UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - FEA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

CENÁRIOS FUTUROS PARA A VITIVINICULTURA EM JUNDIAÍ: PERSPECTIVAS SOBRE
A ATUAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO ARTESANAL DA REGIÃO

Emilio Bocchino Neto
Orientador: Prof. Dr. James Terence Coulter Wright

São Paulo
2016

Prof. Dr. Marcelo Antonio Zago
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Adalberto Américo Fischmann
Diretor da Faculdade de Economia Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Roberto Sbragia
Chefe do Departamento de Administração

Prof. Dr. Moacir de Miranda Oliveira Júnior
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração

Emilio Bocchino Neto

Cenários futuros para a vitivinicultura em Jundiaí: perspectivas sobre a atuação dos produtores de vinho artesanal da região

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências.

Orientador: Prof. Dr. James Terence Coulter Wright

Versão corrigida

(versão original disponível na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade)

São Paulo

2016

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Seção de Processamento Técnico do SBD/FEA/USP

Bocchino Neto, Emilio.

Cenários futuros para a vitivinicultura em Jundiaí: perspectivas sobre a atuação dos produtores de vinho artesanal da região / Emilio Bocchino Neto. – São Paulo, 2016.

138 p.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2016.

Orientador: James Terence Coulter Wright.

1. Prospeção. 2. Cenários. 3. Vitivinicultura. 4. Vinho. I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. II. Título.

CDD 338.1

Dois personagens da minha história deixaram profundas marcas: Prof. Luiz Antonio Genghini, meu mentor, um divisor de águas na minha vida, e responsável por despertar em mim a paixão pela docência; Prof^a. Iara Yamamoto, meu anjo da guarda, grande amiga de todas as horas, devo a ela ter chegado onde cheguei. Dois exemplos vivos de integridade, força e dedicação à arte da docência. A eles dedico este trabalho!

AGRADECIMENTOS

Em louvor e agradecimento a Deus pelo dom da vida. Em honra aos meus pais por terem me dado a vida. Obrigado ao Fábio Alexandre pela paciência e compreensão com minhas frequentes ausências e pelo apoio sempre presente.

Obrigado ao meu orientador, Prof. Dr. James Wright, pelo estímulo e incentivo ao tema da pesquisa. Obrigado pela paciência, pela sabedoria em identificar meu interesse acadêmico, pela disposição em orientar-me ao longo do projeto e pelas oportunidades.

Obrigado à Prof^a. Dra. Renata Spers pelo estímulo recebido, pelo compartilhamento de experiências durante o curso e por saber o meu nome na aula inaugural.

Obrigado à Dra. Adriana Verdi pela inesgotável fonte de conhecimento e pelos preciosos insights sobre a cadeia do vinho artesanal de Jundiaí.

Obrigado à equipe do Programa de Estudos do Futuro (Profuturo) da Fundação Instituto de Administração (FIA) – Cristiane Oliveira, Elaine de Lima Costa, Nelson Yoshida, Bruno Mazzola e a todos os demais, pelo suporte recebido ao longo do curso.

Obrigado ao Prof. Eduardo Alvarez e a D. Jacira Tosin pelo apoio e colaboração durante a fase da coleta de dados da pesquisa.

Obrigado aos queridos Dra. Heloisa Ória, Dr. Silvio Manginelli e Dra. Sonia Bufarah Tommasi, pela mão amiga no momento de maior necessidade.

Obrigado ao Prof. Dr. Paulo Kuhlmann, mano do coração, pelo apoio e incentivo na fase mais desafiadora do projeto.

Obrigado aos amigos Carlos Fernandes e Michel Beraldo pelo apoio e compreensão; minha empreitada não teria sido possível sem a participação de vocês.

RESUMO

Cenários futuros para a vitivinicultura em Jundiaí: perspectivas sobre a atuação dos produtores de vinho artesanal da região

O município de Jundiaí ocupou a posição de liderança na produção vitivinícola paulista desde o início da chegada dos imigrantes italianos por volta de 1930 até 2008 quando a quantidade de uva produzida começou a cair. Diante desse contexto de queda de produção, os atores do setor começaram a se mobilizar na tentativa de reverter o quadro. Diversos fatores parecem ter contribuído para que a tentativa de retomada do crescimento da atividade vitivinícola paulista não tenha obtido o sucesso esperado para a região de Jundiaí. Considerando-se o aparente baixo desempenho do setor no contexto paulista e mesmo nacional, este trabalho de pesquisa foi desenvolvido com o objetivo de propor quatro cenários para a vitivinicultura em Jundiaí em 2030 (“desaparecimento”, “desafio constante”, “produção incentivada” e “renascimento”), gerando informações que possam apoiar a formulação de políticas públicas voltadas para esta tradicional atividade agrícola do Estado de São Paulo. Como parte do processo de elaboração de cenários, este trabalho também atingiu o objetivo secundário de verificar quais são os fatores determinantes da decisão do vitivinicultor em Jundiaí de continuar ou não na atividade de São Paulo.

Palavras-chave: Cenários. Estudos do futuro. Prospeção. Vitivinicultura. Vinho artesanal.

ABSTRACT

Future scenarios for the wine industry in Jundiaí: perspectives on the activities of artisanal wine producers in the region

The city of Jundiaí occupied the leading position in the São Paulo State wine production since the arrival of Italian immigrants around 1930 until 2008 when the amount of grape produced began to fall. In this context of falling production, industry actors have begun to mobilize in an attempt to reverse the situation. Several factors seem to have contributed for the attempted of Jundiaí region wine industry growth recovery not achieving the expected success. Considering the apparent poor performance of the sector within both national and São Paulo State context, this research was developed with the objective of proposing four scenarios with qualitative elements for the wine industry in Jundiaí in 2030 (“disappearance”, “constant challenge”, “supported production”, “rebirth”), thus generating information that may support the formulation of public policies for this traditional agricultural activity of the São Paulo State. As part of the scenario development process and as secondary objective, this research has identified what are the determinants of Jundiaí vintner's decision to continue or not in the activity.

Keywords: Scenarios. Future studies. Prospective. Wine industry. Artisanal wine.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura da Pesquisa	24
Figura 2 - Principais regiões produtoras de uvas viníferas	34
Figura 3 - Municípios da região do Circuito das Frutas	38
Figura 4 - Espacialização da mancha urbana e da vitivinicultura na região de Jundiaí	44
Figura 5 - Arquitetura organizacional da cadeia vitivinícola paulista	68
Figura 6 - Fatores que podem ser determinantes na decisão de continuar ou não na vitivinicultura	70
Figura 7 - Visão esquemática do conceito de cenários	73
Figura 8 - Etapas do processo de planejamento de cenários (GBN)	87
Figura 9 - Etapas de elaboração do trabalho	88
Figura 10 - Forças ambientais	110
Figura 11 - Lógica ou temática dos cenários.....	112
Figura 12 - Onde estamos e como acompanhar as evoluções do Setor	119

