações e, como consequência, a absorção de inovações demanda conhecimento compartilhado. Nesse sentido, o desempenho inovativo depende das interações no ambiente interno e externo, sustentado pelas relações com os elos da cadeia produtiva, revelando a inovação sistêmica caracterizada por relações cooperativas e de mercado (CASSIOLATO; LASTRES, 2005).

Desta forma, as organizações têm implementado projetos de Gestão do Conhecimento com o objetivo de melhorar a produtividade, alcançar melhores resultados financeiros e estimular a inovação e a melhoria no conhecimento de seus colaboradores. Porém, a mensuração dos resultados é uma tarefa mais complexa, devido à falta de padrões para a implementação das técnicas de Gestão do Conhecimento (CARVALHO; FERREIRA; SILVA, 2006). Sendo assim, pode-se dizer que a tecnologia impulsiona a inovação, porém, não deve ser eleita como o único fator. O aprendizado deve ser promovido para aumentar a sustentabilidade econômica das organizações de diferentes setores, segundo Oliveira (2012).

Assim, uma mudança organizacional neste cenário globalizado tem dispensado atenção aos produtos desenvolvidos a partir da pesquisa, do desenvolvimento e do conhecimento. Ocorre um deslocamento das atividades intensivas em mão de obra (*labor intensive*) para produtos com base tecnológica, inovadora e de design (MYTELKA; FARINELI, 2005).

Portanto, a acirrada competitividade entre as organizações pode excluir suas próprias chances de sustentação econômica e social, quando aquela não respeita os limites de sua atuação política, ética e legal. A busca por esforços contínuos de sobrevivência ao mercado demanda desenvolver novas formas de aprendizado. Este conceito inclui o aprendizado coletivo e na difusão dos vários tipos de conhecimento, como o aprender fazendo (*learning by doing*), o aprender ao usar (*learning by using*) e o aprender por meio da interação (*learning by interacting*) com instituições de apoio, centros de pesquisas e organizações financeiras (MYTELKA; FARINELLI, 2005).

A partir deste cenário, o presente trabalho aborda o estudo do nível de maturidade da Gestão do Conhecimento, tendo como locus de pesquisa as vinícolas associadas à Associação dos Produtores de Uva e Vinho – ProGoethe, na região de Urussanga - SC. Esta região é denominada como os Vales da Uva Goethe, em virtude da concessão do registro de uma indicação geográfica pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), em fevereiro de 2012 – denominada Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe (IPVUG).

A sistematização da Gestão do Conhecimento e seus conceitos são o ponto de partida para a pesquisa, que busca entender e identificar em que nível de maturidade da GC se encontra nas vinícolas estudadas. Portanto, a ideia de criação do conhecimento dentro dos sistemas de GC deve considerar que as pessoas podem trocar informações e experiências para aprenderem umas com as outras (SILVA, 2004).

Conforme Leite e Porsse (2003), as fontes internas para a vantagem competitiva e inovação são as competências desenvolvidas pela organização. Essas competências são escassas e muito valiosas, e ainda, difíceis de imitar ou substituir. A ênfase nos processos desenvolve uma vantagem competitiva sustentável.

Como procedimento metodológicos, a pesquisa como sendo de cunho exploratório descritiva, segundo Gil (2007), tem como objetivo estudar e descrever as características de determinado grupo ou fenômeno, ou ainda, as relações existentes entre suas variáveis. É exploratória, tendo em vista que tem por objetivo tornar o objeto de estudo mais explícito ou a construção de hipóteses sobre determinado fenômeno. Quanto aos meios, caracteriza-se como bibliográfica e estudo de caso. O eixo central da pesquisa é investigar qual o nível de maturidade da gestão do conhecimento que se encontram as empresas vitivinícolas participantes da Associação dos Produtores de Uva e Vinho Goethe (ProGoethe) da Região Sul do Estado de Santa Catarina.

