



CADEIA PRODUTIVA DA UVA E DO VINHO EM PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS: ESTUDO DE CASO DO CAMINHO DO VINHO NA COLÔNIA MERGULHÃO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS – PR
contatoelislobo@gmail.com

APRESENTAÇÃO ORAL-Agricultura Familiar e Ruralidade
ELISANGELA LOBO SCHIRIGATTI¹; VITOR AFONSO HOEFLICH²; LUIS FERNANDO FONSECA KASPRZAK³.
1,2.UFPR, CURITIBA - PR - BRASIL; 3.PUCPR, CURITIBA - PR - BRASIL.

Cadeia Produtiva da Uva e do Vinho em Pequenas Propriedades Rurais: Estudo de Caso do Caminho do Vinho na Colônia Mergulhão em São José dos Pinhais – PR

Grupo de Pesquisa: Agricultura Familiar e Ruralidade

Resumo

O objetivo geral deste trabalho foi realizar a análise diagnóstica da cadeia produtiva da uva e do vinho na Colônia Mergulhão em SJP/Paraná, com ênfase à produção de baixa escala na pequena propriedade rural. Para alcançar o proposto, os objetivos específicos foram: descrever a cadeia produtiva da uva rústica e do vinho de mesa; identificar os fatores de cunho não tecnológico como legislação, logística, modelos cooperativos e associativistas, diretrizes e ações junto ao sistema agroalimentar que podem afetar a cadeia produtiva do vinho; propor questões do ponto de vista atrativo da pequena propriedade rural produtora de vinho de mesa que podem atuar como uma manobra para o desenvolvimento competitivo do mercado local. O método científico aplicado neste trabalho se baseou no enfoque sistêmico do Modelo Geral de uma Cadeia Produtiva. Os dados apresentados no decorrer deste documento demonstram a importância da cadeia produtiva do vinho na RMC e seu grande potencial de desenvolvimento relacionado ao enoturismo como uma maneira de sustentabilidade da pequena propriedade rural.

Palavras-chaves: Cadeia Produtiva, Uva, Vinho artesanal, enoturismo.

Abstract

The aim of this work was the diagnostic analysis of the productive chain of the grape and wine in Colônia Mergulhão in SJP/Paraná, with emphasis on small-scale production in the small rural property. To achieve the proposed specific objectives were: to describe the productive chain of rustic grape and wine table, identify the nature non-technological factors such as legislation, logistics, cooperative and associative models, guidelines and actions to the agro-food system that can affect the production chain of wine; propose issues from the standpoint of attractive small farm producing table wine that can act as a maneuver for the development of competitive local market. The scientific method applied in this study was based on the systemic approach of the General Model of a Supply Chain. The data presented throughout this paper demonstrate the importance of the productive



chain of wine in the RMC and its great potential for development related to wine tourism as a way to sustainability of small rural properties.

Keywords: Supply Chain, Grape, Wine artisanal wine tourism.

1. INTRODUÇÃO

No Brasil a cadeia produtiva da uva e do vinho apresenta uma grande importância na economia e no montante de vinhos comercializados. Em 2007 o país foi o 15º produtor mundial (FAOSTAT, 2007) e o Paraná considerado o 5º estado de maior produção da fruta, sendo responsável por 7,3% da produção nacional (IBGE, 2007). Deste percentual 54% é destinado a indústria vitivinícola que dedica 77% da produção de vinhos para o vinho de mesa (UVIBRA, 2008) também conhecidos como vinhos de colônia que são aqueles produzidos com uvas híbridas ou americanas (HORTIBRASIL, 2009). A produção de uva gerada pela pequena propriedade rural, diferente dos sistemas produtivos das grandes empresas vitivinícolas, resulta numa capacidade produtiva de vinho limitada e em geral, com ausência de valor agregado. Tornando assim, a comercialização pouco lucrativa e motivando a busca de novas alternativas para a geração de renda, entre elas, ações que podem contribuir para o aumento do consumo do vinho e seus derivados.

Em São José dos Pinhais – SJP, município da Região Metropolitana de Curitiba – RMC, os pequenos produtores rurais encontraram no Turismo Rural da Agricultura Familiar - TRAF uma alternativa para complementar a renda familiar (MAPA, 2006). A Colônia Mergulhão é uma região rural do município caracterizada pela vinicultura artesanal, uma expertise familiar trazida por imigrantes italianos que ocuparam a região no final do século XIX (MAROCHI, 2006). Em 1998, 29 propriedades localizadas nesta área geográfica se uniram, com o apoio do poder público, para estabelecer uma unidade de planejamento, conhecida como Caminho do Vinho (DEPARTAMENTO DE TURISMO SJP, 1999). Deste total, 12 são unidades produtivas rurais concentradas na fabricação do vinho comum de mesa. O escoamento dos produtos é realizado através da comercialização por estas famílias no próprio local de produção e moradia. Assim, o enoturismo, uma atividade baseada no serviço, se transformou em uma nova forma de sustentabilidade para estas pequenas propriedades rurais (ACAVIM, 2004).

O estudo da cadeia produtiva do vinho nesta região torna-se importante para ajudar a identificar possíveis problemas de ordem não tecnológica, compreender novas maneiras de pensar e elucidar melhorias ao contexto sócio-econômico dos atores envolvidos. Por esta razão, o objetivo geral deste trabalho é realizar a análise diagnóstica da cadeia produtiva da uva e do vinho na Colônia Mergulhão em SJP/Paraná, com ênfase à produção de baixa escala na pequena propriedade rural. Para alcançar o proposto, os objetivos específicos são:

- descrever a cadeia produtiva da uva rústica e do vinho de mesa;
- identificar os fatores de cunho não tecnológico como legislação, logística, modelos cooperativos e associativistas, diretrizes e ações junto ao sistema agroalimentar que podem afetar a cadeia produtiva do vinho;



- propor questões do ponto de vista atrativo da pequena propriedade rural produtora de vinho de mesa que podem atuar como uma manobra para o desenvolvimento competitivo do mercado local.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