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Produção mundial de vinho (em bilhões de litros)	27
Tabela 2 - Produção de uva nos principais estados brasileiros, período 2004-2013 (quantidade em mil toneladas).....	32
Tabela 3 - Produção de uva nos principais estados brasileiros, período 2004-2013 (área colhida em hectares)	32
Tabela 4 - Produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, período 2004-2013 (em 1000 litros)	35
Tabela 5 - Comercialização de vinhos e de suco de uva provenientes do Rio Grande do Sul, Período 2004-2013 (em 1000 litros).....	35
Tabela 6 - Estrutura fundiária da viticultura no município de Jundiaí, 2007/2008	47
Tabela 7 - Mão de obra ocupada na viticultura de Jundiaí	48
Tabela 8 - Idade dos proprietários das UPAs em Jundiaí, 2007/2008	49
Tabela 9 - Residência do viticultor do município de Jundiaí, 2007/2008.....	50
Tabela 10 - Tempo dos viticultores de Jundiaí na atividade, 2007/2008.....	50
Tabela 11 - Produção principal dos viticultores de Jundiaí, 2007/2008	51
Tabela 12 - Frequência de variedades nas UPAs com uva em Jundiaí, 2007/2008	52
Tabela 13 - Quantidade de vinho produzido (em litros) em Jundiaí, por procedência e por variedades, 2007/2008	53
Tabela 14 - Produção de vinho artesanal em Jundiaí, 2007/2008	54
Tabela 15 - Total de vinho produzido em Jundiaí, em litros, segundo a procedência da uva, 2007/2008.....	55
Tabela 16 - Frequência de análise de qualidade do vinho artesanal em Jundiaí, 2007/2008...	57
Tabela 17 - Número de produtores em Jundiaí que comercializam e volume da produção de vinho, em litros, 2007/2008.....	57
Tabela 18 - Anos de produção de vinho artesanal.....	58
Tabela 19 - Produtores de vinho comercial em Jundiaí, por faixa etária, 2007/2008	58
Tabela 20 - Residência do vitivinicultor de Jundiaí que comercializa sua produção, 2007/2008	59
Tabela 21 - Associativismo dos produtores de vinho de Jundiaí que comercializam sua produção, 2007/2008.....	60
Tabela 22 - Composição da renda dos vitivinicultores de Jundiaí que comercializam sua produção, 2007/2008.....	61
Tabela 23 - Fontes de renda dos vitivinicultores de Jundiaí que comercializam sua produção, 2007/2008.....	61

Tabela 24 - Participação percentual de cada fonte de renda dos vitivinicultores de Jundiaí que comercializam sua produção, 2007/2008	62
Tabela 25 - Produção de uva em Jundiaí em toneladas, período 2003/2014	63
Tabela 26 - Produção de uva em Jundiaí, número de pés em produção, período 2003/2014 ..	63
Tabela 27 - Fatores determinantes da decisão do vitivinicultor familiar de Jundiaí quanto a dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal	71
Tabela 28 - Estatísticas descritivas dos fatores econômicos	98
Tabela 29 - Frequência dos fatores econômicos.....	98
Tabela 30 - Estatísticas descritivas dos fatores legais	99
Tabela 31 - Frequência dos fatores legais	99
Tabela 32 - Estatísticas descritivas dos fatores políticos	100
Tabela 33 - Frequência dos fatores políticos.....	101
Tabela 34 - Estatísticas descritivas dos fatores socioculturais	102
Tabela 35 - Frequência dos fatores socioculturais.....	102
Tabela 36 - Estatísticas descritivas do fator tecnológico	103
Tabela 37 - Frequência dos fatores tecnológicos.....	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Tipos de vinhos definidos pela legislação brasileira.....	28
Quadro 2 - Enfoque quantitativo x qualitativo	80
Quadro 3 - Características da pesquisa	82
Quadro 4 - Diferenças entre previsão e prospecção	85
Quadro 5 - Estrutura do questionário.....	90
Quadro 6 - Hipóteses verificadas por meio do questionário	92
Quadro 7 - Resumo dos resultados	103
Quadro 8 - Quadro das incertezas críticas.....	111
Quadro 9 - Matriz morfológica dos cenários.....	113

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Produção brasileira de uva.....	33
Gráfico 2 - Produção vitícola de Jundiaí, nº de pés em produção, período 2004/2013	64
Gráfico 3 - Produção vitícola em Jundiaí, em toneladas, período 2004/2013	64
Gráfico 4 - Produção de uva para elaboração de vinho e suco de uva, em mil toneladas, período 2004/2013	65
Gráfico 5 - Produção brasileira de uva, em mil toneladas, período 2004/2013	66
Gráfico 6 - Produção brasileira de uva, área colhida em hectares, período 2004/2013.....	66
Gráfico 7 - Principais fatores para a decisão de continuar ou não na produção de vinho artesanal.....	104

LISTA DE ABREVIACÕES

AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho Jundiaí

ANEV - Associação Nacional dos Envasadores de Vinho

CATI – Coordenadoria de Assistência Técnica Integral

CODESVASF - Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco

FAO – Food and Agriculture Organization of The United Nations (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação)

FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBRAVIN - Instituto Brasileiro do Vinho

IEA – Instituto de Economia Agrícola

LUPA - Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agrícola

MAPA – Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

OIV – Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (Organização Internacional da Vinha e do Vinho)

PIB - Produto Interno Bruto

SAA – Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo

SINDUSVINHO - Sindicato de Produtores de Vinho

SINDVINHO - Sindicato das Indústrias de Vinho

UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	19
2. IMPORTÂNCIA DO TEMA E OBJETIVOS	21
2.1. Questão problema e objetivos	23
3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E HIPÓTESES	25
3.1. A vitivinicultura mundial e seu contexto no Brasil	25
3.2. A vitivinicultura no Estado de São Paulo	36
3.3. Caracterização socioeconômica de Jundiaí	39
3.4. A expansão urbana em Jundiaí	44
3.5. A vitivinicultura em Jundiaí	47
3.5.1. A elaboração do vinho em Jundiaí	56
3.5.2. Perfil sócio-econômico dos produtores de vinho artesanal de Jundiaí que comercializam sua produção	58
3.5.3. Fonte de renda dos produtores de vinho artesanal de Jundiaí que comercializam sua produção	61
3.6. Aspectos da cadeia vitivinícola de Jundiaí e seus atores	66
3.7. Vitivinicultura e sustentabilidade	70
3.8. Fatores que podem ser determinantes da decisão de continuar na atividade vitivinícola em Jundiaí	70
3.9. Estudos sobre o futuro	71
4. METODOLOGIA DA PESQUISA	77
4.1. Método da pesquisa	80
4.2. Estudos prospectivos e cenários	84
4.3. Procedimentos metodológicos	88
4.3.1. Amostra	89
4.3.2. Coleta	89
4.3.3. Instrumento	90
4.3.4. Procedimentos de Análise	93
4.3.5. Aplicação da técnica de cenários na produção de vinho artesanal em Jundiaí ..	93
5. RESULTADOS E ANÁLISES	95

5.1.	Fatores na dimensão econômica	95
5.2.	Fatores na dimensão legal	98
5.3.	Fatores na dimensão política	99
5.4.	Fatores na dimensão sociocultural.....	101
5.5.	Fator na dimensão tecnológica	102
5.6.	Resumo dos resultados.....	103
5.7.	Resultados da aplicação da técnica de desenvolvimento de cenários na produção de vinho artesanal em Jundiá para 2030	107
5.7.1.	Identificação do assunto focal	107
5.7.2.	Identificação dos fatores chave	109
5.7.3.	Identificação das forças ambientais.....	109
5.7.4.	Identificação das incertezas críticas.....	111
5.7.5.	Seleção da lógica dos cenários	111
5.7.6.	Descrição dos cenários e implicações.....	114
5.7.7.	Identificação de indicadores temporais.....	117
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
7.	REFERÊNCIAS	127
8.	ANEXO.....	137

1. INTRODUÇÃO

Durante as últimas décadas, a viticultura brasileira tem apresentado crescimento significativo. Mesmo tendo sofrido os efeitos das crises econômicas mundiais, no período de 2004 a 2013, em termos absolutos, a produção brasileira cresceu 10,1% em quantidade produzida e 15,4% em área de plantio (MELLO, 2007, 2008, 2009, 2013, 2014; ROCHA; VERDI; FRANCISCO, 2007). Ainda segundo os mesmos autores, no ano de 2013 o Brasil produziu 1.412 toneladas de uva; desse total, 51,89%, foi destinado ao consumo in natura e 48,91% foi utilizado no processo de elaboração de vinhos, sucos e outros derivados. De acordo com Rocha, Verdi e Francisco (2007), do total de produtos processados, cerca de 60% consiste em vinhos de mesa, 21% em suco de uva — ambos elaborados a partir de uvas de origem americana, especialmente cultivares *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e híbridos interespecíficos diversos —, cerca de 10% em vinhos finos, elaborados com castas de *Vitis vinifera*, e os 9% restantes consistem de outros derivados da uva e do vinho.

Ao longo deste trabalho será frequentemente utilizado o termo vitivinicultura que, de acordo com Otani *et al.* (2011), trata-se da atividade de produzir a uva (viticultura) e o vinho (vinicultura).

