UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

GRA	ZIEL	. A]	POI	ET	TC

ESTRUTURAÇÃO DO OBSERVATÓRIO BRASILEIRO VITIVINÍCOLA

GRAZIELA POLETTO

ESTRUTURAÇÃO DO OBSERVATÓRIO BRASILEIRO VITIVINÍCOLA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cíntia Paese Giacomello

BENTO GONÇALVES

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Universidade de Caxias do Sul Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

P765e Poletto, Graziela

Estruturação do observatório brasileiro vitivinícola / Graziela Poletto.

-2019.

100 f.: il.; 30 cm

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2019.

Orientação: Cintia Paese Giacomello.

Inteligência competitiva (Administração).
 Indústria vinícola.
 Instituto Brasileiro do Vinho.
 Giacomello, Cíntia Paese, orient.
 II.
 Título.

CDU 2. ed.: 005.343

GRAZIELA POLETTO

ESTRUTURAÇÃO DO OBSERVATÓRIO BRASILEIRO VITIVINÍCOLA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção.

Aprovado em 30 de abril de 2019

Prof^a. Dr^a. Cíntia Paese Giacomello Universidade de Caxias do Sul – UCS Prof^a. Dr^a. Scheila de Ávila e Silva Universidade de Caxias do Sul – UCS Prof. Dr. Mateus Panizzon Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Dr. Jaime Evaldo Fensterseifer

Dedico este trabalho à minha família, por sempre me apoiar em todas as minhas escolhas e ao Ibravin, por possibilitar sua realização.

AGRADECIMENTOS

Quando estamos comprometidos com o que desejamos, temos a capacidade de conviver com a situação, porque sabemos que, no final, o resultado será aquele que buscamos.

Por isso, agradeço primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida e fonte de inspiração e motivação nos momentos mais conturbados, fazendo-me ter fé e acreditar que ao final tudo dará certo.

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio incondicional de meus pais, Clóvis e Zilta, de minha irmã Gabriela e de meu namorado Leonardo, que sempre estiveram ao meu lado, me apoiando e acudindo nos momentos de intempéries. Ao meu afilhado Francisco, por compreender minha ausência.

Também agradeço à minha orientadora Dra. Cíntia, pelo acolhimento, aprendizado e conhecimento transmitido, além da confiança depositada em mim durante a orientação, cedendo um pouco de seu tempo de trabalho para que eu pudesse realizar o meu.

Aos professores e colaboradores do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade de Caxias do Sul pelos ensinamentos e apoio prestados.

Gostaria de ressaltar minha gratidão ao Conselho Deliberativo e dirigentes do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) por oportunizarem a realização deste projeto, em especial pela confiança e apoio depositados em mim.

Meu especial agradecimento ao Diretor de Relações Institucionais e à Consultora Jurídica do Ibravin, Carlos Raimundo Paviani e Kelly Lissandra Bruch, respectivamente, maiores incentivadores à realização deste mestrado.

Agradeço também ao Leocir Bottega pela paciência e ensinamentos, quase que diários, durante longos anos de trabalho em conjunto e ao Lucas Felipetto, pela construção da plataforma, necessária para a conclusão deste trabalho.

Enfim, preciso dividir este trabalho com todos os colegas e amigos que contribuíram para minha formação acadêmica, pessoal e profissional, agradecendo a todos que acompanharam, seja de perto ou de longe, a concretização deste projeto.

"Existe o risco que você não pode jamais correr, e existe o risco que você não pode deixar de correr."

Peter Drucker

RESUMO

A capacidade de enfrentar mudanças, desenvolvendo competências para se adaptar, tem sido apresentada como um dos maiores desafios para as organizações. A internacionalização dos mercados e a aceleração do progresso tecnológico conduz as organizações ao imperativo da antecipação e não mais da adaptação. Neste sentido, a utilização da informação para antecipar tendências surge categoricamente para que as organizações estejam preparadas e saibam desenvolver estratégias adequadas. Este movimento tem gerado a criação dos observatórios, que são sistemas organizados para acompanhar a evolução de um fenômeno. No setor vitivinícola não é diferente e a responsabilidade por atender a esta demanda recai sobre o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), entidade representativa que reúne os elos da cadeia, sendo viticultores, vinicultores e entidades. Assim, o objetivo deste trabalho é subsidiar o setor vitivinícola com uma plataforma que sustente seu desenvolvimento através da estruturação de um observatório. O Observatório Brasileiro Vitivinícola (OBVV) surge como uma solução que alimenta o setor com informações confiáveis e atuais, tanto retrospectivas quanto prospectivas e que supre uma lacuna teórica de falta de estudos sobre estruturação dos observatórios. Ele centraliza e disponibiliza informações com busca sistematizada e de fácil acesso aos seus usuários. Além disso, é possível compartilhar informações obtidas em eventos que levantem situações que possam demonstrar riscos ao setor vitivinícola. Esta dissertação apresenta o mapeamento dos observatórios existentes, a definição do modelo ideal para o Ibravin, com seus focos e fontes e finaliza com a construção da plataforma. Almeja-se que a consolidação do OBVV promova o fortalecimento da governança e a continuidade da gestão vitivinícola de forma autossustentável, ou seja, que valorize os serviços prestados pelo Ibravin a todos os atores da cadeia vitivinícola e alavanque o movimento de inserção dos produtos brasileiros no mercado internacional.

Palavras-chave: Inteligência Estratégica. Observatório. Setor Vitivinícola.

ABSTRACT

The ability to face changes by developing competencies to adapt has been presented as one of the greatest challenges for organizations. Market internationalization and rapid technological progress lead organizations to the imperative of anticipation rather than adaptation. In this sense, the use of information in order to foresee trends arises categorically so that organizations can be prepared and be able to develop appropriate strategies. This movement has resulted in the creation of observatories, which are systems organized to follow the evolution of a phenomenon. It is not different in the wine sector and the responsibility to meet this demand relies on Ibravin (Brazilian Wine Institute), a representative institution that connects the links of the production chain including winegrowers, winemakers and entities. The objective of this work is to provide the wine sector with a platform that supports its development through the observatory structuration. The Brazilian Wine Observatory (OBVV) emerges as a solution to provide the sector with reliable and current information, both retrospective and prospective, which also closes a theoretical gap in the lack of studies on the structuring of observatories. It centralizes and provides information with systematized search and easy access to users. In addition, it is possible to share information obtained in events that raise risky situations to wine sector. This dissertation presents the mapping of the existing observatories, the definition of the ideal model for Ibravin, with its foci and sources and concludes with the construction of the platform. The consolidation of the OBVV is expected to promote the strengthening of governance and the continuity of a self-sustainable wine management, to value the services provided by Ibravin to part of a chain and to leverage the insertion of Brazilian products movement in the international market.

Keywords: Observatory. Strategic Intelligence. Wine Sector.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pirâmide de Fluxos e Estoques	30
Figura 2 – Ciclo Competitivo	33
Figura 3 – Processo detalhado	43
Figura 4 – Protótipo para acessos liberados e acessos restritos	46
Figura 5 – Proposta inicial de estruturação da plataforma	51
Figura 6 – Etapas da programação	52
Figura 7 – Questionário a ser preenchido pelo viticultor	56
Figura 8 – Questionário a ser preenchido pelo vinicultor	57
Figura 9 – Questionário aos vinicultores relativamente aos preços dos produtos	58
Figura 10 – Questionário ao vinicultor que ajudará a estimar o tamanho do setor	59
Figura 11 – Questionário a ser preenchido pela entidade	60
Figura 12 – Logotipo do Observatório	60
Figura 13 – Sigla do Observatório	60
Figura 14 – Leiaute da plataforma do Observatório	61
Figura 15 – Disposição da legislação no OBVV	63
Figura 16 – Disposição dos produtos de acesso liberado	65
Figura 17 – Menus disponíveis na área de acesso livre	66
Figura 18 – Menu Ideal Consulting (espaço restrito)	67
Figura 19 – Disposição de estudos de mercado no acesso restrito	68
Figura 20 – Menus da área restrita	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dado, informação e conhecimento	28
Quadro 2 – Níveis de permissão	53
Ouadro 3 – Entradas e Saídas do Observatório	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABE Associação Brasileira de Enologia
ABIN Agência Brasileira de Inteligência

AGAVI Associação Gaúcha de Vinicultores

ASPROVINHO Associação de Produtores de Vinho de Pinto Bandeira

BDTD Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

BI Business Intelligence

CAPES Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CGEE Centro de Gestão e Estudos Estratégicos

CNPJ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

CPF Cadastro de Pessoas Físicas

EMBRAPA Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

FECOVINHO Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul

FIEP Federação das Indústrias do Estado do Paraná

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Ibravin Instituto Brasileiro do Vinho

IC Inteligência Competitiva

IE Inteligência Estratégica

MAPA Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MDIC Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços

NBR ISO/IEC Norma Tecnica de Qualidade para Sistema

OBSERVATORIOVA Observatório Vitivinícola Argentino

OBSs Observatórios Sociais

OBVV Observatório Brasileiro Vitivinícola

OEMV Observatório Espanhol do Mercado de Vinho

OIV Organização Internacional da Vinha e do Vinho

PHP Hypertext Preprocessor

RS Rio Grande do Sul

SCIELO Scientific Electronic Library Online

SEAPDR Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINDIVINHO Sindicato da Indústria do Vinho, do Mosto de Uva, dos Vinagres e

Bebidas Derivados da Uva e do Vinho do Estado do Rio Grande

do Sul

SQL Structured Query Language

STRs Sindicatos de Trabalhadores Rurais

TI Tecnologia da Informação

UCS Universidade de Caxias do Sul

UVIBRA União Brasileira de Vitivinicultura

Web World Wide Web

WOS Wine Sustainability Observatory

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO	19
1.2	JUSTIFICATIVA	22
1.2.1	Justificativa Teórica	23
1.2.2	Justificativa Prática	24
1.3	QUESTÃO DA PESQUISA	26
1.4	OBJETIVOS	26
1.4.1	Objetivo Geral	26
1.4.2	Objetivos Específicos	26
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	27
2.1	GERAÇÃO DO CONHECIMENTO	27
2.2	INTELIGÊNCIA COMPETITIVA	30
2.2.1	Etapas do processo de inteligência competitiva	33
2.2.2	Estruturação do Processo de Inteligência Competitiva	35
2.3	OBSERVATÓRIOS	37
2.3.1	Tipos de Observatórios e Sistemas de Inteligência	38
2.3.2	Benefícios e funções dos observatórios	39
2.3.3	Estruturação dos Observatórios	40
2.3.4	Funcionamento dos Observatórios	41
3	MÉTODO	43
3.1	DEFINIÇÃO DA ESTRUTURA E EQUIPES	44
3.2	DEFINIÇÃO DOS FOCOS E DAS FONTES	45
3.3	DEFINIÇÃO DOS PRODUTOS GERADOS	45
4	RESULTADOS	47
4.1	DEFINIÇÃO DA ESTRUTURA, INÍCIO E CONSTRUÇÃO DA PLATAF	ORMA.51
4.2	ESTRUTURAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO OBSERVATÓRIO	61
4.3	DIVULGAÇÃO DA PLATAFORMA	69
4.4	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	70
4.5	IMPLICAÇÕES GERENCIAIS	71

5	CONCLUSÃO	73
REI	FERÊNCIAS	76
APÍ	ÊNDICE A – OBSERVATÓRIOS	82
APÍ	ÊNDICE B – FOCO LEGISLAÇÃO	96
APÍ	ÊNDICE C – FOCO MERCADO	99
APÍ	ÊNDICE D – SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBL	JCAÇÃO101

1 INTRODUÇÃO

O cenário competitivo global tem apresentado sinais de acirramento e maior complexidade. Alguns fenômenos como a globalização, a elevada velocidade na mudança dos hábitos de consumo, as reduções no ciclo de vida de uma série de produtos, entre outros, apontam para um panorama incerto e de difícil previsão (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Podese dizer que se presencia uma era de visível evolução e transformação em todos os aspectos e segmentos da sociedade mundial.

Essa evolução e transformação estão interligadas à informação e à tecnologia, que estão encurtando distâncias, reduzindo o mundo a alguns cliques e imprimiram agilidade e eficiência a todos que delas se baseiam para tomar decisões ou simplesmente manterem-se informados. Entretanto, a facilidade de acesso à informação e a rapidez com que elas chegam às organizações são fatores que preocupam, pois por trás da informação existe a questão da veracidade e da confiabilidade.

Na era da informação e da sociedade interativa e interligada em tempo real na qual vivemos, a informação pode ser considerada o bem mais valioso (RIOS et al., 2011) e é o principal ativo na luta pela sobrevivência das organizações (STAREC, 2006). A informação gera o conhecimento, principal fonte de vantagem competitiva, porém é importante destacar que a vantagem competitiva é complexa e também pode advir de uma estratégia acertada, fruto da consciente busca por um diferencial. O acesso a informações usadas para criar e gerar conhecimento e seu processo de coleta, retenção, disseminação e aplicação acabam sendo elementos vitais para a sobrevivência das empresas no ambiente turbulento e dinâmico vivenciado pelas organizações atualmente.

Segundo Gates (1999), o fluxo de informação é força vital de uma empresa, porque permite obter o máximo de seu pessoal e aprender com seus clientes. No ambiente das organizações, bem como no mercado em que estão inseridas, a informação é capaz de fazer a diferença em vários âmbitos, porém, muitas vezes ela não é percebida por quem realiza as ações organizacionais. A informação é essencial para a obtenção de competitividade, mudança da cultura organizacional, entre outros resultados (JORGE; VALENTIM, 2018).

Já dizia Tapscot (1997) que as empresas que executarem seu trabalho com sucesso na sociedade da informação necessitarão adotar uma nova estrutura de trabalho. Esta nova

estrutura de trabalho, nada mais é do que acompanhar as mudanças da sociedade em virtude do grande número de informações geradas diariamente. Reagir a mudanças é basicamente um pré-requisito para a antecipação, seja de problemas ou de inovações/soluções, perante os concorrentes. Esta antecipação ocorre através da busca de conhecimento e/ou de informações, visto que a soma de diversas informações acaba resultando em conhecimento.

Cabe ressaltar que, segundo Fachinelli et al. (2007), as mudanças não são mais um risco ou uma opção, e sim uma certeza. O contexto está em constantes reconfigurações, e as organizações necessitam acompanhar esse ritmo para sobreviver. Dessa forma, as empresas começam a perceber que a vantagem competitiva está na captação de informações que conferem indicações de oportunidades e ameaças.

Também de acordo com Fachinelli et al. (2007), a informação é elemento fundamental, pois serve como um guia para a ação. Ela permite um mapeamento da situação que possibilita pensar a melhor estratégia contemplada no processo de tomada de decisão, envolvendo uma análise minuciosa dos fatos e consequentemente uma solução. Informação refere-se a dados interpretados e contextualizados, ou seja, requer ação humana (DAVENPORT, 1998).

Segundo Choo (2006), Pereira et al. (2010) e Nonohay (2012), o processo de tomada de decisão é um processo complexo e individual, visto que não é puramente racional e contempla fatores como intuição, sentimento e experiências anteriores do tomador de decisão, seja de forma consciente ou inconsciente.

Todas as alternativas existentes devem ser elencadas para tomar uma decisão racional (CHOO, 2006). Para que isso seja possível, Gomes e Braga (2007) destacam que é necessário obter todas as informações importantes. No entanto, Freitas e Janissek-Muniz (2006) destacam que estar bem informado significa muito mais do que possuir uma quantidade significativa de informações, significa receber uma informação interessante, útil, de certa forma triada, justamente para não se deparar com um oceano de informações e correr o risco de se perder no meio delas.

A partir de um emaranhado de informações, a motivação para decisões racionais leva a um processo sistemático e formal que objetiva reter aquelas que são críticas ao processo decisório. Esta busca pelas informações pode ser feita pelos processos de inteligência.

O conceito de inteligência não é unanimidade entre os pesquisadores (CARDOSO JR; CARDOSO, 2006). De acordo com Rios et al. (2011), na literatura encontram-se diferentes nomenclaturas: inteligência empresarial, inteligência empresarial estratégica, inteligência competitiva, inteligência estratégica organizacional, inteligência estratégica

antecipativa, inteligência de negócio (*business intelligence*). Embora apresentem diferentes nomes, todas elas têm como objetivo a antecipação de fenômenos e estão direcionados para o ambiente externo das organizações.

Segundo Tyson (1998), a inteligência estratégica pode ser definida como um processo ético de coleta, tratamento, análise e disseminação de informação sobre os ambientes de interesse da empresa, visando subsidiar o processo decisório e alcançar as metas estratégicas da organização, de forma sistêmica e rotineira.

De acordo com Rios et al. (2011), o conceito de Inteligência Estratégica (IE) é originado de Inteligência Competitiva (IC). A IE se destina a atender as demandas de informação do planejamento estratégico das organizações. Além disso, ela consiste em um método ético e legal de conhecer e antever fatos e situações com potencial de afetar um empreendimento, consoante à missão e aos objetivos organizacionais. Ela representa uma ferramenta estratégica de análise adaptada a qualquer tipo de problema, sendo aplicável a qualquer setor da atividade humana. O modelo dispõe de forma ordenada e eficaz o trabalho de inteligência a ser realizado pelas organizações empresariais, particularmente as organizações do conhecimento.

Para a inteligência estratégica, a oportunidade está no fato de que usando técnicas de correlação avançada, analistas podem peneirar densos trechos de dados para prever condições, comportamentos e eventos antes que eles aconteçam (NESELLO; FACHINELLI, 2014).

Os autores destacam ainda que a análise em inteligência estratégica é definida como a aplicação hábil de métodos e processos científicos e não científicos pelos quais os indivíduos interpretam dados ou informações para produzir resultados de inteligência perspicazes e recomendações viáveis para os tomadores de decisão.

Neste contexto de informação que gera conhecimento e deve ser utilizado estrategicamente para tomadas de decisões, propõe-se com esta dissertação estruturar um observatório vitivinícola. Um observatório é definido como um dispositivo de observação criado por um ou vários organismos, para acompanhar a evolução de um fenômeno, domínio ou tema estratégico, no tempo e no espaço (TRZECIAK, 2009). Na origem de um observatório deve existir uma problemática que possa ser traduzida sob a forma de objetivos, que possibilitem definir indicadores, cujo cálculo necessita a integração de dados e permita a realização de sínteses (FIEP, 2017).

No caso deste trabalho, um observatório possibilitará organizar as informações de interesse a todos os elos da cadeia vitivinícola em uma plataforma. Espera-se que tais informações possam ser acessadas e utilizadas por tomadores de decisão de diferentes níveis

hierárquicos e que contribua para o crescimento das empresas e entidades do setor vitivinícola.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Os dados históricos revelam que a primeira videira no Brasil foi trazida pelos colonizadores portugueses em 1532 no Estado de São Paulo. A partir deste ponto e de introduções posteriores, a viticultura expandiu-se para outras regiões do país (PROTAS; CAMARGO; MELLO, 2002).

Atualmente o estado do Rio Grande do Sul é responsável por cerca de 90% da produção nacional de vinho e derivados da uva e do vinho (MELLO, 2013; 2016). Os outros 10% estão distribuídos entre Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Goiás e pelo nordeste do Brasil, no Vale do São Francisco.

Estima-se que a vitivinicultura no Brasil ocupe uma área de 77 mil hectares, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017). No Rio Grande do Sul a principal região produtora é a da Serra Gaúcha (MELLO, 2016; PROTAS; CAMARGO; MELLO, 2002) e esta conta com aproximadamente 50 mil hectares de área plantada (MELLO, 2016). Nesta região a vitivinicultura teve um incremento significativo com a chegada e instalação de multinacionais (PROTAS; CAMARGO; MELLO, 2002), tais como Heublein, Seagran, Martini e Rossi, Cinzano (associada à Chandon) e Almadén (CABRAL DE MELLO, 2010).

Um dos aspectos característicos e marcantes da vitivinicultura brasileira é a sua diversidade e complexidade. Existem diversas vitiviniculturas no país, cada uma com sua realidade climática, fundiária, tecnológica, humana e mercadológica. Pode-se citar as diferentes regiões do Rio Grande do Sul, assim como outros estados brasileiros, com menor representatividade. Estima-se que há no Brasil em torno de 1.100 vinícolas registradas. Destas, 680 estão situadas no Rio Grande do Sul, de acordo com informações do Cadastro Vinícola. No estado há registro de aproximadamente 15 mil propriedades vitícolas, segundo dados do Cadastro Vitícola.

A representação da vitivinicultura frente aos governos estadual e federal se faz por diversas associações e entidades. O Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) é a entidade que representa o setor vitivinícola como um todo. Fundado em 1998, é uma entidade sem fins lucrativos que tem por objetivo associar pessoas jurídicas que representem os produtores de uva, as cooperativas e as indústrias vinícolas.

O Ibravin foi instituído pela Comissão Interestadual da Uva, através dos Sindicatos de Trabalhadores Rurais (STRs) que representam os viticultores, pela Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul (Fecovinho) que representa as cooperativas vinícolas, pela Associação Gaúcha de Vinicultores (Agavi) e pela União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra) que juntas representam os vinicultores. Além destes, atualmente fazem parte do Conselho, representantes da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR), representando o Governo Estadual, do Sindicato Rural de Caxias do Sul, representando os produtores que não são associados aos STRs, do Sindicato da Indústria do Vinho, do Mosto de Uva, dos Vinagres e Bebidas Derivados da Uva e do Vinho do Estado do Rio Grande do Sul (Sindivinho/RS), representando todas as vinícolas associadas a eles, da Associação Brasileira de Enologia (ABE) e entidades representantes do conselho consultivo, sendo atualmente representado por duas entidades relacionadas ao enoturismo, sendo elas Associação de Produtores de Vinho de Pinto Bandeira (Asprovinho) e a Associação de Produtores de Vinhos da Campanha Gaúcha. Cabe ressaltar que fazem parte do conselho consultivo todas as entidades representativas da vitivinicultura de todo o país, que não compõem o conselho deliberativo.

O Instituto tem por missão planejar e realizar ações institucionais e oferecer produtos e serviços que possibilitem a organização, a promoção e o fortalecimento da cadeia produtiva da vitivinicultura em todos os seus elos. Dessa forma se sente na obrigação de iniciar um projeto para atender as diversas demandas por melhores estratégias.

Sabe-se que as empresas encontram dificuldades para obter dados atualizados e confiáveis do seu ambiente competitivo, o que compromete consideravelmente a sua análise e o seu uso estratégico. Neste cenário, acredita-se que as instituições de uma forma geral (vitivinicultores e entidades) podem se beneficiar com os produtos e serviços de informação oferecidos pelos observatórios.

No caso do segmento vitivinícola, uma das preocupações é que as condições recessivas da economia brasileira têm impulsionado a entrada de vinhos e espumantes estrangeiros no país, principalmente de baixo preço, em condições de competitividade muito distantes do que é possível alcançar. Embora o setor continue trabalhando na qualificação e no posicionamento dos produtos brasileiros de modo a obter reconhecimento e ampliação das vendas, acredita-se que um processo de inteligência estratégica e consequentemente a criação de um observatório possa vir a auxiliar o setor, oferecendo informações que possibilitem um melhor preparo das empresas para tomadas de decisões.

