

**PERFEIÇÃO EMPREENDEDORA: UMA REFLEXÃO A PARTIR DA
EXPERIÊNCIA DA VILLA FRANCONI VINHOS E VINHEDOS**

AUTORES

RICARDO LEBBOS FAVORETO

Universidade Estadual de Londrina
ricardo.favoreto@hotmail.com

GABRIELA LEBBOS FAVORETO

Universidade Estadual de Londrina
GABIFAVORETO@HOTMAIL.COM

MARIO NEI PACAGNAN

Universidade Estadual de Londrina
marionei@usp.br

RENATO DA ROCHA NETO

Universidade Estadual de Londrina
renatorochaneto@hotmail.com

RESUMO

O empreendedorismo constitui campo de estudo em Administração marcado pela complexidade, que, característica de seus objetos, acaba por afetá-lo inteiramente como sistema conceitual. Suas questões correlatas trazem à tona valiosas contribuições para o estado da Administração, porque, fundamentalmente, tratam de fatores que estão na gênese de tudo o mais que se estuda academicamente nessa área. Aqui, busca-se explorar o tema sob uma nova nuance: a perfeição como forma de empreender. Para tanto, utiliza-se da teorização proposta pelo filósofo José Ingenieros, acerca de um idealismo perfeccionista. Inicialmente, expõem-se algumas considerações sobre empreendedorismo. Depois, passa-se ao setor vitivinícola, marcado pela relação estreita com a qualidade e alinhamento com práticas ideais de administração, destacando-se a perfeição como seu mais embrionário elemento diferenciador. Trata ainda, de algumas particularidades pelas quais se atribui à vitivinicultura um caráter perfeccionista. Ao fim, aborda-se uma experiência bastante peculiar; da empresa Villa Francioni Agro Negócios S/A, demonstrativa de uma forma de empreender voltada para a perfeição. Ratificada por detalhes técnicos vitivinícolas e pela filosofia perfeccionista característica de seu empreendedor, a empresa evidencia o quão próximas se encontram a filosofia de Ingenieros e a prática negocial aqui abordada.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Perfeição; Vitivinicultura.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a field in Administration Science impregnated with a complexity that characterizes its objects and entirely affects it as a conceptual system. Its correlated topics bring up valuable contributions to the development of Administration, because, fundamentally, they refer to facts that are positioned in the genesis of everything else studied

academically in this area. This paper seeks to explore the theme in a new way: the perfection as an entrepreneurial modus. To reach this purpose it is used a theoretical framework elaborated by the philosopher José Ingenierus that suggests a kind of perfectionist idealism. Initially, the paper introduces some relevant considerations about entrepreneurship. Than are presented some peculiarities that characterizes viniculture as a perfectionist industry. By the end, it is displayed a particular experience of a company named Villa Francioni Agro Negócios S/A, that illustrates the modus of entrepreneurship here commented.

KEY WORDS: Entrepreneurship; Perfection; Viniculture.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é fenômeno recente. Suas novidades parecem residir na intensificação e na amplitude adquirida pelo fenômeno. Obviamente, os estudos sobre temas referentes mostram constantemente nuances distintas, que incrementam a sensação de abrangência, e a conseqüente importância do fenômeno.

Dentre os variados elementos correlatos, propõe-se neste trabalho recorte que destaca o empreendimento sob uma perspectiva idealista, considerada segundo o filósofo José Ingenieros (2004). Tal perspectiva indica um fazer voltado para a perfeição, e considera a história humana um contínuo devir, cujo desenvolvimento está atrelado ao espírito perfeccionista de indivíduos comprometidos com a perfeição.

A essa característica associe-se o fazer empreendedor, e chegar-se-á a um tipo denominado aqui de perfeição empreendedora. Pelas características negociais que apresenta, constitui uma forma especial de empreender, em muito congruente com o setor vitivinícola. Em uma época no qual a quantidade tem muitas vezes preponderado sobre a qualidade, destaca-se então um tipo de empreendimento pautado na perfeição, sendo esse seu principal elemento diferenciador.