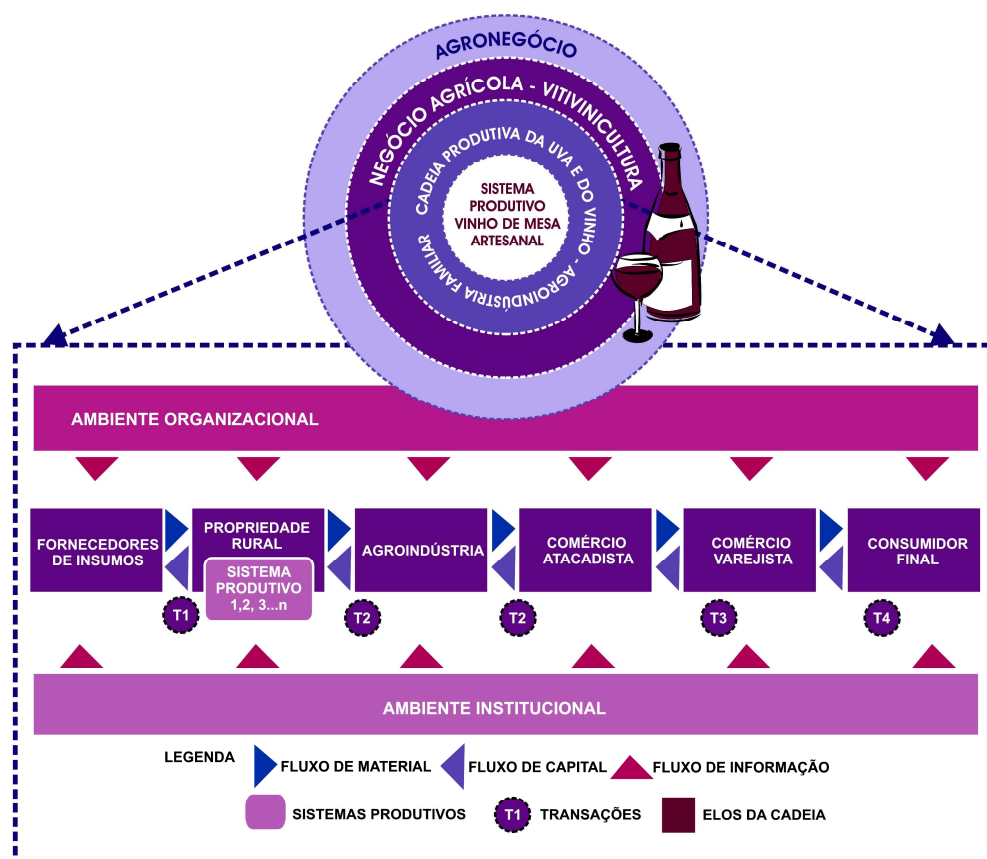
O universo do agronegócio é um sistema complexo e para facilitar o entendimento dos interesses deste estudo de caso e seus respectivos limites, foi utilizado o esquema do conceito de hierarquia de sistemas, já que uma cadeia produtiva é considerada um subsistema do agronegócio. No entanto o negócio agrícola da vitivinicultura pode englobar a produção de diversos tipos uva destinadas cada uma a a um tipo de vinho e subprodutos. Por isso, o conceito de sistema foi resgatado para conseguir estabelecer limites ao estudo em questão. Para CASTRO *et tal* (2002), sistema é o conjunto de partes interativas dentro de um universo no qual o investigador está interessado. Neste caso, o trabalho limita-se a estudar a cadeia produtiva da uva rústica e do vinho comum de mesa artesanal produzido em pequenas propriedades rurais.

Para CASTRO (2002) o primeiro passo para a realização da análise diagnóstica de uma cadeia produtiva é a caracterização geral da cadeia onde será definido a sua real importância perante o agronegócio. Esta etapa compreende a definição dos objetivos e critérios de desempenho, limites, insumos, saídas, componentes e ambiente institucional e organizacional. A identificação e o estudo dos segmentos funcionais do sistema tem o objetivo de caracterizar o fluxo da cadeia produtiva e promover maior integração com os agentes elos da cadeia, para melhor desenvolver e gerir o arranjo produtivo setorial do vinho. Contudo, o método científico aplicado neste trabalho se baseia no enfoque sistêmico do Modelo Geral de uma Cadeia Produtiva (FIGURA 01), uma visão mais ampla de estudo que também considera os atores “fora da porteira” da fazenda e dos fatores sociais, econômicos, físicos, biológicos que apresentam importância para a cadeia produtiva.

Por outro lado, o trabalho não envolverá a análise de processos internos de ordem tecnológica: eficiência produtiva, qualidade de produtos e processos, métodos e técnicas de fabricação do vinho de mesa. O raciocínio respeita as premissas do modelo geral da cadeia produtiva agropecuária apresentado por CASTRO (2004). A concepção deste modelo geral permite uma visão mais ampla do contexto abordado, incluindo para isso a visão dentro, antes e depois da porteira da fazenda. Nesta proposta, a cadeia produtiva promove uma conectividade de informação, materiais e fluxo de capital entre os elos que a formam. Estes elos são componentes que representam as organizações envolvidas como os fornecedores de equipamentos e insumo; as propriedades rurais; as agroindústrias; o comércio atacadista; o comércio varejista; e os consumidores finais.

A técnica utilizada neste trabalho está associada a identificação e ao processamento de informações secundárias: estudo de documentos, consulta de base de dados e de informação disponíveis sobre o setor vitivinícola. Os critérios de desempenho que serão utilizados na análise diagnóstica levarão em consideração os indicadores de competitividade, em especial aqueles voltados para o quesito serviço

FIGURA 01 – MODELO DE ENFOQUE SISTÊMICO E MODELO GERAL DE UMA CADEIA PRODUTIVA



FONTE: Os autores. Adaptado de CASTRO, A. M. G.; LIMA, S.M.V.; HOEFLICH, V. A. (2002), TRICHES, SIMAN & CALDART (2004) e Instituto Paulista de Vitivinicultura (2009).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 A cadeia da uva e do vinho no agronegócio



Em 2007 a uva foi a commodity que ocupou a 12ª posição no rank mundial com uma produção de 31.183.820 mil US\$ e 66.271.676 mil toneladas, segundo a Food and Agriculture Organization - FAO (2009). Os países europeus são os tradicionais produtores e exportadores de uva e a Itália lidera o mercado mundial com 8.519.418 mil toneladas, logo após encontram-se a China, EUA e França.

Todavia, percebe-se um significativo aumento da participação dos países da América do Sul neste mercado, principalmente Argentina, Chile e Brasil. Dentre os 20 maiores produtores, estes países ocupam 8º, 9º e o 15º lugar, respectivamente. A uva niágara é cultivada mais comumente nos estados de Nova Iorque, Pensilvânia, Michigan, Washington D. C. e Ohio. Sendo produzida em larga escala no Canadá, Nova Zelândia e Brasil.

De acordo com a União Brasileira de Vitivinicultura - UVIBRA a videira foi introduzida no Brasil, em 1532 por Martin Afonso de Souza, mas o verdadeiro desenvolvimento da viticultura comercial só ocorreu a partir de meados do século 19, com os imigrantes portugueses e italianos. Por volta de 1860, a região Sul de Minas Gerais foi, com a instalação dos primeiros vinhedos, uma das pioneiras e mais importantes produtoras de vinho do Brasil durante muito tempo. O clima frio, a localização privilegiada próxima aos grandes centros urbanos e a tradição cultural dos imigrantes contribuíram para que vinhedos e adegas fossem difundidos no Planalto de Poços de Caldas. Sendo que por iniciativa dos próprios viticultores, foi inaugurado, em 1936, um dos primeiros centros de pesquisa em uvas e vinhos do Brasil, a Estação Experimental de Viticultura e Enologia.

Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA (2008), o setor do agronegócio correspondeu em 2008, 28% do PIB nacional, 37% de empregos diretos e indiretos e 37% das exportações brasileiras. Sendo a fruticultura responsável por 11,5% do PIB agrícola e 0,625% do nacional. A uva é a quarta fruta em termos de valor da produção no Brasil de acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA (2007) ficando atrás apenas da laranja, da banana e do abacaxi.

Em 2005 foi a principal fruta *in natura* exportada pelo Brasil com 107.277 mil US\$ e 51.213 toneladas segundo a SECEX (2006). Entretanto, de acordo com o mesmo órgão, o volume de uvas importado pelo país entre Janeiro a Março de 2009 foi 9% superior ao mesmo período em 2008, totalizando 9 mil toneladas. O fato foi devido a uma maior entrada de uvas do Chile, o que contabilizou 3,1 mil toneladas da fruta e um percentual de 46 a mais se comparado ao mesmo período do ano de 2008. Em contraposição, as importações da Argentina reduziram 4,1% no mesmo período de 2009. O aumento da entrada dos vinhos europeus e a proximidade das regiões de elevada produção como Serra Gaúcha, Argentina e Chile, são fatores que tornam a competitividade interna muito acirrada. (Embrapa Uva e Vinho, 2005)

A produção total brasileira de uva entre 2004 e 2007 manteve uma média de 1.278 toneladas ao ano (IBGE, 2007). O Rio Grande do Sul é considerado o principal pólo produtivo do país com 705 toneladas ao ano, São Paulo é o segundo maior com 193 mil toneladas e o Paraná ocupa o quarto lugar com uma produção de 104,4 mil toneladas ao ano, ou seja, 8,7% com relação a produção total.