Para tanto, já preocupados com as mudanças na economia e no cenário vitivinícola como um todo, em 2013 iniciou-se um processo de estruturação de um setor de inteligência competitiva dentro do Instituto Brasileiro do Vinho. As partes interessadas tinham a intenção de que este setor fosse implementado e pudesse evoluir para um observatório que subsidiasse a cadeia com informações estruturadas. A iniciativa pouco evoluiu na questão de ampliação setorial, porém, a equipe continua gerando estatísticas setoriais de forma parcialmente sistemática.

A área técnica, que é a denominação desta equipe, possui informações e mune o setor com dados estatísticos, mas ainda não conseguiu estruturar um setor de inteligência competitiva disciplinado, com o propósito de analisar as informações e antecipar eventos.

Percebe-se que as empresas necessitam a informação em formato mais elaborado, não apenas a disponibilização de dados ou números brutos. Elas demandam que seja feita uma leitura do que os números estão apresentando para que possam fazer comparações e outras análises.

Além disso, há demanda para estudos analíticos e de tendências relativamente ao mercado regional, nacional e internacional, para todos os produtos vitivinícolas. A análise de concorrentes do setor vitivinícola também necessita uma atenção especial, para que as empresas vinícolas possam compreender melhor o mercado como um todo e consigam inovar sua produção, sempre vislumbrando o aumento de *market share*. Numa perspectiva mais ampla, indicadores econômicos e sociais também necessitam ser acompanhados para que diferentes regiões possam ser prospectadas, gerando assim novas oportunidades de negócios.

Esse tipo de monitoramento, por exemplo, é feito pelo Observatório Vitivinícola Argentino, considerado uma ferramenta que disponibiliza informações atualizadas e analisadas e cujo objetivo é melhorar a competitividade de todos os atores da cadeia do vinho e ajudar a tomar melhores decisões. Este observatório procura democratizar a informação da indústria do vinho e alcançar os setores de forma facilitada e gratuita. Também está focado no fornecimento de informações para promover a sustentabilidade do Plano Estratégico Vitivinícola 2020, que visa posicionar os vinhos argentinos nos mercados internacionais, revigorar o mercado vitivinícola local e apoiar o desenvolvimento de pequenos produtores de uvas (OBSERVATORIOVA, 2017).

O mesmo ocorre com o Observatório Espanhol do Mercado de Vinho (OEMV, 2017) que tem por objetivos promover e apoiar o conhecimento dos mercados nacionais e internacionais de produtos vitivinícolas em todas as suas áreas e canais, incluindo especificidades relacionadas à distribuição e aos consumidores. Além disso, este observatório

também objetiva divulgar entre os operadores do setor vitivinícola espanhol as informações de mercado obtidas para sua melhor utilização, a adaptação dos produtos elaborados às demandas do mercado, a melhoria de suas possibilidades competitivas e a maior eficácia de suas atividades promocionais.

O Observatório da Sustentabilidade do Vinho (*Wine Observatory Sustainability* - WOS), na Itália, tem como objetivos principais criar uma rede internacional, envolvendo atores e principais organizações trabalhando em vitivinicultura sustentável em todo o mundo. Além disso, visa promover sinergias úteis e compartilhar experiências, programas e iniciativas sobre sustentabilidade no setor vitivinícola, num ambiente dinâmico, onde os usuários da web estão ativamente envolvidos (WOS, 2017).

Na França existe uma plataforma denominada Vitisphere, que apresenta informações relativas à viticultura, enologia, materiais e equipamentos para a vitivinicultura. Além disso, apresenta dados estratégicos sobre a conjuntura vitivinícola nacional e internacional, informações pertinentes ao marketing vitivinícola, legislação, faz relações entre vinho e mídia, vinho e saúde e possui uma rede de colaboradores e patrocinadores. Possui um espaço específico para soluções em todas as áreas do setor vitivinícola e suporte desde a parte técnica, passando pela gestão, departamento de marketing, contemplando compras, logística, transporte, comunicação, até aparte legal das empresas e recrutamento e seleção. Parte das informações é disponibilizada de forma gratuita e parte por assinatura. É uma plataforma que disponibiliza serviços variados e completos.

Assim como estes observatórios e plataformas internacionais específicos da vitivinicultura, existem outros, como é o caso do Observatório do Trabalho, o Observatório Social do Brasil, o Observatório do Plano Nacional de Educação, o Observatório Astronômico, Observatório de Imprensa, cada um em seu segmento de atuação. Seguindo estes modelos, o propósito do Observatório Brasileiro Vitivinícola é manter seus usuários continuamente informados sobre as mudanças que estão ocorrendo e nas questões que influenciam suas atividades.

1.2 JUSTIFICATIVA

Na sequência são fundamentadas a justificativa teórica e a prática.

1.2.1 Justificativa Teórica

Muitos estudos estratégicos têm sido desenvolvidos com o objetivo de obter o conhecimento da realidade e aumentar a capacidade de antecipar eventos futuros, principalmente relacionados às questões de informação e comunicação (TRZECIAK, 2009).

Segundo Rodrigues e Blattmann (2014), a gestão e os fluxos de informação se desenvolvem e sofrem interferência em conformidade ao ambiente em que se encontram. A necessidade de uma perspectiva integradora da gestão da informação e do conhecimento nos ambientes organizacionais, contribuem, assim, para a competitividade da organização.

Trzeciak (2009) também afirma que a revolução do mundo da tecnologia da informação e comunicação proporcionou mudanças na velocidade dos processos. Tais mudanças, tanto no cenário nacional quanto internacional, levaram os países a buscarem a compreensão dos novos contextos e posicionamentos de nações e regiões, além de identificar oportunidades e obstáculos a serem enfrentados, especificamente em questões ligadas ao desenvolvimento da economia.

A velocidade dos processos clama por uma plataforma que sirva de base para consultas a informações estruturadas e sistematizadas que possam servir para atender e esclarecer as demandas existentes no mercado. Uma solução que atenda estas necessidades é a criação de observatórios.

Segundo o Sistema FIEP (2017), observatórios são uma linha de ação dedicada à prestação de serviços de pesquisa, prospecção, planejamento e articulação com vistas ao desenvolvimento da indústria e melhoria de sua competitividade. De acordo com Bittencourt (2006), um observatório pode funcionar como um articulador no processo de integração das várias ações das instituições públicas e privadas, desenvolvendo parcerias para a ação convergente, contemplando as diversas dimensões do desenvolvimento.

Em consonância com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos - CGEE (2006), um observatório deve constituir um espaço de competência com horizonte de longo prazo, que progressivamente assuma o papel de apoiar as decisões relacionadas ao processo de gestão associadas a temas/setores bem delimitados. Embora existam diversos observatórios e que apresentem significativa importância nos setores onde estão inseridos, não se localizou na literatura trabalhos que apresentem as etapas necessárias para a criação de um observatório e que sirvam de subsídios para sua estruturação.

Os observatórios são amplamente difundidos na Europa e nos Estados Unidos, mas são considerados como um fenômeno recente no Brasil (SOARES et al., 2018).

Adicionalmente, trata-se de um fenômeno pouco estudado, com relativa escassez de publicações e que carece de adequada análise teórica.

Neste cenário, acredita-se que apresentar a forma de estruturação do Observatório Brasileiro Vitivinícola possa contribuir para suprir esta lacuna teórica.

Além disso, poderá colaborar com o meio acadêmico, visto que as informações geradas por ele poderão ser acessadas para diversos fins e o que estiver disponível deverá ser oriundo de referências confiáveis.

1.2.2 Justificativa Prática

A relevância da realização deste trabalho justifica-se principalmente pela necessidade, do meio empresarial vinícola e dirigentes de entidades, em buscar informações atualizadas e que possam contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas adequadas, além de possibilitarem a antecipação de eventos.

Centra-se também sobre a prestação de informação para promover a sustentabilidade do Planejamento Estratégico Visão 2025, desenvolvido através de um processo que trabalhou fortemente a formulação de objetivos para a seleção de programas de ação e para sua execução pelas entidades do setor vitivinícola, levando em conta as condições internas e externas e a evolução esperada. O programa estabeleceu diretrizes, metas e ações fundamentais para o desenvolvimento ordenado do setor, com uma perspectiva estratégica e de longo prazo.

Semanalmente o número médio de pedidos de informações apenas da assessoria de imprensa à área técnica do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), passa de dez. Se considerássemos as solicitações de estudantes, pesquisadores, empresas de consultorias, entidades e outros, certamente o número pelo menos duplicaria, isso sem contabilizar os pedidos que chegam às demais áreas. Além disso, as solicitações são diferentes umas das outras, o que demanda realizar levantamentos específicos e nem sempre os demandantes se dão por satisfeitos com a primeira resposta, necessitando complementações de dados. A equipe responde questões relacionadas a dados estatísticos de uma forma geral até questões relacionadas à legislação, por exemplo. Atores do setor vitivinícola, como dirigentes de entidades vitivinícolas, secretarias municipais de agricultura, entidades de classe, entidades dos governos federal e estadual, proprietários e/ou funcionários de vinícolas estão entre os demandantes. Além destes, estudantes de diversas áreas buscando informações desde área plantada de vinhedos até questões relacionadas à legislação, tributação, entre outros. O

mesmo ocorre com docentes de universidades, consultores, prestadores de serviços, representantes comerciais, pesquisadores, jornalistas e outros.

Visando reduzir o tempo gasto respondendo aos pedidos supramencionados e doutrinando as pessoas a buscar informações em um único local, porém realizando sozinhas suas pesquisas, está se propondo a criação de uma plataforma que reúna todas as informações possíveis e atualizadas disponibilizadas pelo Ibravin, alicerçado nas bases de dados próprias, sites especializados e até mesmo estudos contratados para este fim. Com a evolução da plataforma, será possível apresentar tendências de vendas e de consumo, por categoria de produtos.

Assim, propõe-se que o observatório seja composto por uma rede de conhecimento distribuído inicialmente por todo o território do Rio Grande do Sul e que posteriormente possa ser nacional e internacional, tendo como função básica subsidiar as empresas para a definição de diretrizes e prioridades para as futuras ações estratégicas. A área territorial a qual estará disponível ou que os dados serão coletados para estar na base de dados, poderá ser estabelecida junto às lideranças do setor e maiores interessados.

De acordo com o Sistema FIEP (2017), os observatórios buscam ofertar as melhores alternativas para orientação estratégica e a exploração de potencialidades de futuro. Algumas das soluções apresentadas são: estudos prospectivos, temáticos e de tendências; planejamento estratégico e de longo prazo; pesquisas qualitativas e quantitativas; soluções em inteligência empresarial (*Business Intelligence*); monitoramento de indicadores sociais, econômicos e industriais; vigilância tecnológica; mobilização e articulação de atores e condução e moderação de reuniões de tomada de decisão estratégica.

Além disso, como sugerem Fachinelli et al. (2007) e Fonseca de Andrade et al. (2015) deverão ser organizados processos de observação, monitoramento, antecipação e acompanhamento do desenvolvimento em áreas do conhecimento. Esse acompanhamento deverá ocorrer em todos os setores que influenciam a vitivinicultura, de forma contínua ou discreta, para atender necessidades específicas.

Com este propósito, de integrar a gestão da informação e do conhecimento, acreditase que o observatório servirá para oferecer informações estratégicas às instituições e empresas, além de servir como fonte de pesquisa para inúmeros estudantes, professores, pesquisadores, veículos de comunicação, entre outros.

Assim, o observatório terá como missão subsidiar os processos de tomada de decisão e formulação de políticas públicas nos setores público e privado, por meio de abordagens baseadas em evidências e em percepções do futuro, as quais devem ser provenientes dos

conhecimentos explícitos disponíveis e do conhecimento tácito de especialistas. Além disso, deverão ser articuladas participações colaborativas com outros observatórios (se for o caso), organizações e indivíduos de outras instituições. Também está se propondo a construção de visões de curto, médio e longo prazo sobre temas onde o setor vitivinícola é peça fundamental.

1.3 QUESTÃO DA PESQUISA

Com base nos pressupostos apresentados foi formulada a seguinte questão de pesquisa: como deve ser estruturado e que tipo de informações deve conter o Observatório Brasileiro Vitivinícola?

1.4 OBJETIVOS

Buscando suprir uma deficiência do setor vitivinícola brasileiro, são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos.

1.4.1 Objetivo Geral

O objetivo do trabalho é estruturar um observatório para o setor vitivinícola brasileiro no qual possam ser geradas, providas e difundidas informações a todos os atores da cadeia produtiva vitivinícola.

1.4.2 Objetivos Específicos

Para atingir o objetivo geral deste estudo, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Definir a estrutura adequada às peculiaridades do setor vitivinícola;
- b) Estruturar a plataforma do observatório;
- c) Identificar e estruturar as informações que deverão compor o observatório;
- d) Implementar e disponibilizar a plataforma web do observatório.

Neste sentido, a seguir são apresentados os principais conceitos necessários para a execução deste trabalho e posteriormente contempla-se a metodologia que vem ao encontro de cada objetivo para a construção do observatório proposto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Imediatamente apresentam-se os conceitos de informação, conhecimento, inteligência competitiva e/ou estratégica, observatórios e sistemas de inteligência. Além disso, são apresentados tipos de observatórios e suas formas de estruturação.

2.1 GERAÇÃO DO CONHECIMENTO

Um dado traduzido e interpretado gera informações que se transformam em subsídios para processos decisórios e constituem a base para a elaboração de estratégias e políticas que vão ancorar o desenvolvimento local e regional de qualquer área do conhecimento (THEORGA, 2016). Tal afirmação é corroborada por Tomaél et al. (2006) quando dizem que o diferencial de uma organização competitiva está na sua capacidade de processar dados, informações e conhecimentos de forma rápida, clara e concisa, atributos fundamentais para a tomada de decisão, para definição de novas estratégias e ações e para o processo de inovação.

Apesar de suas diferenças, dado, informação e conhecimento são elementos de um só processo. Informação é a atribuição de sentido para um dado, e o conhecimento é a informação contextualizada. Essa construção ocorre quando o indivíduo dá a uma informação uma interpretação e um significado (relevância e propósito) e consegue considerar as suas implicações em seu contexto (FACHINELLI et al., 2007). Segundo os autores, a informação depende dos interesses de quem a analisa. Trzeciak (2009) ressalta que a informação pode ser considerada como um bem econômico que exerce seu poder na sociedade, como fator de diferenciação e força propulsora de inovação, pois é um pré-requisito para a antecipação, seja de problemas ou de inovações/soluções, perante os concorrentes.

Para detalhar melhor as características desses três elementos, pode-se analisar o Quadro 1 proposto por Davenport (1998):

Quadro 1 – Dado, informação e conhecimento

Dado	Informação	Conhecimento
Simples observações sobre o	Dados dotados de relevância e	Informação valiosa da mente humana.
estado do mundo:	propósito:	Inclui reflexão, síntese e contexto.
- Facilmente estruturado;	- Requer unidade de análise;	- De difícil estruturação;
- Facilmente obtido por	- Exige consenso em relação ao	- De difícil captura em máquinas;
máquinas;	significado;	- Frequentemente tácito;
- Frequentemente quantificado;	- Exige necessariamente a	- De difícil transferência.
- Facilmente transferível.	mediação humana.	

Fonte: Davenport (1998)

Fayard (2000) alerta que o valor estratégico de uma informação é inversamente proporcional à sua previsibilidade e à sua distribuição em longa escala. A informação mais valiosa não é aquela a que todos têm acesso, pois dessa, todos têm consciência, mas sim aquela que proporciona um diferencial nas ações. Ele ressalta também que o mais importante na questão das informações não é seu acúmulo, mas sim o seu cruzamento e enriquecimento de acordo com os interesses do gestor, para a produção de um novo conhecimento.

Entretanto, a facilidade de acesso à informação e a rapidez com que elas chegam nas organizações são fatores que preocupam, pois por trás da informação existe a questão da veracidade e confiabilidade do elemento em questão. De qualquer forma, o fluxo de informação disponível é massivo e conforme mencionado anteriormente, é um gerador de conhecimento.

A informação que é concebida como matéria-prima para gerar conhecimento (RODRIGUES; BLATTMANN, 2014; FACHINELLI et al., 2007) permite que a empresa tenha subsídios para uma decisão rápida e consistente, além disso, a informação atrelada à comunicação é elemento chave para boas estratégias. Nesse contexto, surge a necessidade do uso de uma metodologia que auxilie no tratamento das informações, de modo a contribuir para transformar uma grande quantidade de dados em conhecimento estratégico (FACHINELLI et al., 2007), embasando o processo de tomada de decisão.

Segundo os autores, a discussão sobre o conhecimento e sua forma de captação, gestão, criação e desenvolvimento se fundamenta na percepção de que as organizações são dependentes do conhecimento dos indivíduos que nela atuam. Por outro lado, os indivíduos adquirem conhecimentos enquanto permanecem na organização. Para eles, o conhecimento nasce a partir da experiência, que é um processo subjetivo de percepção, e da apreensão da

essência na interpretação do mundo. O conhecimento tácito e as informações de caráter informal são vitais para a sobrevivência em mercados cada vez mais competitivos.

Para Silver (2013), apuros são enfrentados sempre que o aumento da quantidade de informações ultrapassa a capacidade de processá-las. O autor também defende que os últimos anos da história humana sugerem que ainda pode-se levar um bom tempo para traduzir as informações em conhecimento útil e que, se não houver cuidado, a humanidade regressará no tempo.

O processamento destas informações pode se dar pelas novas tecnologias de informação e comunicação, que têm possibilitado uma troca muito superior de informações e conhecimentos (FACHINELLI et al., 2007). Esta referência remete à questão apresentada anteriormente relativamente à rapidez e confiabilidade da informação, ou seja, o modo como as empresas e as instituições obtêm, distribuem e usam a informação e o conhecimento adquiridos e gerados.

Diante do exposto, torna-se evidente a atenção que deve ser dada aos estudos sobre metodologias, processos e ferramentas que possam auxiliar na coleta e no tratamento dessa grande quantidade de informações (FACHINELLI et al., 2007).

Parte-se do pressuposto de que o tratamento, a captação e a interpretação da informação dentro das dimensões sociais e culturais, fortalecem a visão de que os problemas informacionais de um dado campo de conhecimento estão concatenados aos objetos, operações e relações entre o que os seus participantes percebam como importante dentro do acervo de soluções e experiências acumuladas e daquelas disponibilizadas para a sociedade (NASCIMENTO; MARTELETO, 2004).

Todo esse processo abordado pelos autores citados pode ser melhor compreendido analisando a Figura 1.

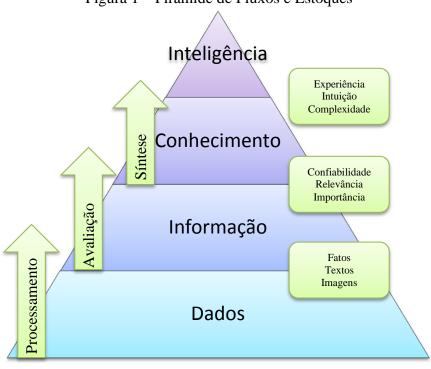


Figura 1 – Pirâmide de Fluxos e Estoques

Fonte: Barreto (2006)

A Figura 1 ratifica que imagens e textos geram fatos sendo transformados em dados e quando processados se tornam informação. Após verificação da confiabilidade, relevância e importância dessa informação, esta é avaliada e, sendo verídica, gera conhecimento. Esse conhecimento, com a experiência e intuição, sintetizando-se complexamente, se torna inteligência que pode ser utilizada na tomada de decisões.

2.2 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

A inteligência no contexto da estratégia é um conhecimento que vem em diferentes "sabores" (FULD & COMPANY, 2012), ou seja, pode ter distintos significados e depende de quem a usará como base para tomada de decisões (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Pesquisas sobre inteligência competitiva (IC) ou inteligência estratégica (IE), como é denominada por muitos pesquisadores, tem tido um crescimento exponencial nos últimos anos. Além disso, Panizzon (2010) destaca que há registros de que sua utilização permeia a Idade Antiga.

Rios et al. (2011) afirmam que embora existam muitas nomenclaturas para os processos de inteligência e que podem haver diferenças entre elas, elas podem ser consideradas "vizinhas" pois seus focos voltam-se aos ambientes externos. Desta forma, neste trabalho tanto IE quanto IC são tratadas de forma semelhante.

São várias as definições de inteligência competitiva e cada autor difere sua abordagem de acordo com sua finalidade (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Porém, com base na literatura especializada, a inteligência competitiva surge como medida prática para que as empresas enfrentem a concorrência em seus ambientes de forma mais eficaz e pode ser definida como um processo e um produto (YAP; RASHID; SAPUAN, 2013).

Zenaide e Castro (2017) destacam que inteligência é o processo pelo qual as organizações coletam informações sobre competidores e o ambiente competitivo, idealmente usando-as em seu processo de tomada de decisões e planejamento de processos internos. Porter (1986) destaca que os elementos de um sistema de inteligência sobre o concorrente podem variar de acordo com as necessidades particulares da empresa, com base em sua indústria, na capacidade de seu pessoal e nos interesses e qualificações de sua gerência.

Esse processo sistemático é aprimorado quando se agrega conhecimento do mercado e dos competidores. Zenaide e Castro (2017) trazem a definição de inteligência dos competidores, como as atividades pelas quais a empresa determina e entende seus concorrentes, suas forças e fraquezas e antecipa seus movimentos. O termo IC, para os autores, nasce como uma forma de ampliação desse escopo e acaba por ser uma evolução do monitoramento da concorrência, pois também agrega essa atividade à gestão estratégica da companhia.

Segundo Fonseca de Andrade et al. (2015), o fator "Estratégia" relaciona a inteligência às expectativas da organização em termos de tomadas de decisões, visto que, para que um esforço de inteligência obtenha sucesso, a condição mais importante é a aceitação e envolvimento por parte dos decisores.

Um processo de IE, conforme defendido por Tyson (1998) contempla a coleta, o tratamento, a análise e a disseminação da informação e segundo Fachinelli et at. (2007) tem a finalidade de fornecer informação crítica para os tomadores de decisão.

A IC nas empresas, para Saayman et al. (2008), é composta pelo processo e pelo contexto. O processo envolve planejamento e foco, coleta de dados, análise e comunicação. O contexto está relacionado com o estado de alerta organizacional e cultural, o envolvimento dos funcionários e a infraestrutura formal.

A inteligência estratégica possui uma série de características que a tornam, de uma ampla perspectiva, uma ferramenta de alto valor, especialmente ao tomar decisões, principalmente por causa da qualidade de coleta, processo, análise de informações e, posteriormente, a geração de um produto com valor de uso (TOLEDO, 2006).

Da mesma maneira em que há um fluxo de transformação de dados em inteligência, por meio de atividades do planejamento à análise, a própria resultante deste processo é um produto de inteligência. E é esta inteligência que é disponibilizada aos tomadores de decisão, por meio de diversos formatos (PANIZZON, 2010).

Os principais objetivos da IE são reduzir a incerteza na tomada de decisão, evitar surpresas de mudanças ambientais, obter vantagem competitiva pela redução do tempo de reação e melhorar o posicionamento estratégico da organização (FACHINELLI et al., 2007).