No setor vitivinícola, o idealismo sempre teve importância reconhecida e resguardada. Fizeram-se clássicas, e provavelmente sempre o serão, como padrão a ser observado, a atuação de Dom Pérignon na elaboração do Champagne. Johnson (1999, p. 231) considerou-o, “o primeiro perfeccionista”. De lá então, surgiram bordaleses, borguinhões, mendocinos e tantos outros, que fizeram da vitivinicultura uma indústria de caprichos, e artesanalmente moderna.

Para cumprir a proposta de expor esse idealismo empreendedor, no texto que segue trata-se primeiramente de algumas considerações sobre empreendedorismo, que servem a uma breve sistematização do campo de estudo, e frisam a importância e a presença do fenômeno no âmbito negocial. Em seqüência, apresenta-se o conceito de idealismo, segundo Ingenieros (2004), para firmar o significado que a ele atribui o autor. Depois, foca-se a vitivinicultura, com ênfase nos aspectos que atestam o modo empreendedor de fazer aqui apontado, qual seja o idealista. Por fim, apresenta-se um caso da Villa Francioni Vinhos e Vinhedos que ratifica o conteúdo exposto anteriormente, demonstrando, por detalhes técnicos vitivinícolas, o quão próximas se encontram a filosofia de Ingenieros e a prática negocial aqui abordada.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada, quanto ao seu objetivo, tem caráter demonstrativo-exploratório, porque visa apresentar, em moldes atuais, um critério especial de condução empreendedora, qual seja o idealismo, segundo Ingenieros (2004), que se orienta pela perfeição.

Conforme propõe Vergara (2000), esse tipo de estudo é recomendado quando a pesquisa praticada dedica-se à matéria ainda incipiente na área – como o é a propositura em questão. Triviños (1987) ressalta sua contribuição para incremento da experiência em torno do fenômeno. A revisão literária e os comentários ao caso foram realizados em condizência com o tipo adotado.

A opção pela exposição de um caso visa a clarear o entendimento da ligação proposta entre os conceitos apresentados, e, como sugere Yin (2001), é adequado para apresentar informações relevantes sobre um fenômeno contemporâneo em seu real contexto, com área limítrofe tenuemente delimitada. Outrossim, elementarmente, o caso é forma de constatação da realidade.

Os dados primários foram coletados por meio de: observação direta, procedida dentro das instalações da empresa; entrevista não-estruturada com apresentadora que faz às vezes de relações públicas da empresa; e entrevista semi-estruturada, com integrante do corpo diretor da organização – tudo constante de protocolo de pesquisa, conforme recomendado por Yin (2001). Já os dados secundários, foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica, promovida em materiais especializados.

EMPREENDEDORISMO: ALGUMAS IMPORTANTES CONSIDERAÇÕES

Conquanto o seja recente como campo de estudo em Administração (BARON e SHANE, 2007), o empreendedorismo é fenômeno conhecido da humanidade, devido principalmente, segundo a visão cognitiva, ao caráter inquieto de alguns indivíduos que, estimulados para desenvolver novos fatos, rompem barreiras, combinam recursos, assumem riscos e criam espaços próprios de atuação (HISRICH e PETERS, 2004).

Schumpeter (1934) liga o empreendedorismo ao desenvolvimento da economia. Trata-se, como colocam Baron e Shane (2007), do empreendedorismo como motor desenvolvimentista. Daí sua relevância como fato social, no âmbito das nações.

Como campo de estudo, diz-se do empreendedorismo ser a área da Administração cujo objetivo é abordar como surgem oportunidades para criação do novo, como essas oportunidades são descobertas ou criadas por indivíduos empreendedores, como são desenvolvidas, e quais são os efeitos disso decorrentes (SHANE e VENKATARAMAN, 2000). Engloba, portanto, as diversas nuances referentes à empreendedimentação e empreendedor. Daí ressaltarem os autores a importância desse campo de estudo (SHANE e VENKATARAMAN, 2000; DOLABELA, 2006; BARON e SHANE, 2007), ora especialmente como área de pesquisa especializada (SHANE e VENKATARAMAN, 2000).