Até o final dos anos 1970,¹ o estado de São Paulo era um dos principais produtores brasileiros de uva, produção essa encabeçada pelo município de Jundiaí que, além de produzir uva, era também conhecido pela produção de vinho elaborado à partir da uva de mesa.

O município de Jundiaí ocupou a posição de liderança na produção vitivinícola paulista desde o início da chegada dos imigrantes italianos, por volta de 1930, até 2008, quando a quantidade de uva produzida começou a cair. Diante desse cenário de queda da produção, os atores do setor começaram a se mobilizar na tentativa de reverter o quadro e, como resultado, foi desenvolvido o projeto “Revitalização da Cadeia Vitivinícola Paulista”, fruto de uma articulação entre a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, prefeituras municipais e principais sindicatos e cooperativas ligadas ao setor. Uma das ações decorrentes desse projeto foi a realização do Censo da Vitivinicultura Paulista, no ano de 2009, com o objetivo de traçar um diagnóstico em busca de ações capazes de conduzir à retomada do crescimento. Apesar de todos esses esforços, estatísticas revelam que a produção de uva e vinho da região de Jundiaí, ao contrário da produção nacional, não conseguiu retomar o crescimento, tendo apenas se

¹ Entrevista da pesquisadora do IEA, dra. Adriana Verdi, publicada na revista digital Oriundi, disponível em <www.oriundi.net/site/oriundi.php?menu=categdet&id=8976>. Acesso em: 25 nov. 2015

mantido estável durante o período 2009/2012 e voltando a cair em 2013 (IEA, 2015). A uva continua sendo o principal produto agrícola do município de Jundiaí, cultivada em pequenas áreas, e a elaboração de vinho artesanal é a principal atividade de agregação de valor à produção (VERDI *et al.*, 2011): 92% da fruta é destinado ao consumo de mesa e 8% à produção de vinho. O pequeno vinicultor de Jundiaí apresenta a peculiaridade de utilizar só a uva cultivada na propriedade para elaboração e comercialização do vinho, nas próprias dependências do imóvel rural, sendo que as atividades ligadas à comercialização são desenvolvidas pelos membros da própria família. O produto resultante dessa categoria de produtores vitivinícolas é comumente denominado de vinho artesanal (OTANI *et al.*, 2011).

Diversos fatores parecem ter contribuído para que a tentativa de retomada do crescimento da atividade vitivinícola na região de Jundiaí não obtivesse o sucesso esperado. Dentre eles, destacam-se o aumento do preço da terra, a especulação imobiliária e os novos usos do espaço rural e a intensificação da concorrência de uvas provenientes de outras regiões. Considerando-se o aparente baixo desempenho do setor no contexto paulista e mesmo nacional, justifica-se esta pesquisa com o objetivo de propor cenários para o setor em um horizonte de 15 anos, gerando dados que possam vir apoiar a formulação de políticas públicas voltadas para esta tradicional atividade agrícola do Estado de São Paulo. Como parte do processo de elaboração de cenários e a título de objetivo secundário verificou-se junto aos produtores vitivinícolas da região, quais são os fatores determinantes de sua decisão de continuar ou não na atividade.

2. IMPORTÂNCIA DO TEMA E OBJETIVOS

Desde o início do século XX, com a chegada dos imigrantes italianos, Jundiaí ocupou a posição de principal produtor brasileiro de vinho. No entanto, a partir do final dos anos 2000, observa-se a perda dessa liderança, ao ponto da atividade passar a ser pouco significativa na composição da economia do estado de São Paulo (OTANI *et al.*, 2011).

Apesar de todos os esforços em busca de uma retomada do crescimento da atividade vitivinícola em Jundiaí, por meio das ações decorrentes do projeto “Revitalização da Cadeia Vitivinícola Paulista” no ano de 2009 e da criação da Câmara Setorial de Uva e Vinho do Estado de São Paulo, junto a SAA, o setor continua enfrentando uma série de entraves ao crescimento: a falta de articulação entre os próprios produtores e as demais organizações envolvidas com a cadeia de produção do vinho; a informalidade; e a multiplicação de grandes projetos imobiliários que promovem maior concorrência pela terra e pela mão de obra agrícola.

A região de Jundiaí encontra-se num importante eixo de expansão urbana e industrial, no entorno de duas metrópoles do estado, Campinas e São Paulo, fato que a coloca numa situação de grande potencialidade turística e de expressiva especulação imobiliária. A expansão de outros usos do espaço rural, principalmente para recreação e moradia, somada à multiplicação de grandes projetos imobiliários, tem promovido a saída dos agricultores familiares da região (VERDI *et al.*, 2009).

Além da concorrência pelo espaço, os novos usos do solo também conduziram a uma disputa pela mão de obra, levando os produtores da região a sofrer com a carência de trabalhadores especializados devido ao crescimento de novas atividades emergentes, de outros setores da economia, principalmente nas áreas das duas grandes metrópoles que cercam Jundiaí (OTANI *et al.*, 2012)

Nesse contexto, manifesta-se a crise na rentabilidade dos produtos agrícolas, com a queda dos preços, de forma geral, resultando na redução da produtividade. A venda da terra torna-se a opção cada vez mais viável, principalmente diante do aumento crescente do preço do terreno, oriundo da especulação imobiliária (VERDI *et al.*, 2009).

As melhores oportunidades nas metrópoles do entorno e a redução da rentabilidade do produto agrícola levaram à inserção de parte das gerações mais jovens dos vitivinicultores familiares no mercado de trabalho urbano. Eles participam das atividades na propriedade familiar somente nas horas vagas, com o objetivo de auxiliar os mais velhos que persistem na lida agrícola cotidiana. Verdi *et al.* (2010a) complementam afirmando que, apesar de

residirem na propriedade e terem o conhecimento técnico de como cuidar da uva, muitos dos filhos dos proprietários deixaram de trabalhar rotineiramente na atividade.

Nesse ponto, não poderia deixar de ser destacada a questão dos atores da cadeia vitivinícola de Jundiaí que, segundo Verdi *et al.* (2012), pode ser dividida em dois níveis: a cadeia principal, formada pelas atividades de produção de mudas, produção de uvas, produção e engarrafamento de vinho e comercialização; e a cadeia auxiliar, formada pelos elos que sustentam científica, técnica e tecnologicamente os elos da cadeia principal — tais agentes são representados pelos fornecedores de insumos e equipamentos, entidades reguladoras das atividades, entidades de assistência técnica pública e privada, centros de ciência e tecnologia, entidades de classe, cooperativas de produtores, associações e sindicatos rurais.

Adicionalmente aos aspectos anteriormente discutidos envolvendo o ambiente institucional vitivinícola de Jundiaí, é importante considerar de que o empreendimento familiar deste produtor constitui-se numa empresa que, embora pequena, é dotada de características próprias e peculiares, assim como está sujeita ao atendimento das exigências legais para sua existência e funcionamento.

Partindo-se da premissa de que os vitivinicultores constituem pequenas empresas, deve-se levar em conta como aspecto de grande importância a decisão do produtor quanto a desistir ou não de sua atividade e de suas terras para migrar às áreas urbanas. Leone (1991, 1999), Zamarioli, Benze e Escrivão Filho (2003) e Ricci (2011) afirmam que o pequeno empresário geralmente toma decisões com base na sua experiência, no seu julgamento ou intuição e, na maior parte do tempo, dentro de uma ótica operacional de curto prazo. O seu sistema de valores marca, sensivelmente, as tomadas de decisão e a definição das políticas de sobrevivência e de desenvolvimento do próprio negócio. O trabalho faz parte da vida do vitivinicultor e sua empresa pode ser considerada como um prolongamento de si mesmo. Cezarino e Campomar (2006) e Zamarioli, Benze e Escrivão Filho (2003) vão mais além ao considerar que esse tipo de peculiaridade faz com que as pequenas empresas apresentem baixa qualidade gerencial, levando em consideração que as decisões tendem a ser tomadas de acordo com a visão do dono, seus valores de vida e suas expectativas do negócio, sem dar a devida importância à situação econômica que o país atravessa, dentro de um contexto não isolado mas totalmente globalizado.