Segundo Panizzon (2010), IC é exercida desde 1000 a.C. em eventos militares, de espionagem (industrial ou governamental), econômicos, concorrenciais e tecnológicos e após alguns fatos ocorridos na história mundial, a espionagem passa a ser monitoramento e os inimigos tornam-se concorrentes. Ainda, segundo o autor, a IC é tida como essencial para o sucesso nos negócios, especialmente para mercados globais. Ela deve ser praticada como uma função formal da organização, principalmente para direcionar a tomada de decisão estratégica.

Sistemas de inteligência funcionam como redes compostas por nós (organizações) e *links* (relações), o que permite considerar assimetrias entre os envolvidos e o controle de informações como indicadores de distribuição de energia em uma determinada rede (CEPIK; MÖLLER, 2017). Quanto a isso, Fachinelli et al. (2007) defendem a formação de redes que incentivam o processo criativo. As redes contribuem para a captação e direcionamento de informações relevantes, funcionando como catalisadoras e integradoras do sistema (ARAÚJO, 2002).

Embora os conhecimentos sejam produzidos e compartilhados em redes informacionais, a inteligência estratégica em geral e o tomador de decisão em particular, enfrentam desafios que são próprios do ambiente. A relação entre ameaças e fraquezas muitas vezes possui uma tênue fronteira, que aumenta consideravelmente a complexidade, em condições gerais, capaz de atingir os objetivos de características estratégicas (TOLEDO, 2006). Assim, o papel da inteligência é fornecer informações de valor agregado para a tomada de decisões (PRESCOT; MILLER, 2002).

Além de ser importante dentro das empresas e instituições, a Agência Brasileira de Inteligência (2018) destaca que a atividade de inteligência é fundamental e indispensável à segurança dos Estados, da sociedade e das instituições nacionais. Sua atuação assegura ao poder decisório o conhecimento antecipado e confiável.

2.2.1 Etapas do processo de inteligência competitiva

Conforme mencionado anteriormente, até chegar à fase final de IC, ocorrem algumas etapas dentro de um processo, no qual os dados analisados se transformam em informação e posteriormente em conhecimento. Um dos principais conceitos de IC é o ciclo de inteligência, entendido como o processo pelo qual as informações brutas são transformadas em conhecimentos (KAHANER, 1996; ZENAIDE; CASTRO, 2017).

O processo aponta a função de IC, que é levar dados brutos por meio de uma máquina de organização, análise e seleção até que a inteligência criada seja valiosa para o processo de tomada de decisões. Interessante notar que os resultados obtidos a partir da decisão aplicada deverão ser insumos valiosos para um processo de IC futuro, que irá interpretá-los ao longo de sua cadeia (ZENAIDE; CASTRO, 2017).

Analisando a literatura, é possível encontrar opiniões distintas quanto às etapas do processo de IC, visto que alguns autores defendem que o processo passa por três etapas apenas, sendo a coleta, a análise e a disseminação, outros argumentam que ocorrem quatro etapas, sendo a identificação da necessidade da informação, a coleta, a análise e a disseminação. Para outros autores, o processo passa por cinco etapas, contendo também a avaliação dos resultados. Isto posto, toma-se como base as quatro fases apresentadas por Kahaner (1996) e defendidas por Zenaide e Castro (2017) para esse ciclo, conforme são contempladas na Figura 2.

Figura 2 – Ciclo Competitivo

1.
Planejamento
e Direção

2. Coleta

4.
Disseminação

3. Análise

Fonte: Kahaner (1996)

A primeira fase é composta pelo planejamento e direção, na qual é definido o escopo das atividades de IC, seus objetivos e resultados esperados. A segunda fase é a de coleta de dados, que envolve a captura das informações desejadas por meio de uma seleção prévia de fontes, primárias ou secundárias. A terceira fase envolve a análise dos dados, considerada a mais complexa, na qual os praticantes de IC precisam avaliar as informações, procurar

padrões e entregar, como resultado, diferentes cenários (respostas) baseados no que aprenderam. Vale ressaltar que esta fase é uma das mais importantes, pois depende da maturidade dos analistas. Por fim, a quarta fase é a da disseminação, que envolve a distribuição do conhecimento para as áreas da empresa que manifestaram, inicialmente, a necessidade pelas respostas oriundas de IC. Esse ciclo é reiniciado, pois a disseminação do conhecimento gera novas perguntas e questionamentos (ZENAIDE; CASTRO, 2017).

A IC deve enfatizar a busca de informações que agreguem valor ao processo decisório da empresa, levando em consideração a forma adequada para apresentar o resultado obtido (GOMES; BRAGA, 2004). Um processo sistemático de IC requer *inputs*, processamento e *outputs*, ambos contínuos. Ao elencar os *inputs*, o principal desafio está no aprimoramento da coleta de informações, que abrange as fontes atuais para englobar também áreas internas na organização. Outro desafio importante está na luta por maior visibilidade dentro das empresas, que maximiza o resultado e impacto de seus *outputs* e evita assim duplicidade de atividades. Por fim, outro importante desafio é o desenvolvimento de competências das pessoas que trabalham nas áreas de IC (ZENAIDE; CASTRO, 2017).

Os autores defendem que os *outputs* de IC acabam por atender com maior ênfase três principais áreas – marketing/comercial, planejamento e comunicação. Dizem ainda que em alguns trabalhos, constata-se que a área de IC executa uma função mais de consolidadora/organizadora do que de analisadora de informações.

Além disso, os mesmos autores também perceberam em seus estudos outro ponto positivo que foi em relação aos mecanismos de disseminação das informações. O modelo mais observado foi o de áreas de IC que geralmente divulgam seus trabalhos de maneira interpessoal – através de apresentações e reuniões formais – para os tomadores de decisão que deles se aproveitarão. No entanto, também foram observados casos em que as áreas atribuem maior ênfase ao modelo eletrônico de disseminação, seja através do envio de materiais via email ou via portais em *intranets* que facilitam o compartilhamento do conteúdo.

A literatura aborda os cuidados necessários com a adequação da linguagem para o usuário e o uso de técnicas para a melhor visualização dos conteúdos objetivando a melhor absorção. Foster (2008) destaca que os produtos gerados com a análise devam ter um valor agregado, e não simplesmente sejam um repasse de informações coletadas. Por isso a necessidade da tecnologia da informação no processo, o que garante a acessibilidade, o armazenamento e a disponibilidade das informações.

O conhecimento gerado é muito importante para atender aos tomadores de decisões mais estratégicas, com horizonte de curto, médio e longo prazo. A aproximação do gestor da

prática aos líderes organizacionais é fundamental para que isso ocorra. A área de IC precisa combinar uma atitude reativa, de acolher as decisões táticas conforme necessidade das áreas, com outra proativa, que busque desenvolver projetos e estudos que estejam alinhados com a agenda estratégica da empresa (ZENAIDE; CASTRO, 2017).

2.2.2 Estruturação do Processo de Inteligência Competitiva

Sabe-se que informações estão entre os recursos mais valiosos de uma organização, independentemente do nível hierárquico e, como visto anteriormente, a inteligência é fundamental para o processo de tomada de decisão. Segundo Zenaide e Castro (2017), as empresas já perceberam a importância de destinar uma área com papéis e responsabilidades exclusivas para IC. De acordo com os autores, a falta de visão estratégica para a área de IC indica uma aplicação mais tática e operacional.

Por isso ressalta-se a importância de que ocorra o envolvimento de todos da organização, havendo um esforço corporativo. Além disso, o líder deve ser o principal "vendedor" da área de IC na companhia, defender sua importância e garantir presença ao lado do planejamento estratégico (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Atividades de direção e liderança se fazem indispensáveis, pois cabe a este nível hierárquico a difusão da cultura de IC e apoio às atividades e convencimento de sua importância para outros níveis.

Essa combinação é importante, pois o apoio é fundamental para que o trabalho de IC seja rapidamente avaliado e reconhecido pela organização. A área de IC, tendo respaldo da organização como um todo, pode atuar em projetos estratégicos. O papel do líder é garantir a execução dessa combinação e alocar os esforços de sua equipe para tal (ZENAIDE; CASTRO, 2017).

Segundo Fachinelli et al. (2007) o processo de IC passa por várias etapas, sendo elas: (1) sensibilização da direção e equipes, (2) identificação das reais necessidades de informação e (3) escolha das fontes de consulta e das ferramentas adequadas para o processamento da informação.

Na etapa de sensibilização da direção e equipes, a área de IC precisa demonstrar credibilidade de maneira recorrente e entregar conhecimentos relevantes para toda a companhia (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Transformar dados brutos em conhecimento deveria ser uma missão da prática da IC (PORTER, 1986; KAHANER, 1996; ZENAIDE; CASTRO, 2017).

Na etapa de identificação das reais necessidades de informação, outros pontos apresentados por Zenaide e Castro (2017) estão no desafio de aprofundar o processo de coleta de informações e o aproveitamento máximo possível de dados para a geração do conhecimento. Isso significa dizer que as áreas de IC precisam fazer com que a capacidade analítica contida nelas processe o grande volume de dados com objetividade e assertividade.

Na etapa da escolha das fontes de consulta e das ferramentas adequadas para o processamento da informação, a organização da empresa para IC pode variar. Enquanto algumas podem fazer funções de inteligência de maneira desordenada e fragmentada, outras podem concentrá-las em uma área específica, com equipe *full-time*, própria para esse fim, e ganhar assim uma visão mais abrangente e completa do cenário competitivo (ZENAIDE; CASTRO, 2017). Dentro desse panorama, o modelo ideal deve contemplar uma atitude estratégica, com coleta aprofundada de informações, que seriam usadas para a tomada de decisões estratégicas e todo esse processo deveria estar alocado em uma área dedicada.

A IC quando realizada de forma sistemática e cuidadosa, levando em conta a infraestrutura, a cultura, os processos consistentes, as estratégias, o trabalho sério e a mobilização organizacional necessária, gera resultados satisfatórios, compensando todos os esforços (TERRA; RIJNBACH; KATO, 2018).

Para o sucesso do processo, os líderes de IC podem caminhar em duas direções. A primeira é usar o apoio de ferramentas tecnológicas/softwares que facilitem o processamento de múltiplas fontes de dados e de sua leitura pelos analistas da área, através de interfaces amigáveis e didáticas. A segunda é selecionar pessoas que tenham capacidades analíticas e de sínteses como competências principais. Porém, para que ocorra o sucesso do planejamento, pode-se fazer com que ambos funcionem em conjunto.

Zenaide e Castro (2017) destacam que o *timing* é o principal critério para que os envolvidos com a área de IC escolham de qual forma irão comunicar o conhecimento gerado, ou seja, é de extrema importância que haja agilidade no processo da obtenção da informação até o momento da comunicação. Os autores também destacam que foram identificadas algumas tentativas de adoção de uma atitude mais proativa de não somente informar os tomadores de decisão, mas também influenciá-los com as opiniões e recomendações da área de IC.

Como as ações de IC são trabalhosas, pois envolvem o uso intensivo de informação e colaboração de um grande número de pessoas da organização, faz-se necessário estruturar um método informatizado que propicie facilidade ao processo.

De acordo com Panizzon, Fachinelli e Dorion (2014) a implantação de uma plataforma informatizada para a inteligência distribuída, alinhada a uma metodologia institucional de planejamento, possibilita uma mudança na organização, e pode, portanto, ser observada sob o ponto de vista da inovação em gestão.

Evoluindo da inteligência competitiva para a estruturação de uma plataforma que integre *inputs* e *outputs* continuamente, buscou-se na literatura informações sobre observatórios.

Um detalhamento sobre os tipos, benefícios, finalidades enfim, informações úteis para o atingimento do propósito são apresentadas na sequência.

2.3 OBSERVATÓRIOS

Um observatório é um dispositivo para acompanhar a evolução de um fenômeno (ENJUNTO, 2008; FIEP, 2017; TRZECIAK, 2009). Esse acompanhamento é resultante da organização sistemática e ordenada de atividades relacionadas com a coleta, análise e interpretação de todas as informações verdadeiras, atualizadas e disponíveis em um conjunto de fenômenos de particular interesse. Essa distribuição e comportamento devem ser analisados, facilitando o acesso ao conteúdo, a fim de tomar decisões ou orientar ações. É um modelo facilitador entre as instituições (privadas, públicas e/ou de ensino), permitindo a identificação de demandas geradoras de emprego e renda, aumentando a competitividade, identificando novas tendências, através da informação e do conhecimento gerado (TESTA, 2002; ANTUNES; MANGUEIRA, 2005; MARCIAL, 2009; COUTINHO et al., 2014).

É um sistema organizado e estruturado de busca, detecção, análise do ambiente e monitoramento de informações relacionadas a um determinado setor de atuação e cuja finalidade é promover o surgimento de estratégias que convertam informações em oportunidades, fortalecendo o setor, incentivando a inter-relação e participação entre o público e o privado (TESTA, 2002).

Um observatório tem potencial de instituição, segundo Theorga (2016), sob a ótica de quebra de paradigmas instrucionais, que são reprodutivos de informações, processo chamado de inteligência coletiva, quando uma inteligência é distribuída por todo lugar, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, resultando numa mobilização efetiva de competências.

Relativamente ao surgimento dos observatórios, Theorga (2016, p. 24) destaca que:

Os observatórios surgem com o importante papel de mobilizar atores e experts em torno da sistematização de dados, produção de informações e conhecimentos e do desenvolvimento de competências para a elaboração de análises críticas e pesquisas que apoiem a gestão pública, privada ou social, num ambiente aberto à consulta pública e que possibilite a articulação de redes e a discussão de estratégias de desenvolvimento regional, nacional ou local.

A criação de um observatório está elencada à tarefa de gerir a informação para transformá-la em conhecimento útil aos seus diferentes atores (DE LA VEGA, 2007), além de estar relacionada a seu caráter inovador e capacidade de produzir informações com valor agregado. Entende-se, portanto, que um observatório pode ser visto como uma ferramenta que é capaz de fazer gerenciamento da informação para o processo de IC.

Segundo Soares et al. (2018), é possível considerar observatório como um local, devidamente equipado com recursos humanos e tecnológicos, para realizar observações e acompanhar determinados fenômenos, divulgando informações e atendendo a uma finalidade. Os autores destacam que o conhecimento produzido pelo observatório é resultado de suas observações e dos procedimentos que desenvolve ao examinar atentamente.

Existem diversos tipos de observatórios e de sistemas organizados para fornecer informações consideradas de caráter estratégico para as empresas e ou instituições. Alguns sistemas são apenas de uso interno, porém outros propiciam que a sociedade como um todo possa ter acesso às informações de inteligência.

Com base nas pesquisas, foram elencados alguns tipos de observatórios e estes são evidenciados a seguir.

2.3.1 Tipos de Observatórios e Sistemas de Inteligência

Ter um observatório é uma forma de estar atento às oportunidades e, segundo Enjunto (2008), existem diferentes tipos de observatórios, promovidos pela administração, organizações sociais ou empresas, com cobertura nacional, regional ou local.

Para Schmidt e Silva (2018) há três categorias de observatórios. O primeiro pode ser um local para armazenamento, classificação de informações e documentos/arquivos. O segundo é abordado como sendo um local de análise de dados, considerado como ferramenta de apoio à tomada de decisões, a qual garante o reconhecimento, processamento e acesso à informação e o conhecimento de um determinado tema. O terceiro pode ser compreendido como um espaço de informação, troca e interação que se distingue pela adaptação às tecnologias de informação e comunicação, permitindo recolher, tratar e divulgar informação, conhecer um tema e promover a reflexão em rede.

Com base nas análises realizadas foram encontrados observatórios em 18 países (alguns relatam estarem presentes em mais de 100 países, como é o caso do *The Social Observatory*), com focos diversos, como ciência, tecnologia, inovação, astronomia, educação, segurança alimentar, agronegócio, saúde, economia, entre outros. O apêndice A apresenta uma lista destes observatórios onde consta o nome, a sigla, o ano de fundação, o país, quem é o responsável (instituição), os objetivos/finalidades, o foco principal, se o acesso às publicações é livre ou restrito e a página web.

2.3.2 Benefícios e funções dos observatórios

Um constante monitoramento de mercado, identificando informações que possam impactar nas decisões estratégicas, com base em investigação, caracterização, avaliação e discussão das variáveis encontradas é defendido por Marcial (2009), Fonseca de Andrade (2014) e Back (2016) para que um observatório responda às demandas das instituições. Além disso, um observatório pode relatar resultados para a sociedade e oferecer espaço aberto para contribuições de agentes externos com o propósito de compartilhar interesses mútuos.

Uma das atividades que permeia os observatórios é a compilação de informações que serão úteis à tomada de decisão (GUSMÃO, 2006; PHÉLAN, 2007; TRZECIAK, 2009; BATISTA et al., 2016; SOARES et al., 2018). São inúmeros os benefícios disponibilizados por um observatório, como por exemplo, serviços de alertas e boletins de tendências, ambos com notícias estratégicas, podendo influenciar diretamente o negócio ou a área de atuação do empresário. Também são elencados o fornecimento de elementos para a produção de diagnósticos, o fortalecimento da capacidade investigativa, a contribuição para a elaboração de indicadores, a facilidade de interação entre as instituições para um desenvolvimento sustentável, entre outros (SEBRAE, 2017; ORDÓÑEZ, 2002; ANTUNES; MANGUEIRA, 2005).

É importante destacar também a identificação de demandas de determinada cadeia produtiva e alternativas para solucioná-las, a ampliação de interação público-privado, a prospecção de oportunidades em pesquisa, desenvolvimento e inovação e estímulo à formalização de parcerias entre os atores desta cadeia. Segundo Soares et al. (2018), como etapa da estruturação de um observatório, a celebração de parcerias e a articulação de redes entre os atores envolvidos em seu ambiente são consideradas como elementos fundamentais para o desenvolvimento de suas atividades.

Além disso, observatórios contribuem nas questões relacionadas à ação na integração e informação para inovação e uma capacidade de responder pela necessidade de informações e orientar decisões, sem perder a perspectiva de integração com as dinâmicas de conhecimento e inovação (SCHMIDT; SILVA, 2018).

De La Vega (2007) vai além e destaca a coleta e análise de informações estatísticas que permitam conhecer a capacidade do país em períodos determinados, a prestação de serviços de informação com valor agregado e a produção de indicadores que auxiliem na tomada de decisão dos diferentes atores envolvidos. Fonseca de Andrade (2014) complementa citando a expansão e a consolidação dos atuais mercados, o monitoramento de novas tecnologias, produtos e processos, a identificação de oportunidades e ameaças, que visam dar um destaque favorável às instituições que fazem uso dessa sistemática em seus ambientes profissionais.

Um observatório não deve ter por missão definir políticas, mas sim disponibilizar as informações necessárias para auxiliar na proposição das mesmas (TRZECIAK, 2009). Em síntese, de acordo com a literatura, a principal vantagem de um observatório é a obtenção de uma visão ampla do todo, possibilitando soluções ou antecipações vantajosas. O fator 'tomada de decisão' é o elemento mais destacado pelos autores estudados.

Analisando os observatórios existentes e focando na implementação do observatório vitivinícola, acredita-se que este possibilitará que as empresas vinícolas, através das informações utilizadas, aumentem suas capacidades de enfrentar as mudanças, desenvolvendo competências para se adaptar, visto que quanto maior for a competição, mais as empresas precisam se dedicar ao aprendizado e ao conhecimento para compreender, conceber, produzir, comunicar e vender seus produtos.

2.3.3 Estruturação dos Observatórios

A estruturação de um observatório consiste na definição da estrutura física necessária e no embasamento técnico relacionado à inteligência competitiva. Inicialmente é importante que haja o entendimento dos elementos fundamentais ligados à criação de uma estruturação de IC bem sucedida, com o desenvolvimento dos profissionais que irão se dedicar às atividades de IC, com o aprendizado da identificação das necessidades e dos sinais apresentados no mercado.

Devem ficar bem estabelecidos os processos de planejamento, coleta, armazenamento, análise, disseminação e mensuração dos resultados gerados. Uma rede de

especialistas deve estar atenta a todos os sinais gerados pela área de IC e contribuir para a coleta e disseminação da informação.

Um próximo passo ou concomitantemente às buscas por informações em bases de dados confiáveis, é importante que seja definido um portfólio ideal de comunicação da metodologia de IC, suas etapas e técnicas do processo, além do estabelecimento de formas de divulgação, apresentação, canais, periodicidade e formatos dos resultados propostos. Além disso, é fundamental que tenha um gerenciamento dos recursos humanos, uma avaliação dos benefícios gerados com foco na identificação de melhorias, além do envolvimento de toda a corporação.

2.3.4 Funcionamento dos Observatórios

As instituições precisam monitorar constantemente o ambiente externo para desenvolver práticas de planejamento e visão de futuro, possibilitando direcionar o foco para ações de curto, médio e longo prazo (PARREIRAS; ANTUNES, 2012).

Conforme visto anteriormente, inúmeros são os tipos e as finalidades de um observatório. Relativamente às questões de ciência e tecnologia, Gusmão (2005) relata que inicialmente os observatórios funcionavam como um consórcio, de forma pública, envolvendo diversos ministérios. Posteriormente eles passaram a ter funcionamento governamental, diretamente ligado a questões políticas. As universidades perceberam a necessidade de liberdade programática e passaram a desenvolver novos observatórios em seus núcleos. Com o tempo eles passaram a ser desenvolvidos em conjunto, envolvendo instituições de ensino e governo, se tornando redes ou estruturas de cooperação multilateral.

O mesmo ocorre em outras áreas como as ciências da saúde, agrária, sociais, segurança, tudo o que envolve economia e política, entre outras. Para o funcionamento de um observatório, deve haver a concepção, montagem e atualização contínua de banco de dados, o que possibilita a produção e difusão periódica de séries de indicadores, levando os dirigentes a tomarem suas decisões com maior assertividade.

A coleta de informações deve seguir um padrão constante e para que um observatório seja sustentável este necessita ter garantida a cooperação entre os atores envolvidos, ou seja, toda a cadeia deve ter papel e colaborar para que o processo seja ininterrupto e o sucesso seja garantido. As informações geradas por um observatório podem ser utilizadas pelos responsáveis pela formulação de políticas públicas, com vistas à melhoria das condições econômicas e sociais onde está inserido.

De certa forma, a estruturação e o funcionamento de um observatório estão interligados. Não há um modelo único de observatório (YU et al., 2006) e muitos surgem baseados em modelos já existentes, porém eles se diferem em termos de suas missões, objetivos, serviços e produtos, estrutura organizacional e fontes de apoio financeiro.

Avaliando na conjuntura vitivinícola mundial (OIV, 2019) a importância da superfície vitivinícola da Espanha, França e Argentina está em primeiro, terceiro e sétimo lugar, respectivamente. Relativamente à produção de vinhos, em segundo lugar está a França, em terceiro está a Espanha e em quinto lugar a Argentina. A Espanha é o país que mais exporta, seguida da Itália e da França.

Com base nas análises feitas, principalmente dos observatórios do setor vitivinícola da Espanha e da Argentina e também da plataforma da França, percebe-se que estes países possuem a vitivinicultura como um dos principais produtos de sua economia. Em virtude desse fator, o setor vitivinícola é extremamente organizado e possui grandes investimentos por parte de seus governos, com foco principalmente nos países concorrentes, visando a geração de informações estratégicas para os vitivinicultores destes países e para os tomadores de decisões.