Como fenômeno, pode-se dizer que o empreendedorismo é um processo constituído de etapas desempenhadas pelo indivíduo empreendedor. Baron e Shane (2007) propõem visão processual segundo a qual a atividade empreendedora consiste de várias etapas correspondentes a todo um ciclo de negócio. E Kuratko e Hodgetts (2001) atentam também para a figura do intra-empreendedor.

Seja no âmbito da ciência, seja no do fenômeno, tem-se sempre presente, ora como objeto de estudo, ora como protagonista, o indivíduo que os possibilita: o empreendedor. Toca-se aí no ponto de sustentação de qualquer esforço de que se possa dizer empreendedor.

Schumpeter (1931) define-o como indivíduo que inova e aproveita oportunidades de negócios. Baron e Shane (2007), como indivíduo que congrega um conjunto de habilidades essenciais ao desenvolvimento de um negócio. Dolabela (2006), como alguém que pratica um sonho e tenta transformá-lo em realidade. Cada definição mantém o foco em determinado aspecto da figura do empreendedor, o que denota complexidade do objeto sob estudo.

Precisamente, trata-se de uma pessoa. E traçar os limites de um indivíduo não é tarefa das mais fáceis, tanto mais quando se considera a impossibilidade de se separar o indivíduo empreendedor do seu empreendedimentação. Para Gartner (1988), são como o bailarino e sua dança.

Consideradas à área de estudo, o fenômeno e o indivíduo realizador, entre uns e outros empreendedimentações, surge a questão do coletivo principiológico, informador do sucesso empreendedor. Dentre as várias formas negociais, aborda-se neste artigo o negócio voltado prioritariamente para a perfeição; esta, a fonte.

A perfeição como ramo específico? Talvez não propriamente. A perfeição como *modus operandi*, considerada como valor inerente a um fazer artístico, permeado por

toda uma organização. Num universo comercial que quase sempre compele ao retorno rápido e à reificação das operações, chama a atenção uma forma de atuar com vistas à perfeição, simplesmente por constituir o sonho de um empreendedor fazer o melhor.

Tal como a lição dada pela personagem Sra. Raku, de Mintzberg, empreendedores podem descobrir que o fazer constitui mais essência que os ganhos econômicos dele oriundos. Quando a Sra. Raku suja-se na terra da qual se originara seu negócio de cerâmicas, tem-se um momento epifânico: “a surpreendente revelação de que fazer vasos era mais importante do que ganhar dinheiro” (MINTZBERG, 2003, p. 328).

A percepção de que em certos nichos específicos de mercados, há consumidores sedentos por produtos ótimos; a concepção de que o produto é o último estágio de uma seqüência anterior, cuja bem-feitura é condição para a consecução da alta qualidade do produto final; o controle cerrado sobre a matéria-prima; o desenvolvimento de um clima organizacional eminentemente artístico – são todos elementos de negócio que contribuem para a formação de um tipo de empreendimento que resgata, por meio de técnicas modernas, a perfeição artesanal, e, justamente por isso, destaca-se no seu meio de inserção. Do idealismo à perfeição. De um fundador a toda uma organização. São passagens indicativas de uma forma de atuar voltada para o perfeito.

O IDEALISMO DE INGENIEROS

José Ingenieros, no primeiro quartel do século XX, escreve uma obra que, a despeito dos mais de noventa anos transcorridos, é extremamente atual: trata-se de “O Homem Medíocre”.

“Quando lanças a proa visionária na direção de uma estrela, e desdobras as asas rumo a uma excelsitude inatingível, ansioso de perfeição e inconformado com a mediocridade, levas em ti o impulso misterioso de um Ideal. É chama sagrada, capaz de temperar para as grandes ações” (INGENIEROS, 2002, p. 23): é a forma como o autor principia sua saga em direção a um idealismo seu, propriamente por ele concebido.

Pode-se delimitar o conceito numa definição, segundo proposta do próprio autor, sintetizando o idealismo como substrato daquilo que se impulsiona pelo ideal; este como impulso do espírito no sentido da perfeição; e esta como a forma completa de um querer imaginário. O idealismo centra-se, pois, no ideal, “o resultado mais profundo da função de pensar” (INGENIEROS, 2002, p. 25).