Se na vida pessoal a tomada de decisões é uma tarefa difícil, para os gestores de empresas, de entidades dos mais diversos tipos e mesmo de governos ela se tornou um grande desafio. Diariamente gestores são desafiados a tomar decisões em meio a um mundo de

opções conhecidas e desconhecidas, que envolvem riscos e geram consequências de efeito durador, muitas vezes inimagináveis.

As últimas décadas têm sido caracterizadas pelo aumento da velocidade com que ocorrem mudanças sociais, científicas e econômicas, ao mesmo tempo em que os mercados consumidores se tornam cada vez mais exigentes e os mercados fornecedores cada vez mais competitivos. Nesse ambiente, as organizações que desejam crescer ou permanecer atuantes precisam trabalhar arduamente para não apenas se adaptar às novas situações, mas também para tentar antever o que trará o futuro. Isso não significa prever o futuro; significa estar preparado para agir desta ou daquela forma, dependendo do que ocorrer. Estabelecer um entendimento sobre o que pode acontecer permite planejar a tomada de decisões, visando a organização para alcançar os objetivos futuros (YOSHIDA, 2011). Nesse contexto, Spers, Wright e Amedomar (2013) afirmam que preocupações com um futuro imprevisível são de vital importância no processo de planejamento por parte dos gestores de instituições, de organizações e mesmo de governos, a fim de evitar erros comuns — tais como subestimar ou superestimar o impacto de mudanças —, além de oferecer uma visão criativa e aberta, em busca de padrões que poderiam levar a um processo de aprendizado sobre o futuro.

O autor deste trabalho é um gestor público e, nessa função, entende ser seu papel exercer governança mobilizando recursos de modo virtuoso em benefício da coletividade, conforme Cruz (2006 *apud* Albarello, 2006). Papa Filho e Vanalle (2002) e Borges (1995), por sua vez, consideram a informação como um recurso estratégico para tomada de decisão, que pode conduzir à elaboração de políticas públicas, definidas por Teixeira (2002) como diretrizes norteadoras de ação do poder público na condução das relações entre poder público e sociedade, bem como nas mediações entre atores da sociedade e do Estado.

2.1. QUESTÃO PROBLEMA E OBJETIVOS

Nesse contexto, o objetivo principal deste trabalho foi propor possíveis cenários futuros alternativos da vitivinicultura artesanal em Jundiaí para 2030, que possam vir a servir como fonte de informação para a formulação de políticas públicas para o setor.

A título de objetivo secundário e como parte do processo de elaboração de cenários buscou-se identificar os fatores determinantes da decisão empresarial de dar continuidade ou não na produção de vinho artesanal de Jundiaí.

A importância desse tema é ressaltada por Verdi *et al.* (2012) ao afirmarem que o melhor conhecimento do funcionamento da cadeia do vinho paulista pode contribuir para a melhoria da produtividade e competitividade desse setor tradicional do Estado. Nessa linha,

os autores prosseguem afirmando que o levantamento de dados sobre o setor constitui importante pré-requisito para a tomada de decisão dos agentes envolvidos na cadeia de produção, bem como para o estabelecimento de políticas públicas municipais, estaduais e até federais, voltadas para o desenvolvimento setorial e territorial.

Tendo em vista o objetivo principal deste trabalho de propor possíveis cenários futuros alternativos da vitivinicultura artesanal em Jundiaí para 2030, que possam vir a servir como fonte de informação para a formulação de políticas públicas para o setor bem como o objetivo secundário de identificar os fatores determinantes da decisão empresarial de dar continuidade ou não na produção de vinho artesanal de Jundiaí, a pesquisa está estruturada em três etapas: (1) inicialmente foi feito um levantamento de dados secundários em busca de fatores responsáveis pela redução da produção de uva destinada à elaboração de vinho artesanal; (2) com base nos resultados da etapa anterior foi elaborada uma pesquisa tipo survey por meio de questionário aplicado junto aos produtores de vinho com o objetivo de verificar se os principais fatores identificados continuam sendo determinantes da decisão empresarial de dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal na região; (3) nesta etapa, com base nos dados obtidos, foram propostos cenários futuros para a vitivinicultura na região em 2030, que possam servir como base para elaboração de políticas públicas. A Figura 1 ilustra a estrutura de elaboração da pesquisa.

Figura 1 - Estrutura da Pesquisa

FONTE: Elaborado pelo autor

3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E HIPÓTESES

Este capítulo se inicia com uma pesquisa bibliográfica em busca de dados secundários objetivando identificar os fatores responsáveis pela redução da produção de uva destinada à elaboração de vinho artesanal bem como embasar a reflexão e fornecer subsídios na proposição dos cenários.

Inicialmente, nas seções 3.1 e 3.2, foi apresentada uma caracterização geral da vitivinicultura no mundo e o seu contexto no cenário brasileiro e no Estado de São Paulo, incluindo a situação atual e um breve histórico do cultivo da uva. Na sequência, nas seções 3.3, 3.4 e 3.5, foi apresentada uma caracterização socioeconômica do Município de Jundiaí, sua expansão urbana bem como aspectos específicos da vitivinicultura, sempre buscando-se identificar fatores que venham a ser determinantes da decisão do vitivinicultor familiar de Jundiaí de dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal; a pesquisa por dados secundários prossegue com a caracterização da cadeia vitivinícola de Jundiaí e seus principais atores, na seção 3.6, e se completa com algumas rápidas considerações sobre a questão de sua sustentabilidade econômica, na seção 3.7; os fatores da decisão de continuar ou não na atividade, identificados ao longo da revisão bibliográfica, são apresentados na seção 3.8.

Encerrando este capítulo, na seção 3.9 são estudadas as características do método de elaboração de cenários futuros como ferramenta de planejamento para tomada de decisão que pode contribuir para a melhoria da produtividade e competitividade desse setor tradicional do Estado, tanto por parte dos agentes envolvidos na cadeia de produção, bem como para o estabelecimento de políticas públicas municipais, estaduais e até federais, voltadas para o desenvolvimento setorial e territorial.

3.1. A VITIVINICULTURA MUNDIAL E SEU CONTEXTO NO BRASIL

Segundo dados da OIV (2015), no ano de 2013 produziu-se no mundo pouco mais de 290 bilhões de litros de vinho. Os seis maiores produtores mundiais são Itália, Espanha, França, Estados Unidos, Argentina e Chile, que juntos respondem por 51% da produção mundial. De acordo com Truong (2012), apesar da robustez dos números dos últimos anos, a produção de vinho ainda permanece abaixo do pico que a indústria alcançou nas décadas de 1970 a 1980. Durante esse período, a produção mundial foi em média 25% maior do que é hoje, atingindo seu ápice no início de 1980. Por outro lado, essa aparente queda não indica o desempenho do cenário completo, tendo em vista que a maior parte da queda na produção e consumo de vinho têm ocorrido na Itália, França, Alemanha e Espanha — países tradicionalmente conhecidos como Velho Mundo. A produção e consumo de vinho mostra

aumento tanto em nações do Novo Mundo, como os EUA, Austrália, quanto nos países latino-americanos como Chile, Argentina e mesmo o Brasil. Ainda segundo o autor, o potencial de crescimento é enorme diante dos chamados “novos ricos” da China e da Índia que começaram a expandir e ajustar seus padrões de consumo em busca de bebidas mais sofisticadas e caras, lançando as sementes para indústrias principiantes que um dia poderão mudar o comércio mundial de vinho inteiramente. Verdadeiramente, o futuro do vinho será tão intrigante quanto o seu passado histórico.

O Brasil, por sua vez, é apontado pelos dados da OIV referentes à produção de vinho para o ano de 2013 como parte do grupo dos novos produtores. O país, no que se refere à produção de uva e de vinho, ocupa a 14ª posição, de acordo com a Tabela 1.