O presente artigo está estruturado em seis seções. A primeira é a introdução apresentando a justificativa e o objetivo do trabalho. Na segunda seção são apresentadas primeiramente as teorias sobre a Gestão do Conhecimento e sua importância para o desenvolvimento das organizações; para em seguida apresentar conceito sobre a maturidade da gestão do conhecimento. A partir da seção quatro, se apresenta o panorama da vitivinicultura em Santa Catarina e os Vales da Uva Goethe. Por fim, estão as considerações finais do trabalho e as referências

2. Gestão do Conhecimento

Com a abertura do mercado brasileiro para as importações nos anos de 1990, os empresários se viram obrigados a promover saltos de produtividade em um espaço de tempo muito curto para se manterem competitivos. Programas de qualidade e reengenharia foram importados na busca de um melhor posicionamento competitivo. Mas, essas técnicas e modelos não foram suficientes para a melhoria contínua (FLEURY; FLEURY, 1995). Ainda, a instabilidade atual no cenário empresarial força as organizações a adotar novos formatos e modelos organizacionais para serem mais competitivas no mercado. As organizações precisam ser flexíveis a fim de atender às demandas de um mundo em rápida mudança. A organização com maior capacidade de gerar conhecimento terá maiores possibilidades de enfrentar os desafios do mercado e será capaz de criar ou manter uma vantagem competitiva sustentável (APO, 2009).

A transferência, a partilha e a aplicação do conhecimento tornaram-se importantes no atual cenário econômico mundial, uma vez que evidencia a relevância do conhecimento e da informação (APO, 2009). Nesse sentido, as práticas de Gestão do Conhecimento induzem à ideia de que tecnologia e informação são bens valiosos que devem ser usados como recursos estratégicos e que podem gerar vantagem competitiva (BEHR; NASCIMENTO, 2008).

Para Quel (2006), a globalização das ações econômicas tem dado nova configuração às composições sociais e novas formas de relações de sociedades. Mudanças que se destacam pela migração das atividades dos indivíduos de uma função mecânica para uma função intelectual, destacadas pela economia do conhecimento.

É o desenvolvimento de novas competências que habilitam as organizações a identificar, reter e aprender novas informações para melhorarem suas tomadas de decisões e, conseqüentemente, a sua manutenção em um mercado competitivo (BASTOS; GONDIM; LOIOLA, 2004), em que o conhecimento pode gerar uma vantagem sobre a concorrência (NONAKA, 2006).

Portanto, definem Bukowitz e Willians (2002) a Gestão do Conhecimento como um processo de geração de riqueza a partir do conhecimento ou capital intelectual. Teóricos da

administração enfatizam que investir em seus ativos do conhecimento é mais vantajoso para uma organização do que investir o mesmo montante em seus ativos materiais (PROBST; RAUB; ROMHARDT, 2002).

De acordo com a Asian Productivity Organization (2009, p. 42), “GC é uma abordagem integrada de criação, compartilhamento e aplicação do conhecimento organizacional para melhorar a produtividade, lucratividade e crescimento”. Ou seja, é a disciplina que viabiliza que indivíduos, grupos e organizações possam coletivamente e de forma sistematizada, criar, compartilhar e aplicar o conhecimento para alcançar seus objetivos. Sob o ponto de vista de Terra (2001), o conhecimento é compreendido como um recurso, difícil de ser quantificado, pois é invisível e intangível, no entanto, quanto mais utilizado e difundido, maior é seu valor. No entanto, os custos para a produção do conhecimento não são diretamente proporcionais a sua utilização e distribuição.

A Gestão do Conhecimento, portanto, não é gerência de cada área de conhecimento da organização. É a identificação de quais são as áreas e conhecimentos fundamentais necessários para suas necessidades atuais e principalmente futuras, que podem aplicar processos e métodos sistemáticos e ajudar a alcançar os seus objetivos (APO, 2009).

Gerir o conhecimento significa ter o domínio sobre a criação, armazenamento e disseminação do mesmo. Ter na cultura organizacional a visão de que é importante integrar o conhecimento nas rotinas da organização.

3. Maturidade da Gestão do Conhecimento

voluntária ou mesmo involuntária, mas para que se torne uma fonte de vantagem competitiva sustentável, deve haver um processo estruturado e uma aplicação de forma coordenada da gestão do conhecimento conforme apontam Borba, Knoll e Todesct (2013).

Não é suficiente a organização saber que a GC é importante para manter ou criar vantagem competitiva. É necessária uma mudança de atitude a partir desta constatação. Logo, a literatura que versa sobre o tema sugere a aplicação de ações sistemáticas e planejadas para auxiliar, coordenar e desenvolver o conhecimento organizacional (CARVALHO; FERREIRA; SILVA, 2006).