O ideal é, pode-se dizer, a hipótese plenamente perfectível, que assim deve ser julgada para que sirva de estímulo à um incessante devir. A imaginação, com base na experiência, antecipa juízos acerca de futuros aperfeiçoamentos. É atravessando à frente da vivência experiencial que, segundo o autor, surgem os ideais, como formação absolutamente natural – “a função de pensar atinge tal grau de desenvolvimento que a imaginação pode antecipar-se à experiência” (INGENIEROS, 2002, p. 25); e, por constituírem os ideais visões antecipadas de um porvir, “influem sobre a conduta e se tornam instrumento natural de todo progresso humano” (INGENIEROS, 2002, p. 27).

Experiência e imaginação, apesar de seguirem, segundo o autor, vias paralelas, fluem em ritmos diferentes – aquela caminha muito mais lentamente que esta. Da imaginação nasce toda originalidade, o que permite a deformação do real no sentido da perfeição. E do lapso entre o que é e o que poderia ser surge o direito de ser livre, libertar-se da herança e tentar o progresso.

O ideal não pode ser entendido assim como um fim. É um caminho. Por ser relativo, não pode ser considerado aprioristicamente uma verdade, mas é sempre uma crença. E, por ser crença, à intensidade com que se realiza depende menos de sua efetiva verdade, que da a ele atribuída.

Também, todo ideal é relativo a uma imperfeição da realidade presente. Enquadrá-lo num caráter absoluto nega sua própria essência, uma vez que nega a possibilidade infinita da perfeição, que, para o ser humano, sempre há. Do relativismo dos ideais, abstrai-se, no entanto, um caráter comum: a permanente transformação, na busca de aperfeiçoamentos ilimitados. Assim, ao idealismo dogmático, opõe-se um idealismo experimental, que se refere à ideais permanentemente renovados, e “evolutivos como a própria vida” (INGENIEROS, 2002, p. 35).

Daí serem os ideais fundamentais a qualquer desenvolvimento humano. Arelados à existência das grandes mentes, sempre existiram, e pode-se especular que sempre existirão. Estão por trás de todo esforço magnífico praticado por um ser ou por uma coletividade. Os fatos da experiência constituem os pontos de partida, sobre os quais atua a imaginação e se formam ideais. A história, em todos os campos, mostra-nos uma eterna inquietude de perfeições, anunciadas por ideais, advindos de mentes que lutam contra a mediocridade.

Em suma, pode-se dizer que o ideal “é uma fé na própria possibilidade de perfeição” e idealista é o ser que tem apreço pela perfeição indicada por seus ideais. “Há tantos idealismos quanto idéias, tantos ideais quanto idealistas, e tantos idealistas quanto homens aptos a conceber perfeições e capazes de viver por elas” (INGENIEROS, 2002, p. 29;25).

A ATIVIDADE VITIVINÍCOLA FINA: PARTICULARIDADES DA PERFEIÇÃO

Muitas são as definições atribuídas ao vinho – de cunho romântico, místico, religioso, cada qual avocando o direito de contribuir com a própria delimitação. Em definição técnica, “trata-se de solução aquosa de etanol com maiores ou menores vestígios de açúcares, ácidos, ésteres, acetatos, lactatos e outras substâncias presentes no suco de uva ou resultantes de fermentação” (JOHNSON, 1999, p. 13). As diversas substâncias que o compõem dão idéia da complexidade de se trabalhar o produto de forma a obter-se o seu melhor.

Fazer vinho é técnica há muito dominada pela espécie humana, para a qual o tempo de maturação conferiu um caráter artístico. Elaborar vinho é administrar sutilezas. Hoje, milhares de anos transcorridos, a atividade tornou-se uma amálgama de três elementos: técnicas artesanais, decisões criativas e conhecimento científico (LAROUSSE DO VINHO, 2007). O primeiro é resultado da longa sabedoria acumulada; o segundo, sa expressão artística do produtor; e o terceiro, dos estudos acadêmicos da enologia.