Em 2008, 46,63% da uva comercializada nas Centrais de Abastecimento do Paraná - CEASA-PR (2009) procedeu do próprio estado e 41,57% dos pólos produtivos da região de São Paulo. Entretanto, a maior parte do vinho beneficiado no Paraná é feita com uvas importadas da Serra Gaúcha e do Vale do Rio do Peixe em Santa Catarina.

A produção de vinho de mesa do Paraná está estimada em 4 milhões de litros por ano, apesar do fruto estar presente em apenas pouco mais de 6,3 mil hectares distribuídos por áreas da Região Metropolitana de Curitiba, Sudoeste e Norte do Estado. As vindimas são cultivadas por 7, 6 mil pequenos produtores rurais, principalmente os de ascendência alemã ou italiana, que rendem 97,6 mil toneladas de uvas.

Segundo os dados da Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento – SEAB (2009), as uvas representam 8,1% do volume de frutas produzidas e correspondem a quinta fruta em volume colhido, respondendo por 22% do Valor Bruto da Produção - VBP da fruticultura. Tornando assim, a primeira em geração de renda bruta. O Paraná possui 256 municípios e destes, 60 atingiram uma capacidade produtiva que variou de 152 a 40.947 toneladas durante o ano de 2007 (IBGE, 2007)

3.2 A limitação da cadeia produtiva da uva e do vinho

São José dos Pinhais é um município brasileiro da microrregião de Curitiba¹, estado do Paraná com um PIB Per Capita segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social - IPARDES (2006) de R\$ 26.938,00. Está situado a 18,60km de distância da Capital de acordo com a Secretaria de Estado dos Transportes – SETR (2009) e localiza-se geograficamente a 25°32'05" de latitude sul e a 49°12'23" de longitude. A cidade é parte integrante do Primeiro Planalto e está a 906 metros acima do nível do mar. Possui clima subtropical úmido mesotérmico, de verões frescos e com ocorrência de geadas severas e frequentes, não apresentando estação seca. A média das temperaturas dos meses mais quentes é inferior a 22 e a dos meses mais frios é inferior a 18.

É considerado um município rural pois possui 85,2% do seu território composto por área rural onde residem, segundo estimativa do Catálogo Estatístico da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais (2009), 27.413 habitantes dos 279.723, índice que mostra um crescimento 3,5% ao ano com relação ao último censo IBGE (2000). A região é conhecida por sua vocação agrícola, comprovada pelos ótimos índices de sua produção. PMSJP através da produção familiar de aproximadamente 4.500 trabalhadores. Das 924 hectares de lavouras permanentes, segundo o censo agropecuário IBGE (2006), 25 são voltados ao cultivo da uva.

A Colônia Mergulhão está localizada na área rural, entre as Colônias Accioli, Murici e Rio Pequeno, a 10 Km da sede do município de São José dos Pinhais. O relevo local propícia o cultivo e produção agrícola por apresentar um terreno pouco mais acidentado. Segundo levantamento realizado por Souza (2006), a Colônia Mergulhão apresenta 100 famílias e possui 45,5% da população com descendência Italiana. Sendo as Famílias Daldin, Bortolan, Bim, Juliatto, Pissaia e Possobom, as primeiras que se

¹ Segundo a tipologia do IBGE citada pelo IPARDES (2002), 12 dos 25 municípios da RMC seriam considerados rurais, possuindo assim a maior rural dentre as metrópoles brasileiras.



estabeleceram-se na região no final do século XIX, trazendo a herança cultural italiana tradição da produção artesanal do vinho e outros costumes. O mesmo autor, que estudou as condições sócio-culturais da colônia, complementa que as propriedades utilizam mão de obra familiar contratando funcionários temporários na época de colheita.

Segundo Tonietto (2005) em 2005, na Colônia Mergulhão, das 13 propriedades, 11 cultivavam a uva e fabricavam o vinho (vitivinicultura), e apenas 2 produziam e comercializavam o vinho (vinicultura), adquirindo a matéria prima de produtores do Rio Grande do Sul. Em 2009, no Caminho do vinho, das 29 propriedades rurais participantes, 13 dedicam-se para a produção e comercialização do vinho, incluindo outros produtos coloniais. São eles: Vinhos Laureanti, Vinhos Possobom, Adega Bortolan, Vinhos Vô Vito, Vinhos Do Italiano, Cantina Della Mamma, Chácara Daldin, Vinhos Afonso Daldin, Vinhos Don Gabriel, Vinhos Pissaia, Vô Dide, Vinhos Paulo Juliatto E Vinhos Dom Roberto.

4.3 O ambiente institucional e organizacional

Para Castro (2002) o ambiente institucional e organizacional é conjunto de organizações públicas ou privadas que apoiam o funcionamento da cadeia. Estas organizações não participam diretamente do negócio, podem envolver os bancos oficiais, serviços de informação agrícola, instituições de pesquisa agrícola, assistência técnica e extensão rural. Para North² apud Triches (2004), elas resultam de alterações de regras formais ou informais provocadas por pressões de grupos de interesse e por decisões políticas ou judiciais. Assim, a eficiência de uma determinada cadeia verificada ao longo do tempo é fundamentalmente influenciada pelo grau de envolvimento das instituições.

Com base nesta premissa, foi criada em 21 de outubro de 2003 a Câmara Técnica da Agroindústria Familiar do Estado do Paraná, uma unidade integrante da estrutura funcional do Conselho Estadual de Desenvolvimento Rural e Agricultura Familiar – CEDRAF com o apoio da Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento – Departamento de Desenvolvimento Agropecuário – SEAB. Esta câmara possui o objetivo de promover a integração dos setores públicos e privados envolvidos com a agroindústria familiar, incluindo a produção, industrialização, comercialização, pesquisa, assistência técnica, insumos, créditos, tributação, legislação, entre outros. E para isso estabeleceu um representante em cada área envolvida incluindo MAPA, SEMA, SEFA, SESA, SEBRAE/PR, UFPR, TECPAR, IAPAR, EMATER, AFASP, entre outros.

Considerando sua importância econômica e social, inclusive suas perspectivas de crescimento no mercado, foi estabelecido por meio do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento uma câmara setorial própria para tratar de assuntos específicos do setor, a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Viticultura, Vinhos e Derivados – MAPA. Segundo o Instituto Agrônomo do Paraná – IAPAR, uma Câmara tem como objetivo principal formular e implementar políticas públicas que promovam a competitividade dos

² NORTH, Douglass C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1991, 152 p.



seus produtos pela qualidade e eficiência, com preservação ambiental e equidade na apropriação dos lucros da cadeia.

A Lei Nº 7.678, de 8 de Novembro de 1988 que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, classifica o vinho de mesa e o define como a bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto simples³ de uva sã, fresca e madura que possui teor alcoólico de 8,6% a 14%, podendo conter até uma atmosfera de pressão a 20°C. O vinho de mesa de uvas americanas se diferencia do vinho fino, não pelo teor alcoólico, por elaborado com uvas do grupo das uvas americanas e/ou híbridas, podendo conter vinhos de variedades *Vitis vinífera*. Em contrapartida os vinhos finos são elaborados exclusivamente a partir de variedades *Vitis vinífera* do grupo Nobres.