Por conseguinte, para Ziviani, Ferreira e Silva (2015) o conhecimento individual precisa ser administrado, e a capacidade de converter o conhecimento em produtos e serviços importantes para criar ou manter vantagem competitiva, tem se tornado a atividade executiva mais relevante em uma organização.

Assim, o conhecimento é convertido em capital intelectual quando passa a agregar valor aos produtos e serviços, e esse capital muitas vezes, torna-se mais valioso do que o capital econômico da organização. Sendo assim, as organizações se preocupam em identificar indicadores que sejam

adequados para mensurar seu capital intelectual (ZIVIANI; FERREIRA; SILVA, 2015). Na visão de Borba, Knoll e Todescat (2013), há a necessidade de se criar ferramentas que possam medir a gestão do conhecimento nas organizações, pois entender como a informação e o conhecimento se originam na organização não é garantia de implementação de um processo estruturado de GC.

Portanto, criar mecanismos que possam mensurar os resultados da Gestão do Conhecimento é tão importante quanto estimular e gerenciar as práticas de geração do conhecimento. Para a melhoria do desempenho organizacional é necessário criar métricas para melhor avaliar e alinhar as estratégias corporativas (GONÇALO; JUNGES; BORGES, 2010).

Nos processos de Gestão do Conhecimento, o mais importante é identificar em que nível a organização se encontra nesse procedimento, de modo que a criação, a disseminação e o armazenamento do conhecimento desejado possam ser atingidos (BAGHERI et al, 2013), assim, a identificação do nível de maturidade permitirá aos gestores perceberem se estão conduzindo de maneira correta e eficiente a gestão do conhecimento nas suas equipes de trabalho, a fim de potencializar a inovação (BORBA; KNOLL; TODESCAT, 2013).

Os modelos de avaliação da maturidade são similares entre si, e tendem a avaliar a Gestão do Conhecimento em uma perspectiva sistêmica da organização, não sendo possível visualizar os processos individuais na geração do conhecimento (GONÇALO; JUNGES; BORGES, 2010). Estes modelos avaliam o desenvolvimento de uma organização ao longo do tempo em qualquer categoria desejada, podendo ser relacionados às pessoas, processos, tecnologia ou unidades organizacionais (BAGHERI et al, 2013).

No entanto, existem diversos modelos de avaliação da maturidade da gestão do conhecimento. Estes modelos são:

- Siemens' KMMM (*Knowledge Management Maturity Model*);
- KPQM (*Knowledge Process Quality Model*);
- KMCA (*Knowledge Management Capability Assessment*); e
- APO (*Asian Productivity Organization*).

Para o presente estudo destaca-se o modelo da APO (*Asian Productivity Organization*). A APO é um modelo de maturidade em GC que propicia ao gestor uma compreensão do nível de maturidade da GC do qual a organização se encontra, com base em um conjunto de práticas padrão. A ferramenta proporciona uma avaliação objetiva do atual nível das atividades em GC. Ainda, o modelo fornece informações sobre quais ações são mais adequadas para alcançar o nível seguinte de maturidade com foco no desenvolvimento das ações de GC, das quais de uma maneira geral, são as bases para a criação de um roteiro de GC. O tempo de duração de cada nível de maturidade não faz parte do modelo, haja vista que o tempo que a organização permanece em cada nível difere de organização para organização (APO, 2009). O objetivo da ferramenta de avaliação de GC é identificar se a GC está sendo praticada na organização e determinar se a organização tem

possibilidade de criar e sustentar um processo sistemático de GC. E ainda, identificar quais são os pontos fortes e as oportunidades da organização para melhorar a Gestão do Conhecimento.

O modelo de avaliação da maturidade em GC da APO observa as seguintes dimensões de análise (APO, 2009, p.4):

- Liderança: avalia a capacidade da liderança de dar respostas aos desafios apresentados por uma economia e sociedade voltadas para o conhecimento, por meio de políticas e estratégias de GC corretas. Investiga se a liderança é modelo de compartilhamento de conhecimento; se há planejamento para sucessão e treinamento de colaboradores; se as estratégias de GC estão alinhadas com a visão e os objetivos da organização; se existem arranjos organizacionais formalizados para as iniciativas de GC; se há alocação de recursos para projetos de GC e sistema de recompensa por melhoria de desempenho, aprendizado e compartilhamento (APO, 2009).