3 MÉTODO

Este capítulo apresenta uma visão geral sobre os procedimentos metodológicos adotados para a estruturação de um observatório para o setor vitivinícola, que contribua para o processo de inteligência competitiva do setor.

Para desenvolver este trabalho estabeleceu-se um processo para o funcionamento da plataforma, com o envolvimento do Conselho Deliberativo, da equipe técnica e de tecnologia da informação do Ibravin.

A Figura 3 apresenta o referido processo, que é iniciado na aprovação do projeto pelo conselho deliberativo e é finalizado com melhorias no sistema pelos responsáveis da área de tecnologia da informação e da equipe técnica. Este é um ciclo no qual cada etapa deverá ser revisada sempre que necessário, visando a melhoria contínua do processo.

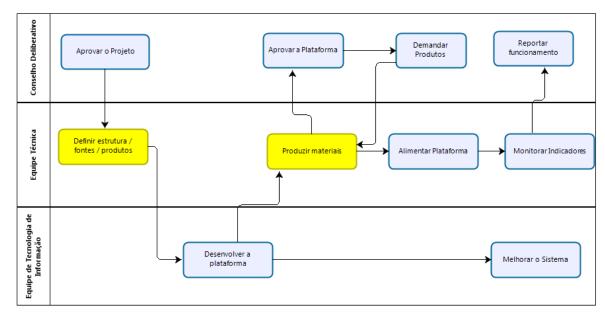


Figura 3 – Processo detalhado

Fonte: Elaborado pelo autor

Neste sentido, este capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia adotada para o desenvolvimento do referido trabalho, iniciando pela identificação dos modelos existentes e focando, mais especificamente, nas atividades que são estruturais, como a definição do modelo ideal, a definição da estrutura e equipes, a definição dos focos e fontes e a definição dos produtos gerados. Estas atividades estão apresentadas simplificadamente no fluxograma nas duas caixas destacadas.

Optou-se por destacar estas atividades, pois as outras são de responsabilidade do Conselho Deliberativo, basicamente decisões estratégicas e de cunho político, ou da equipe da

tecnologia da informação, que são as atividades mais específicas, e, portanto, não são o foco deste trabalho.

Para a definição do modelo ideal de observatório para o setor vitivinícola foi necessário fazer a análise de outros observatórios. Nesta etapa foi realizada uma pesquisa nas bases de dados e fontes eletrônicas de pesquisa, como o Portal de Periódicos da CAPES, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), o *Scientific Electronic Library Online* (Scielo), entre outros.

Com o uso da palavra chave 'Observatório' em outros idiomas (Inglês: *Observatory*, Francês: *Observatoire*, Espanhol: *observatorio*) além do português, buscou-se por publicações em artigos nacionais e internacionais, em anais de eventos, em livros, teses e dissertações.

Vale ressaltar que a procura pelo tema observatórios na literatura não foi plenamente satisfatória, visto que o número de artigos é ínfimo e a maior quantidade de informações sobre observatórios foi encontrada em teses e dissertações, além dos sites dos observatórios. Isso é corroborado por Soares et al. (2018) quando destaca que há um significativo conjunto de produções sobre o tema, contudo de caráter plural, diverso e, de certa forma, difuso. Salienta que se percebe relativa escassez de estudos com análise teórica.

A partir da busca e identificação dos diferentes tipos de observatórios existentes foram elencadas as variáveis necessárias para desenvolver o modelo conceitual de pesquisa.

3.1 DEFINIÇÃO DA ESTRUTURA E EQUIPES

Definido o modelo escolhido para o observatório, foi proposto um espaço físico, com recursos humanos, envolvendo a equipe da tecnologia da informação (TI) para que, enquanto se levantam as informações e organizam os conteúdos por parte da área técnica do Ibravin, a equipe de TI trabalhe na estruturação da plataforma.

A etapa de estruturação da plataforma do observatório envolve duas particularidades: as questões tecnológicas e as de conteúdo. Todos os aspectos, inclusive o *layout*, envolvem interação entre a área técnica, TI e direção. A operacionalização do observatório foi iniciada com o planejamento e construção de uma plataforma para armazenamento de informações, que, uma vez estruturada, foi apresentada à diretoria e gerência do Ibravin para ajustes e validação.

Quanto às questões de conteúdo, foi necessário definir fontes, entradas e saídas do observatório. Deve-se lidar com a rede de especialistas, que será composta pelos integrantes do Conselho Deliberativo do Ibravin, diretoria, gerência e outros *experts* do setor.

Com base nas informações atualmente produzidas pela equipe da área técnica do Ibravin, foi estruturada uma proposta contendo dados e informações organizadas para acesso facilitado, de acordo com o perfil do usuário.

3.2 DEFINIÇÃO DOS FOCOS E DAS FONTES

O processo de identificação de focos e de informações foi estruturado, envolvendo as questões que são úteis para embasar uma decisão e ação estratégica, as antecipativas, que alertam para as mudanças do ambiente e as que descrevem a situação atual do setor.

Todas as questões relacionadas aos focos foram estruturadas com base em um trabalho iniciado anteriormente com o propósito de sistematizar o departamento de inteligência competitiva e que serviram neste momento para a estruturação dos assuntos a serem acompanhados periodicamente pelo observatório.

Os focos estabelecidos visam monitorar constantemente o ambiente e havendo necessidades, novas questões ou fontes deverão ser incluídas no processo.

3.3 DEFINIÇÃO DOS PRODUTOS GERADOS

A definição dos produtos elaborados pelo observatório, bem como sua periodicidade foi feita em reuniões nas quais participaram membros da diretoria, da gerência, da área técnica e de TI. Foi utilizada a ferramenta *Design Thinking* que auxiliou no entendimento da organização dos menus e sua forma de disponibilização de conteúdos dos produtos oferecidos. A racionalidade que esta ferramenta proporciona foi fundamental para compreender as necessidades dos usuários do observatório neste primeiro momento.

Os produtos foram divididos em dois segmentos: os de acesso liberado e os de acesso restrito, conforme demonstrado na Figura 4, que apresenta a estrutura definida fazendo-se uso da ferramenta mencionada anteriormente e antes da estruturação da plataforma.

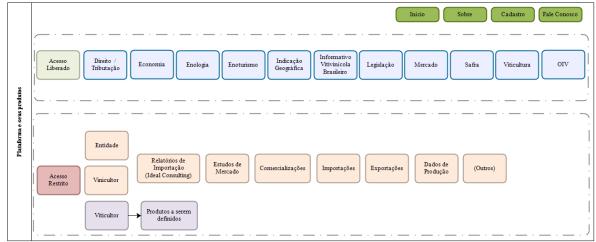


Figura 4 – Protótipo para acessos liberados e acessos restritos

Fonte: Elaborado pelo autor

A Figura 4 demonstra a segmentação estabelecida inicialmente para a distribuição dos produtos, por assunto e por disponibilidade de materiais pelo Observatório e que será detalhada no capítulo 4.

Os conceitos de observatórios foram amplamente analisados e focou-se principalmente nos modelos de observatórios vitivinícolas existentes, que contribuíram para a elaboração deste trabalho e consequente construção da estrutura da plataforma.

Os elementos utilizados na introdução e na contextualização trouxeram toda a base de fundamentação, mas o mais importante foi a análise minuciosa do Observatório Vitivinícola Argentino e do Observatório Espanhol do Mercado do Vinho.

De acordo com a metodologia seguida, na sequencia são apresentados os resultados deste trabalho.

4 RESULTADOS

Este capítulo tem por objetivo apresentar os resultados obtidos no decorrer do processo de estruturação do Observatório. Para tal criou-se um instrumento de informação monitorada e atualizada, com o qual se pretende, com a maturidade de seu uso e funcionamento, apresentar não apenas informações, mas suas análises e impactos mercadológicos. Isso deverá melhorar a competitividade de todos os intervenientes na cadeia vitivinícola e ajudar na tomada por melhores decisões uma vez que deve democratizar a informação da indústria do vinho e disponibilizar de forma simplificada e gratuita seus produtos.

Para se chegar ao resultado, foi necessário fazer uma análise minuciosa dos Observatórios existentes, definir o modelo ideal, definir a estrutura necessária, estruturar a plataforma, estruturar as informações e por fim, construir e fomentar a plataforma. A seguir estão apresentados os resultados.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa na internet, tanto em bases de dados quanto nos sites dos observatórios. Esta pesquisa objetivou encontrar exemplos nos quais se identificaram características organizacionais e funcionais distintas.

Para encontrar um modelo de observatório que servisse de exemplo ou inspiração para o setor vitivinícola, na primeira etapa desta dissertação, foram pesquisados e analisados sites de 66 observatórios distribuídos em mais de 18 países.

Nessa busca e análise, constatou-se que há observatórios de diferentes tipos de atuação, segmentados por distintos setores, abrangendo áreas desde as ciências exatas e humanas até as biológicas. Há observatórios relacionados com: astronomia, tecnologia, trabalho, comunicação, gastronomia, enoturismo, entre outros tantos. Muitos se referem às áreas econômicas e sociais, como educação, saúde, transporte, habitação, entre outras, e também discutem o emprego dos recursos arrecadados da população com o pagamento de tributos.

No decorrer das análises, percebeu-se que as informações disponibilizadas aos diferentes públicos são principalmente de dados coletados do passado e que servem para orientar os usuários para futuras ações. Em sua minoria, foram encontrados observatórios que disponibilizam informações que fazem projeções de situações futuras.

Em nível mundial, os "Social Observatory" estão vinculados ao The World Bank (Banco Mundial), e funcionam com uma equipe interdisciplinar de pesquisadores, composta normalmente por economistas, sociólogos, cientistas comportamentais e especialistas em

sistemas de informações gerenciais, inseridos nos projetos para participarem de diálogos contínuos entre pesquisa e operações, com o propósito de catalisar uma melhoria na qualidade da implementação. O Observatório Social ajuda a desenvolver a capacidade de adaptação, garantindo que tanto os implementadores quanto os beneficiários recebam *feedback* sobre como os projetos estão funcionando no curto e no longo prazo. Eles possuem quatro princípios que envolvem o monitoramento das informações, que devem ser precisas, de alta frequência, com painéis e relatórios fáceis de compreender, permitindo melhores tomadas de decisões. Os dados devem ser disponibilizados abertamente, para possibilitar a análise de todos. Sua mensuração deve ser econométrica e qualitativa rigorosa, para possibilitar a análise dos impactos. E, por fim, sua implementação deve ser parte de um processo interativo onde as intervenções gradualmente aprendem a se adaptar a diferentes contextos.

Enfatiza-se que o Banco Mundial apresenta dados gerais como dívida externa, alterações climáticas, pobreza, economia e crescimento, agricultura e desenvolvimento, meio ambiente, educação e outros, o que não deixa de ter a finalidade de um observatório.

Também em nível mundial foram encontrados mais de 500 observatórios atinentes à astronomia, de acordo com a lista de observatórios apresentada no site *The Free Encyclopedia*. A lista apresenta o nome, o ano em que foi estabelecido e a localização. Em alguns casos consta o ano em que as atividades foram encerradas e também é possível ser direcionado para os sites dos observatórios correlacionados. Em sua grande maioria estes observatórios não foram referidos no apêndice A, pela sua especificidade.

Os observatórios mais encontrados no Brasil foram os Observatórios Sociais (OBSs), sendo 134 distribuídos por 16 estados brasileiros. Ao fazer uma análise destes, percebe-se que foram criados com a participação do cidadão e com o objetivo de resolver problemas que deveriam, em geral, ser de responsabilidade das entidades públicas. Pode-se citar, por exemplo, falta de remédios para a população, obras não concluídas e talvez superfaturadas, a perda da qualidade dos serviços públicos, entre outros. Este tipo de observatório acaba resultando em economia financeira para toda a população. Os OBSs visam contribuir para a eficiência da gestão pública, pois atuam por meio do monitoramento das licitações municipais e de ações de educação fiscal; atuam em favor da transparência e da qualidade na aplicação dos recursos públicos, além de ser um espaço democrático e apartidário.

De acordo com as informações de observatórios encontrados, obtidas e reunidas no Apêndice A, o observatório mais antigo desta lista tem 230 anos, está situado na Irlanda do Norte e lida com astrofísica, a astronomia do Sistema Solar e o clima da Terra.

Em sua grande maioria, os observatórios possuem especialistas que são gestores ou desempenham funções tais como a elaboração de produtos, coleta e análise de informações, entre outras atividades ligadas às entregas.

Pela avaliação feita, percebe-se que alguns Observatórios apresentam resultados imediatos, outros necessitam um tempo maior para que seus produtos resultem em benefícios aos usuários, que podem ser de médio ou longo prazo, porém isto tem ligação direta com a maturidade do observatório e de seus usuários.

Como o foco deste trabalho é o setor vitivinícola, dois observatórios foram estudados detalhadamente, sendo eles o Observatório Espanhol do Mercado do Vinho e o Observatório Vitivinícola Argentino.

O Observatório Vitivinícola Argentino é uma ferramenta que possibilita aos seus usuários tomar melhores decisões, além disso, vai ao encontro de seu Planejamento Estratégico 2020, que visa posicionar os vinhos argentinos nos mercados internacionais, revigorar o mercado de vinho local e apoiar o desenvolvimento de pequenos viticultores. Ele é administrado e coordenado pela Corporação Vitivinícola Argentina e sua unidade executora responsável é a Bolsa de Valores de Mendonça. Talvez por isso tenha condições de apresentar informações precisas e atualizadas sobre preços de vinhos por categorias, por exemplo. O observatório também conta com a colaboração do Instituto Nacional de Viticultura e da Universidade Nacional de Cuyo.

Este observatório tem estreita relação com todas as instituições de ensino, de pesquisa e governamentais, ou seja, universidades com vínculos na vitivinicultura são fontes de informação do Observatório, assim como o Governo Federal da Argentina através do Ministério da Produção e Desenvolvimento Rural.

O Observatório Argentino surgiu da necessidade de acompanhamento das mudanças estruturais que envolvem os novos hábitos de consumo, o aumento do comércio mundial, o surgimento de novos países produtores e altamente competitivos e do cenário crescente de distribuição de produtos em supermercados e hipermercados. Todos estes fatores resultaram na busca e fornecimento de informações confiáveis, relevantes e oportunas para a tomada de decisões. Ele traz em sua página um dimensionamento econômico, ambiental e social, com análises de especialistas das diversas instituições que fazem parte do projeto.

Este observatório permite acesso gratuito sobre informações de produção, comercialização, safras entre outras, mediante um cadastro que disponibiliza um *login* e uma senha, porém muitas das informações também são disponibilizadas para os usuários sem

registro. Ainda disponibiliza informações de todas as regiões produtoras, com dados da produção, processamento e comercialização.

Também fornece relatórios denominados especiais, que apresentam análises de produtos concorrentes aos derivados da uva e do vinho, em períodos superiores há 10 anos e dentre eles estão a cerveja e o refrigerante. Tais relatórios são elaborados pela equipe do observatório. Os relatórios interativos são disponibilizados em uma estrutura de BI, onde o usuário pode fazer o cruzamento que necessitar, com as informações disponíveis e atuais. As características deste observatório permitem afirmar que há maior similaridade com as demandas do observatório que se pretende implantar.

Já o Observatório Espanhol do Mercado do Vinho (OeMv) foi fundado em 2008 e tem por objetivo promover, impulsionar e apoiar o conhecimento do mercado nacional e internacional de vinhos e produtos vitivinícolas, em todas as áreas e canais, incluindo especificidades relacionadas à distribuição e consumidores. Ele disponibiliza a maior parte de seus estudos mediante pagamento por depósito bancário. Ele não apresenta estudos apenas de seu país, mas também de seus concorrentes, inclusive o Brasil. Os estudos são realizados pela equipe do OeMv, que analisa dados, tendências e aplica metodologia científica para a interpretação.

No menu 'Relatórios' ele divide seus produtos por categorias a nível mundial, por países, por bloco econômico, por continentes e por produtos exclusivos das regiões produtoras da Espanha. Além disso, possui relatórios específicos sobre produção, vendas, consumo, importações e exportações da Espanha. Muitos deles estão disponíveis para acessos gratuitamente, porém outros apresentam o valor em euros para que os interessados possam adquiri-los.

Em sua grande maioria, os materiais são estudos de mercado para prospecção em países alvo, ou seja, são estudos de comportamento de mercado em países para onde as vinícolas espanholas poderão exportar seus produtos. Os estudos apresentam a evolução dos mercados, as tendências, estudos científicos elaborados por mestrandos, doutorandos e especialistas da área.

Conforme consta em seu site, os projetos são pesquisas relevantes, encomendadas às empresas internacionais de maior prestígio, de acordo com as necessidades do setor, e disseminadas em várias partes da Espanha. O OeMv mantém informações periódicas sobre as exportações espanholas, dados sobre consumo interno, produção, área de superfície e outros detalhes estatísticos de interesse para as empresas do setor.

O sistema de comercialização de relatórios deste observatório incentiva que futuramente sejam contratados estudos específicos e, inclusive estes estudos podem passar a serem comercializados na página do Observatório Brasileiro Vitivinícola.

Além dos Observatórios Argentino e Espanhol, foi feita uma busca em plataformas de outros países com econômica e história importância vitivinícola, como é o caso da França (Vitisphere).

Com os resultados da pesquisa, propôs-se estruturar uma plataforma que fizesse uma junção dos observatórios Argentino e Espanhol, ou seja, apresentasse dados atuais, estudos, pesquisas mercadológicas e trabalhos científicos de todas as áreas do setor, mas que também pudesse, em determinado momento, apresentar tendências e projeções para a cadeia produtiva, fazendo uma conexão com o que ocorre na plataforma francesa.

4.1 DEFINIÇÃO DA ESTRUTURA, INÍCIO E CONSTRUÇÃO DA PLATAFORMA

Fundamentado em entregas que já eram feitas pela área técnica e com relação aos focos definidos, que serão discutidos posteriormente, foi elaborada a primeira versão do modelo do observatório, apresentada na Figura 5.



Figura 5 – Proposta inicial de estruturação da plataforma

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerando a proposta conforme a Figura 5 e a estrutura de acessos apresentada na Figura 4, foram estruturados os menus dentro da plataforma que se referem aos grupos de assuntos. Os assuntos podem ser percebidos sob duas origens: os produtos de entrega imediata, ou seja, materiais que já eram trabalhados anteriormente pela equipe técnica, porém sem nenhuma sistematização e os produtos adquiridos pelo Ibravin para algum projeto em específico. Um dos exemplos é o Informativo Vitivinícola Brasileiro, que passou a ser produzido sob demanda de um projeto do Ibravin em parceria com o Sebrae Nacional e migrou do site do Ibravin para a plataforma do observatório.

Com as propostas estabelecidas, a equipe técnica e de TI do Ibravin iniciaram a estruturação do Observatório, cada área com suas competências, evoluindo gradativamente. Um esquema com as fases que envolvem a programação foi elaborado para uma melhor compreensão de todas as etapas a serem seguidas, conforme Figura 6.

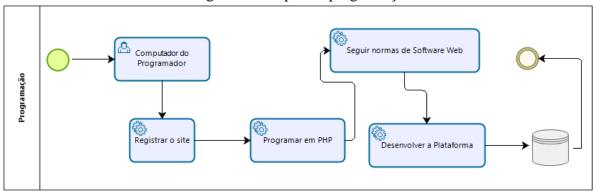


Figura 6 – Etapas da programação

Fonte: Elaborado pelo autor

O programador inicialmente fez a busca no site https://registro.br/ para avaliar quais as possibilidades existentes para a criação do endereço a ser utilizado pelo Observatório, visto que o primeiro passo era a construção de uma página na internet. Nessa busca foi constatado que *links* pesquisados já haviam sido registrados por outros (pessoas jurídicas ou físicas) e por esta razão foi feita a alteração do nome do Observatório previamente definido por Observatório Vitivinícola Brasileiro para OBSERVATÓRIO BRASILEIRO VITIVINÍCOLA. Essa mudança permitiu o registro dos endereços www.obvv.org.br e www.obvv.com.br, ficando assim criada também a sigla do Observatório (OBVV).

A plataforma poderia ter sido vinculada ao site do Ibravin (www.ibravin.org.br), mas optou-se por fazer um *link* no site da entidade, apenas direcionando para o domínio www.obvv.org.br, devidamente registrado.

Para iniciar a construção da plataforma, foi necessário estabelecer os diferentes níveis de permissão de acesso conforme apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 – Níveis de permissão

Ator	Permissão	
Visitantes /	Curto prazo: Apenas terá acesso a algumas funcionalidades da plataforma, não tendo	
público em	permissão para efetuar nenhuma funcionalidade que envolva o registro da base de dados.	
geral	Ele terá acesso a dados globais (cuja fonte é OIV), notícias e artigos diverso	
	disponíveis para todos que acessam sem efetuar login e senha, diferentemente dos	
	viticultores, vinicultores e lideranças do setor/entidades. Serão vinculados sites de	
	possíveis parceiros para a disseminação das informações.	
	Médio e longo prazo: Poderão ser contratados estudos específicos e estes poderão ser	
	comercializados na página do Observatório, resultando em um recurso adicional para a	
	manutenção da plataforma.	
Viticultores	Curto prazo: Este ator terá acesso aos dados de produção de uvas, área plantada,	
	produtos elaborados de acordo com cada variedade, comercialização de produtos (por	
	variedades) e quantidades de uvas processadas pelas indústrias, com seus respectivos	
	graus médios.	
	Médio e longo prazo: Quando o projeto de monitoramento climático for	
	implementado, este ator receberá 'alertas' em seu telefone celular cadastrado no banco	
	de dados do Observatório. Além disso, há a possibilidade de implantar um sistema de	
	aplicativo para ser disponibilizado aos viticultores, no qual estes poderão inserir	
	informações de aplicações de agrotóxicos, como quantidades, datas, entre outros. Os	
	relatórios dessas aplicações poderão auxiliar as lideranças na melhor orientação aos	
	viticultores.	
	Outro ponto a ser abordado para levar informações ao viticultor será uma análise da	
	evolução da viticultura orgânica/biodinâmica no Brasil e no Mundo. Tendo em vista que	
	o sistema de cultivo biodinâmico é uma modalidade de sistema de produção orgânica em	
	que se aplicam produtos seguindo um protocolo definido, permitindo estimular algumas	
	características tidas como benéficas para solo e para a planta, sem agredi-los com	
	tratamentos químicos ou mecânicos, por exemplo.	