A começar pelo local de plantação das vides, o vinho faz-se uma permanente escolha. As terras situadas entre os paralelos 30° e 50°, a norte do Equador, e 35° e 45°, a sul, tendem a ser mais propícias ao cultivo da *vitis vinifera*. É temos dos fatos do universo vitivinícola. Esse item geográfico, de relevância climática, explica-se pela congruência necessária entre o ciclo vegetativo da videira e as temperaturas a que são expostas. Em termos simples, “as uvas utilizadas na elaboração de vinhos não se adaptam a temperaturas extremas” (ALBERT, 2006, p. 19).

Dentro de uma faixa geográfica, a altitude pode favorecer o cultivo da planta. E, numa mesma propriedade – *domaine*, para os franceses; *quinta* para os portugueses -, há as enconstas melhores em insolação, de onde, provavelmente, sairão os melhores frutos. Em certas regiões vitícolas, tornaram-se clássicos os casos em que videiras cultivadas em extensões territoriais bastante próximas dão frutos completamente distintos em qualidade. O motivo: a exposição à incidência dos raios solares. As regiões à margem do rio Douro, em Protugal, e Ribera del Duero, sua continuação na Espanha, exemplificam a importância das encostas na produção dos melhores frutos. Alguns vinhos dessas regiões são, para muitos, os melhores tintos portugueses e espanhóis (LILLA, 2005); outros são apenas bons vinhos.

O plantio é praticado, quanto ao modo de disposição das vides, geralmente, de duas formas: sistema tradicional (ou latada) e sistema espaldeira (vertical ou em y). Os grandes vinhedos obedecem ao segundo *lay out*. Entre as suas vantagens: permite melhor insolação, facilita a mecanização da vide e reduz a produção por hectare (VIOTTI, 2000). Apesar de estranha a outros campos, na viticultura, a pequena produção é sinal de qualidade dos frutos (JONHSON, 1999; MACHADO, 2004; LAROUSSE DO VINHO, 2007).

A fase de cultivo é trabalhosa. Exige a poda constante, para obtenção de frutos densos, concentrados. Surge o conflito: quando o produtor do vinho não cultiva as próprias uvas, prefere a baixa produtividade, enquanto o viticultor vendedor pode preferir as colheitas abundantes (LAROUSSE DO VINHO, 2007). Melhor se cultivo e produção concentrarem-se na mesma pessoa.

Na colheita, cuidados devem ser empregados para não amassar os frutos. Daí a utilização da colheita manual, e de repositório adequado para o transporte dos cachos até a cantina.

Por volta de setembro, no Hemisfério Norte, março, no Hemisfério Sul, inicia-se a vindima, a colheita da uva, e, quase que concomitantemente, a vinificação. Entram em cena então, os mais variados processos, utilizados de acordo com a arte de cada produtor. Tanques de aço inóx, mangueiras inoxidáveis, controle de temperatura, barris de carvalho, e tantas outras, são peças que ocupam suas respectivas posições, e aguradam ao comando do enólogo chefe da cantina.

Os métodos são vários. De acordo com o Larousse do Vinho (2007), destacam-se, entre os estilos clássicos, quatro principais, todos oriundos do país-berço da excelência vitivinícola, a França.

Ao estilo do Bordeaux tinto, quando o clima é suficientemente quente para fazer as uvas amadurecerem, favorecem-se a extração de aromas, as combinações e o envelhecimento em barris, para produzir vinhos complexos e longevos. Ao estilo do Bordeaux branco licoroso, as uvas são colhidas nobremente apodrecidas (fungo *Botrytis cinerea*), e enfatizam-se as triagens e o envelhecimento. Ao estilo do Borgonha tinto, procede-se a uma maceração pré-fermentária, a uma fermentação rápida e ao envelhecimento em barris. E ao estilo do Borgonha branco, envelhece-se o vinho em barris, e também em garrafas.

Acresçam-se às técnicas clássicas os modernos processos praticados na atualidade, frutos do conhecimento científico na área. É verdade que alguns surgem com a exclusiva finalidade de incremento nos lucros, e não elevam o nível absoluto de qualidade do produto. É o caso da adição de lascas de carvalho (*chips*) em cubas neutras, substituindo os caros barris de carvalho nobre (LAROUSSE DO VINHO, 2007). Mas é também verdade que boa parte dos processos modernos servem à finalidade de melhorar a produção, como, por exemplo, o controle computadorizado da temperatura de fermentação e as cubas de aço inóx, que são hoje mundialmente utilizados (LAROUSSE DO VINHO, 2007).