- Processos: investiga como o conhecimento é aplicado na gestão; se há um alinhamento entre sua missão e objetivos com suas competências essenciais; se seu sistema de trabalho é voltado para a melhoria contínua e para a satisfação do cliente; se conta com um sistema de gerenciamento de crise que assegure a continuidade das operações caso ocorra algum imprevisto e, se avalia seus processos de forma contínua para melhorar seu desempenho (APO, 2009).

- Pessoas: avalia a capacidade da organização para criar: uma cultura voltada para o conhecimento; um ambiente colaborativo de compartilhamento de conhecimento; uma organização de aprendizagem e, iniciativas de GC tendo as pessoas como fator-chave (APO, 2009).

- Tecnologia: avalia a capacidade da organização para manter um ambiente de compartilhamento do conhecimento de forma colaborativa para toda a organização; avalia a qualidade dos sistemas de hardware e software, bem como a existência de internet, intranet, website e portal da organização; qualidade das informações e dos dados (APO, 2009).

- Processos de Conhecimento: avalia a capacidade da organização para gerenciar o capital intelectual organizacional; identificar, criar e armazenar o conhecimento por meio de documentos, ou seja, a codificação do conhecimento tácito; compartilhar e aplicar o conhecimento identificando as melhores práticas (APO, 2009).

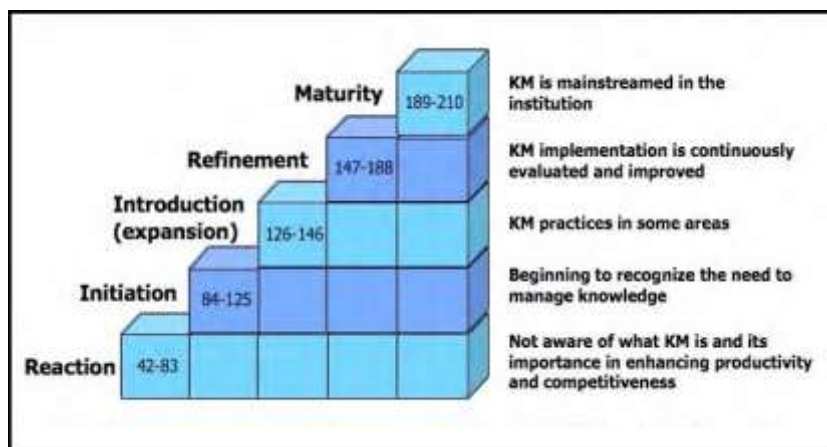
- Aprendizagem e Inovação: determina a capacidade da organização para apoiar e estimular a aprendizagem e a inovação por meio de um processo de conhecimento sistemático, no qual a gestão é aberta a novas ideias, ferramentas e técnicas (APO, 2009).

- Resultados: mede a capacidade da organização de aumentar seus resultados financeiros, mantendo uma vantagem competitiva sustentável, como resultado de um processo de aprendizagem e inovação. Aumenta o valor para os clientes, por meio de produtos novos ou melhorados (APO, 2009).

Existem cinco níveis de avaliação da maturidade em GC - descritas do menor para o maior:

(1) Reação, (2) Iniciação, (3) Expansão, (4) Controle, e (5) Maturidade (Figura1).

Figura 1 – Níveis de Avaliação da Maturidade em GC – APO



Fonte: APO (2009).

4. A vitivinicultura em Santa Catarina

Segundo Vieira, Watanabe e Bruch (2012), a vitivinicultura brasileira começou tímida e hoje faz parte, juntamente com Chile, Argentina, Estados Unidos, Austrália, entre outros, do chamado novo mundo vitivinícola. Este setor, em específico, caracteriza-se pela produção de vinhos com variedades de uvas importadas dos tradicionais países produtores da bebida da região mediterrânea.

A diversidade do clima brasileiro e a criatividade de seus produtores levaram o Brasil a possuir uma vitivinicultura totalmente original, com personalidade única de cada zona produtora elaborando seus vinhos com cultura e tipicidades próprias. Dessa forma, a vitivinicultura no Brasil concentra-se em nove regiões: a Serra Gaúcha, que responde por 85% da produção nacional de vinho, Serra do Sudeste, Campanha, Região Central, Alto Uruguai e Campos de Cima da Serra no estado do Rio Grande do Sul; Vale do Rio do Peixe, Vale do Rio Tijucas, Planalto Catarinense e Região Carbonífera no Sul do Estado de Santa Catarina, que se destaca pelo cultivo da uva Goethe; Grande Curitiba, Norte e Oeste do estado do Paraná; Leste e Noroeste do estado de São Paulo; Sul e Norte do estado de Minas Gerais; Região Serrana do Espírito Santo; região de Santa Helena no estado de Goiás, que tem como foco a produção de vinhos de mesa e suco de uvas; Nova Mutum no estado do Mato Grosso e o Vale do São Francisco (Pernambuco e Bahia), onde a vitivinicultura no semiárido tropical é determinada pelo manejo e não pelo clima (IBRAVIN, 2015).