Conforme apontado por Chiapetta (2010) e Rosa e Simões (2004), estes dados abrangem os diversos frutos de espécies do gênero *Vitis*. O produto conhecido como vinho é extraído quase que unicamente da *Vitis vinifera*, ou também conhecida por videira europeia. Uma particularidade brasileira que está vinculada a história da indústria vitivinícola do país, é grande utilização de uvas americanas e híbridas para a fabricação do vinho.

O setor vitivinícola brasileiro apresenta algumas características marcantes, que provavelmente serão importantes para o seu futuro. Dessa forma, a produção de vinho — embora não a de uva — está concentrada em uma região relativamente pequena do Rio Grande do Sul. Além disso, a produção de vinho no país é preponderantemente obtida de uvas americanas e híbridas, ao contrário do que ocorre em praticamente todos os demais países produtores, nos quais são utilizadas videiras europeias (*Vitis vinifera*) [...] os únicos países em que o vinho é obtido principalmente de uvas americanas são o Brasil e o Paraguai. Vale ressaltar que as videiras americanas são espécies nativas da América do Norte, e não variedades da videira europeia cultivadas naquele continente, a exemplo do que acontece com os vinhos da Califórnia (mais de 90% do vinho dos Estados Unidos são provenientes da *Vitis vinifera*). (ROSA; SIMÕES, 2004, p. 69-70)

Tabela 1- Produção mundial de vinho (em bilhões de litros)

	2010	2011	2012	2013
França	44,4	50,8	41,5	42
Itália	48,5	42,8	45,6	54
Espanha	35,4	33,4	31,1	45,3
EUA	20,9	19,1	21,7	23,6
Argentina	16,3	15,5	11,8	15
África do Sul	9,3	9,7	10,6	11
China	13	13,2	13,5	11,8
Chile	8,8	10,5	12,6	12,8
Alemanha	6,9	9,1	9	8,4
Portugal	7,1	5,6	6,3	6,3
Romênia	3,3	4,1	3,3	5,1
Nova Zelândia	1,9	2,4	1,9	2,5
Grécia	3	2,8	3,1	3,3
Brasil	2,5	3,5	3	2,7
Hungria	1,8	2,8	1,8	2,7
Áustria	1,7	2,8	2,1	2,4
Outros	40,2	39,9	39,1	42,1
	265	268	258	291

FONTE: OIV (2015)

A legislação brasileira que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho (conhecida como a lei do vinho) define-o como a bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto simples de uva sã, fresca e madura. Classifica os diferentes tipos de vinho quanto à classe, à cor e ao teor de açúcar apresentado na bebida (BRASIL, 1998; BRASIL, 2004). Os vinhos são classificados conforme o Quadro 1. Além destes, existem outros resultantes da destilação do vinho com teor alcoólico de até 14%: aguardente de vinho, destilado alcoólico simples de vinho, destilado alcoólico simples de bagaço, destilado alcoólico simples de borras e álcool vínico.

Quadro 1- Tipos de vinhos definidos pela legislação brasileira

Vinho de mesa	Vinho com teor alcoólico de 8,6% a 14%;
Vinho de mesa de viníferas	Vinho elaborado exclusivamente com uvas das variedades <i>Vitis vinifera</i>
Vinho de mesa de americanas	Vinho elaborado com uvas do grupo das uvas americanas e/ou híbridas, podendo conter vinhos de variedades <i>Vitis vinifera</i>
Vinho fino	Vinho com teor alcoólico de 8,6% a 14% elaborado exclusivamente de variedades <i>Vitis vinifera</i> do grupo Nobres
Vinho frisanter	Vinho com teor alcoólico de 7% a 14%, natural ou gaseificado
Vinho leve	Vinho com teor alcoólico de 7% a 8,5%, obtido exclusivamente da fermentação dos açúcares naturais da uva, produzido durante a safra nas zonas de produção, vedada sua elaboração a partir de vinho de mesa
Champanha (champagne), espumante ou espumante natural	Vinho cujo anidrido carbônico provém exclusivamente de uma segunda fermentação alcoólica do vinho em garrafas ou em grandes recipientes, teor alcoólico de 10% a 13%
Vinho moscato espumante ou moscatel espumante	Vinho cujo anidrido carbônico provém da fermentação em recipiente fechado, de mosto ou de mosto conservado de uva moscatel, teor alcoólico de 7% a 10%
Vinho gaseificado	Vinho resultante da introdução de anidrido carbônico puro, teor alcoólico de 7% a 14%;
Vinho licoroso	Vinho com teor alcoólico de 14% a 18%, sendo permitido, na sua elaboração, o uso de álcool etílico potável de origem agrícola, mosto concentrado, caramelo, mistela simples, açúcar e caramelo de uva

FONTE: Lei Federal nº 7.678, de 08/11/1988, Lei Federal nº 10.970, de 12/11/2004

A qualidade do vinho está diretamente vinculada à qualidade da uva, que por sua vez depende das condições de solo e clima, sendo o papel destes fundamentais para a diferenciação dos produtos (CHIAPETTA, 2010).

Segundo Cabral (2004 *apud* Chiapetta 2010) e Inglez de Sousa (1996), o nascimento da vitivinicultura no Brasil remonta ao período colonial — séc. XVI —, sendo Martim Afonso de Sousa, por volta do ano de 1531/1532, o primeiro a introduzir a cultura vitícola no Brasil. Sua expedição, conhecida como “a expedição colonizadora”, teve a missão de iniciar o processo de povoamento do território e trouxe para a então capitania de São Vicente as primeiras videiras. Tendo em vista que as condições climáticas do litoral vicentino não eram propícias para o cultivo da uva de origem europeia (*Vitis vinifera*), os viticultores rumaram em direção ao interior do estado de São Paulo.

Para Inglez de Sousa (1996), a capitania de São Vicente é o berço da viticultura brasileira, ainda que a Bahia, o Pernambuco e o Paraná possam apresentar provas idôneas de que, poucos anos após São Paulo, também instalaram seus pioneiros vinhedos. Ainda segundo os mesmos autores, no período de 1973 a 1982 a viticultura brasileira e, de modo geral, a mundial sempre tiveram um caráter de exploração agrícola intensiva, exercida por pequenos e médios proprietários, “com marcante característica de produção familiar de pequenas propriedades envolvendo aproximadamente 230 mil pessoas radicadas desde o Vale do São Francisco até as fronteiras meridionais do Brasil”. O perfil da viticultura brasileira naquele momento apresentou três aspectos marcantes na evolução das atividades:

- crescimento geométrico médio superior a 1% ao ano;
- lenta expansão da viticultura paranaense e estagnação mineira e;
- evidente progresso no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina, em São Paulo e no Nordeste, com alargamento de novas áreas viticultoras.

No ponto de vista de Rosa e Simões (2004, p. 73), como atividade significativa economicamente, a vitivinicultura surge apenas com a colonização italiana no Rio Grande do Sul, a partir de 1875, expandindo-se gradativamente até atingir o mercado nacional. A produção de uvas de mesa fixou-se em regiões de clima mais favorável, como São Paulo, enquanto que a região serrana do Rio Grande do Sul manteve a preponderância em mais de 90% da produção de vinho. A autora aponta dois fatores fundamentais para o aumento da produção do vinho no período, além do aumento populacional.