Enfim, entre cada tarefa, da vide ao vinho, percebe-se um espaço destinado exclusivamente à perfeição. O esmero dirige-se ao detalhe. É o que garante o produto como arte, e a arte como prazer do consumidor. Subjacentemente, há processos muito bem articulados, e o esforço intensificado de artistas que criam trabalhando e trabalham criando. É o que se busca num bom vinho: arte.

A EXPERIÊNCIA DA VILLA FRANCONI

A Villa Francioni Agro Negócios S.A. é uma jovem empresa vitivinícola brasileira, catarinense, fundada em 2000, atuante sob o nome Villa Francioni Vinhos e Vinhedos, marca VF. Conta em seu quadro com 54 trabalhadores, diretos e indiretos. Sua atual produção anual é de aproximadamente 200.000 garrafas de 750 ml.

Idealizada para elaborar o melhor vinho do país, o principal valor da empresa é a excelência. Seu mito, o próprio fundador. De fato, tudo na empresa é realizado para conceber o perfeito, “extrair o melhor do terroir brasileiro”, segundo a Diretora entrevistada.

No mundo do vinho, para fazer bem, é preciso fazer com arte. E isto, o Sr. Dilor sabia. Gostava de arte, e deixou a marca VF esculpida por todos os cantos da empresa, nas arandelas moldadas em barro. A relações-públicas da vinícola lembra: “Tudo aqui é voltado para a arte. O próprio vinho, para ele, já era uma arte”. O que designar por arte pode não ser unânime, tendo em vista a abstração do conceito, mas há algo muito forte que se pode afirmar a ele vinculado, que é a busca da perfeição.

Os primeiros vinhos ficaram prontos em 2007, e já se destacaram pela surpreendente qualidade atingida. Embora a empresa não tenha adotado a posição promocional de participar de concursos, os críticos reconheceram-na, e já falam na empresa como uma das melhores do país. Em 2006, a empresa foi considerada pela ABS/SP (Associação Brasileira de Sommeliers) a melhor vinícola do país. Em 2007, o Villa Francioni Chardonnay 2006, lançado na Expovinis, foi eleito o melhor Chardonnay da feira. Em 2007, nova consagração com Villa Francioni Tinto 2004, eleito o melhor vinho tinto brasileiro pela Confraria dos Sommeliers de São Paulo.

Em São Joaquim, o clima é frio, com largos períodos de estiagem, e, como há sujeição a chuvas de granizo, os 25 hectares de vides são cobertos com tela de proteção contra granizo. Tinha de ser assim. As mudas são preciosas: todas de origem certificada, 90% da França e 10% da Itália.

As videiras são dispostas verticalmente, plantadas no sistema de espaldeira – cujas principais vantagens na visão deles são a propícia exposição solar dos cachos, a facilitação do manuseio da planta, para podas e colheita, e a manutenção de espaço ventilado entre os cachos. A adequada ventilação ajuda na secagem do cacho após precipitação de chuva, o que evita o apodrecimento do fruto.

A empresa vinifica apenas uvas produzidas nas próprias propriedades. São 50 hectares cultivados, 25 em São Joaquim – sede da empresa – e 25 em Bom Retiro, também na Serra Catarinense. O porquê: “a produção das próprias uvas indica que a empresa se preocupa com a qualidade do produto final, porque controla todas as etapas do processo produtivo” – explica a Diretora. E complementa: “o vinho começa no campo, e termina na taça do apreciador”.

Enquanto a média de produtividade brasileira gira em torno de 16 a 18 toneladas por hectare, nas propriedades da Villa Francioni esse número cai para menos de 5 toneladas. A regra em voga é a conhecida no mundo do vinho, de que quantidade e qualidade são fatores inversos (JOHNSON, 1999; MACHADO, 2004).

As uvas são coletadas manualmente, em horários de temperatura amena (para evitar fermentação precipitada dos frutos), e transportadas em caixas especiais até a cantina. Retirar o cacho sem o esmagar é fundamental para a preservação da qualidade do fruto.