No Paraná a cultura da uva rústica está sendo incentivada porque apresenta grande potencial de geração de renda e de ocupação da mão-de-obra familiar. Um projeto, desenvolvido pela Fundação Terra e implantado desde 2005 no Estado, visa a consolidação da uva rústica como negócio na agricultura familiar em parceria com o Ministério do desenvolvimento Agrário – SAF, Secretaria de Agricultura e do Abastecimento, prefeituras municipais, Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural – Emater PR, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa Florestas e Embrapa Uva e Vinho, Iapar e do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - Senar.

A intenção primordial deste projeto, cujos objetivos estão divididos em 03 estratégias, é revelar o grande potencial dos parreirais e propor mais uma alternativa de renda para os produtores paranaenses. A primeira estratégia envolve a ampliação da competência através de um programa de capacitação e adequação dos sistemas de produção. A segunda, a organização da Cadeia Produtiva, implantar instrumentos facilitadores e por fim o marketing e a comercialização, desenvolvimento de estratégia para tornar os produtos do Paraná mais visíveis para os consumidores.

A Fundação Terra, Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Rural (2008), é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OCIP que têm por finalidades apoiar, entre outros, a viabilização de recursos financeiros, internos ou externos ao país, técnicos e gerenciais, para o desenvolvimento das atividades de assistência técnica e extensão rural e em apoio ao agronegócio; e o desenvolvimento de pesquisas, tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos, além de experimentação não lucrativa de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção. No relatório de atividades do exercício de 2008 a fundação apresenta os resultados obtidos com o projeto da uva rústica e de outros projetos como a capacitação de agricultores familiares para a atividade de turismo rural.

Para atingir as estratégias definidas foi criada em Abril de 2008 a Escola da Uva e do Vinho com a parceria entre as instituições anteriormente citadas, o governo do Paraná e o governo federal. A escola foi idealizada como parte do projeto de suporte à consolidação da uva rústica como negócio da agricultura familiar e funciona como base de um programa de treinamento e capacitação de produtores rurais. Está situada no município de Colombo na unidade da Embrapa Floresta e possui uma infra-estrutura que recebeu investimentos

³ Segundo o Art. 4º da mesma Lei, o mosto simples de uva é o produto obtido pelo esmagamento ou prensagem da uva sã, fresca e madura, com a presença ou não de suas partes sólidas.



avaliados em R\$ 1 milhão. Os 252 m² de área construída inclui cantina, laboratório para elaboração de produtos derivados da uva (vinhos, sucos, vinagres, geléias e graspa), três salas de aula para 30 alunos cada, computadores conectados a Internet de alta velocidade e alojamento para 32 pessoas, com cozinha e instalações adaptadas para portadores de necessidades especiais.

Os treinamentos são direcionados para técnicos e agricultores, desde o manejo da cultura de uva – poda e tratamento de inverno: manejo integrado de pragas e doenças na uva, processo de vinificação e subprodutos da uva. Desta maneira, a disponibilização do espaço e de técnicas para o desenvolvimento da produção, aumenta a expectativa do Paraná se tornar um outro pólo forte de vinícola na região sul do país como o Rio Grande do Sul, na produção e qualidade do vinho. A previsão é ter a inclusão de 1,2 mil novos produtores na atividade, gerar 1,5 mil postos de trabalho e injetar cerca de R\$ 25 milhões nas economias locais. Atualmente, o Estado tem 3,8 mil viticultores que cultivam uma área de 3,5 mil hectares e produzem a média de 8,2 mil quilos de uva por/ha.

Em resposta a esta movimentação, o mercado externo tem despertado interesse pela região como foi o caso da unidade de Curitiba da empresa de vinhos Campo Largo que recebeu recentemente um investimento de R\$ 4, 5 milhões da matriz para produzir suco de uva a partir de variedades de uvas americanas (rústicas). O projeto definiu que 18 mil mudas de uvas americanas (de mesa) serão cultivadas por pequenos produtores rurais da região onde cerca de 200 famílias farão o cultivo de modo integrado, ou seja, a empresa cede as mudas e se compromete a comprar a produção. Segundo Giorgio Zanrolenzi⁴ toda a uva utilizada na produção dos 25 milhões de litros de vinho comercializados pela empresa em todo o país vem dos vinhedos da propriedade instalada na Serra Gaúcha.

No final dos anos de 1990, após um inventário realizado em 1998 para estudar o potencial turístico da região, o Programa Roteiro Rural - Caminho do Vinho foi instituído e coordenado pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, abrange a Colônia Mergulhão e arredores. Segundo Souza (2006) o sistema rural do Circuito do vinho da Colônia é de base familiar e a maioria das propriedades nesta época produziam a uva, fabricavam o vinho e comercializavam os próprios produtos na própria sede rural. Tonietto (2005) diz que a tradição do cultivo e da produção é passada de pai para filho e foram trazidas pelos imigrantes italianos vindos do porto de Gênova, e de outras regiões da Itália como Sicília, Sardenha e Calábria.

A Associação Caminho do Vinho Colônia Mergulhão – ACAVIM foi instituída em 18 de junho de 2004, surgindo da necessidade de organizar os empreendimentos envolvidos na rota de turismo rural “Caminho do Vinho”, na área de abrangência da Colônia Mergulhão e arredores, buscando preservar a identidade rural da região, trazida principalmente pela etnia italiana. Entre os objetivos da associação está a aquisição de materiais de consumo, equipamentos e outros produtos de necessidade comum entre os diversos empreendimentos e/ou propriedades rurais na agricultura familiar, atendendo questões sócio-econômicas. Destaca-se que a finalidade principal é reunir os associados e

⁴ Diretor dos vinhos Campo Largo em entrevista cedida a Ana Paula Ehlert em 22 janeiro de 2009 para o Caderno Economia do Portal Paranaense - Bem Paraná. Disponíveis em <www.bemparana.com.br> Acesso em: 29 jun 2009.

discutir pontos relacionados ao desenvolvimento do Caminho do Vinho, definir metas comuns e equipes de trabalho para atingi-las.

A Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, por meio da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo – Departamento de Turismo em parceria com demais Secretarias Municipais, incentiva e disponibiliza aos associados, ações de divulgação, por meio do site, placas de identificação dos empreendimentos, criação de layout para material promocional e espaços em eventos. Em contrapartida, a associação busca a auto-sustentabilidade para o Caminho do Vinho, através da administração de recursos advindos da mensalidade dos associados, eventos, venda de lembranças, entre outros.

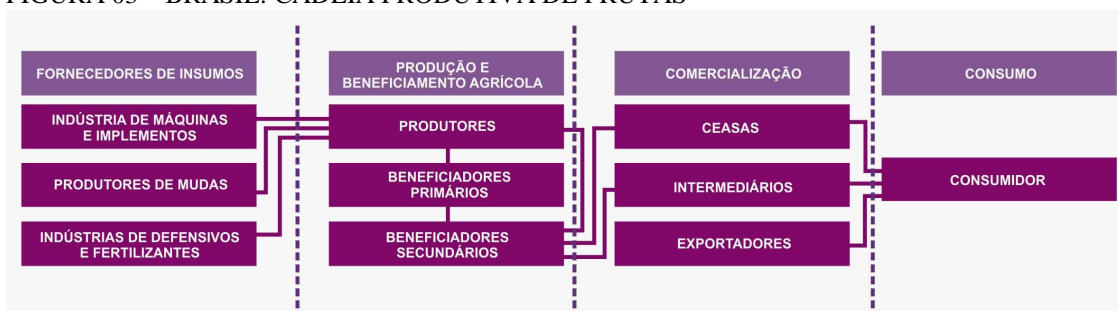
Uma iniciativa local para a discussão de novas diretrizes sobre a cadeia produtiva da uva e do vinho foi a realização em Agosto de 2008 do I Encontro sobre Produção de Vinho Colonial na Pequena Propriedade, realizado no Sítio Roda D'Água, Colônia Mergulhão em São José dos Pinhais. O encontro técnico abordou o tema “Desafios e Oportunidades para a Produção de Vinho” e contou no total com a presença de 14 adegas da RMC, representantes e produtores da região metropolitana e de Curitiba.