4.1 Vales da Uva Goethe

No ano de 1877, os primeiros colonos italianos chegaram a Azambuja. Ao todo eram 291 pessoas. Já em maio de 1878, italianos que vinham da região do Vêneto, do Vale do Rio Piave, de

Belluno e de Trento, chegaram a Urussanga, após terem partido de trem para a França rumo a Portugal, de lá para Pernambuco e depois Rio de Janeiro. Viajaram até Desterro (hoje Florianópolis), depois Laguna, Tubarão, Pedras Grandes até chegar a Urussanga em 26 de maio de 1878 (MAESTRELLI, 2011).

Segundo Jenoveva-Neto, Freire e Vieira (2014), a região dos Vales da Uva Goethe é reconhecida pela tradição da cultura italiana em Santa Catarina e pelo bom vinho branco (concedido pela Assembleia Legislativa de Santa Catarina como a capital do bom vinho). É uma organização social coletiva que se caracteriza pelo forte compartilhamento do conhecimento tácito de seus membros e organizações incorporadas nos produtos e nos serviços. Envolvem importantes valores intangíveis como a tradição, a cultura e os procedimentos do saber-fazer.

Portanto, faz-se necessário o fortalecimento e a permanência nas áreas rurais como meio de evitar o êxodo rural provocando uma urbanização descontrolada nas cidades. Desse modo, o instituto das Indicações Geográficas, como uma política pública, é um meio que pode fortalecer e desenvolver economicamente os espaços rurais (VIEIRA; PELLIN, 2014).

Em 2005, em um período mais recente, para se destacar entre os demais produtores de vinho do estado e conquistar novos mercados, os produtores de uva e vinho do sul de Santa Catarina se organizaram em uma associação denominada de Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe da Região de Urussanga – ProGoethe, com o objetivo de promover os vinhos produzidos na região. Buscando a diferenciação e a promoção das características da uva Goethe, bem como do modo de fazer e da tradição e cultura italiana presentes na região, a ProGoethe recebeu em 2012 a concessão do registro pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe (IPVUG); a primeira Indicação Geográfica do estado de Santa Catarina.

A Indicação Geográfica surgiu em um dado momento da história em que os produtores começaram a denominar seus produtos identificando a região geográfica que os produzia. Tanto os produtores como os consumidores e comerciantes identificavam nesses produtos as qualidades e especialidades atribuídas a essa região quando os produtos eram identificados com a denominação geográfica que indicava sua procedência. Essa identificação atribui ao produto uma certa reputação e um valor intrínseco de uma identidade que lhe é particular distinguindo-o dos demais, de mesma natureza, já existentes no mercado. É um meio de valorizar a região ou país onde é produzido tornando-se uma ferramenta para os produtores agropecuários para promover e valorizar seus produtos e territórios (BRASIL, 2008).

Vieira e Pellin (2014) definem mais claramente que a Indicação Geográfica se divide em Indicação de Procedência (IP) que indica que determinado produto ou serviço procedem de lugar específico e caracteriza-se pela ação do homem e pelo saber fazer e, a Denominação de Origem

(DO) que além da ação do homem como a IP, precisa que o produto tenha características únicas com relação a elementos da natureza como clima, relevo e solo. Ainda, os autores Vieira e Pellin (2015) apontam que as Indicações Geográficas ainda são pouco conhecidas no Brasil e podem ser entendidas em valores econômicos como uma forma de agregar valor ao produto ou a um serviço que tenha características próprias de determinada região. Isso pode gerar um incremento na renda dos produtores por diversos fatores, entre eles, o aumento do valor do produto, o aumento de volume de vendas e valorização da região que pode ser explorada por meio do turismo, além da abertura de novos mercados para escoar a produção.