Dentro da cantina, o antagonismo entre o parque fabril e a arte ameniza-se consideravelmente. Na parede de frente para a plataforma dos tanques de fermentação, há uma gravura em mosaico. Sob ela, uma frase: “Bendita seja a mão que colhe a uva”. Esses e outros detalhes ornamentam o ambiente.

No centro de produção, o relevo em declive da cantina mostra o modernismo da vinificação. Cada etapa é realizada em um nível superior ao precedente. O motivo: o produto em execução segue naturalmente para a próxima etapa, por força gravitacional, o que torna desnecessário o bombeamento do líquido por transferência mecânica, que teria de ocorrer com insuflação de oxigênio. É o principal diferencial tecnológico da empresa. “São poucas as cantinas no mundo construídas dessa forma” – relata a Diretora.

A fermentação ocorre no interior de tanques de aço inoxidável. O amadurecimento, em barricas de carvalho francês, de 225 L. As barricas são armazenadas em uma cave, há quatro metros de profundidade – o que garante uma temperatura em torno de 14° Celsius, e baixa umidade do ar. A iluminação é toda indireta, e busca-se privar o espaço de barulho, para o vinho descansar.

A vida útil, considerada pela empresa, de cada barrica, é de três anos. Completado esse período elas serão provavelmente vendidas para vinícolas menores ou empresas de destilados. O custo de manter esse padrão de troca é alto, cerca de mil e trezentos Euros por barrica, a cada três anos.

Quatro metros abaixo da cave das barricas, fica a cave dos espumantes, onde a temperatura oscila entre 12 e 13 graus Celsius. Todos os espumantes são produzidos pelo demorado método *champanoise*, o mesmo utilizado na França para a produção de champanhe.

Enfim, o tinto, o branco e o espumante seguem para engarrafamento e rotulação. No rótulo, a homenagem que se fez perene pelo fundador: o nome Francioni aparece como insígnia em todas as garrafas. S. Dilor homenageou a mãe, a toscana, D. Agripina Francioni, com a materialização do seu sonho.

Muito embora não tenha desfrutado da primeira garrafa – finalizada em 2007 -, Seu Dilor eternizou-se em sua obra. Gostava de arte. E fez do seu operar artístico o sucesso do seu negócio. Como explica a Diretora: “A Villa é fruto da excentricidade de um homem que tinha um sonho: produzir o melhor vinho do Brasil”. Tudo está sendo realizado para isso.

No conjunto de situações culminantes no perfeccionismo empreendedor, um fato destaca-se a ponto de se arriscar considerá-lo condicionante para a sustentação do empreendimento: esse fato é a marca forte da figura do empreendedor. A despeito de não mais presente entre os seus, Sr. Dilor soube representar-se em idéia. É inegável o registro de sua lembrança em cada um dos trabalhadores da organização. “Todos aqui conhecem a história do Sr. Dilor” – conta a Diretora. Se não pessoalmente, conhecem-no pelo menos em retrospectiva, por meio das histórias contadas pelos que com ele conviveram. Na galeria lateral, os quadros fotográficos deixam claro aos transeuntes que se trabalha hoje num espaço que foi sonhado e realizado com o afincamento de quem objetivou fazer o melhor. São diversas as fotos protagonizadas pelo fundador.

POSICIONAMENTO

A Villa Francioni Agro Negócios S.A. é uma empresa especial, atuante num mercado sem qualquer tradição vitivinícola, tanto em produção quanto em consumo. Surgiu para alterar esse cenário, e a estratégia pensada foi um modo perfeccionista de fazer, à altura de um produto notoriamente reconhecido como excelente.

Idealizada por um fundador marcado pelo idealismo, no sentido que se lhe atribui Ingenieros (2004), a empresa ocupou um seleto nicho de mercado há muito negligenciado pelas empresas brasileiras do setor, com algumas poucas exceções. Habitadas à produção em larga escala, as vinícolas brasileiras quase sempre relegaram a qualidade do produto a segundo plano.