A Lei Nº 15.143 de 31 de Maio de 2006 que define as atividades do Turismo Rural na Agricultura Familiar – TRAF, especifica no Art. 2º as atividades produtivas da propriedade como aquelas utilizadas como atrativos, por meio de demonstrações sobre as técnicas de produção, onde o turista também pode interagir fazendo parte do processo, como exemplo as atividades de campo em vinícolas. Afim de propiciar a comercialização direta dos produtos locais, ofertados pelo agricultor e valorizar a cultura da família do campo. Conduzindo desta maneira, o resgate e a melhoria da auto-estima dos agricultores familiares.

3.2 A modelagem da cadeia produtiva da uva e do vinho

O modelo da cadeia produtiva das frutas mostrada a seguir apresenta o conjunto de atividades econômicas que articulam progressivamente desde o início da elaboração de um produto, neste caso, a uva *in natura*.

FIGURA 03 – BRASIL: CADEIA PRODUTIVA DE FRUTAS



FONTE: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA (2001)

A figura 04 apresenta uma sugestão de modelo para a cadeia produtiva do vinho de mesa. O diagrama desenvolvido mostra o fluxo entre 04 segmentos principais: a produção agrícola; o processamento e transformação; a distribuição e consumo; e por final, o



mercado consumidor. Esta representação inicial e aproximada da realidade, descreve de maneira breve a interação dos principais componentes envolvidos e a variedade da linha de subprodutos da uva e do vinho que podem ser obtidos. Assim pode-se observar o *input* e o *output* principal, que é a uva rústica e o vinho colonial, respectivamente.

Além do vinho de mesa, a cadeia do vinho pode apresentar várias ramificações e originar diversos subprodutos como o suco de uva concentrado, a geleia, o vinagre, a grappa⁵ e aguardente de vinho⁶, entre outros. Entretanto, o Instituto Paulista de Vitivinicultura, que nasceu com o objetivo de revitalizar a cadeia vitivinícola do Estado de São Paulo, acrescenta na estrutura da cadeia o Enoturismo, como uma forma de comercialização da uva, do vinho e de seus subprodutos. Atualmente, no caminho do vinho são ofertados: a geleia, o quentão e o suco de uva. Porém outros subprodutos são potencialidades que podem ser trabalhadas para a extensão da família de produtos como a grappa, o destilado, os pigmentos da casca, o vinagre e os óleos essenciais. Os vinhos de mesa produzidos e comercializados na rota são: o tinto e o branco do tipo seco, suave ou doce. Encontra-se também o vinho de prensa, obtido pela segunda prensada durante o processo produtivo ideal para a preparação de quentão e sagu.

FIGURA 04 – ESQUEMA DA CADEIA PRODUTIVA DA UVA E DO VINHO

⁵ Bagaceira ou grappa ou gaspa: Teor alcoólico de 35% a 54% obtida a partir de destilados alcoólicos simples de bagaço de uva, com ou sem borras de vinhos, podendo ser retificada parcial ou seletivamente. É admitido o corte com álcool etílico potável da mesma origem.

⁶ Teor alcoólico de 36% a 54% obtida exclusivamente de destilados simples de vinho ou por destilação de mostos fermentados de uva.



FONTE – Autores.

O mosto extraído sem auxílio da prensa dá origem ao vinho gota, enquanto o mosto obtido da prensagem origina o vinho-prensa, que representa, aproximadamente, 15% do volume total. Geralmente, são separados dois tipos de vinho-prensa. Na primeira prensa, com pressão suave, é extraído o vinho tinto de melhor qualidade e, na segunda prensa, com pressão mais intensa, é extraído o vinho de menor qualidade, caracterizado pelo gosto adstringente, amargo e herbáceo (RIZZON & MANFROI, 2006).

3.3 Qualidade e análise de insumos

A uva é uma fruta com diversas classificações e particularidades. Cada espécie, dependendo das cultivares e da região de onde é produzida, é destinada a elaboração de um tipo de vinho. Neste estudo de caso será considerado como principal *input* ou entrada a uva rústica destinada para a produção do vinho de mesa.

Segundo o Regulamento técnico de identidade e de qualidade para a classificação da uva rústica aplicado para atender a obrigatoriedade de classificação prevista nos incisos I, II e III, do art. 1º, da Lei nº 9.972, de 25 de maio de 2000 define no item 3 a Uva Rústica como aquelas com bagas da espécie *Vitis labrusca* L. De acordo com o Instituto Brasileiro de Qualidade em Horticultura – HortiBrasil, a *Vitis labrusca* L. possui as variedades Niagara, Isabel, ou ainda podem ser híbridas das 2 espécies como a variedade Kyoho.

Conhecidas popularmente por uva comum de mesa, uva rústica, uva de chupar⁷, uva Niágara ou uva Isabel. Também é denominada uva americana por ser uma variedade originária dos Estados Unidos da América – EUA que surgiu em 1868 a partir do cruzamento das variedades Labrusca concord x cassady. A cadeia produtiva da uva rústica gera a fruta destinada ao consumo “in natura” quem geral é comercializada em Ceasas ou supermercados até chegar ao consumidor final. Porém por ser menos resistente ao transporte o seu consumo fica muitas vezes restrito as regiões próximas aos centros produtores.

No Paraná, a época de safra, quando os parreirais se encontram carregados, inicia-se em Dezembro e vai até Março CEASA/PR (2009). Um calendário de comercialização foi elaborado com base nos movimentos dos anos de 1999 a 2003, com a finalidade de orientar produtores, técnicos e consumidores. A uva niagara apresenta forte oferta nos meses de dezembro a março, o que significa Grande oferta do produto, com tendência de preços baixos. Segundo Stein (2009) as variações locais são muito importantes, não somente pela influência geral nos custos e produção, mas também porque afetam grandemente a seleção das variedades, as podas, as práticas de cultivo e a qualidade do produto. Portanto, as regiões com as temperaturas mais elevadas, onde mais rapidamente se atingem maiores somas térmicas, são promissoras neste quesito e devem ser as indicadas para o cultivo de uva de mesa.

Para LACERDA (2009) este ano no estado a colheita de uva foi intensificada nos meses de maio a Junho, tendo a rubi e Itália como variedades que representarão mais da metade das frutas colhidas nesta safra. As duas detêm a maior área plantada em Marialva e Uraí, Assai e Bandeirantes, região norte do PR. Contudo, Rosário do Ivaí é considerada a principal produtora de Niágara para consumo in natura. A safra com grande volume produtivo pode causar desvalorização da fruta com relação ao preço médio recebido por produtores pela uva criando a relação maior oferta/ menor preço (R\$/kg). O contrário acontece entre os meses de Agosto e Novembro que compõem o período conhecido como “janela de mercado”, ou seja, a entressafra, que é a ausência do produto no mercado. Porém as características climáticas aliadas ao uso de técnicas de irrigação, bem como adequadas podas de formação e produção podem reduzir este prazo. Este mecanismo estratégico possibilita o controle do fluxo de produção e comercialização aumentando um maior lucro na safra.