Neste sentido, as IGs não foram criadas com o intuito de gerar desenvolvimento socioeconômico, porém, elas favorecem que investimentos públicos e privados que possam alavancar o desenvolvimento de uma região. Investimentos em infraestrutura e a criação de novos negócios como o turismo (e em específico nesta análise, o enoturismo) estão entre os benefícios gerados pela IG depois de implantada. Há também outros benefícios como a valorização das propriedades, geração de emprego e renda e a elevação da autoestima dos moradores locais, etc. (JENOVEVA-NETO; FREIRE; VIEIRA, 2014).

Além do uso do selo da IG, que confere ao produto certa notoriedade e valor intrínseco, pode-se dizer que o processo para a obtenção da IG também trouxe outros benefícios para os vitivicultores. Nos estudos de Yamaguchi et al (2015), verificou-se que houve um aumento no que se refere ao conhecimento tácito dos vitivicultores associados à ProGoethe, por meio de reuniões nas quais as informações foram trocadas a fim de dar início ao processo de Indicação Geográfica dos Vales da Uva Goethe e, conseqüentemente, os produtores adotaram uma mudança nas rotinas e processos.

Assim, pode-se inferir que a Indicação Geográfica trouxe novas competências aos vitivicultores associados à ProGoethe com procedimentos documentados do processo de produção do vinho, por meio do qual os produtores conseguem estimar e definir o volume de cachos em cada pé com relação ao tamanho da propriedade. As trocas de informações para buscar uma melhoria na qualidade do produto, sem alterar suas características de ser um produto familiar e tradicional, que é a característica do Vinho Goethe (visto ser uma uva híbrida), também demonstra o aumento da competência dos produtores. A IG, portanto, trouxe aos produtores um novo leque de competências, novos conhecimentos sobre o seu negócio e uma maior eficiência na gestão de seus negócios (YAMAGUCHI et al., 2015).

5. Considerações Finais

Para o presente estudo, o ponto de partida para a elaboração desta pesquisa foi o trabalho de Yamaguchi et al (2015), intitulado: Geographical indication in the process of creating knowledge to develop new competences, que teve como objeto de estudo os Vales da Uva Goethe. As autoras concluíram que a concessão da IG colabora para o desenvolvimento de novas competências para os vitivicultores dos Vales da Uva Goethe, quando começaram a praticar novas regras e procedimentos descritos no Manual de Procedimentos da IPVUG. Este Manual foi elaborado a partir das experiências e conhecimento tácito dos vitivicultores e dos conhecimentos técnicos obtidos durante o processo de implementação da IG para a produção de uva e vinho. Ficou também demonstrado um aumento da competência e de conhecimento sobre o seu negócio e uma maior eficiência na gestão (YAMAGUCHI et al., 2015).

A partir deste cenário, a pesquisa mostrou a importância do compartilhamento e criação do conhecimento para as atividades das vitivinícolas, a fim de criar ou manter uma vantagem competitiva sustentável e, por isso, a importância da Gestão do Conhecimento para o resultado das estratégias organizacionais. Assim, para acompanhar a evolução da sociedade e criar vantagem competitiva, as organizações têm se voltado para novos conceitos organizacionais.

O trabalho teve por objetivo investigar qual o nível de maturidade da gestão do conhecimento das vitivinícolas da região delimitada pela Indicação Geográfica dos Vales da Uva Goethe. Os modelos de avaliação da maturidade existentes se assemelham entre si, e uma característica presente em todos é a de avaliar a GC de forma sistêmica e não por processos individuais. Sendo assim, os modelos avaliam a disposição das organizações em reconhecer a importância da GC para o crescimento do negócio, a disponibilidade de implementar programas de GC e proporcionar uma estrutura adequada para a criação e compartilhamento do conhecimento.

A partir dos modelos que avaliam a disposição das organizações em reconhecer a importância da GC, há a possibilidade de identificar em que categoria o conhecimento está melhor utilizado, para corrigir eventuais diferenças e implementar o melhor projeto de GC para aumentar seu nível de maturidade.

Pode-se inferir que as vitivinícolas precisam renovar suas estratégias, e formalizar seus processos. Alinhar seus objetivos com os processos-chave da organização e utilizar a tecnologia da informação para disseminar o conhecimento entre seus colaboradores, além de formar um banco de dados com os projetos bem-sucedidos e, salvaguardar o conhecimento das pessoas que já não se encontram mais na organização. Reforçar e premiar a inovação e o compartilhamento de

conhecimento valorizando as ideias e contribuições dos indivíduos conforme aponta a ferramenta analisada da APO.