De fato, não é fácil, e talvez nunca o venha a ser, projetar-se num mercado constituído por consumidores “de alta renda, extremamente exigentes e, por natureza, infieis a uma marca específica” – como a Diretora entrevistada os considera. Além do que, a concorrência dos países com tradição em vitivinicultura é forte, especialmente dos sulinos Chile e Argentina.

Para sustentar uma campanha de penetração num cenário inóspito, a empresa carrega a bandeira de fazer o melhor, da melhor forma. A filosofia de “extrair o melhor do

terroir brasileiro” expressa, sintetiza e justifica o que vem sendo realizado. O propósito é elaborar um produto de tal maneira que ninguém possa criticá-lo por ter sido feito com falta de zelo. Se não é possível agradar o paladar de todos os tipos de consumidores, há, para eles, plena possibilidade de trabalhar sob a chancela das melhores práticas do setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para Ingenieros (2004), o idealismo é a prospecção do perfeito, que adquire caráter absoluto se visualizado na mesma época em que é pensado, e relativo se considerado como um ponto num lapso temporal maior. Atribui-lhe conotação desenvolvimentista. A diferença positiva entre duas situações adviria, pois, de um fazer melhorado, que, antes de existir em ação, existiria na mente de indivíduos perfeccionistas. Nesse mesmo sentido, vale lembrar que, em época e sob ângulo diferentes, o economista Joseph Schumpeter (1934) também adverte para a importância do empreendedorismo, materializado por processos de destruição criativa, para o desenvolvimento econômico de um país.

Enfim, tem-se exposto aqui um fenômeno a que se convencionou chamar de perfeição empreendedora, demonstrado brevemente num caso do setor vitivinícola. A pesquisa indica para um fato que não é novo, mas tem-se feito esquecido, talvez devido a um emaranhado estrutural que prima mais pelo retorno financeiro do que pelo objeto de negócio em si.

Outrossim, o fenômeno contribui para formatar um espaço conceitual sistematizado sob a perspectiva da perfeição. Se esta realmente pode ser atingida, cabe discutir com maior destreza no campo da filosofia, mais propriamente da ontologia. Mas o que se demonstra neste estudo é um tipo de empreendimento voltado para a sua consecução; não necessariamente perfeito, mas que com isso consegue atingir um patamar de produtos excelentes.

Como sugestão para estudos futuros, propõem-se pesquisas que relacionem a escolha pela perfeição empreendedora com fatores como: imagem internacional; grau de inovação; clima organizacional; sustentabilidade em condições ambientais imediatistas; e outros mais que se fizerem potencialmente interessantes. Certamente, seriam estudos de grande valia para a depuração do fenômeno em questão. A relevância da atividade empreendedora, num contexto organizacional e social maior, justifica uma constante perquirição científica, orientada sempre para incrementos intelectuais sólidos a respeito do tema em apreço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERT, Aguinaldo Zäckia. **O Admirável Novo Mundo do Vinho e As Regiões Emergentes**. 3 ed. São Paulo: Senac, 2006.

BARON, Roberth A.; SHANE. Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30 ed. São Paulo: Cultura, 2006.

GARTNER, W. B. “Who is Entrepreneur?” **Is the Wrong Question**. American Journal of Small Business, 1988, v. 12, n. 4, p. 11-32.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

INGENIEROS, José. **O Homem Mediocre**. São Paulo: Quartier Latim, 2004.

JOHNSON, Hugh. **A História do Vinho**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

KURATKO, D. F.; HODGETTS, R. M. **Entrepreneurship – A Contemporary Approach**. Orlando: Harcourt College Publishers, 2001.

LAROUSSE DO VINHO. 2ed. São Paulo: Larousse do Brasil: 2007.

LILLA, Ciro. **Introdução ao Mundo do Vinho**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

MACHADO, Renato. **Em Volta do Vinho**. São Paulo: Globo, 2004.

MINTZBERG, Henry. **Criando Organizações Eficazes: estruturas em cinco configurações**. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SHANE, S.; VENKATARAMAN. S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. Academy of Management Review, 2000, Vol. 25, p. 217-226.

TRVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

VIOTTI, Eduardo. **Terra Próspera**. Vinho Magazine, 2000, n. 07, p. 19-27.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.