[...] em primeiro lugar, as importações do produto foram dificultadas pelas contingências da economia internacional, à semelhança do ocorrido com a economia brasileira como um todo; e, por outro lado, a organização dos produtores rurais da Serra Gaúcha em cooperativas, sobretudo na década de 1930, reduziu muito os custos de fabricação e, principalmente, de comercialização do vinho. É importante salientar que o vinho brasileiro, ao longo de todo o período aqui considerado, era obtido, na quase totalidade, de uvas americanas ou híbridas de americanas com a *Vitis vinifera*. De fato, embora as temperaturas da Serra Gaúcha sejam adequadas à cultura da videira, a umidade regional é bastante elevada, especialmente no verão, o que é muito prejudicial à produção, com custos razoáveis, de vinhos de qualidade satisfatória. Isso levou os produtores locais ao cultivo das vinhas americanas, muito mais robustas e resistentes às pragas favorecidas pelo clima úmido. Assim originou-se o padrão brasileiro — quase único no mundo — de uma indústria vinícola apoiada essencialmente em uvas de espécies distintas da *Vitis vinifera*. (ROSA; SIMÕES, 2004, p. 74)

Conforme Chiapetta (2010) e Chiapetta e Pires (2011), a história da vitivinicultura brasileira pode ser dividida em quatro períodos relacionados às diferentes gerações de vinhos, diferenciando-os qualitativamente. No primeiro período entre os anos de 1870 aos de 1920,

em um estágio de implantação da vitivinicultura no país, os vinhos foram classificados como de 1ª geração produzidos com uvas americanas. O segundo período, compreendido entre os anos de 1930 aos de 1960, com a vitivinicultura passando por um estágio de diversificação dos produtos, produziu vinhos híbridos e da variedade de viníferas. Entre os anos de 1970 aos 1990, foram produzidos os vinhos de terceira geração, com um incremento da qualidade: os vinhos varietais. O último período é a partir dos anos 2000, com os vinhos de quarta geração passando por um período de afirmação da identidade regional: são os vinhos de qualidade, as indicações geográficas.

A partir de dados do MAPA, a viticultura brasileira ocupa, atualmente, área de 81 mil hectares, com vinhedos desde o extremo Sul até regiões próximas à linha do Equador. Chiapetta (2010) complementa afirmando que, de acordo com a diversidade ambiental e climática, podem distinguir-se alguns polos principais de produção de uva no Brasil, agrupados em três grandes grupos. São os seguintes: polos com viticultura característica de regiões temperadas; polos em áreas subtropicais; e polos de viticultura tropical. A viticultura de clima temperado é uma viticultura tradicional, concentrada nos estados do sul e sudeste. O IBRAVIN aponta que a viticultura de clima temperado representa aproximadamente 88% da área de vinhedos e mais de 98% da uva utilizada para processamento na produção de vinhos, sucos e outros derivados do país.

[...] a partir de meados do século XX, as videiras europeias ganharam expressão com o cultivo de uvas para vinho no Estado do Rio Grande do Sul e com a difusão da uva “Itália”, especialmente no Estado de São Paulo. Desde seu início até a década de 1960, a viticultura brasileira ficou restrita às regiões sul e sudeste, mantendo as características de cultura de clima temperado, com um ciclo vegetativo anual e um período de repouso, definido pela ocorrência de baixas temperaturas dos meses de inverno (IBRAVIN, 2015).

De acordo com Chiapetta (2010), a viticultura de clima temperado no país é composta por sete localidades principais: (1) Campanha; (2) Serra do Sudeste do Rio Grande do Sul — município de Uruguaiana e município de Pinheiro Machado; (3) Serra Gaúcha, que é a maior região vitícola do país, com aproximadamente 40 mil hectares de vinhedos; (4) Vale do Rio do Peixe; (5) Região Sul de Santa Catarina; (6) Leste de São Paulo; e (7) Sul de Minas Gerais.

A viticultura subtropical desenvolveu-se no Norte do Paraná, especializando-se no cultivo de uvas finas de mesa. Como polo emergente existe um projeto no município vitivinícola de Rolândia, especializado na produção de suco de uva para a produção de suco concentrado. O referido projeto engloba 35 municípios do estado.

A região de viticultura tropical brasileira desenvolveu-se com o advento de tecnologias, como as formas de condução das parreiras, por exemplo, que possibilitaram a produção de cultivares de uvas, historicamente restritas ao sul do país para a elaboração de vinhos finos, em outros lugares. São três as localidades principais: (1) Noroeste de São Paulo; (2) Norte de Minas Gerais e (3) Vale do Submédio São Francisco. No universo dos polos tropicais emergentes, destacam-se o município de Nova Mutum (MT), que possui sua estrutura produtiva baseada numa área de 30 hectares de videiras voltados à produção de suco de uva, e o município de Santa Helena (GO) com uma estrutura produtiva de cerca de 50 hectares de videiras voltados à produção de vinho de mesa.

De acordo com informações do Instituto do Vinho do Vale do São Francisco, foi a Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (CODESVASF) que introduziu a produção de uva (para consumo in natura) na região na década de 1950. Naquele momento, os trabalhos desenvolvidos incluíam o uso de fertilizantes, técnicas de cultivo e descrição fenológica das plantas. Na década de 1970, com a criação da Embrapa Semiárido, houve a introdução de novas técnicas para melhorar a produção e qualidade das uvas.

[...] o cultivo da uva “Itália” foi levado, com sucesso, para a região semiárida do Vale do Submédio São Francisco, marcando o início da viticultura tropical no Brasil. Sempre com base na uva “Itália”, a viticultura tropical expandiu-se rapidamente, com a consolidação do polo do Norte do Paraná, na década de 1970, e dos polos do Noroeste de São Paulo e do Norte de Minas Gerais na década seguinte. A partir de 1990 surgiram diversos novos polos vitícolas, alguns voltados à produção de uvas de mesa, outros direcionados à produção de uvas para a elaboração de vinho e suco (IBRAVIN, 2015).

Rosa (2006), por sua vez, complementa afirmando que a indústria vinícola brasileira está concentrada no estado do Rio Grande do Sul, sendo responsável por 95% da produção dos vinhos nacionais; o cultivo da uva acontece, predominantemente, em pequenas propriedades rurais. O restante da produção de vinhos brasileiros é proveniente de regiões vitivinícolas menores, situadas nos estados de Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Santa Catarina e São Paulo. As Tabelas 2 e 3 apresentam a produção vinícola nos estados brasileiros, em termos de quantidade produzida e área de colheita, no período de 2004 a 2014.

Tabela 2 - Produção de uva nos principais estados brasileiros, período 2004-2013 (quantidade em mil toneladas)

Estado	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rio Grande do Sul	696,50	611,80	623,80	705,20	776,00	737,30	692,60	829,50	840,20	808,20
São Paulo	193,30	231,60	194,40	193,00	184,90	177,90	177,50	177,20	176,90	172,80
Pernambuco	151,60	150,80	155,70	170,30	162,90	158,50	168,20	208,60	224,70	228,70
Paraná	96,60	99,20	104,40	99,10	101,50	102,00	101,90	105,00	70,50	79,00
Bahia	85,90	90,90	89,70	120,60	101,70	90,50	78,20	65,40	62,60	52,80
Santa Catarina	46,00	47,90	47,70	54,50	58,30	67,50	66,20	67,70	70,90	53,10
Minas Gerais	13,00	14,30	12,20	11,90	13,70	11,70	10,50	9,80	10,10	12,70
Goiás	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,50	4,50
Ceará	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,70	0,60
Brasil	1.282,9	1.246,5	1.227,9	1.354,6	1.399,0	1.345,4	1.295,10	1.463,2	1.461,1	1.412,4

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello² (2007, 2008, 2009, 2013, 2014) e Rocha, Verdi e Francisco (2007)

Tabela 3 - Produção de uva nos principais estados brasileiros, período 2004-2013 (área colhida em hectares)

Estado	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rio Grande do Sul	38.517	42.450	44.298	45.336	47.177	48.259	48.753	49.182	49.900	49.809
São Paulo	12.398	13.780	10.414	10.422	10.541	9.514	9.514	9.514	9.514	9.287
Pernambuco	3.423	4.952	5.111	5.673	5.934	6.003	7.501	6.822	6.763	6.787
Paraná	6.500	5.603	5.657	5.700	5.800	5.800	5.800	6.000	6.202	5.824
Bahia	2.911	3.071	3.100	4.096	4.217	3.724	3.273	2.730	2.484	2.357
Santa Catarina	3.671	4.224	4.516	4.915	4.836	4.934	5.052	5.009	5.040	4.298
Minas Gerais	903	963	892	840	869	812	764	746	729	805
Goiás	0	0	0	0	0	0	0	0	166	171
Ceará	0	0	0	0	0	0	0	0	44	45
Brasil	68.323	75.043	73.988	76.982	79.374	79.046	80.657	80.003	80.842	79.383

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014) e Rocha, Verdi e Francisco (2007)

² A pesquisadora Loiva Maria Ribeiro de Mello, autora das pesquisas que geraram os dados do período 2004/2012 ilustrados nas tabelas 2, 3, 4 e 5 é a principal fonte de informações sobre a produção de uva e vinho no Brasil, por parte da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA).