Vinicultores	Curto prazo: Este ator terá acesso aos dados de produção, separadamente por tipo de			
	produto e por cor (branco, rosado ou tinto). As mesmas informações para a			
	comercialização. Dados de importação e exportação, por tipo de produto (vinhos,			
	espumantes e sucos). Comercialização por sazonalidade, para que estes atores po			
	conferir quais são os produtos que mais são comercializados por períodos determinados			
	(preferencialmente por trimestre). Além destas informações os vinicultores também acessarão dados de vendas por embalagens.			
	A legislação vitivinícola também será reorganizada dentro do observató			
	possibilitando buscas por assuntos específicos.			
	Médio e longo prazo: Quando o Cadastro Vinícola Nacional estiver funcionando, será			
	proposta uma parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento			
	(MAPA) para que informações de outros estados possam ser inseridas no OBVV, assim como é feito com o Estado do RS, possibilitando ter uma visão mais detalhadas do			
	panorama da vitivinicultura brasileira.			
	Assim como para os viticultores, outro ponto a ser abordado para levar informações ao			
	vinicultor será uma análise da evolução da vinicultura orgânica/biodinâmica no Brasil e			
	no Mundo, visto que os alimentos e as bebidas orgânicos são um segmento de mercado			
	em rápido crescimento na indústria global de alimentação.			
Lideranças do	Curto prazo: além de acessar as informações disponibilizadas aos visitantes,			
setor	viticultores e vinicultores, será possível elaborar informações sob demanda, que sejam			
(Entidades)	estratégicas para as entidades.			
Administrador	Este ator terá acesso a todos os níveis para que possa fazer as atualizações necessárias,			
	seja de informações/ajustes ou substituição de arquivos elaborados pela equipe técnica.			
onte: Elaborado n	ala autan			

Fonte: Elaborado pelo autor

Com base nas informações apresentadas no Quadro 2, o programador iniciou a construção da plataforma em linguagem de programação, usada para o desenvolvimento de aplicações capazes de gerar conteúdo dinâmico na internet. A linguagem de programação estabelecida foi a *Hypertext Preprocessor (PHP)*. Estabeleceu-se como sistema operacional o Windows e o SQL para o banco de dados padrão. Há um servidor web e um servidor de correio eletrônico, além de um sistema de *backup*. A plataforma está vinculada ao site do Ibravin e toda a base de dados fica em seu servidor.

Para a construção foram seguidas normas de qualidade de software web, conforme estabelece a ISO 9126, composta por seis características, sendo elas: funcionalidade, confiabilidade, usabilidade, eficiência, manutenibilidade e portabilidade (NBR ISO/IEC 9126-1). Além disso, o fluxo de informação é bidirecional entre o servidor e o cliente/usuário, ou seja, ao tempo todo em que o Observatório oferece informações, alguns dos usuários necessitam contribuir com o Observatório, fornecendo também informações que podem servir

ao Ibravin para as tomadas de decisões, com o propósito de buscar melhores políticas públicas para a vitivinicultura.

A plataforma foi construída com design responsivo, que torna as páginas da web renderizadas em uma variedade de dispositivos e tamanhos de janelas ou telas, ou seja, a tecnologia utilizada permite que seja feito acesso por dispositivos móveis dos mais distintos tamanhos e modelos.

Consoante ao que foi apresentado na Figura 4, foram estabelecidas duas formas de acessos: os restritos e os liberados. Os acessos restritos são inicialmente para viticultores, vinicultores e entidades do setor vitivinícola, todos devidamente cadastrados. Os acessos liberados permitem que qualquer pessoa ao navegar na plataforma, acesse as informações disponibilizadas livremente, sem que seja solicitado registro para a leitura do conteúdo.

Se o visitante é viticultor, ele deve preencher as informações constantes na Figura 7 e ao concluir ele receberá um *login* e *senha* que é enviado automaticamente por e-mail ao endereço cadastrado pelo viticultor.

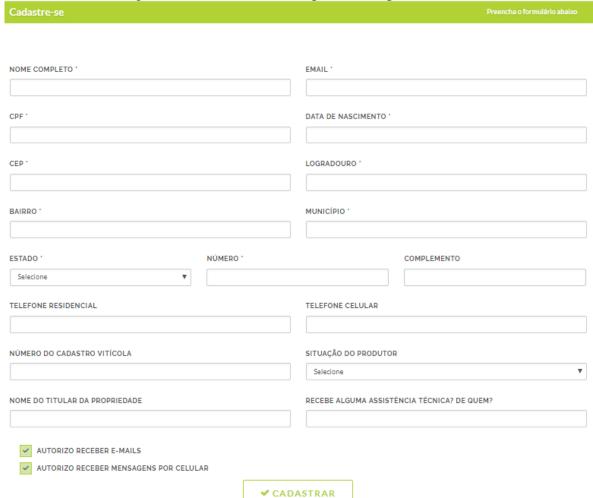


Figura 7 – Questionário a ser preenchido pelo viticultor

Fonte: OBVV

Se o usuário é vinicultor, ele deve preencher as informações constantes na Figura 8. Neste momento também é gerado um *login* e *senha*, e após aprovação pelo servidor, é enviado um e-mail automaticamente ao endereço cadastrado.

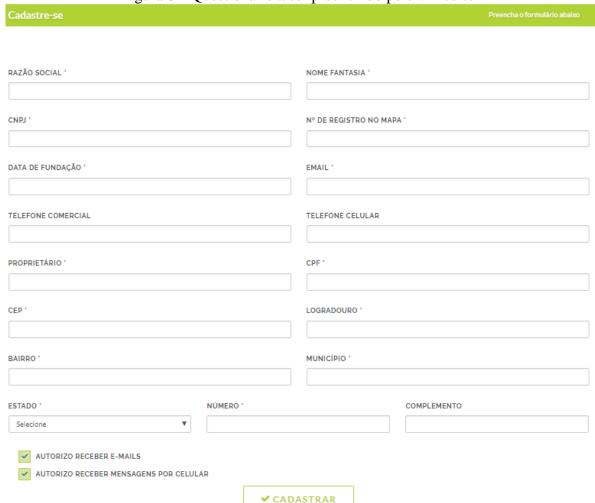


Figura 8 – Questionário a ser preenchido pelo vinicultor

Fonte: OBVV

Podem ser cadastrados mais de um CPF para cada CNPJ, pois é possível que pessoas de distintas áreas dentro da mesma empresa vinícola estejam interessadas em acessar as informações do Observatório. Além das informações cadastrais, os vinicultores devem fornecer as informações constantes nas Figuras 9 e 10.

Deverá ser estabelecida uma periodicidade para que estas informações sejam preenchidas e até mesmo a forma de obtenção das informações deverá ser discutida em momento oportuno.

Figura 9 – Questionário aos vinicultores relativamente aos preços dos produtos

Vinhos Brancos Tranquilos	
BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS AMERICANAS E HÍBRIDAS "	BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS VINÍFERAS *
PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS '	SUPER PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS '
Vinhos Rosés Tranquilos	
BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS AMERICANAS E HÍBRIDAS "	BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS VINÍFERAS '
PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS '	SUPER PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS "
Vinhos Tintos Tranquilos	
BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS AMERICANAS E HÍBRIDAS "	BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) DE UVAS VINÍFERAS '
PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS '	SUPER PREMIUM DE UVAS VINÍFERAS '
Espumantes	
BÁSICOS DE ENTRADA (POPULARES) *	PREMIUM *
SUPER PREMIUM *	
Sucos *	
Outros	
QUAL? *	PREÇO '

Fonte: OBVV

Os dados obtidos com o preenchimento deste questionário permitem aos gestores do Observatório terem informações de preços das diferentes categorias de vinhos comercializados pelas empresas vinícolas. A lista de produtos pode ser ampliada ou modificada de acordo com a necessidade. Além disso, esta classificação pode auxiliar os tomadores de decisões na análise do posicionamento de preços dos vinhos (BELLAGUARDA, 2012).

Figura 10 – Questionário ao vinicultor que ajudará a estimar o tamanho do setor

NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS .	FATURAMENTO ANUAL *

Fonte: OBVV

Com estas informações o Ibravin pode dimensionar o setor vitivinícola, conhecendo quanto a indústria vinícola emprega e quanto ela fatura anualmente, visto que atualmente esta informação é estimada, porém não se dispõe uma metodologia específica. Cabe destacar que a declaração dessas informações por parte das empresas pode servir para melhorar as ações desenvolvidas atualmente pelo Ibravin.

As informações fornecidas pelas vinícolas, pelos viticultores e outros usuários devem ser atualizadas periodicamente e ficarão no banco de dados para uso estritamente do Ibravin, entidade gestora do Observatório, de forma generalizada. Nunca serão utilizados nem disponibilizados dados individuais, como política de funcionamento do Ibravin, bem como do Marco Civil da Internet sob a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, que dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.

Relativamente às informações prestadas pelos vinicultores, os gestores do observatório deverão encontrar uma forma de verificar a veracidade das declarações ou futuramente, o que seria o ideal, fazer acordos com entidades do governo estadual e federal para ter acesso direto à informação, sem precisar solicitar aos empresários.

Se o usuário for de alguma entidade, ele deve preencher as informações constantes na Figura 11. Ele receberá um *login* e *senha* após aprovação pelo servidor, assim como para os vitivinicultores.

INÍCIO LEGISLAÇÃO CONTATO RAZÃO SOCIAL NOME FANTASIA DATA DE FUNDAÇÃO CNPI TELEFONE COMERCIAL EΜΔΙΙ RESPONSÁVEL CPF ' CEP LOGRADOURO BAIRRO ' MUNICÍPIO ' ESTADO ' NÚMERO ' COMPLEMENTO Selecione ✓ AUTORIZO RECEBER E-MAILS ✓ AUTORIZO RECEBER MENSAGENS POR CELULAR **✓** CADASTRAR

Figura 11 – Questionário a ser preenchido pela entidade

Fonte: OBVV

Todos os acessos são monitorados, possibilitando gerar relatórios de acessos diários, mensais ou por períodos maiores. Paralelamente ao início da construção da plataforma, foi criada a Identidade Visual do Observatório. O resultado é apresentado pelas Figuras 12 e 13.





Fonte: Criado pela agência contratada pelo Ibravin

Figura 13 – Sigla do Observatório



Fonte: Criado pela agência contratada pelo Ibravin

Esta identidade visual está sendo utilizada em toda a plataforma e também nos materiais resultantes da plataforma. O leiaute da plataforma ficou conforme é apresentado na Figura 14.

Figura 14 – Leiaute da plataforma do Observatório



Fonte: OBVV

Todo o conteúdo do Observatório, no momento oportuno será apresentado ao conselho deliberativo do Ibravin e este deverá passar por ajustes, conforme manifestações dos conselheiros e demais especialistas. As informações já constantes na plataforma são resultantes de reuniões realizadas entre diretoria e área técnica e de TI.

No decorrer da estruturação da plataforma, durante a busca e *upload* de informações, o processo passou por várias alterações, tais como os tipos de produtos e serviços que o observatório poderia oferecer, a infraestrutura, a forma de funcionamento, a periodicidade da entrega dos produtos e como seria a gestão do observatório.

4.2 ESTRUTURAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO OBSERVATÓRIO

Com os insumos da revisão teórica, o modelo passou por diversas melhorais desde o início do trabalho, buscando-se contemplar todas as possibilidades de entregas, fez-se uso pela área técnica e de TI da ferramenta denominada *Design Thinking* (Figura 4), possibilitando encontrar um consenso para a estruturação e organização das informações. O referido esquema facilitou a compreensão da proposta de estrutura por parte do programador.

Estabeleceu-se a visão, a missão e os objetivos e também foi elaborado um texto introdutório, todos disponíveis na página principal. Foram criados os menus, com base nas

discussões anteriores, e para abastecer cada um, foram organizados os focos, com suas respectivas fontes.

A definição dos focos e das fontes permitiu organizar alguns dos produtos. As linhas de observações foram distribuídas de acordo com os focos estabelecidos e as questões analisadas, bem como as fontes onde as mudanças devem ser acompanhadas. Legislação e mercado foram os focos definidos neste primeiro momento e suas linhas de observação foram "legislação internacional, nacional, estadual, local e suas repercussões para o setor" e "comportamento de mercado e suas repercussões para o setor", respectivamente. Futuramente serão incluídos gestão, tecnologia, logística e outros, de acordo com a necessidade do setor e recursos humanos para acompanhamento e análise das distintas situações.

Para o foco legislação (Apêndice B) foram estabelecidas as esferas a serem acompanhadas, juntamente com as questões e atributos informacionais a serem observados, com uma periodicidade de análise nas fontes onde deverão ser consultadas por uma equipe com conhecimento jurídico. A equipe de assessoria jurídica do Ibravin fez a validação das informações constantes no apêndice B. A periodicidade de análise poderá sofrer alterações no decorrer do processo de acompanhamento, podendo ser mais ou menos espaçado.

Mudanças na legislação nacional, estadual e local deverão ser acompanhadas por especialistas da área, que além de informar as mudanças, deverão fazer uma avaliação das consequências geradas ao setor.

Com base no arranjo deste foco foi possível organizar de forma sistematizada a disposição das normativas no OBVV. A figura 15 demonstra como ficou estruturada a seção legislação, que ficou disponível no cabeçalho, na página principal, facilitando o acesso.

ινίςιο LEGISLAÇÃO CADASTRO ATOS ADMINISTRATIVOS COMPLEMENTARES DECRETOS ACORDOS INTERNACIONAIS Aditivos Pesquisar... Boas Práticas de Fabricação Coadiuvantes de Tecnologia RESOLUÇÃO RDC N° 149, DE 29 DE MARÇO DE 2017 Autoriza o uso de aditivos alimentares e coadiuvantes de tecnología em diversas categorias de alimentos e dá outras Importação e Exportação disposições. Métodos de Análise RESOLUÇÃO RDC N° 123, DE 4 DE NOVEMBRO DE 2016 Padrões de Identidade e Qualidade (PIQ) Dispõe sobre os aditivos alimentares e coadiuvantes de tecnologia autorizados para uso em vinhos. Práticas Enológicas RESOLUÇÃO RDC Nº 8, DE 06 DE MARÇO DE 2013 (ANVISA) Aprova o uso de aditivos alimentares para produtos de frutas e de vegetais Procedimentos Administrativos RESOLUÇÃO RDC Nº 5. DE 4 DE FEVEREIRO DE 2013 (ANVISA) Registro Aprova o uso de aditivos alimentares com suas respectivas funções e limites máximos para bebidas alcoólicas (exceto Rotulagem e Embalagem Zonas de Produção RESOLUÇÃO RDC Nº 46. DE 3 DE NOVEMBRO DE 2010 (ANVISA) Dispõe sobre limites máximos para aditivos excluídos da lista de "aditivos alimentares autorizados para uso segundo RESOLUÇÃO RDC Nº 45, DE 3 DE NOVEMBRO DE 2010 (ANVISA) Dispõe sobre aditivos alimentares autorizados para uso segundo as Boas Práticas de Fabricação (BPF).

Figura 15 – Disposição da legislação no OBVV

Fonte: OBVV

Nesta seção foram inseridas e organizadas mais de 140 normativas nacionais e internacionais, distribuídas em leis, decretos, atos administrativos complementares e acordos internacionais. A maior parte das normativas foi vinculada às páginas oficiais governamentais. Isso possibilita que suas atualizações sejam automáticas, sempre que ocorrer alguma mudança, mesmo assim é necessário ter um acompanhamento e ajustar sempre que necessário. Outras normativas deverão ser inseridas no decorrer do processo.

O mesmo levantamento e organização foram feitos para o foco Mercado. Foram definidas as questões, os atributos informacionais e as fontes. Este foco foi validado pela gerência do departamento de promoção e está disponível no Apêndice C. Os próximos focos a serem abordados serão logística, gestão e tecnologia.

Relativamente aos conteúdos do observatório, inicialmente foram elencadas as informações disponíveis e as que poderão ser obtidas ou disponibilizadas futuramente. Estas informações foram tratadas como entradas e saídas. As saídas são os produtos gerados e/ou disponibilizados, após aquisição pelo OBVV. O quadro 3 demonstra quais conteúdos o Instituto possui atualmente e os futuros dados que resultarão em informações para os usuários.

Quadro 3 – Entradas e Saídas do Observatório

Entradas	Saídas
Dados de Comercialização	Relatórios Estatísticos
Dados de Exportação	Informativos
Dados de Importação	Legislação atualizada
Dados de Produção	Notícias atualizadas
Dados Econômicos do Setor	Estudos / trabalhos científicos
Estudos Setoriais	Notas Técnicas
	Produtos sob Demanda

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme mencionado anteriormente, um dos produtos do OBVV é o Informativo Vitivinícola Brasileiro, que iniciou com sua publicação mensal no site do Ibravin, mas passou a utilizar o observatório como canal de divulgação. O envio via Newsletter para os endereços de e-mails já cadastrados será mantido. O referido Informativo faz parte do Programa de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva de Vinhos, Espumantes e Sucos de Uva, projeto executado pelo Ibravin, em parceria com o SEBRAE Nacional. Este informativo é um produto do Ibravin, publicado mensalmente, elaborado por uma equipe de especialistas contratada especialmente para esta finalidade. Ele tem como propósito apresentar aos leitores questões correntes, sempre destacando possíveis oportunidades para as vinícolas brasileiras.

No menu denominado OIV foram disponibilizados alguns de seus relatórios a nível mundial, cuja fonte é a própria Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV). Estes relatórios apresentam a situação da vitivinicultura mundial, com dados dos principais países produtores e consumidores de derivados da uva e do vinho.

O menu Estatísticas apresenta informações relativas às uvas utilizadas para processamento de vinhos e derivados, por enquanto apenas no estado do Rio Grande do Sul, enquanto o Cadastro Vitivinícola Nacional não estiver implementado em todos os estados brasileiros produtores. Neste espaço deverão ser disponibilizadas informações estatísticas gerais, que serão acessadas por todos.

No menu denominado Viticultura será possível incluir informações sobre novas cultivares, formas de plantio, comparativos de produtividade, artigos sobre eficiência de determinadas variedades para a elaboração de determinados produtos, entre outras questões em torno da viticultura. Os menus denominados Direito/Tributação, Economia, Enologia, Enoturismo, Indicação Geográfica, Mercado (e outros que possam surgir) destinam-se a inclusão de informações específicas de cada área.

Para todos os menus foram feitas buscas em sites de universidades, de instituições de pesquisa e ensino, em revistas especializadas, e para todos buscou-se vincular o conteúdo aos

sites onde estão armazenados e em alguns casos buscou-se pela autorização para publicação, por parte de cada autor.

Foi elaborado um modelo de solicitação de permissão para divulgação dos trabalhos no OBVV, a fim de disseminar as informações. O modelo de solicitação está disponível no Apêndice D. Todos os artigos serão liberados após o recebimento da referida autorização por parte dos consultados, os demais terão *link* para as páginas onde estão publicados, conforme modelo apresentado na Figura 16.



Fonte: OBVV

Ao clicar em determinado menu (produto), abre uma nova página (Figura 16) e mostra os materiais disponíveis, com imagens que em sua maioria são do banco de imagens do Ibravin, relacionadas ao conteúdo. Ao clicar no tópico escolhido para leitura, o usuário pode ir diretamente à página onde o material foi publicado originalmente.

Para esta divulgação deve-se também sistematizar uma maneira de obter a colaboração de equipes acadêmicas, no âmbito de redes, a fim de que as informações sejam disponibilizadas de forma ágil na plataforma, possibilitando que tais estudos passem a integrar o conjunto de publicações regulares no OBVV. Os menus apresentados até o momento são os que estão com acesso liberado na plataforma, conforme pode ser observado pela Figura 17.

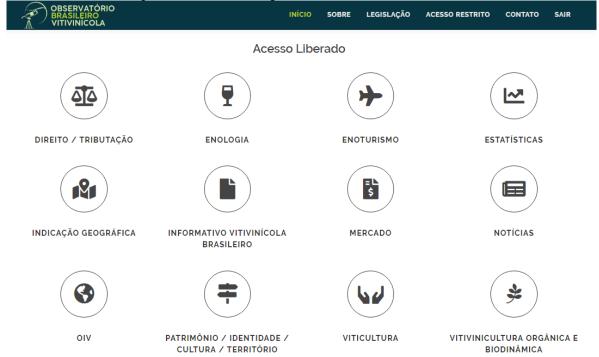


Figura 17 – Menus disponíveis na área de acesso livre

Fonte: OBVV

Para acesso a outras informações, que estão disponíveis apenas para acesso restrito, os viticultores, vinicultores e dirigentes das entidades necessitam preencher os questionários apresentados nas Figuras 7, 8 e 11, que são específicos para cada perfil. Após efetuarem o cadastro e entraram com seu *login* e senha, conseguem acessar as informações disponibilizadas nos menus denominados 'Relatório de Importação (Ideal Consulting)', 'Estudos de Mercado', 'Produção', Comercialização', 'Importação' e 'Exportação'.

Por exemplo, o menu relatório de Importação (Ideal Consulting) apresenta relatórios mensais com dados de importações. Normalmente são feitas comparações das importações de vinhos, espumantes e *champagnes* ou cavas, dependendo a situação e ainda disponibiliza uma análise dos dados. Apresenta também estudos de países específicos, sob demanda do setor vitivinícola. O resultado deste menu é apresentado na Figura 18.

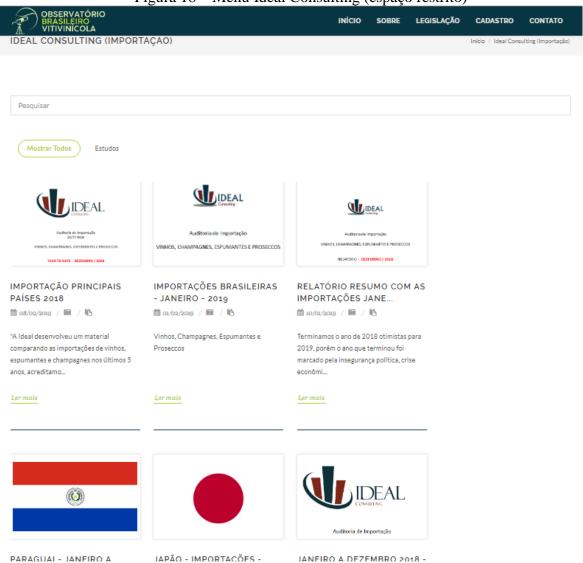


Figura 18 – Menu Ideal Consulting (espaço restrito)

Fonte: OBVV

O menu Estudos de Mercado apresenta estudos adquiridos em outros observatórios ou elaborados por consultorias ou empresas especializadas em pesquisas de mercado. Até o momento foram disponibilizados estudos sobre o varejo online e a comunicação de vinhos no mercado brasileiro, elaborados pela *Wine Intelligence*. Também foram disponibilizados estudos de análises retrospectivas do ano 2018 sobre bebidas e as tendências para o ano 2019, elaborados pela Nielsen, conforme pode ser observado na Figura 19.

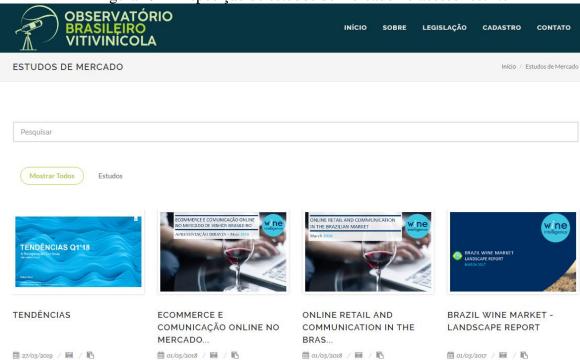


Figura 19 – Disposição de estudos de mercado no acesso restrito

Fonte: OBVV

O menu denominado Produção apresenta dados de produção de uvas, de vinhos e derivados, em linhas históricas, a partir de 1969 e o mesmo é apresentado no menu Comercialização. Além disso, ele evidencia a comercialização dos produtos comercializados pelas empresas do RS em cada estado brasileiro. Estas informações são oriundas do Cadastro Vinícola.