A safra de uva desta região está atrelada a posição geográfica e as condições edafo-climáticas favoráveis ao desenvolvimento dos frutos, sendo a temperatura um dos principais fatores do clima que interfere na produção e influencia nas características da uva e do vinho (EMBRAPA UVA E VINHO) . Segundo Winkler⁸ apud Stein (2009) a videira foi considerada uma frutífera de clima sub-tropical, sendo as regiões climaticamente aptas, com condições térmicas e hídricas satisfatórias, aquelas com temperaturas médias anuais entre 17°C e 22°C e o índice hídrico inferior a 100. Pois a qualidade da fruta pode ser afetada pela quantidade acima da média de chuva, que reduz o volume colhido e desvaloriza a fruta.

⁷ A *Vitis labrusca* L. é conhecida como uva de chupar porque a sua polpa solta quando o fruto é pressionado.

⁸ WINKLER, A. J. *Viticultura*. California: University of California Press, 1965. 792



A Embrapa Uva e Vinho desenvolveu o Sistema de Classificação Climática Multicritérios Geovitélica, um mecanismo para análise do clima das regiões e determinar quais as regiões que são propícias para a produção da uva, tornando-se uma ferramenta importante para investidores do agronegócio. Pois a videira é uma planta conservadora e em regiões de clima temperado, no princípio da primavera não apresenta crescimento como muitas árvores frutíferas de folhas decíduas ou “caducas”, que permanecem inativas, até que a temperatura média diária atinja 10° C. Conforme a temperatura média sobe, o crescimento e alargamento dos brotos são acelerados dia a dia.

Atualmente os produtores rurais do Caminho do Vinho - Colônia Mergulhão se restringem a produção do vinho devido a infestação de *Eurhizococcus brasiliensis* (BOURNIER, 1977 apud LOURENÇÃO, 1989). Esta praga, conhecida vulgarmente como pérola-da-terra ou margarodes⁹, ataca as raízes da videira e está presente na terra destinada ao cultivo da uva. Então, para continuar o processo de produção artesanal do vinho, é preciso importar a uva do estado do Rio Grande do Sul ou da cidade de Iraí, norte do Paraná.

3.4 Fatores que podem influenciar na competitividade local

BUAINAIN & BATALHA (2007) citam que a cadeia produtiva das frutas apresenta algumas especificidades, que se traduzem em pontos fracos ou de dificuldade, entre eles o fato da forte presença da agricultura familiar e da relação trabalho/capital. Para Verdi *et al.* (2007, p.02) “a viticultura é marcada pela produção familiar, a proposta de embasar políticas públicas voltadas para a revitalização da cadeia vitivinícola remete a um importante significado social, na medida em que pretende promover condições de sustentabilidade a uma significativa parcela de pequenos produtores, altamente especializados.” Além disso, o estudo da cadeia produtiva deste setor pode contribuir para manter uma tradição que alimenta outros segmentos da economia, sobretudo o turismo.

O processo de fomento à cadeia da vitivinicultura na pequena propriedade rural deve englobar aspectos básicos para assegurar ao consumidor transparência do sistema e processo de produção, entre estes, a adequação às exigências e melhorias na segurança alimentar. A estrutura produtiva nas regiões emergentes geralmente é desenvolvida através da busca de inovações tecnológicas que permitam o aumento de produtividade, adequação de novas técnicas de irrigação, manejo de parreirais, pesquisa de novas variedades de uvas sem sementes, melhores condições de embalagem, acondicionamento e transporte das mercadorias, processo este compatível com a inserção competitiva nos mercados interno e externo.

Além deste enfoque tecnológico, outro desafio é criar, com o apoio de políticas públicas, novas oportunidades de negócios para os agricultores familiares que contribuam com o desenvolvimento rural sustentável e que sejam maneiras interessantes para agregação de valor. O programa da Agroindústria Familiar implantado pelo governo do estado do Paraná vislumbra esta premissa por meio de iniciativas que contribuem com a integração da agroindústria familiar ao mercado consumidor. Apoiando a inclusão social e

⁹ BOURNIER, A. **Grape insects**. Annual Review of Entomology, Palo Alto, 22:355-376, 1977.



o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar por meio de treinamentos e consultorias direcionadas a pequena propriedade rural. contribuir para a formulação de políticas de desenvolvimento da agroindústria familiar no Estado do Paraná.

As propriedades agroindustriais da Colônia Mergulhão não utilizam conservantes no processo produtivo do vinho. Este fator reduz a vida útil e impede a distribuição do vinho para lugares mais longínquos. Pois mesmo não tendo o prazo de validade definido no rótulo, o vinho com a ausência de conservante, ao contrário dos vinho fino industrializado, deve ser consumido novo, ou seja, quanto mais recente melhor. Por esta razão o comércio é caracterizado pelos cantineiros da região metropolitana e de Curitiba, adegas e restaurantes, na própria casa do agricultor e em alguns pontos comerciais. Por outro lado, o processo artesanal e a ausência de produtos químicos pode ser uma tendência forte em agradar um nicho de mercado que tem preferência aos produtos naturais e estão pré-dispostos a pagar mais por produtos que atendam esta necessidade.

A associação estabelece o padrão do rótulo frontal “Caminho do Vinho” constando a indicação do produtor responsável apenas no rótulo posterior. Entretanto, cada unidade familiar processa a matéria-prima segundo a sua própria receita. Tonietto (2005, p. 73) observou que a tradição encontra-se profundamente arraigada nas suas formas de fazer, principalmente no processo de fabricação do vinho e mesmo no cultivo da matéria-prima, sendo frequente a menção de práticas tais como observar as fases da lua tanto para o plantio e poda da uva quanto para realização do transvase do vinho de um recipiente para outro. ‘A tradição encontra-se presente, também, nas formas utilizadas para o armazenamento do vinho, nas receitas quanto aos teores de açúcar a serem adicionados, etc, conforme expresso por um dos produtores: “se usar químicos e conservantes... aí perde a identidade da gente, que é o vinho artesanal. Que o povo deixaria até de comprar porque eles querem uma coisa simples e artesanal, quanto mais simples, melhor, né, é o motivo que a gente vende o vinho aqui, por causa disso, porque ele é artesanal.”’

O produto é envasado em garrações de vidro verde com capacidade de 4,6 litros comercializados a R\$ 20,00 a unidade ou em garrafas menores por R\$ 6,00. O preço é padrão e adotado por todos os estabelecimentos do caminho. A estratégia de precificação baseada no custo torna o produto de compra não comparada e para evitar que o produto se torne *commodity*, o diferencial é estabelecido na tradição e na história da marca como referencial competitivo. Para isso o produtor deve dispor de mecanismos de *branding*¹⁰ para agregar ao produto a trajetória da família e a cultura regional. Quando as práticas repassadas de pai para filho são incorporadas à produção de vinho, a história ressalta as tradições e demarca território da marca. Por esta razão é essencial desenvolver fatores motivacionais que justifiquem o deslocamento do consumidor para a região metropolitana, para a aquisição de produtos com preço final equiparado a média de mercado. No enoturismo o diferencial está na qualidade do serviço o que aumenta o valor agregado da compra, como comenta KOTLER (2001), a tendência do consumidor final é procurar um produto híbrido, ou seja, um equilíbrio entre 50% produto e 50% serviço.

¹⁰ Gestão da marca. LINDSTROM, M. **Brand sense: A marca multissensorial**. Artmed: Porto Alegre, 2005.