O Gráfico 1 ilustra a produção em termos de quantidade (mil toneladas) e de área colhida em hectares.

Gráfico 1 - Produção brasileira de uva

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014) e Rocha, Verdi e Francisco (2007)

Fato de destaque, apresentado por Rosa (2006), é que, apesar da forte concentração da produção brasileira de vinhos na Serra Gaúcha, essa região apresenta condições climáticas que não favorecem muito o cultivo de uvas europeias (*Vitis vinifera*) mas sim de uvas americanas e híbridas. Com isso, a maior parte dos produtores gaúchos prefere trabalhar com essas uvas, muito embora esse tipo não seja considerado ideal para a produção de vinhos. Isso ocorre porque, além de se adaptarem melhor ao clima, têm também boa aceitação com os consumidores. Verdi *et al.* (2009), por sua vez, acrescentam que a maior parcela do vinho engarrafado pelos envasadores de Jundiaí, cidade foco deste trabalho, é produzida no Rio Grande do Sul.

A Figura 2 ilustra um mapa das localidades tratadas, com a identificação das principais regiões vitiviníferas brasileiras e as novas fronteiras produtoras.

Figura 2 - Principais regiões produtoras de uvas viníferas

FONTE: Elaborada pelo autor com base em Chiapetta (2010)

Ainda de acordo com Rosa (2006), embora o aroma e paladar do vinho produzido a partir de variedades americanas e híbridas sejam considerados uma limitação por técnicos e consumidores mais apurados, tal fator parece não ser levado em consideração pela maioria dos consumidores brasileiros, já que o preço é basicamente o maior aspecto determinante do consumo. Dessa forma, tais vinhos, conhecidos como vinhos comuns, de consumo corrente ou vinhos de mesa, apesar de apresentarem uma qualidade inferior se comparados aos elaborados a partir das variedades *Vitis vinifera*, representam o maior volume de vinhos comercializados no país. A vitivinicultura brasileira possui duas características básicas que restringem um maior desenvolvimento desta indústria: baixo consumo, cerca de 1,6 litro per capita por ano, e

preço relativamente caro dos vinhos finos nacionais em relação aos importados. O reduzido consumo é resultante, como em outros segmentos de bebidas, do baixo poder aquisitivo da população, além da falta de tradição vinícola no país. Assim, os vinhos comuns, de qualidade inferior e preços mais acessíveis, são os campeões de vendas e os demandados por consumidores de rendas mais baixas.

Segundo Mello (2013), não se dispõe de estatísticas sobre a produção e a comercialização nacional de vinhos, suco de uva e derivados. Considerando que o Rio Grande do Sul é responsável por cerca de 90% da produção nacional desses produtos, ao se analisar o desempenho desse Estado, ter-se-á uma boa aproximação do desempenho da agroindústria vitivinícola do país (Tabelas 4 e 5).

Tabela 4 - Produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, período 2004-2013 (em 1000 litros)

Estado	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Vinho de mesa	312.549	226.080	185.101	275.288	287.507	205.399	195.268	257.841	212.777	196.904
Vinho fino	43.085	45.454	32.169	43.176	47.335	39.901	24.806	47.598	49.787	46.957
Suco de uva integral	6.200	9.798	13.946	10.147	11.818	16.034	26.887	39.488	31.909	33.673
Suco concentrado ³	89.390	97.566	87.073	97.113	115.073	115.032	116.193	147.822	188.129	156.032
Mosto simples	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	53.419	45.912	77.286	93.342	58.518
Outros derivados	21.694	23.550	28.152	39.867	59.643	4.044	5.299	8.775	3.365	2.910
Brasil	472.918	402.448	346.441	465.591	521.375	433.829	414.365	578.810	579.309	494.994

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014).

Tabela 5 - Comercialização de vinhos e de suco de uva provenientes do Rio Grande do Sul, Período 2004-2013 (em 1000 litros)

Estado	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Vinho de mesa (1)	225.370,3	271.248,5	245.072,9	225.958,8	199.319,9	234.525,0	221.242,9	230.310,5	206.203,4	221.590,8
Vinho especial (2)	67,0	286,0	172,2	106,3	0,1	0,1	0,3	0,7	0,2	2,3
Vinho fino (3)	19.864,5	22.306,0	22.085,3	21.411,5	21.119,6	33.080,3	21.390,2	19.967,3	22.470,0	27.912,9
Espumantes	4.813,8	5.705,2	7.482,7	7.005,5	7.630,8	8.742,7	9.701,7	10.308,8	11.278,9	12.195,0
Espumantes moscatel	691,1	1.071,4	1.277,3	1.582,5	1.902,5	2.500,2	2.946,2	2.996,4	3.610,3	3.783,5
Suco de uva integral	8.803,8	14.675,3	15.481,7	18.494,9	21.554,6	29.131,5	35.164,7	45.222,1	53.832,2	75.973,3
Suco concentrado (4)	96.101,6	116.109,5	115.846,7	128.017,9	139.402,3	159.309,3	154.140,0	174.461,6	167.646,6	191.849,6
Mosto simples	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Outros derivados	40.107,8	39.757,8	35.724,9	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Brasil	395.820,0	471.159,8	443.143,7	402.577,4	390.929,9	467.289,0	444.585,9	483.267,5	465.041,5	533.307,4

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014). (1) Preparado com uvas americanas e híbridas; (2) corte de vinho de mesa e vinho fino de mesa; (3) preparado a partir de cultivares *Vitis vinifera*; (4) Transformados em litros de suco simples

³ Transformados em 1000 litros de suco simples

3.2. A VITIVINICULTURA NO ESTADO DE SÃO PAULO

Conforme colocado por Chiapetta (2010), o Estado de São Paulo é considerado o “polo irradiador” da viticultura brasileira. Inglez de Sousa (1996), por sua vez, afirma que o primeiro surto viticultor do Estado foi iniciado na então capitania de São Vicente. Devido principalmente às condições climáticas pouco apropriadas para o cultivo da uva, a atividade migrou para as adjacências do município de São Paulo e está vinculada ao desenvolvimento da agricultura paulista, em período anterior ao ciclo da mineração. Verdi *et al.* (2009) afirmam que “o cartório do 1º Ofício do Município de Jundiaí registra venda de vinho em 1669” e Inglez de Sousa (1996), por sua vez, complementa afirmando que “em Jundiaí, povoado humilde aberto nas clareiras do Mato Grosso de então, já se vendia vinho de uva da terra no final de 1669”. Apesar disso, dois fatores parecem ter levado ao quase desaparecimento da viticultura no período que vai do século XVIII ao início do século XIX: a sucessão e o predomínio da lavoura canavieira, do algodão e do café enquanto principais culturas da população bandeirante (INGLEZ DE SOUSA, 1996) e o decreto protecionista promulgado por Portugal em 1789, que proibia o plantio de uvas, inibindo completamente a produção e comercialização de vinho no Brasil (IBRAVIN, 2015). Ainda segundo dados do IBRAVIN, a cultura da uva manteve-se com um caráter doméstico até o final do século XIX, tornando-se uma atividade comercial a partir do início do século XX por meio da iniciativa dos imigrantes italianos estabelecidos no sul do país a partir do ano de 1875.