Os menus Importação e Exportação apresentam relatórios de informações obtidas junto ao sistema denominado Comex Stat, vinculado ao Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Os menus do espaço restrito podem ser observados na Figura 20.



Figura 20 – Menus da área restrita

Fonte: OBVV

Outros relatórios poderão ser disponibilizados, como análises do desempenho dos produtos vitivinícolas agrupados, indicação de tendências de comercialização identificadas a partir das análises estatísticas de indicadores econômicos e sociais relacionados aos produtos vitivinícolas, análises de indicadores dos mercados regionais ou nacionais relacionados à comercialização localizada dos produtos vitivinícolas, entre outros.

Também se pretende estruturar um espaço que sirva para o envio de Documento de Espanto pelos especialistas do OBVV. De acordo com Hansen (2004) os documentos de espanto são formulários que ajudam os *experts* a participar do processo de vigília. Neste documento podem-se descrever todas as informações surpreendentes encontradas durante a participação em viagens, visitas técnicas, feiras, fornecedor/cliente e outros. Este ambiente e sua forma de funcionamento estão sendo pensados pelos desenvolvedores da plataforma.

Em médio prazo planeja-se apresentar projeções com base nos dados de comercializações, levando em consideração a economia e o consumo da população, além de outros indicadores.

4.3 DIVULGAÇÃO DA PLATAFORMA

Na conclusão da proposta inicial da plataforma, ou seja, quando cada menu estiver devidamente provido com as informações, o OBVV deverá ser apresentado ao Conselho Deliberativo para análise e discussão do formato e do conteúdo, possibilitando efetuar melhorias antes do lançamento. Também deverá ser estabelecida a metodologia, junto ao

Conselho Deliberativo, para a realização de diagnóstico das necessidades informacionais, ou seja, deverão ser realizadas, com a concordância do Conselho, reuniões com cada instituição parceira do projeto, para que a equipe do OBVV tenha conhecimento das necessidades informacionais de cada entidade e busque elaborar os produtos necessários.

Por intermédio da organização de um evento para divulgação da plataforma e posteriormente seminários, *workshops* e encontros abertos, reunindo dirigentes e gestores do setor, vitivinicultores, empresários, pesquisadores e especialistas, pretende-se incitar o debate amplamente sobre assuntos abordados no OBVV e outros específicos, com perspectiva ao mesmo tempo interdisciplinar, comparativa e prospectiva.

Estes eventos serão de sensibilização e adesão ao Observatório por parte das empresas, entidades e produtores. Nestes momentos poderão surgir demandas específicas e empresas parceiras no desenvolvimento de ações para sanar problemas específicos. Deverão ser estabelecidas formas para diagnosticar as necessidades informacionais específicas dos parceiros.

4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A atuação do Observatório Brasileiro Vitivinícola (OBVV) possibilitará, entre outras questões, auxiliar no aperfeiçoamento de metodologias e de um conjunto de indicadores essenciais para o processo de tomada de decisões estratégicas relacionadas ao setor vitivinícola e consequentemente ao Ibravin e as entidades que dele fazem parte. Tais decisões referem-se à reorientação de programas e de ações governamentais, alocação de recursos, revisão de planos estratégicos e planejamentos anuais de investimento para o setor, novas alternativas de empreendimentos na viticultura, na vinicultura, no enoturismo, entre outros.

Faz-se necessário desenvolver uma forma de obter os indicadores de desempenho e de resultado, possibilitando avaliar o impacto socioeconômico, ambiental e cultural de sua funcionalidade. Não se descarta a possibilidade de realização de estudos prospectivos, inclusive parcerias com as Instituições de Ensino e Pesquisa, que poderão auxiliar na ampliação da entrega dos produtos.

Além da distribuição de publicações seriadas (informes, estudos setoriais, relatórios, boletins, etc.) o OBVV deverá possibilitar a participação em comissões e redes especializadas, sobretudo em nível internacional.

O Observatório passará a ser um centro de informação e documentação, aberto a todos os parceiros e colaboradores, com suas devidas restrições. Este centro deverá ser o

acervo mais completo que reunirá artigos, revistas, publicações internacionais, boletins, anuários, informes, séries estatísticas (e futuramente de projeções), documentos normativos e legislação, programas governamentais, estudos econômicos e de conjuntura, entre outros.

Relativamente às questões relacionadas à OIV, sugere-se que os participantes das reuniões e congressos da OIV apresentem relatos para disponibilizar no OBVV e também sejam publicadas as resoluções, mesmo que em outros idiomas, facilitando o acesso aos usuários.

Deverá ser seguida a pirâmide de fluxos, inicialmente processando os dados obtidos, com o propósito de avaliar as informações geradas e sintetizando-as a fim de munir com conhecimento inteligente os tomadores de decisões estratégicas. Para que isso ocorra é importante respeitar as etapas do processo de inteligência competitiva e também ter o envolvimento da direção e demais setores, cada qual com suas competências e suas colaborações.

4.5 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS

É importante destacar que este é um projeto ousado e difícil de ser mantido por uma equipe tão pequena, pois envolve um universo de mais de 1.000 estabelecimentos vinícolas e mais de 15.000 propriedades vitícolas.

Conforme constatado em literatura, a maioria dos observatórios dispõe de diversos especialistas e também um comitê gestor, que tem o propósito de buscar o comprometimento de todos os participantes do observatório, sejam eles fornecedores de informações, apoiadores financeiros, parceiros ou usuários, mostrando quais são os benefícios oferecidos pelo observatório e qual o papel de cada integrante na sua manutenção e sustentação (TRZECIAK, 2009).

Para subsidiar a viabilização do OBVV em longo prazo, necessita-se que o mesmo tenha caráter sistêmico e permanente. A estrutura física necessitará ser ampliada, mas principalmente a de recursos humanos, com equipe composta por coletores de dados, gerenciadores e consultores. A proposta é que cada uma das atividades (coleta, gerenciamento, consultoria) possa ser integrada gradativamente, ao processo de consolidação do OBVV, na medida em que forem surgindo necessidades e oportunidades. Ao processo necessitará que seja estruturada uma rede de especialistas em torno dos temas propostos como produtos (e os que surgirem), com o envolvimento de instituições públicas e privadas, que sustentarão o OBVV com seus conhecimentos.

A busca por parcerias públicas e privadas, regional, estadual, nacional e/ou internacional, visa assegurar o provimento de meios necessários para o bom funcionamento do Observatório. Além disso, neste processo, deverão ser avaliadas as necessidades de informação de cada instituição que se tornará parceira, consolidando a estrutura informacional e organizacional.

Com uma estrutura formada, material coletado e analisado, poderão ser produzidas e difundidas séries de indicadores e consequentemente uma projeção do setor no panorama nacional e internacional. Um espaço destinado ao Conselho Deliberativo poderá ser estruturado, onde os diversos *experts* poderão inserir alguma informação que tenham tido acesso, compartilhando com os demais, para que seja confirmada a veracidade da informação e quais influências ao setor podem resultar. Inclusive esta é uma forma de manter o histórico dos materiais tratados. Este espaço será restrito, de uso apenas aos usuários adicionados pela equipe de gerenciamento do OBVV.

A criação deste espaço está baseada no formato de vigília estratégica, conforme descrito por Fachinelli et al. (2007), que funciona como um radar, com o objetivo de alertar sobre os obstáculos que podem surgir no decorrer do processo informacional, criando oportunidades para reduzir incertezas.

Uma vez estruturado este espaço e em funcionamento, é desejável que seja avaliada sua eficiência, o que poderá ser feito através de pesquisa sobre sua utilização e com base nos relatórios do próprio sistema, mensurando e analisando os produtos entregues e sobre demandas específicas. Estudos customizados devem sempre ser buscados e atualizados, visando a compreensão do perfil dos consumidores e análises dos concorrentes vinícolas.

Relativamente aos dados de produção, comercialização, importação e exportação, para uma melhor dinâmica de acesso, propõe-se a implementação de um sistema, cujas bases de dados possam ser apresentadas em um painel interativo (*dashboard / Business Intelligence* – indicadores e suas métricas). Estes possibilitarão realizar consultas rápidas e customizáveis, viabilizando encontrar respostas a múltiplas perguntas, dentro de um mesmo tema de análise. A tecnologia utilizada na construção do OBVV já previa que outras ferramentas sejam incorporadas ao observatório para que possa ser facilmente aperfeiçoado.

5 CONCLUSÃO

Na perspectiva estratégica de gestão, o processamento de informações e a produção de análises elaboradas pela inteligência é fundamental para o processo de tomada de decisão. Ter informações precisas e confiáveis sobre a situação competitiva do setor e de seus principais concorrentes, compreender e antecipar as tendências de consumo e criar ou estabelecer perfis de empresas, clientes, parceiros, concorrentes atuais e potenciais são algumas das tarefas da inteligência.

Os observatórios desempenham papéis relevantes neste processo de inteligência. Eles subsidiam as empresas e entidades nos processos de tomada de decisão, através da abordagem de evidências e percepções de futuro, desenvolvidas por especialistas, que acabam construindo visões de curto, médio e longo prazo.

Assim, o objetivo deste trabalho foi estruturar um observatório para o setor vitivinícola que colabore com a cadeia de forma a torná-la mais competitiva. O Observatório Vitivinícola Brasileiro (OBVV) urge como um propósito do Ibravin, que é a entidade responsável pela sua criação e execução, em parceria com várias outras entidades. Surge a partir das necessidades de concentrar toda a informação vitivinícola, que até então estava dispersa na rede, além de ordenar e analisar o conteúdo, para que esteja disponível para todos os atores da cadeia vitivinícola. O OBVV oferece fundamentalmente informação. Organizadamente ele possibilita o acompanhamento e monitoramento da evolução do setor vitivinícola nacional e internacional.

Um dos aspectos mais importantes é que as informações e os produtos estão à disposição de todos os intervenientes da cadeia vitivinícola, segmentados nas categorias previamente estabelecidas, podendo ser agregados conforme a necessidade, em virtude da plataforma e de seus conteúdos serem dinâmicos.

No processo de desenvolvimento do OBVV, cumprindo com os objetivos propostos desta dissertação, relacionados no item 1.4.2, após a identificação dos modelos de observatórios, foi definida a estrutura necessária e as informações a serem disponibilizadas, assim como os focos e as fontes. Na sua primeira versão o observatório foi apresentado com os focos de legislação e mercado, considerados os mais relevantes no início da estruturação, segundo a equipe executiva. Para evolução do OBVV pretende-se avançar nos focos de tecnologia, gestão e logística.

A tecnologia empregada no desenvolvimento do OBVV permite que o acesso seja feito através de computadores ou dispositivos móveis, de forma que todos os interessados possam utilizar a ferramenta de qualquer local gratuito. Em alguns casos, o acesso a relatórios específicos, requer que os usuários estejam registrados.

Além disso, ele oferece subsídios às atividades externas e internas, oferecendo inclusive monitoramentos específicos voltados à IC, fornecendo para as empresas que demandem esse tipo de serviço, informações que possibilitarão avaliar seus posicionamentos no mercado. Sua funcionalidade procura democratizar a informação da atividade vitivinícola e chegar de forma gratuita e simplificada a todos os elos, posicionando os produtos vitivinícolas e impulsionando-os no mercado internacional.

Este projeto vem ao encontro dos resultados encontrados em 2014 pelo Censo Vinícola, realizado por uma equipe da Universidade de Caxias do Sul (UCS) e posteriormente pelo projeto Conexão, desenvolvido pela equipe do Ibravin, através de entrevistas a vinícolas, que destacaram entre outras questões a importância de a entidade ser o centro de informações do setor vitivinícola.

Almeja-se que a consolidação do Observatório Brasileiro Vitivinícola (OBVV) promova o fortalecimento da governança e a continuidade da gestão vitivinícola de forma autossustentável, ou seja, que valorize os serviços prestados pelo Ibravin a todos os atores da cadeia vitivinícola.

A proposta deste trabalho mostrou que é viável a construção de um Observatório para o setor vitivinícola brasileiro, assim como para o Espanhol e o Argentino. A plataforma criada possibilita acesso rápido aos materiais disponibilizados. O OBVV foi construído utilizando dados reais, levantados em bases de informações oficiais, sejam de produção, comercialização, importação ou exportação e conteúdos científicos.

Deficiências na infraestrutura foram evidenciadas no decorrer da estruturação da plataforma, principalmente no que tange a questões de informações do Cadastro Vinícola, que até meados de 2018 eram gerenciadas pelo Ibravin e que, mesmo não sendo utilizadas de forma individualizada possibilitavam o fornecimento de informações muito mais detalhadas e precisas.

Este detalhamento poderia ser utilizado, em um curto prazo, em plataforma interativa, para a qual se pretende que evolua este Observatório. Esta linha de evolução também pode interagir com um monitoramento de informações nas mídias impressa, eletrônica e online, possibilitando aos usuários acessos mais rápidos e eficazes a informações imediatas.

Sugere-se a interligação do OBVV com a plataforma do Agropensa, desenvolvida pela Embrapa, sistema dedicado a produzir e difundir conhecimentos e informações para a pesquisa, desenvolvimento e inovação para a entidade e instituições parceiras.

Como implementações futuras sugere-se o desenvolvimento de pesquisa na elaboração de cenários para as empresas vinícolas, considerando seus portes e fazendo uso de métodos de previsão com indicadores mercadológicos, além de ferramentas que possibilitem soluções prontas e imediatas para a demonstração dos resultados. Mapas interativos, além de planilhas e gráficos também deverão ser utilizados.

Mais importante que estruturar um observatório é criar os mecanismos para que ele seja constantemente atualizado e abastecido pelos membros da rede. Um dos maiores desafios será compor uma equipe, interdisciplinar, que busque as informações nos bancos de dados ou disponíveis na rede, façam as leituras e transformem em conhecimento aos usuários do OBVV, facilitando a tomada de decisão. Por ser uma ferramenta dinâmica e atualizada, se a plataforma não acompanhar rapidamente os sinais do mercado, ela perderá sua finalidade e consequentemente, sua razão de ter sido criada.

Como o Ibravin está passando por um momento de reestruturação, um fator negativo seria o fato de a equipe executiva ser reduzida ainda mais, o que inviabilizaria a manutenção do Observatório, que demandará o trabalho de pessoal dedicado e também a contratação de estudos específicos e suporte técnico.

Tudo será possível se o Conselho Deliberativo do Ibravin ao analisar, considerar viável o lançamento e a manutenção do OBVV. Além de prover recursos contínuos para sua manutenção, será importante estruturar em um espaço físico uma equipe interdisciplinar e atenta em todos os aspectos, para que ocorra uma maior e melhor cobertura sobre os temas a serem contemplados na plataforma.

Com o passar do tempo, novas formas de acessos já estão sendo estudadas, como é o caso de efetuar login via conta no Gmail ou no Facebook, por exemplo, possibilitando rastrear qual o tipo de informação que é mais acessada e qual o público que acessa. Esse rastreamento poderá ajudar a melhorar os serviços oferecidos.

Em médio e longo prazo poderá ser trabalhada a mineração de dados, pensando-se em desenvolver parcerias com a Receita Federal, por exemplo, que poderá disponibilizar informações de seu banco de dados e com isso não precisamos solicitar informações aos usuários, no momento de efetuarem seus registros, com login e senha, conseguindo uma assertividade maior.

REFERÊNCIAS

- ABIN AGÊNCIA BRASILEIRA DE INTELIGÊNCIA. **Inteligência.** Disponível em: Acesso em: 10 fev. 2018">http://www.abin.gov.br/>Acesso em: 10 fev. 2018.
- ANTUNES, A. M. S.; MANGUEIRA, A. C. S. A importância do observatório de atividades industriais vis-à-vis tendências em ciência, tecnologia e inovação. **Química Nova**, São Paulo, v.28, p.112-118, 2005.
- ARAÚJO, V. A importância da utilização de redes informacionais em sistemas de inteligência. 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Programa de Pós Graduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- BACK, S. Modelo de observatório para apoio ao processo de inovação nas organizações: aplicação para as indústrias brasileiras de bens de capital. 2016. 376p. Tese (Doutorado em Ciência e Engenharia de Materiais) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, 2016.
- BARRETO, A. A. A condição da informação. In: SATAREC, C.; GOMES, E.; BEZERRA, J. (Org.) **Gestão da informação e inteligência competitiva**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BATISTA, A.; PACHECO, R.; DUARTE, K.; SELL, D.; MARCHEZAN, M. Observatórios de Competência. **Anais do VI Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação.** Bogotá, 2016.
- BITTENCOURT, C. M. A. **A informação e os indicadores de sustentabilidade**: um estudo de caso no Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade Metropolitano de Curitiba ORBIS MC. 2006. 235 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- CARDOSO JR, W. F.; CARDOSO, A. C. F. Monitoramento focado: Inteligência Competitiva "varrendo o entorno" com redes de colaboradores. In: **Congresso Ibero Americano de Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva** (GeCIC), 2006, Curitiba. Anais... 2006.
- CABRAL DE MELLO, C. E. **A História do Vinho no Brasil**. Como o vinho atingiu o status que tem hoje no Brasil? Quais os personagens dessa história? Conheça as nuances da história do vinho desde a chegada de Cabral até os nossos dias. 2010. Disponível em: < https://revistaadega.uol.com.br/artigo/a-historia-do-vinho-no-brasil_2629.html>. Acesso em: 07 jan. 2019.
- CGEE CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS. Observatório de Ciência, Tecnologia e Inovação. Brasília: CGEE, 2006.
- CEPIK, M.; MÖLLER, G. National Intelligence Systems and Networks: Power Distribution and Organizational Risk in Brazil, Russia, India, China, and South Africa. **Brazilian Political Science Review**, v.11, n.1, p.1-26, 2017.

CHOO, C. W. A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2 ed. São Paulo: SENAC, 2006.

COUTINHO, E. G.; FREIRE FILHO, J; PAIVA, R. (Orgs.). **Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação:** por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

DE LA VEGA, I. Tipología de Observatorios de Ciencia Y Tecnología. Los casos de América Latina Y Europa. **Revista Española de Documentación.** v.30, n.4, p. 545-52, 2007.

ENJUNTO, N. Razón de ser de los observatorios. **Jornada Observando observatórios:** ¿nuevos agentes en el tercer sector? 2008. Disponível em: http://www.plataformavoluntariado.org/ARCHIVO/documentos/recursos/observando-observatorios.-nuevos-agentes-en-el-tercer-sector.pdf> Acesso em: 29 mar. 2018.

FACHINELLI, A. C., RECH, J., MATTIA, O. M. ROVEDA. V. Vigília e inteligência estratégica: ferramentas metodológicas para a definição de estratégias de relações públicas. **Conexão** – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v.6, n.11, jan/jun. 2007.

FAYARD, Pierre. 14 **O jogo da interação**: informação e comunicação em estratégia. Caxias do Sul: Educs, 2000.

FIEP – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ. **Os observatórios.** Disponível em: < http://www.fiepr.org.br/observatorios/os-observatorios-1-19295-157571.shtml> Acesso em: 11 dez. 2017.

FONSECA DE ANDRADE, S. **Desenvolvimento de inteligência competitiva no setor vitivinícola.** 2014. 178 f. Dissertação (Mestrado em Administração) — Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2014.

FONSECA DE ANRADE, S.; FACHINELLI, A. C.; LARENTIS, F. Processo e Resultados de Inteligência Competitiva Setorial: Uma pesquisa-Ação aplicada ao Setor Vitivinícola. **XXXIX Encontro ANPAD**. Belo Horizonte, set. 2015.

FOSTER, A. BUSINESS INORMATION SURVEY. **Business information review.**, v.25, n.1, p.13-31, 2008.

FREITAS, H. M. R; JANISSEK-MUNIZ, R. Uma proposta de plataforma para Inteligência Estratégica. In: **Congresso Ibero Americano de Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva** (GeCIC), 2006, Curitiba. Anais... 2006.

FULD & COMPANY Competitive Strategy Consultancy. What competitive intelligence is and is not! 2012. Disponível em: http://www.fuld.com/company/what-is-competitive-intelligence Acesso em: 12 mar. 2018.

- GATES, B. A empresa na velocidade do pensamento: com um sistema nervoso digital / Bill Gates; tradução Pedro Maia Soares, Gabriel Tranjan Neto; assessoria técnica Sylvia Meraviglia Crivelli. São Paulo: Companhia de Letras, 1999.
- GOMES, E.; BRAGA, F. **Inteligência Competitiva**: como transformar informação em um negócio lucrativo. 2. Ed. Rev. Ampl. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- GOMES, E.; BRAGA, F. Termo de Referência para Atuação do Sistema SEBRAE em Inteligência Competitiva para MPE. Brasília: SEBRAE, 2007.
- GUSMÃO, M. R. Estruturas e Dispositivos Nacionais de Produção e Difusão de Indicadores de C, T&I: Deficiências e Possíveis Avanços. **Parcerias Estratégicas**, nº 20, jun. 2005.
- GUSMÃO, M. R. **Observatório para apoia à adoção de tecnologias de gestão**. Informe 26: 175, 2006.
- HANSEN, R. **Proposta de estruturação das fases iniciais do processo de desenvolvimento de produto para o setor moveleiro de Bento Gonçalves.** Dissertação de Mestrado Profissionalizante em Engenharia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2004.
- IBGE INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados Estatísticos.** Disponível em: cftp://ftp.ibge.gov.br/ Acesso em: 05 dez. 2017.
- JORGE, C. F. B.; VALENTIM, M. L. P. O processo de inteligência competitiva como ferramenta estratégica para os clubes de futebol. **Ciência da Informação**, DF, v.47 n.2, p.86-99, mai./ago. 2018.
- KAHANER, L. Competitive Intelligence: how to gather, analyze and use information to move your business to the top. New York: Simon & Schuter, 1996.
- MARCIAL, N. A. ¿Qué son los observatórios y cuáles son sus funciones? **Innovación Educativa**, v.9, n.47, p. 5-17, abr./jun. 2009.
- MARTINS, T. G. S.; AZEVEDO COSTA, A. L. F. A new way to communicate science in the era of Big Data and citizen Science. **Einstein** (São Paulo) v.15, n.4, São Paulo, Oct./Dec. 2017.
- MELLO, L. M. R. Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2012. **Comunicado Técnico 137**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva Vinho, 2013.
- MELLO, L. M. R. Desempenho da vitivinicultura brasileira em 2015. **Agroindústria estudos socioeconômicos e ambientais**: Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação. 16 fev. 2016. Disponível em: https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/9952204/artigo-desempenho-da-vitivinicultura-brasileira-em-2015> Acesso em: 24 nov. 2017.
- NASCIMENTO, D. M.; MARTELETO, R. M. A "informação construída" nos meandros dos conceitos da teoria social de Pierre Bordieu. **DataGramaZero**, v. 5, n.5, p. A05, 2004. Disponível em: http://www.brapci.inf.br/v/a/2050>. Acesso em: 30 Mar. 2018.