A ACAVIM em parceria com o departamento de turismo de São José dos Pinhais, promoveu a 8ª Festa do Vinho. O evento turístico, que reúne os empreendimentos que produzem o vinho artesanal da região, atraiu em 2006 um público de aproximadamente 25.000 pessoas, segundo dados do Departamento de turismo do município. Este ano a oitava versão da Festa ocorreu nos dias 31 de Julho, 1º e 2 de Agosto. Além de valorizar o resgate da cultura, incentivar a comercialização do vinho e dos seus subprodutos, a festa cria oportunidade de moradores da capital e proximidades para conhecer os pontos turísticos do circuito.

Para Padilha & Freitas (2005) 52,5% dos curitibanos não conhecem os municípios da Região Metropolitana de Curitiba e daqueles que conhecem, o Caminho do Vinho em São José dos Pinhais, também denominado pelos moradores da capital como “Caminho da Uva” ou “Circuito da Uva”, foi o 1º ponto turístico mais conhecido com 79,7% dos entrevistados. O turismo rural ocupa o 3º lugar com relação ao tipo de preferência, ficando depois do turismo de lazer e do turismo ecológico. Para promover esta interação, fora dos eventos de grande porte, a prefeitura de São José dos Pinhais disponibiliza aos sábados a Linha Turismo-Caminho do Vinho, onde os visitantes são recebidos e acompanhados com Guia de Turismo credenciada, integrante da comunidade e caracterizada de italiana.

4 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Os dados apresentados no decorrer deste documento demonstram a importância da cadeia produtiva do vinho na RMC e seu grande potencial de desenvolvimento relacionado ao enoturismo como uma maneira de sustentabilidade da pequena propriedade rural. O foco que, a princípio estava voltado para um processo produtivo de consumo próprio, passa a ser direcionado a qualidade de uma produção artesanal maior e a venda de produtos. Esta mudança agregada as limitações do setor e as exigências do consumidor podem resultar em novas maneiras de repensar o assunto. Inclusive de vislumbrar novas oportunidades que fomentem o negócio em questão. Os produtores associados do caminho do vinho são concorrentes entre si, pois estão comercializando o mesmo tipo de produto em um perímetro de distância pequeno e precisam dar vazão a produtividade. Resumindo, são 13 os pontos de venda que o turista pode percorrer e encontrar, em geral, os mesmos tipos de produtos vinícolas. Esta repetição pode causar monotonia e desinteresse por parte do cliente após a visita de algumas propriedades. Por esta razão as estratégias relacionadas a gestão comercial de cada empreendimento devem ser discutidas e aperfeiçoadas com o objetivo de criar expectativas e curiosidades mercadológicas. Isto gera competitividade interna e instiga o desenvolvimento da cadeia produtiva e a capacitação desta parcela do agronegócio.

A pequena variação de preço nos subprodutos e o preço tabelado da unidade do vinho pode fazer com que o visitante considere outros critérios de decisão no momento da compra, relacionados ao serviço prestado e ao ambiente de vendas. Estes critérios podem envolver desde um cuidado maior na aparência da equipe de vendas até o repertório de abordagem comercial realizado por esta. Com a aproximação do ambiente casa-trabalho, estes fatores devem exigir uma atenção constante por parte da agroindústria familiar e por isso compor o tema de cursos de reciclagem.



O preço uniforme não inibe os estabelecimentos de realizar as promoções de venda casada ou ampliar a linha de produtos da mesma família de produtos, ou mesmo a aumentar a oferta de produtos artesanais complementares, entre estes, os embutidos, as conservas e os laticínios. Por isso um maior conhecimento sobre as estratégias de marketing promocional pode contribuir para a definição e implantação de novas formas de incentivar a aquisição do vinho no ponto de venda.

O rótulo padronizado da embalagem, desenvolvido para criar uma unidade ao roteiro turístico, pode transpassar a sensação de igualdade nos processos produtivos e possivelmente levar ao consumidor final a estabelecer um conceito de qualidade generalizada (positiva ou negativa). Este fato pode estar desconsiderando o principal atributo de diferenciação que se encontra no sabor do vinho, determinado pela características produtivas de cada propriedade rural. Para Valduga (2006) por exemplo, as vinícolas do Rio Grande do Sul, utilizam no rótulo a assinatura do patriarca da família que iniciou o negócio. A imagem paternal e da família tradicional de imigrantes utilizada nas campanhas de marketing exercem um grande apelo simbólico e agregam valor ao produto.

A arquitetura das vinícolas podem adotar o conceito *add retailing*¹¹, que contribuem para a fixação de uma identidade de tradição. Neste caso o ponto de venda precisa ser chamativo, interessante e com elementos de caracterização da cultura. O ambiente deve acolher o público-alvo do enoturismo de maneira a proporcionar um clima amistoso que permita experiências emocionais. As atividades interativas como local apropriado para fotografias, mini-exposição com painéis sobre a história da família, a degustação interpretativa e o acompanhamento do processo produtivo, são boas opções para estabelecer estas experiências no ponto de venda. Entretanto, necessitam de aperfeiçoamento, de investimento e apoio financeiro

A seguir algumas propostas levantadas para a formulação de políticas públicas tendo em vista o desenvolvimento e a competitividade da pequena propriedade rural voltada para o setor de viticultura da Colônia Mergulhão em SJP.

- Ações para explorar a cultura e a tradição do manejo do vinho como forma de agregar valor ao vinho de mesa e seus subprodutos comercializados;
- Promover aperfeiçoamento do capital humano no quesito serviços com foco no treinamento em atendimento, negociação e gestão em marketing;
- Aperfeiçoar as políticas de financiamento para o enoturismo;
- Incentivar a adesão da rota a outras existentes no estado para a formação de um ciclo do enoturismo no Paraná;
- Promover uma maior divulgação do Caminho do Vinho na capital e outras cidades vizinhas por meio de um plano de comunicação mais abrangente e completo;
- Ações para incentivar a participação das instituições de ensino superior no quesito pesquisa, consultoria aos associados e outras formas de contribuição ao setor.
- Ações para o fortalecimento da imagem dos empreendimentos em feiras e eventos do setor;

¹¹ Definidas como Lojas direto da fábrica, em geral estabelecidas no próprio local produtivo. Revista GAD DESIGN. São Paulo, 2007. Disponível em <<http://www.gaddesign.com>> Acesso em 28 jun 2007.



- Promover infra-estrutura com ênfase para o *merchandising*¹² no ponto de venda como diferencial competitivo entre os associados;
- Capacitar as agências de turismo para incentivar a demanda local;
- Promover maior participação das empresas do setor privado local nas propostas e defesas de políticas públicas;
- Ações para possibilitar novos entrantes na cartela de fornecedores para aumentar o potencial de negociação dos insumos e equipamentos utilizados pela cadeia produtiva.

O trabalho em questão não esgota o assunto e recomenda que este seja utilizado como base incentivadora para outras pesquisas. Contudo, este compreende que o tema deve ser tratado a partir do enfoque sistêmico em cadeias produtivas ampliando as atuações interdisciplinares. Pois os fatores de cunho não tecnológico também devem estar atrelados as práticas de melhoria contínua do produto como o controle fitossanitário eficiente, qualidade, adequação às exigências técnicas definidas pelos órgãos reguladores.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO CAMINHO DO VINHO COLÔNIA MERGULHÃO - ACAVIM. Disponível em <<http://www.sjp.pr.gov.br/caminhodovinho/acavim.php>> Acesso em 12 maio 2009.