Percebe-se que as vitivinícolas são empresas familiares e continuam seguindo o método de trabalho de seus fundadores. As inovações implementadas em GC foram decorrentes da implementação das normas da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. A partir do Manual de Procedimentos da IPVUG, os vitivinicultores registram o processo de elaboração do vinho Goethe, desde a seleção da uva nos parreirais até o engarrafamento, visando garantir a qualidade do vinho, sem perder a característica desejável do vinho com registro da IG.

Conforme os gestores das vinícolas, as inovações proporcionaram melhoria em seus produtos, garantindo qualidade suficiente para entrar em novos mercados. Esse ponto corrobora com o apontado por Vieira et al (2015) quando demonstram que as vinícolas analisadas, apesar de não perceberem por não dominarem o conceito científico, já inovaram em algum dos tipos de inovação fundamentados na literatura e principalmente aos relacionados no Manual de Oslo. No entanto, é necessário que os gestores adquiram maior do conhecimento para a aprendizagem e a inovação e, conseqüentemente, a possibilidade do seu negócio ter maior competitividade no mercado.

Nesse sentido, há de se reconhecer a importância da institucionalização da gestão do conhecimento e da necessidade de avaliar seu resultado. É fundamental que os gestores participem dos projetos de GC, para prover recursos, implantar novos conceitos e organizar a instituição dos processos. A partir do momento que as organizações compreenderem que seus colaboradores possuem conhecimentos, além daqueles que são inerentes à função que desempenham, e que estes conhecimentos fazem dele um indivíduo diferenciado, para contribuir para a melhoria dos processos, fica evidente que a institucionalização da gestão do conhecimento é um investimento e não um custo.

Referências

ALVARENGA NETO, R.C.D.; BARBOSA, R.R.; PEREIRA, H.J. Gestão do conhecimento ou gestão de organizações da era do conhecimento? Um ensaio teórico-prático a partir de intervenções na realidade brasileira. *Perspect. ciênc. inf.*, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 5-24, abr. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362007000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 01 jul. 2015.

APO - Asian Productivity Organization. *Knowledge Management: Facilitators' Guide*. 2009. Disponível em: <<http://www.apo-tokyo.org/publications/ebooks/knowledge-management-facilitators-guidepdf-67mb/>>. Acesso em: 16 ago. 2015.

BAGHERI, R.; ESLAMI, P.; MIRFAKHRAEE, S.; YARJANLI, M. The Evaluation of Knowledge Management Maturity Level in a Research Organization. *Australian Journal Of Basic And Applied Sciences*. Amman-jordan, p. 11-20. fev. 2013.

BASTOS, A.V.B.; GONDIM, S.M.G.; LOIOLA, E. Aprendizagem organizacional versus organizações que aprendem: características e desafios que cercam essas duas abordagens de pesquisa. *R. Adm, São Paulo*, v. 39, n. 3, p.220-230, 2004. Trimestral.

BEHR, R.R.; NASCIMENTO, S.P. A gestão do conhecimento como técnica de controle: uma abordagem crítica da conversão do conhecimento tácito em explícito. *Cad. EBAPE. BR, Rio de Janeiro*, v. 6, n. 1, p. 01-11, mar. 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512008000100003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 01 jul. 2015.

BORBA, F.R.; KNOLL, E.C.; TODESCAT, M. Diagnóstico de níveis de maturidade em gestão do conhecimento: centro de empreendedorismo inovador da fundação CERTI. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia, Florianópolis*, v. 3, n. 2, p.163-176, 2013. Jul./dez.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários. 2008. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 14 fev. 2015.

BUKOWITZ, W.R.; WILLIAMS, R.L. Manual de gestão do conhecimento: ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa. Porto Alegre: Bookman, 2002. 399 p.

CARVALHO, R.B.; FERREIRA, M.A.T.; SILVA, R.V. Análise da maturidade e do perfil de programas de gestão do conhecimento: pesquisa exploratória e comparativa em organizações brasileiras e portuguesas. *Revista Gestão Industrial, Ponta Grossa, PR*, v. 2, n. 3, p.15-28, 1 mar. 2006 / UTFPR. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/revistagi/article/viewFile/101/98>>. Acesso em: 14 out. 2015.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. Sistemas de inovação e desenvolvimento: as implicações de política. *São Paulo Perspectiva*, v. 19, n.1, p.34-45, jan./mar. 2005.