- NESELLO, P.; FACHINELLI, A. C. Big Data: o novo desafio para gestão. **Revista Inteligência Competitiva**, São Paulo, v.4, n.1, p. 18-38, jan./mar. 2014.
- NONOHAY, R. G. **Tomada de decisão e os sistemas cerebrais**: primeiros diálogos entre administração, psicologia e neurofisiologia. Porto Alegre, 2012.
- OEMV OBSERVATÓRIO ESPANHOL DO MERCADO DO VINHO. **El observatório**. Disponível em: http://oemv.es/esp/-oemv.php Acesso em: 18 nov. 2017.

OBSERVATÓRIO VITIVINÍCOLA ARGENTINO. Disponível em: http://www.observatoriova.com/ Acesso em: 01 dez. 2017.

- OIV ORGANIZATION INTERNACIONALE DE LA VIGNE ET DU VIN. Conférence de Presse. **Conjoncture Vitivinicole Mondiale 2018**. Abr. 2019.
- ORDÓÑEZ, G. La experiencia colombiana en la puesta en marcha del observatório de ciencia y tecnología OCYT. Cuadernos del Cendes 19: 51, 2002.
- PANIZZON, M. Envolvimento da alta direção e inteligência competitiva: uma análise sobre suas relações em organizações de médio e de grande porte da Serra Gaúcha Brasil. 2010. 168 f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2010.
- PANIZZON, M.; FACHINELLI, A. C.; DORION, E. C. H. A Inteligência distribuída como plataforma para o planejamento em universidade multicampi: estudo de caso sobre inovação em gestão. **Revista Gual**, Florianópolis, v.7, n.1, p. 169-190, jan. 2014.
- PARREIRAS, V. M. A.; ANTUNES, A. M. S. Aplicação de *foresight* e inteligência competitiva em um centro de P&D empresarial por meio de um observatório de tendências: desafio e benefícios. **Gestão & Conexões.** Vitória, ES, v.1, n.1, p. 55-73, jul./dez. 2012.
- PEREIRA, B. A. D.; LÖBLER, M. L.; SIMONETTO, E. O. Análise dos modelos de tomada de decisão sob o enfoque cognitivo. **Revista de Administração da UFSM**, v.3, n.2, mai./ago. 2010. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/viewFile/2347/1414> Acesso em: 03 dez. 2017.
- PHÉLAN, C. M. La Red observatories Locales de Barcelona, España: un studio de casos para diseñar una propuesta nacional. **Revista Venezolana de Sociología Y Antropología**, 17:48, 2007.
- PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Tradução de **Competitive Strategy** por Elizabeth Maria de Pinho Braga. Revisão Técnica Jorge A. Garcia Gomez, 7ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- PRESCOT, J. E.; MILLER, S. H. **Inteligência competitiva na prática**: estudos de casos diretamente do campo de batalha. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2002.
- PROTAS, J. F. S.; CAMARGO, U. A.; MELLO, L. M. R. **A vitivinicultura brasileira:** realidade e perspectivas. 2002. Disponível em: http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/ Acesso em: 01 dez. 2017.

- RIOS, F. L. C.; STRAUSS, L. M.; JANISSEK-MUNIZ, R.; BRODBECK, A. F. Inteligência Competitiva, Empresarial, Estratégica ou de Negócios? Um olhar a partir da administração de empresas. **Inovação, Cooperação e Desenvolvimento Regional.** 6º Congresso o Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas. IFBAE, Franca, 2011.
- RODRIGUES, C.; BLATTMANN, U. Gestão da Informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.3, p.4-29, 2014.
- SAAYMAN, A; PIENAAR, J.; PELSMACKER, P.; VIVIERS, W.; CUYVERS, L.; MULLER, M-L.; JEGERS, M. Competitive intelligence: construct exploration, validation and equivalence. **Aslib Proceeding: New Information Perspective**. v.60, n.4, 2008.
- SCHMIDT, N. S.; SILVA, C. L. Observatório como instrumento de prospectiva estratégica para as instituições de ciência e tecnologia (ICTs). **Interações**, Campo Grande, MS, v.19, n.2, p.387-400, abr./jun. 2018.
- SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sistema de Inteligência Setorial (SIS)**. Disponível em: https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/> Acesso em: 16 dez. 2017.
- SILVER, N. **O Sinal e o Ruído**: por que tantas previsões falham e outras não. Traduzido por: Ana Beatriz Rodrigues, Cláudio Figueiredo. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.
- SOARES, L. C.; FERNEDA, E.; PRADO, H. A. Observatórios: um levantamento do estado do conhecimento. **Brazilian Journal of Information Studies**: Research Trends. v.12, n.3, 2018.
- STAREC, C. 2006. **A Dinâmica da informação:** a gestão estratégica da informação para a tomada de decisão nas organizações. Gestão estratégica da informação e inteligência Competitiva / (Organizadores) Cláudio Starec, Elisabeth Gomes e Jorge Bezerra. São Paulo: Saraiva, 2006.
- TAPSCOT, D. **Economia digital**: promessa e perigo na era da inteligência em rede. São Paulo: Makron Books, 1997.

chttps://pt.shdeshare.net/jcterra/intengencia-competitiva-roteiro-de-inine-ou-trabamo-deformiguinha> Acesso em: 30 de mar. 2018.

- TESTA, P. Indicadores científicos y tecnológicos em Venezuela: de las encuestas de potencial al observatorio de ciencia, tecnología e innovación. **Cadernos del Cendes**, a. 19, n.51, p. 43-64, set./dez. 2002.
- THEORGA, A. B. **Os observatórios de turismo no Brasil**. 2016. 138 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo). Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

TOLEDO, L.A. Alinhamento do Sistema de Inteligência Competitiva com Gerenciamento da Tecnologia da Informação. Dissertação de Mestrado em Administração. Universidade Nove de Julho. São Paulo. 2006.

TOMAÉL, M. I et al. A contribuição do processo de inteligência competitiva para a inovação nas organizações. In: VALENTIM, M. L. P. (Org). **Informação, conhecimento e inteligência organizacional**. 2. ed. Marília: FUNDEPE, 2006.

TRZECIAK, D. S. **Modelo de observatório para arranjos produtivos locais**. 2009. 236 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) — Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

TYSON, K. M., **The Complete Guide to Competitive Intelligence:** gathering, analysing and using competitive intelligence. Chicago: Kirk Tyson International Ltda, 1998.

VITISPHERE. **Edité avec la Vigne.** Disponível em: < https://www.vitisphere.com/>. Acesso em: 17 mai. 2019.

WOS – **Wine Observatory Sustainability**. Disponível em: http://www.wineobservatorysustainability.eu/ Acesso em: 03 dez. 2017.

YAP, C. S.; RASHID, M. D. Z. A.; SAPUAN, D. S. Perceived environmental uncertainty and competitive intelligence practices. **The journal of information and knowledge management systems**, v.43, n.4, p. 462-481, 2013.

YU, A. et al. Observatório de tecnologia e inovação no IPT: a evolução e aprendizado. **Parcerias Estratégicas**, Brasília, v.23, p.95-106, dez. 2006.

ZENAIDE, V. R.; CASTRO, L. T. Cenário de práticas empresariais em inteligência competitiva na indústria de telecomunicações. Um estudo sobre a prática em empresas no Brasil sob o framework Wright-Pickton. **REGE – Revista de Gestão** . v.24, p. 110-121, 2017.

APÊNDICE A – OBSERVATÓRIOS

Observatório	Sigla	Ano de Funda ção	País	Responsável	Objetivos e observações	Foco	Acesso Público às informações	Site
Observatório Espanhol do Mercado de Vinho	OEMV	2008	Espanha	Federação Espanhola do Vinho, Secretaria-Geral de Comércio e España Exportación e Inversiones (ICEX)	Promover e apoiar o conhecimento dos mercados nacionais e internacionais de produtos vitivinícolas em todas as suas áreas e canais, incluindo especificidades relacionadas à distribuição e aos consumidores. Divulgar entre os operadores do setor vitivinícola espanhol as informações de mercado obtidas para sua melhor utilização, a adaptação dos produtos elaborados às demandas do mercado, a melhoria de suas possibilidades competitivas e a maior eficácia de suas atividades promocionais.	Mercado Vitivinícola	Parcialmente e perante pagamento	http://www.oemv.es/esp/-oemv.php
Observatorio de Enoturismo Caminos del Vino de Argentina		2010	Argentina	Departamento de Enoturismo de Bodegas de Argentina	Estabelecer bases sólidas para o desenvolvimento do enoturismo em sete províncias argentinas (Catamarca, La Rioja, Mendoza, Neuquén, San Juan, Rio Negro e Salta). Mais tarde, a província de Córdoba foi adicionada.	Enoturismo	Sim	https://www.visionesdelturism o.es/observatorio-enoturismo- caminos-vino-argentina/
Observatório da Sustentabilidad e do Vinho	WOS	2013	Itália	Unione Italiana Vini e alguns ministérios	Criar uma rede internacional, envolvendo atores e principais organizações trabalhando em vitivinicultura sustentável em todo o mundo. Promover sinergias úteis e compartilhar experiências, programas e iniciativas sobre sustentabilidade no setor vitivinícola, num ambiente dinâmico, onde os usuários da web estão ativamente envolvidos.	Sustentabilidade enológica	Parcialmente	http://www.wineobservatorysu stainability.eu/

Observatório Vitivinícola Argentino			Argentina	Corporação Vitivinícola Argentina (COVIAR), Bolsa de Comércio de Mendoza, Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) e Universidade Nacional de Cuyo (UNCuyo)	Melhorar a competitividade de todos os atores da cadeia do vinho e ajudar a tomar melhores decisões. Fornecer informações para promover a sustentabilidade do Plano Estratégico Vitivinícola 2020, que visa posicionar os vinhos argentinos nos mercados internacionais, revigorar o mercado vitivinícola local e apoiar o desenvolvimento de pequenos produtores de uvas.	Mercado Vitivinícola	Parcialmente	http://www.observatoriova.co m/
Observatório do Código Florestal	OCF	2013	Brasil	Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia (IPAM), WWF-Brasil, SOS Mata Atlântica, Instituto Centro de Vida (ICV), The Nature Conservancy (TNC), Conservação Internacional (CI) e Instituto Sociambiental (ISA)	Monitorar a implementação da Lei Florestal (Lei Federal nº 12.651/12) em todo o país e, sobretudo, acompanhar o desempenho dos Programas de Regularização Ambiental (PRAs) e de seu principal instrumento, o Cadastro Ambiental Rural (CAR), com a intenção de mitigar os aspectos negativos do novo Código e evitar novos retrocessos.	Meio Ambiente	Sim	http://www.observatorioflorest al.org.br/
Observatório da Carne Gaúcha		2017	Brasil		Ampliar a rastreabilidade do rebanho bovino no Rio Grande do Sul.	Segurança alimentar		Como foi lançado em evento do setor em agosto de 2017, o site está previsto para ser lançado em meados de 2018.

Observatório Socioambienta 1 da Soja	OSAS	Argentina	Fundação ProYungas, Fundação Humedais, Guyra Paraguai, Probioma, ICV	Sistematizar e disseminar informações sobre o impacto gerado pelo cultivo de soja nos principais países produtores da América do Sul (Brasil, Argentina, Paraguai e Bolívia); Influenciar com o conhecimento técnico, nas políticas de planejamento territorial e gestão socioambiental da produção; Acompanhar o desempenho do setor privado para promover o crescimento sustentável; Criar um espaço de comunicação referente ao tema, com a capacidade de influenciar políticas públicas e privadas. Está situado na Argentina, porém contempla estudos dos países: Argentina, Bolívia, Brasil e Paraguai.	Agronegócio / Soja	Sim	http://observatoriosoja.org/
Observatório de Tecnologias da Informação e Comunicação na Agricultura	TIC	Brasil	Embrapa	Qualificar a informação e disponibilizar conhecimentos que contribuam para a tomada de decisão sobre pesquisa e desenvolvimento na área.	Agricultura		https://www.embrapa.br/observ atorio-de-tic-na-agricultura
Observatório do Café		Brasil	Embrapa Café	Coletar, analisar e disseminar, de forma sistemática, dados estatísticos, informações sobre tendências de produção e consumo, oportunidades e ameaças dos mercados e identificar possíveis trajetórias do processo de inovação, além de resultados de pesquisas realizadas pelo Consórcio Pesquisa Café e suas implicações para a competitividade do agronegócio cafeeiro, além de subsidiar políticas públicas e a tomada de decisão pelos diversos protagonistas do setor.	Agronegócio / Café	Sim	http://www.consorciopesquisac afe.com.br/index.php/consorci o/separador2/observatorio-do- cafe
Observatório do Clima	OC	Brasil	Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces)	Discutir a questão das mudanças climáticas no contexto brasileiro. O OC promove encontros com especialistas na área, além de articular os atores sociais para que o governo brasileiro assuma compromissos e crie políticas públicas efetivas em favor da mitigação e da adaptação do Brasil em relação à mudança do clima.	Clima	Sim	http://www.observatoriodoclim a.eco.br/sobre-o-oc/

Sistema de Inteligência Estratégica da Embrapa	AGROP ENSA		Brasil	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa	Atuar na captura e prospecção de tendências, para identificação de futuros possíveis e no mapeamento e apoio à organização, integração e disseminação de base de dados e de informações agrícolas. Elaborar estudos de futuro, os quais contenham e difundam conhecimentos e informações em apoio à formulação de estratégias de pesquisa, desenvolvimento e inovação, possibilitando à agricultura brasileira um melhor preparo diante de potenciais desafios e oportunidades.	Agronegócio	Sim	https://www.embrapa.br/agropensa
Observatorio del Turismo Irresponsable	OTI		Espanha	Cooperación Internacional para el Desarrollo (ICID)	Apresentar características concretas e didáticas de projetos de turismo de forma a envolver o uso e distribuição desigual e injusta dos recursos econômicos, comerciais, aspectos políticos, ambientais e sociais dos territórios onde estão estabelecidos.	Turismo	Sim	http://oti.turismo- sostenible.net/sobre-nosotros/
Observatório Nacional	ON	1827	Brasil	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações	Executar pesquisas astronômicas e levantamentos geofísicos do território nacional resultando na implantação de redes de referência do campo de gravidade.	Astronomia e astrofísica	Sim	http://www.on.br/index.php/pt-br/
Observatório Astronômico da Universidade Federal do Rio Grande do Sul	OA	1908	Brasil	Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS	Fomentar o desenvolvimento, a educação e a inclusão social por meio da Astronomia e ciências afins, utilizando a pesquisa, o ensino formal e não formal e atividades de extensão, além de resgatar e preservar a memória da Astronomia do Rio Grande do Sul.	Astronomia	Parcialmente	https://www.ufrgs.br/observast ro/
Observatório do Campus do Vale	OCV		Brasil	Departamento de Astronomia do Instituto de Física da UFRGS (DA/IF-UFRGS)	Entender as demandas didáticas do Departamento de Astronomia. O Observatório Campus do Vale (OCV) é um laboratório de ensino e divulgação em Astronomia que pertence ao Observatório Central da UFRGS e é operado pelo DA-IF da UFRGS. Trata-se de uma construção com teto móvel sobre o terraço.	Observação astronômica		https://www.ufrgs.br/astronomi a/ocv/

European Southern Observatory	ESO		Chile	Organização intergovernamental com 16 Estados Membros	Levar a cabo um programa de trabalho ambicioso, focado na concepção, construção e funcionamento de observatórios astronômicos terrestres de ponta, que possibilitam importantes descobertas científicas. O ESO também tem um papel importante na promoção e organização de cooperação na pesquisa astronômica.	Astronomia	Parcialmente e perante pagamento	https://www.eso.org/public/brazil/
Instituto Observatório Social	IOS	1997	Brasil	Central Única dos Trabalhadores (CUT), Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), Centro de Estudos de Cultura Contemporânea (CEDEC) e Unitrabalho	Gerar conhecimento para o mundo sindical e o mundo do trabalho. Realizar pesquisas e estudos especializados, com metodologias e processos participativos, que contribuem para a ação sindical, o diálogo social e o desenvolvimento sustentável.	Ação sindical, diálogo social e desenvolvimento sustentável	Sim	http://www.observatoriosocial. org.br/portal/
Sistema Brasileiro de Inteligência	SISBIN	1999	Brasil	Agência Brasileira de Inteligência (ABIN)	Obter e analisar informações e produzir conhecimento e inteligência necessários ao processo decisório do Poder Executivo. Atuar na proteção das informações sensíveis e estratégicas do Estado Brasileiro. Integrar ações de planejamento e execução das atividades de Inteligência do Brasil.	Segurança, sociedade, e outros	Parcialmente	http://www.abin.gov.br/atuaca o/sisbin/
Observatório Internacional PASCAL	PASCA L	2002	Austrália	Pesquisadores, analistas de políticas, tomadores de decisão e profissionais envolvidos localmente do governo, do ensino superior, das organizações não governamentais (ONGs) e do setor privado	Desenvolver o capital social e a aprendizagem ao longo da vida, considerando o desenvolvimento sustentável e econômico, social e cultural em benefício das comunidades envolvidas.	Desenvolvimento regional	Parcialmente	http://pascalobservatory.org/pa scalnow
Observatorio del Voluntariado		2007	Espanha		Liderar pesquisas e coletas de dados de importância para uma análise global do fenômeno do voluntariado.	Voluntariado	Sim	http://www.plataformavoluntar iado.org/observatorio.php

Observatório do Plano Nacional de Educação	PNE	2013	Brasil	Com a coordenação do movimento Todos Pela Educação, a iniciativa é constituída por vinte e seis organizações ligadas à Educação e especializadas nas diferentes etapas e modalidades de ensino que, juntas, vão realizar o acompanhamento permanente das metas e estratégias do PNE	Monitorar o Plano Nacional de Educação (PNE) que tem como objetivo contribuir para que ele se mantenha vivo e cumpra seu papel como agenda norteadora das políticas educacionais no país.	Educação	Sim	http://www.observatoriodopne. org.br/
Observatoire des Sciences et des Techniques	OST	2013	França		Conduzir estudos e análises estratégicas no ensino superior, pesquisa e inovação.	Ensino, pesquisa e inovação	Sim	http://www.obs-ost.fr/
European Observatory of Working Life (European Industrial Relations Observatory)	EURW ORK	2014	Irlanda	Estados-Membros da União Europeia e a Noruega	Fornecer conhecimentos para ajudar no desenvolvimento de melhores políticas sociais, de emprego e relacionadas com o trabalho.	Trabalho	Sim	https://www.eurofound.europa. eu/observatories/eurwork
Observatório de Inovação Social de Florianópolis	OBISF		Brasil	Pesquisadores da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	Mapear, dar visibilidade e fortalecer a rede do Ecossistema de Inovação Social de Florianópolis.	Inovação Social	Sim	http://www.observafloripa.com .br/is-page//whatIs
Observatório do Trabalho da Universidade de Caxias do Sul			Brasil	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	Promover pesquisa acerca do trabalho, com vistas a oferecer subsídios às áreas afins, intensificando as relações entre Universidade e o mundo do trabalho; implementar pesquisas sobre emprego e desemprego; disponibilizar informações para a sociedade como um todo, após investigar e analisar dados disponíveis, entre outros.	Trabalho	Sim	https://www.ucs.br/site/nucleos -de-inovacao-e- desenvolvimento/observatorio- do-trabalho/

Observatório Ipea de Gestão do Conhecimento (GC) e Inovação na Administração Pública - OIGC	IPEA	Brasil		Disponibilizar informações e conhecimentos sobre como implantar a Gestão do Conhecimento na administração pública para inovar processos, produtos e serviços e para produzir resultados em benefício do cidadão.	Gestão Pública	Sim	http://www.ipea.gov.br/observ atorio/
Observatório Social de Porto Alegre	OSPOA	Brasil	Voluntários físicos ou jurídicos para atividades operacionais	Reunir o maior número possível de entidades representativas da sociedade civil com o objetivo de contribuir para a melhoria da gestão pública.	Responsabilidade Social e Gestão Pública	Sim	http://portoalegre.osbrasil.org.b r/
Sistema de Inteligência Setorial	SIS	Brasil	Sebrae	Estudar o mercado catarinense, de acordo com as necessidades dos empreendedores, e disponibilizar, de forma gratuita, informações estratégicas que podem ser acessadas por meio de diferentes plataformas.	Economia, mercado, entre outros	Sim	https://sis.sebrae-sc.com.br/
Observatorio de la Educación en el Caribe Colombiano		Colômbia		Gerar conhecimento sobre a educação na Região do Caribe, a partir da pesquisa e geração de canais de comunicação que favoreçam a melhoria dos processos educacionais e o desenvolvimento social dos habitantes do Caribe Colombiano.	Educação		https://www.uninorte.edu.co/w eb/blogobservaeduca
Observatoire des technologies stratégiques	OTS	França		Apresentar números da economia, porém está desatualizado.	Economia, mercado, entre outros		http://www.evariste.org/ots/
Observatório da Sociedade da Informação e do Conhecimento	OSIC	Portugal	Autoridade Nacional de Comunicação (ANACOM)	Disponibilizar estatística dedicada à informação da sociedade de Portugal. Entre outras áreas, pode ser consultada informação sobre economia digital, população/educação, governo e administração pública, democracia eletrônica e telecomunicações.	Sociedade	Sim	https://www.anacom.pt/render. jsp?contentId=1019809

Observatoire science, politique et société	OSPS		Suíça	Université de Lausanne	Entender as relações entre ciência e política e sociedade. Está particularmente interessado no estudo social da ciência e tecnologia, comunicação científica e circulação de conhecimento, desigualdades no ensino superior, o estudo das identidades acadêmicas e o compromisso dos cientistas com a sociedade, e finalmente as políticas e organizações de ensino superior e pesquisa.	Ciência, Política, Sociedade, entre outros		https://www.unil.ch/osps/fr/home.html
Biblioteca Virtual em Saúde	BVS	1998	Diversos Países	Centro Latino- Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde (BIREME)	Integrar fontes de informação em saúde, que promove a democratização e ampliação do acesso à informação científica e técnica em saúde.	Ciência e Saúde	Parcialmente	http://bvsalud.org/
Observatorio Estatal de la Convivencia Escolar		2007	Espanha	Federação de Associações para a Prevenção de Maltrato Infantil	Contribuir para a melhoria da convivência nos centros educativos. Ter informações atualizadas que permitam conhecer a evolução e a situação dos centros, bem como propor estratégias, ações e medidas para prevenir e corrigir situações contrárias à convivência.	Proteção infantil	Sim	http://www.bienestaryproteccio ninfantil.es/fuentes1.asp?sec=2 7&subs=282&cod=2619&page =
Observatório Digital de Saúde e Segurança do Trabalho		2012	Brasil	SMARTLAB de Trabalho Decente (MPT-OIT Brasil)	Informar políticas públicas de prevenção de acidentes e doenças no trabalho - de modo que estas passem cada vez mais a ser orientadas por dados e evidências - e para promover o desencadeamento, o monitoramento e a avaliação de iniciativas de prevenção.	Acidentes de trabalho	Sim	https://observatoriosst.mpt.mp.br/
Observatório de Tecnologias de Informação e Comunicação em Sistemas e Serviços de Saúde	OTICS		Brasil	Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde e Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Pesquisar, desenvolver e disponibilizar soluções metodológicas e tecnológicas que contribuam para o fortalecimento do Sistema Único de Saúde (SUS), por meio do apoio à gestão e ao ensino na saúde.	Saúde	Não	http://www.otics.org.br/