BRASIL. Decreto-Lei nº 9.972, de 25 de maio de 2000. Estabelece o regulamento técnico de identidade e de qualidade para a classificação da uva rústica. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, de 26 maio 2000, p. 1.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia Produtiva de Frutas**. v.7, Série Agronegócios. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, Secretaria de Política Agrícola – SPA, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. Brasília: IICA, Jan. 2007. 102 p.

CÂMARA SETORIAL DO VINHO DE SÃO PAULO. **Ata da 1ª reunião da Câmara Setorial de Uva e Vinho – 19 nov 2008**. Disponível em: <http://www.codeagro.sp.gov.br/camaras_setoriais/as_camaras/uva_vinho> Acesso em 21 jun 2009.

CASTRO, A. M. G.; CRISTO, C. M. P. N.; LIMA, S. M. V. **Cadeia Produtiva: Marco Conceitual para Apoiar a Prospecção Tecnológica**. In: Simpósio de Gestão e Inovação Tecnológica., 22., Salvador, 2002.

CEASA PARANÁ. **Calendário De Comercialização De Hortigranjeiros Na Ceasa**. Disponível em <www.ceasapr.org.br> . Acesso em 25 abr 2009

¹² Atividades no ponto de venda para destacar e valorizar o produto, levando o consumidor a decisão final. COSTA; A. R.; CRESCITELLI, E. **Marketing promocional para mercados competitivos**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 367.



COSTA, A.; DOLGNER, M. R.. **Enquadramento legal do enoturismo**. Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda. Portugal. Disponível em IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/enoturismo.pdf> Acesso em: 25 jun 2009.

EMBRAPA UVA E VINHO. **Sistema de Classificação Climática Multicritérios Geovíticola**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/tecnologias/ccm/>> acesso em: 29 jun 2009.

FAO – Food and Agriculture Organization of The United Nations. **Top Production – Word – 2007 E – Top Production – Grapes – 2007**. Disponível em: <www.fao.org/>. Acesso em: 18 jun 2009.

FUNDAÇÃO TERRA. **Consolidação da Uva Rústica como Negócio da Agricultura Familiar no Paraná**. [on line] Disponível em:<[http://e implantado desde 2005](http://e.implantado desde 2005)>

PADILHA, G.S.; FREITAS, M. R. J. **Novas trilhas da região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba, 2005. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo). Faculdades Integradas do Brasil. Unibrasil.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - IPARDES. **Caderno Estatístico do município de São José dos Pinhais**. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Económico e Social. 14 jun. 2009.

INSTITUTO PAULISTA DE VITIVINICULTURA. **Cadeia Produtiva da Uva e do Vinho**. Disponível em: <http://www.spvinho.com.br/cadeia_produtiva.asp> Acesso em 22 jun 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Localização Das Áreas Segundo A Quantidade Produtiva De Uva – Paraná/ 2007**. Disponível em: <<http://www.sidra.Ibge.gov.br/cgi-bin/prtabl>>. Acesso em: 29/06/2009. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Produção Agrícola Municipal (vários anos).

IBRAF – Instituto Brasileiro de Fruticultura. Base de dados Datafruta. Disponível em: <www.ibraf.org.br>. Acesso em: 17/12/2005.

KASSAR, R. R.; SILVEIRA, M. A. T. **Turismo, desenvolvimento e políticas públicas: um foco em São José dos Pinhais no contexto da Região Metropolitana de Curitiba**. In: Seminário Interno de Pós-Graduação em Geografia, 7., Curitiba, 2009. Disponível em <www.ser.ufpr.br/geografar> Acesso em 31 jun 2009.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2001.



LOURENÇÃO, A. L.; MARTINS, F. P.; ALARCON, L. C. M. Ocorrência de *Eurhizococcus Brasiliensis* (Hempel) (Homoptera Margarodidae) em videira no município de Louveira, Estado de São Paulo. In: Congresso Brasileiro de Entomologia, 12., 1989, Belo Horizonte, p. 22-27.

LACERDA, M. P. Produtores paranaenses intensificam colheita. **Hortifruti Brasil**, maio 2009, p. 34.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Estatística/agronegócio brasileiro. Disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 20 jun 2009.

MAROCHI, M. A. **Imigrantes 1870-1950: Os europeus de São José dos Pinhais**. 2 e. Curitiba: Travessa dos Editores, 2006.

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Secretaria de Comércio Exterior (SECEX). Exportações Brasileiras 1999-2005. Disponível em: <www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex>. Acesso em: 17 jun 2009.

MELLO, L. M. R. de. **Cadastro vitícola do Rio Grande do Sul 2001-2004**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2005. 1 CD-ROM

PADILHA, G.S.; FREITAS, M. R. J. **Novas trilhas da região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba, 2005. 74 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Jornalismo). Faculdades Integradas do Brasil.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. SECRETARIA DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO – DEPARTAMENTO DE TURISMO. **Roteiro Rural Caminho do Vinho**. São José dos Pinhais, s/d.

RIZZON, L. A.; MANFROI, L. **Sistema de Produção de Vinho Tinto – Fermentação**. versão Eletrônica. Sistemas de Produção, Embrapa Uva e Vinho, n. 12, dez 2006.

Disponível em:

<<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Vinho/SistemaProducaoVinhoTinto.htm>> Acesso em: 02 jul 2009.

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR. **Brasil: Exportações De Frutas**. Disponível em <www.secex.gov.br> Acesso em: 13 abr. 2009.

SOUZA, F. A. **Mudanças promovidas no setor vitivinícola do Rio Grande do Sul pela inserção de profissionais especializados nas áreas de viticultura e enologia**. Rio de Janeiro, 2005. 145 f. Dissertação (Mestrado em Educação Agrícola) - Instituto de Agronomia, UFRRJ.

SOUZA, O. T.. **Políticas Públicas e Trajetórias de Desenvolvimento Rural em**



Cenários de Heterogeneidade socioeconômica e ambiental: casos ilustrativos na Região Metropolitana de Curitiba. Curitiba, 2006. 291 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento), Universidade Federal do Paraná.

STEIN, A. C. **Estudo da viabilidade técnico – econômica de sistemas produtivos irrigados para a produção de uvas finas de mesa. (vitis vinífera l.), no município de Jales, estado de São Paulo.** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo - SEBRAE/SP, Botucatu, 2009.

VERDI, A. R. *et al.* Revitalização da Cadeia Vitivinícola Paulista. **Análise e Indicadores de Agronegócio.** Instituto de Economia Agrícola – IEA, São Paulo, v.2. n.1 jan. 2007.

VELOSO, A. F. *et al.* Desempenho das exportações brasileiras de uva de mesa no período 1990 a 2005. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.2, fev. 2009.

TONIETTO, M. **Colônia Mergulhão: o sentido da tradição na ruralidade contemporânea.** Curitiba, 2005. 118p. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal do Paraná.

TRICHES; D.; SIMAN, R. F.; CALDART; W. L. **A identificação e análise da cadeia produtiva da uva e vinho região da serra gaúcha.** Projeto de pesquisa: As cadeias produtivas da uva e vinho e de carnes da região da Serra Gaúcha: análise da estrutura de produção e oportunidade de investimento. Departamento de Ciências Econômicas da Universidade de Caxias do Sul, 2004.

UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA – UVIBRA. **Dados estatísticos.** Disponível em <http://www.uvibra.com.br/dados_estatisticos.htm> Acesso em 02 jul 2009.

VALDUGA, V. **A mudança da mentalidade como estratégia para a competitividade: Caso das vinícolas da Serra Gaúcha.** In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 4., Caxias do Sul, 2006.