ERNST, D.; KIM, L. Global production networks, knowledge diffusion, and local capability formation. *Research Policy, EUA*, n. 31, p.1417-1429, 11 fev. 2002.

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Os Desafios da Aprendizagem e Inovação Organizacional. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 35, n. 5, set-out, 1995.

GIL, A.C.. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALO, C.R.; JUNGES, F.M.; BORGES, M.L. Avaliação da gestão do conhecimento: modelos de mensuração. XXX ENEGEP. São Carlos, São Paulo. Outubro, 2010.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em: 15 fev 2015.

IBRAVIN. Instituto Brasileiro do Vinho. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/>. Acesso em: 12 fev 2015.

JENOVEVA-NETO, R.; FREIRE, P.S.; VIEIRA, A.C.P. Análise do processo de institucionalização da indicação geográfica para o desenvolvimento socioeconômico: o caso dos “Vales da Uva Goethe”. In: Anais 2º Seminário Nacional de Planejamento e Desenvolvimento. Florianópolis: UDESC, 2014.

LEITE, J.B.D.; PORSSE, M.C.S. Competição baseada em competências e aprendizagem organizacional: em busca da vantagem competitiva. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 7, n. spe, 2003. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552003000500007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 jun. 2014.

MAESTRELLI, S.R. Do parreiral à taça: o vinho através da história. Urussanga-SC: Epagri, 2011. 339 p.

MITELKA, L.; FARINELLI, F. De aglomerados locais a sistemas de inovação. In: LASTRES, H.M.; CASSIOLATO, J.E.; ARROIO, A. (Org.). Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

OLIVEIRA, A.H.P. Condições para arranjo produtivo local (APL) e sustentabilidade à indústria do vestuário de Araranguá-SC. 2012. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Ciências Ambientais, Unidade Acadêmica de Humanidade, Ciências e Educação, Unesc, Criciúma, SC, 2012.

PROBST, G.; RAUB, S.; ROMHARDT, K. Gestão do conhecimento: os elementos construtivos do sucesso. Porto Alegre: Bookman, 2002. 286 p.

QUEL, L.F. Gestão de conhecimentos: e os desafios da complexidade nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006. 116 p.

SILVA, S.L. Gestão do conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 2, p. 143-151, ago. 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000200015&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 01 jul. 2015.

VIEIRA, A.C.P.; PELLIN, V. O uso do instituto das indicações geográficas como instrumento de promoção do desenvolvimento territorial rural: o caso dos Vales da Uva Goethe - Brasil - SC. In: APDR CONGRESS, 20. 2011, Évora - Portugal. Anais. Évora: University Of Évora, 2014. p. 1 – 19.

VIEIRA, A.C.P.; PELLIN, V. Indicações geográficas como políticas públicas de desenvolvimento territorial rural: o caso dos Vales da Uva Goethe. In: DALLABRIDA, V.R. Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidades do Estado de Santa Catarina. São Paulo: Liberars, 2015. Cap. 13. p. 273-288.

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, 2012, p. 327-343.

VIEIRA, A.C.P.; ESTEVAM, V.; ZILLI, J.C.; BRUCH, K.L. Triple helix e inovação: a relação com os Vales da Uva Goethe. In: Congresso LatinoIberoamericano de Gestão Tecnológica, 16. 2015, Porto Alegre. Anais. Porto Alegre: Altec, 2015. p. 1 – 16.

YAMAGUCHI, C.K.; WATANABE, M.; VIEIRA, A.C.P.; FREIRE P.S. Geographical indication in the process of creating knowledge to develop new competences. African Journal of Business Management, [s.l.], v. 9, n. 9, p.412-424, 14 maio 2015. Academic Journals. <http://dx.doi.org/10.5897/ajbm2013.7200>.

ZIVIANI, F.; FERREIRA, M.A.T.; SILVA, S.M. Avaliação da maturidade em gestão do conhecimento em organizações mineiras. Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v. 8, n. 1, p.240-263, 2015. Jan./abr.

*Este estudo faz parte da pesquisa Edital Universal CNPq/2014 processo nº 446536/2014-8

Recebido: 07/09/2018

Aprovado: 12/02/2019