Observatório em Ciência, Tecnologia e Inovação em Saúde da Fiocruz			Brasil	Fiocruz	Visa contribuir para a gestão e formulação de políticas institucionais de CT&I e gerar informações sobre o impacto social do conhecimento produzido na instituição, por meio do uso de indicadores e estudos que possibilitam conhecer os impactos da pesquisa para além do meio acadêmico.	Ciência, Tecnologia e Inovação em Saúde	Sim	http://observatorio.fiocruz.br/
Nederlads Observatorium van Wetenscap em Technologie	NOWT	1992	Holanda	Universidade de Leiden e o Instituto de Pesquisa Econômica sobre Inovação e Tecnologia de Maastricht (UNU- MERIT) da Universidade de Maastricht	Coletar e analisar dados sobre o sistema de pesquisa holandês em um sentido amplo, incluindo interfaces com serviços públicos de informação relacionados à ciência, ao sistema de ensino superior e ao sistema de inovação tecnológica.	Ciência e Tecnologia	Sim	http://nowt.merit.unu.edu/inde x.php?lang=GB
European Information Technology Observatory	EITO	1993	Alemanha	Bitkom Research GmbH, uma subsidiária integral da BITKOM, a Associação Federal de Tecnologia da Informação, Telecomunicações e Novas Mídias na Alemanha	Oferecer informações de alta qualidade e atualizadas sobre os mercados europeus e globais de tecnologia da informação, telecomunicações e eletroeletrônicos.	Tecnologia, telecomunicações e eletrônicos	Parcialmente e perante pagamento	https://www.eito.com/
European Science and Technology Observatory	ESTO	1997	Espanha	Instituto de Estudos Tecnológicos Prospectivos (IPTS) da Comissão Europeia - Centro Comum de Investigação (CCI)	Detectar, numa fase inicial, e modelar prospectivamente, avanços científicos ou tecnológicos, tendências e eventos de importância socioeconômica potencial, o que pode exigir uma ação ao nível europeu de tomada de decisão.	Ciência e Tecnologia		http://orbit.dtu.dk/en/projects/e uropean-science-and- technology- observatory(66d6b592-ae48- 48f4-9d56- 415eb802ec3e).html
Observatório Colombiano de Ciência e Tecnologia	OCYT	1999	Colômbia	Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (SNCTI)	Alcançar o fortalecimento da capacidade nacional de geração e uso de indicadores, que servirá para orientar e avaliar as políticas nacionais, regionais e internacionais, bem como a ação de diversos atores nos polos científicos e tecnológicos.	Ciência e Tecnologia	Parcialmente	http://ocyt.org.co/

Observatório da Sociedade da Informação	OSI	2003	Brasil	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)	Disponibilizar na internet dados, estudos, artigos e documentos sobre tecnologias de informação nos países de expressão portuguesa, contribuindo igualmente para a generalização do debate sobre o acesso universal às novas tecnologias. O site oficial do Observatório não está disponível.	Tecnologia de informação		https://www.anacom.pt/render. jsp?contentId=132079
Observatório da Inovação e Competitivida de	OIC	2007	Brasil	Universidade de São Paulo	Elaborar pesquisas, consultorias e análises abrangentes sobre inovação para buscar entender como se dá esse processo, além de realizar seminários abertos ao público geral para debater e difundir esse conhecimento.	Inovação	Parcialmente	http://oic.nap.usp.br/
Observatório da Indústria			Brasil	Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP)	Fornecer informações que sirvam de subsídios para os tomadores de decisões das indústrias.	Indústria	Parcialmente	http://www.fiepr.org.br/boleti mobservatorio/
Observatório Virtual de Transferência de Tecnologia	OVTT		Espanha	Universidade de Alicante (UA) e Banco Santander	Impulsionar a transferência de conhecimento e tecnologia, a inovação e o empreendimento na Ibero-América.	Tecnologia e Inovação	Parcialmente	https://pt.ovtt.org/
Innovation Observatory	Ю		Inglaterra		Ajudar seus clientes a buscar além de seus contextos imediatos, identificando, avaliando ou abrindo novas oportunidades.	Inovação	Parcialmente e perante pagamento	http://www.innovationobservat ory.com/
Observatorio universitario de las innovaciones, de la Universidad de Colima			México		Identificar as inovações educativas na Universidade de Colima e dar sequência às implicações e impactos institucionais.	Inovação		http://www.observatoriosciuda danos.org.mx/proyecto.aspx?id p=36
Fairness & Accuracy in Reporting	FAIR	1986	Nova York	O jornalista, professor e escritor Jeff Cohen foi o fundador	Oferecer críticas bem documentadas, defendendo uma maior diversidade na imprensa. Trabalha com ativistas e jornalistas. Mantém um diálogo regular com os repórteres em comunicados de notícias em todo o país, oferecendo críticas construtivas quando convocadas e aplaudem o jornalismo excepcional e difícil.	Mídia / Imprensa / Comunicação	Parcialmente	https://fair.org/about-fair/
Observatoire de la Presse		1995	França	ACPM - Associação entre editores, anunciantes e agências	Levar informações da mídia para os associados da ACPM.	Mídia / Imprensa / Comunicação	Sim	http://www.acpm.fr/L- observatoire

Observatório da Imprensa		1996	Brasil	Projor – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo e projeto original do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	Acompanhar, junto com outras organizações da sociedade civil, o desempenho da mídia brasileira. Fórum permanente onde os usuários da mídia – leitores, ouvintes, telespectadores e internautas –, organizados em associações desvinculadas do estabelecimento jornalístico, podem manifestar-se e participar ativamente num processo no qual, até há pouco, desempenhavam o papel de agentes passivos.	Jornalismo	Sim	http://observatoriodaimprensa.com.br/
Observatoire des mutations des industries culturelles	OMIC	2004	França	Centro para o Estudo de Mídia, Tecnologia e Internacionalização e parceiros	Encorajar o intercâmbio entre abordagens apresentadas por vários horizontes científicos, para relatar regularmente as mais recentes contribuições científicas em torno das questões relacionadas às mudanças nas indústrias de cultura e comunicação e garantir que o conhecimento assim produzido seja valorizado pela maior audiência possível. Para além das únicas esferas acadêmicas, a OMIC procura sensibilizar as instituições e os agentes econômicos para as abordagens científicas das indústrias da cultura e comunicação. Muitos intercâmbios são organizados com esses atores e instituições.	Mídia / Imprensa / Comunicação	Sim	http://www.observatoire- omic.org/
Observatório Feminino	OF		Brasil		É uma revista digital feita por e para observadores do universo feminino. Um ponto de encontro e reflexão que reúne artigos, debates, matérias especiais, vídeos, entrevistas, histórias pessoais, dicas, provocações e coberturas.	Feminismo	Sim	http://observatoriofeminino.co m.br/
Arts and Culture Observatory	ACO		Estados Unidos		Apresentar guias de artes e museus para que o público apresente críticas e sugestões para melhorias.	Artes	Sim	http://www.artsobservatory.org
Observatório Brasileiro de Informações Sobre Drogas	OBID		Brasil	Secretaria Nacional de Política sobre Drogas (SENAD) - Ministério da Justiça (MJ)	Disponibilizar relatórios, pesquisas, publicações que possibilitem a redução do uso de drogas e também auxiliar no tratamento e reinserção social.	Drogas	Parcialmente, pois ao clicar em Reinserção Social e Tratamento, é necessário login e senha.	https://obid.senad.gov.br/
Observatório Brasileiro de Arranjos Produtivos Locais (APL)	OBAPL		Brasil	Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)	Apresentar informações de diversos APLs dos diversos estados brasileiros e incluindo informações de distintos Bloco Econômicos, como o Mercosul.	Arranjos Produtivos Locais	Aparentemente sim, porém a plataforma encontra-se desatualizada.	http://portalapl.ibict.br/

Observatório Brasileiro de Hábitos Alimentares	ОВНА	2008	Brasil	Ministério da Saúde / Fundação Oswaldo Cruz - Fiocruz	Ser um repositório vivo de pesquisas, trabalhos e ações que reflitam as diversas dimensões e significados dos hábitos alimentares brasileiros.	Alimentação	Sim	https://obha.fiocruz.br/
Observatório Nacional do Mercado de Trabalho	ONMT	2002	Brasil	Ministério do Trabalho / Secretaria de Políticas Públicas de Emprego	Subsidiar a formulação de políticas públicas no âmbito do sistema público de emprego, trabalho e renda brasileiro.	Trabalho		http://obtrabalho.mte.gov.br/
Observatório das Migrações Internacionais	OBMIG RA		Brasil	Ministério do Trabalho (MTb) por meio do Conselho Nacional de Imigração (CNIg) e a Universidade de Brasília (UnB).	Ampliar o conhecimento sobre os fluxos migratórios internacionais no Brasil.	Imigração internacional, emigração brasileira para outros países e projetos migratórios de retorno dos emigrantes brasileiros.	Sim	http://obmigra.mte.gov.br/
Observatório Sebrae/RJ		2011	Brasil	Sebrae em parceria com o Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade (IETS).	Monitoramento, análise e disseminação de informações ligadas ao ambiente dos pequenos negócios do Estado do Rio de Janeiro.	Empreendedorismo para os pequenos negócios.	Sim	http://www.sebrae.com.br/sites /PortalSebrae/ufs/rj/institucion al/observatorio,29625c50047f3 510VgnVCM1000004c00210a RCRD
Observatório de Mercados Ilícitos			Brasil	Iniciativa da Fiesp, por meio do Departamento de Segurança (Deseg) para revelar, mensurar e enfrentar o problema da economia criminal.	Roubos, homicídios, pirataria, contrabando e outras formas de violência são fruto de um mercado ilegal que cresce em ritmo acelelerado.	Mercados Ilícitos	Sim	http://hotsite.fiesp.com.br/omi/ 2017/index.html
Observatório da Política Nacional de Controle do Tabaco		1999	Brasil	Secretaria Executiva da Convenção-Quadro da OMS para o Controle do Tabaco (CQCT/OMS)	Reunir, organizar e disponibilizar informações e conhecimentos atualizados sobre a implementação da Convenção- Quadro da Organização Mundial da Saúde para o Controle do Tabaco no Brasil.	Controle do Tabaco	Sim	http://www2.inca.gov.br/wps/ wcm/connect/observatorio_con trole_tabaco/site/home/conven cao_quadro/historico

Observatório Social do Brasil	OSB		Brasil, porém, há 134 Obserevató rios sociais distribuído s em 16 estados brasileiros.	O OSB é uma instituição não governamental, sem fins lucrativos, disseminadora de uma metodologia padronizada para a criação e atuação de uma rede de organizações democráticas e apartidárias do terceiro setor. O Sistema OSB é formado por voluntários engajados na causa da justiça social e contribui para a melhoria da gestão pública.	Promover a capacitação e oferecer suporte técnico aos OS, além de estabelecer as parcerias estaduais e nacionais para o melhor desempenho das ações locais.	Fiscalização / Justiça Social.	Sim	http://osbrasil.org.br/ http://osbrasil.org.br/observator ios-pelo-brasil/
Observatório de Recomendaçõe s Internacionais de Diretiros Humanos			Brasil	Ministério dos Direitos Humanos	O Observatório de Recomendações Internacionais sobre Direitos Humanos é uma plataforma de acesso público que reúne recomendações sobre diversos temas de direitos humanos dirigidas ao Brasil por instâncias da Organização das Nações Unidas (ONU) e da Organização dos Estados Americanos (OEA).	Direitos Humanos	Sim	http://www.observadh.sdh.gov.br/
Observatório de Armagh		1789	Irlanda do Norte		É um instituto de pesquisa astronômica em Armagh, na Irlanda do Norte . Cerca de 25 astrônomos estão baseados no observatório, estudando astrofísica estelar, o Sol , a astronomia do Sistema Solar e o clima da Terra.	Astronomia	Não	https://en.wikipedia.org/wiki/A rmagh_Planetarium
Observatório Digital do Trabalho Escravo no Brasil		2003	Brasil	Ministério Público do Trabalho (MPT)	Compilar de forma inteligente os registros administrativos, dados, e estatísticas oficiais (sobre o tema ou a ele relacionadas).	Trabalho Escravo	Não	https://observatorioescravo.mpt .mp.br/

The Social	[]:	Escritórios	Governo do Reino	Trabalha em mais de 170 países (da África,	Pobreza	Sim	http://s+A1:I67ocialobservator
Observatory		em mais de	Unido (UK),	Ásia América Latina e Caribe e Oriente			y.worldbank.org/principles
(The World		100 países	Departamento	Médio), com parcerias dos setores público e			
Banc)	1	membros	Australiano de Relações	privado. Une seus esforços para acabar com			
			Exteriores e Comércio	a pobreza e enfrentar alguns dos desafios de			
			(DFAT)e Comissão	desenvolvimento mais prementes.			
			Europeia (CE), através				
			da iniciativa de				
			Segurança Alimentar e				
			Nutricional do Sul da				
			Ásia (SEFANSI).				

${\bf AP\hat{E}NDICE\;B-FOCO\;LEGISLA} \boldsymbol{\tilde{C}} \boldsymbol{\tilde{A}} \boldsymbol{O}$

Foco: LEGISLAÇÃO Linha de observação: legislação internacional, nacional, estadual, local e suas repercussões para o setor.

ESFERA	QUESTÕES A SEREM OBSERVADAS	ATRIBUTOS INFORMACIONAIS	FONTES	SITES	PERIODICID ADE DE ANÁLISE
SANITÁRIA	Quais os aditivos e coadjuvantes são autorizados?	Aditivos e coadjuvantes	Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)	http://portal.anvisa.gov.br/	Diariamente
	Quais os limites de resíduos de agrotóxicos e metais pesados são autorizados?	Limites Máximos de Resíduos de Agrotóxicos, micotoxinas, agentes microbiológicos	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)	http://www.agricultura.gov.br/	Diariamente
	Quais LMRs de micotoxinas são autorizados?	Projetos de leis	Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV)	http://www.oiv.int/	Semanalmente
		Consultas Públicas	Codex Alimentarius - Internacional Food Standards	http://www.fao.org/fao-who- codexalimentarius/en/	Mensalmente
		Audiências Públicas	Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)	http://www.fao.org/home/en/	Mensalmente
			World Helth Organization	https://www.who.int/en/	Mensalmente
COMPORTAME NTO DO CONSUMIDOR / COMÉRCIO	Quais os projetos de lei que impactam no comportamento do consumidor?	Projetos de flexibilização do consumo de bebidas alcoólicas	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL)	http://www.abrasel.com.br/	Semanalmente
	Quais as particularidades quanto às leis que impactam no comportamento do consumidor por estado e por município?	Leis por estado e município	Consumidor Moderno (revista)	https://www.consumidormoderno.com.br/	Semanalmente
			Organização Mundial de Comércio (OMC)	http://www.mdic.gov.br/index.php/comer cio-exterior/negociacoes- internacionais/805-omc-organizacao- mundial-do-comercio	Semanalmente
			World Trade Organization	https://www.wto.org/	Semanalmente
			Presidência da República - Planalto	http://www2.planalto.gov.br/	Semanalmente

COMUNICAÇÃO E MARKETING	Quais as possíveis mudanças nas leis que regem a comunicação e marketing de bebidas alcoólicas e produtos a base de fruta?	Leis de comunicação e marketing	Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar)	http://www.conar.org.br/	Semanalmente
		Projetos de lei para mudança nas regras da comunicação e marketing			
ROTULAGEM	Quais as mudanças quanto às exigências de rotulagem?	Exigências de Rotulagem	Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)	http://portal.anvisa.gov.br/	Diariamente
			Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)	http://www.agricultura.gov.br/	Diariamente
			Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO)	http://www.inmetro.gov.br/	Diariamente
AMBIENTAL	Quais os projetos de lei ambiental que impactam o setor?	Projetos de lei ambiental	Ministério do Meio Ambiente (MMA)	http://www.mma.gov.br/	Semanalmente
		Licenciamentos	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA)	http://www.ibama.gov.br/	Semanalmente
			Fundação Estadual de Proteção Ambiental	http://www.fepam.rs.gov.br/	Semanalmente
TRIBUTÁRIA	Como está a legislação por estado e por produto?	Impostos, alíquotas e bases de cálculo por estado e por produto	Receita Federal do Brasil	https://receita.economia.gov.br/	Semanalmente
	O que está mudando na legislação tributária nacional, estadual e local?	Projetos de lei e consultas públicas para mudança na legislação tributária nacional, municipal e por estados	Secretaria Estadual da Receita (RS)	https://fazenda.rs.gov.br/inicial	Semanalmente
	Quais são os benefícios tributários para as empresas em seus distintos portes?		Secretaria Estadual da Receita (SC)	http://www.sef.sc.gov.br/	Semanalmente
	seus distintes perces.		Secretaria Estadual da Receita (PR)	http://www.fazenda.pr.gov.br/	Semanalmente
			Secretaria Estadual da Receita (SP)	https://portal.fazenda.sp.gov.br/Paginas/default.aspx	Semanalmente
			Secretaria Estadual da Receita (RJ)	http://www.fazenda.rj.gov.br	Semanalmente
			Secretaria Estadual da Receita (MG)	http://www.fazenda.mg.gov.br/	Semanalmente
			Secretarias Municipais da Receita (todos os estados)		Semanalmente
			Legis Web - Informação Rápida e	https://www.legisweb.com.br/	Diariamente

			Confiável		
OUTROS PAÍSES	Como está a legislação nos países-alvo para o comércio brasileiros de vinhos e sucos?	Legislação por país e por produto	Organização Mundial de Comércio (OMC)	http://www.mdic.gov.br/index.php/comer cio-exterior/negociacoes- internacionais/805-omc-organizacao- mundial-do-comercio	Semanalmente
	O que está mudando na legislação desses países?	Projetos de lei para mudanças na legislação por países-alvo e produtos	World Trade Organization	https://www.wto.org/	Semanalmente
	Como está a legislação de nossos concorrentes?	Tributação nos mercados de origem (exemplo: Chile, Argentina, Comunidade Europeia)	Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV)	http://www.oiv.int/	Semanalmente
		Exigências quanto à Indicação Geográfica por país	Mercosul	https://www.mercosur.int/	Semanalmente
		Barreiras tarifárias e não tarifárias	Codex Alimentarius - Internacional Food Standards	http://www.fao.org/fao-who- codexalimentarius/en/	Mensalmente
			World Intellectual Property Organization	https://www.upov.int/about/en/	Mensalmente
			International Labour Organization (ILO)	https://www.ilo.org/global/lang en/index.htm	Mensalmente
			Organização Internacional do Trabalho (OIT)	https://www.ilo.org/brasilia/langes/index.htm	Mensalmente
GLOBAL		Acompanhar qualquer proposição ou alteração	Câmara dos Deputados	https://edemocracia.camara.leg.br/wikileg is/	Diariamente
		brasileira que tenha relação com	Diário Oficial da União	http://www.in.gov.br/web/guest/inicio	Diariamente
		o setor vitivinícola	Diário Oficial do Estado do RS	https://www.diariooficial.rs.gov.br/	Diariamente
			Assembleia Legislativa do RS	http://www.al.rs.gov.br/site/	Diariamente

APÊNDICE C – FOCO MERCADO

Foco: MERCADO

Linha de observação: Comportamento do mercado e suas repercussões para o setor.

QUESTÕES A SEREM OBSERVADAS	ATRIBUTOS INFORMACIONAIS	FONTES
A organização do mercado para estrutura e distribuição dos produtos vitivinícolas;	Acompanhar a evolução por categoria de produto;	Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (ABAD);
Analisar o panorama nacional e internacional com identificação das oportunidades, vantagens comparativas e ameaças para o Brasil;	Realizar análise técnica das competências dos fornecedores;	Associação Brasileira de Sommeliers (ABS);
Avaliar o progresso das indústrias do setor (volume de investimentos no setor);	Desenvolver análise estratégica dos concorrentes, através de seus acordos (bilaterais) e alianças;	Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS);
Avaliar a concorrência (dimensão dos produtos importados);	Acompanhar a evolução da área plantada e dos produtos elaborados;	Cadastro Vitivinícola Nacional (quando for implementado);
Evolução do consumo per capita nacional, por produtos e por estado - monitorar os estados, destinos finais e intermediários;	Identificar a política de preços dos concorrentes e seus alvos;	Clubes e Confrarias de Vinho;
Observar as transformações do setor (variedades de uvas, formas de plantios, mercados, etc.);	Identificar os recursos e as operações utilizadas pelos concorrentes em busca de competitividade;	Comex Stat (Sistema do MDIC);
Observar os novos entrantes no mercado e os concorrentes potenciais;	Manter segmentação do produto (Concorrência na Exportação: Novo Mundo x Velho Mundo);	Entidades setoriais dos países produtores;
Produtos substitutos concorrentes.	Mapear a abrangência mercadológica de cada vinícola (classificação local, regional, nacional, internacional);	Estudos de mercado e relatórios de países produtores e concorrentes;
	Mapear a cadeia dos setores clientes no mercado nacional, identificando suas vulnerabilidades;	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE);
	Mapear as redes que a concorrência utiliza no mercado consumidor (atuação de distribuidores/produtores brasileiros e internacionais);	Ministério da Economia, Indústria, comércio Exterior e Serviços (MDIC);
	Mapear os produtos substitutos concorrentes diretos e indiretos (por exemplo: cervejas e refrigerantes);	Estudos da Nielsen, da Euromonitor, da Mintel, etc.;

Monitorar as ações dos países concorrentes (agenda de eventos);	Pontos de Vendas;
Monitorar os grandes players do setor (países e grupos empresariais);	Projeto Radar (desenvolvido dentro do Ibravin, que visa obter informações de lojas, restaurantes, bares e similares);
Observar o comportamento do consumidor internacional em termos de produtos demandados, volumes e preços;	Pró Vinho (visa aproximar pessoas ao vinho);
Observar o comportamento do consumidor nacional em termos de produtos demandados, volumes e preços;	Revistas especializadas, blogs, colunas de jornais;
Acompanhar, por estados, as maiores lojas, varejistas, compradores, formadores de opinião, organização de consumidores e outros;	Serviço de Proteção ao Crédito;
Acompanhar relatórios de exportação dos países; Segmentar produtos e posicionamento por preços.	Sindicatos Regionais das indústrias de vinho; Varejo como um todo.

APÊNDICE D - SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO



Título:



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA AUTORES DISPONIBILIZAREM PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO OBSERVATÓRIO BRASILEIRO VITIVINÍCOLA (OBVV)

Disponibilização na Plataforma do Observatório

Na qualidade de titular dos direitos de autor da publicação abaixo, autorizo o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) a disponibilizar na plataforma do Observatório Brasileiro Vitivinícola, sem ressarcimento dos direitos autorais, a obra citada, para fins de divulgação da produção científica.

Dados da Obra

Identificação do tipo de material (artigo, tese, dissertação, trabalho de conclusão de curso,

outro documento):
Instituição de Ensino (ou pesquisa):
Dados do Autor
Nome Completo:
E-mail:
Telefone:
RG:
CPF:
Endereço:
Cidade:
1