O ressurgimento da Viticultura está ligado a dois fatores principais, a decadência do cultivo de café na região de São Paulo e a difusão de uma variedade de uva americana (Isabel) em meados do século XIX (INGLEZ DE SOUSA, 1996). Para esse autor, a viticultura em São Paulo só adquire relevância econômica pela concomitância de dois elementos fundamentais para a formação do “binômio homem-planta favorável: imigrante italiano e uva do tipo Isabel” (INGLEZ DE SOUSA, 1996). Nessa linha, o autor complementa afirmando que, nas adjacências da capital paulista — Mogi das Cruzes, São Roque e Jundiaí, principalmente —, o colono italiano passou da condição de cafeicultor para viticultor, fundando a viticultura moderna do estado de São Paulo. Na visão do autor, praticamente toda a grande viticultura paulista, até a década de 1960, estava contida em um polígono que tinha seus vértices marcados pelas cidades de Mogi das Cruzes, Ibiúna, São Roque, Cabreúva, Valinhos, Morungaba, Bragança Paulista, fechando novamente em Mogi das Cruzes. Inserido neste polígono, destacavam-se os municípios de Jundiaí, Louveira, Vinhedo, Itatiba, Jarinu, Atibaia, Itupeva, Campo Limpo Paulista, Indaiatuba, Itaquera e Poá como importantes centros

produtores de uva. O autor ainda registra que, a partir de meados de 1960, começam a surgir novas fronteiras produtoras na direção dos municípios de Piedade e São Miguel Arcanjo.

O estado de São Paulo continua sendo a maior região produtora de uva comum de mesa, niagara rosada, outra casta de uvas americanas que adaptou-se muito bem às condições da região, e que ainda é comercializada não só no estado, como também em todo o Brasil. As condições naturais da região, a cultura italiana e os resultados das pesquisas desenvolvidas pelo Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) sobre a uva contribuíram para a fortalecimento da aglomeração vitivinícola de Jundiaí e região (VERDI *et al.*, 2009).

Até o final dos anos 1980, o estado de São Paulo era um dos principais produtores brasileiros de uva, produção esta encabeçada pelo município de Jundiaí que, além de produzir uva, era também conhecido pela produção de vinho elaborado a partir da uva de mesa.

Atualmente, a produção de uva no estado está localizada em dois polos: um na Região Noroeste (Regional Agrícola de Jales)⁴, e outro na Região Leste (Regionais Agrícolas de Campinas, Itapetininga e Sorocaba). O polígono viticultor da Regional Agrícola de Campinas é composto pelos municípios de Atibaia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira, Morungaba, Valinhos e Vinhedo (Figura 3); essa região é conhecida como Circuito das Frutas e famosa por sua produção de uva, figo, goiaba, caqui, pêssego e morango (OTANI *et al.*, 2012).

De acordo com Verdi *et al.* (2009), apesar da ideia ainda vigente da falta de vocação do estado paulista para a vitivinicultura, muitos produtores de uvas de mesa, basicamente niágara rosada, mantêm em suas propriedades pequenas unidades artesanais de produção de vinho, fundamentadas em variedades rústicas e mesmo na vinificação de excedentes e descarte de uvas de mesa.

⁴ Definição das regiões feita conforme a classificação da CATI (Coordenadoria de Assistência Técnica Integral da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo) quanto ao conjunto de municípios que formam as regionais agrícolas do Estado.

Figura 3 - Municípios da região do Circuito das Frutas

FONTE: Bragantia, Campinas, v. 69, n. 4, p. 1019-1026, 2010

Nesse contexto, é importante ressaltar que a comercialização da produção artesanal de vinho tem fomentado o desenvolvimento do turismo rural⁵ ou enoturismo em algumas regiões do estado de São Paulo. Na região de Jundiaí culminou na criação do projeto “Circuito das Frutas” (São Paulo, 2002) e na região de São Roque na organização do “Roteiro do Vinho, Gastronomia e Lazer”, em parceria com o Sindusvinho. Segundo Verdi *et al.* (2009), essas ações voltadas à estruturação do turismo ligado à produção de uva e vinho têm contribuído para o aumento do interesse pelos produtos do setor vitivinícola, oferecendo aos vitivinicultores, por meio da venda aos turistas de produtos *in natura* e produtos manufaturados artesanalmente nas propriedades, uma fonte adicional de renda que permite a sobrevivência e a manutenção destes na atividade rural, resistindo à pressão imobiliária de venda de suas propriedades para a construção de condomínios e chácaras de veraneio.

⁵ No Brasil, a prática do turismo rural é uma atividade bastante recente, tendo sido inspirada na experiência europeia e surgido em Santa Catarina no final dos anos 1980 (SILVA; VILARINHO; DALE, 1998; SCHNEIDER, 2010).

De acordo com Otoni, Arraes e Verdi (2007), ao se articular com as atividades do turismo rural e do enoturismo, a vitivinicultura paulista adquire novas perspectivas de desenvolvimento regional, constituindo a base para a atração de novos empregos e investimentos para a região em hotéis, pousadas e restaurantes, condizentes com a preservação ambiental e com o resgate dos costumes e das tradições regionais. Sato, Alves e Strehlau (2010) complementam afirmando que o turismo rural tem se tornado o principal canal de distribuição para vinhos, licores, frutas e doces, oferecendo às vinícolas uma diversificação de atividades como adegas, lojas e cantinas.

Por fim, é importante destacar que, embora o Estado de São Paulo seja o maior centro consumidor de vinho do país, tem participação pouco relevante na produção industrial de vinho. Destaca-se, no entanto, por concentrar o processo de envasamento do vinho, elaborado principalmente no sul do país (FAGUNDES *et al.*, 2007) e pela importação de 40% do vinho produzido no país (VERDI *et al.*, 2010).

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 1 — A possibilidade do cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

3.3. CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE JUNDIAÍ

O município de Jundiaí faz parte da Região Administrativa (RA) de Campinas (SÃO PAULO, 1967) e se destaca pelo seu dinamismo econômico e concentração populacional (OTANI, 2010). Essa situação é facilitada pela proximidade de duas das maiores cidades do estado, distando somente 60 km da capital e 40 km de Campinas. Segundo dados do IBGE, a área total do município é de 450 km², sendo sua população, no ano de 2010, de 370.126 habitantes.

A densidade demográfica de Jundiaí é das mais altas do estado. Enquanto no município há 822,78 hab/km², na RA de Campinas há 448,78 hab/km² e no estado essa relação corresponde a somente 165,75 hab/km² (SEADE, 2015).

Em 2008 observou-se uma tendência vigorosa de envelhecimento da população. Enquanto no município o índice é de 58,8%, na RA é de 40,9% e no estado 44,8%. Em consequência, ainda neste mesmo ano, a população com menos de 15 anos (21,1%) foi menor do que na RA e no estado (22,6% e 23,5%, respectivamente). A população de mais de 60 anos foi mais significativa (12,4%) do que na RA (10,2%) e no Estado (10,5%) (SEADE, 2009).

A população rural, apesar de pouco representativa em relação ao total, em 2000 era composta por 23.166 habitantes e caiu em 2007 para 19.929 habitantes, representando a quinta maior população rural paulista. É um número significativo considerando-se que o município está situado entre duas grandes metrópoles.

No Brasil, segundo conceituação do IBGE, as categorias rural e urbana de uma unidade geográfica são definidas por lei municipal. Segundo Otani (2010), em Jundiaí, dada a forte expansão urbana clandestina nas áreas rurais, torna-se difícil delimitar a exata fronteira do que é o setor rural e urbano, e por consequência, o que é população urbana e rural. Há vários bairros rurais com bolsões de residências e população cujo modo de vida é tipicamente urbano. Mas há também imóveis rurais incorporados ao setor urbano, que necessitam comprovar ser uma área produtiva para solicitar a isenção do IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) aos órgãos competentes.

A indústria e os serviços são os setores econômicos mais importantes do município. Mais da metade do Valor Adicionado⁶ (VA) de Jundiaí é originário da indústria, que em 2006 contribuiu com 34,9%, e do setor de serviços, com 64,7%. A agropecuária perdeu importância na economia local e participou com somente 0,28% do total do VA municipal (SEADE, 2009).

O forte dinamismo econômico de Jundiaí colocou o município em lugar de destaque, com PIB per capita de R\$ 32.397,17, valor maior do que a média de R\$ 27.545,13 da Região Administrativa de Campinas e maior do que a média paulista, que é de R\$19.547,86. Segundo os critérios estabelecidos pelo Índice Paulista de Responsabilidade Social (IPRS) a cidade oferece padrão de vida de nível 1, atribuído a municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis de indicadores sociais (SEADE, 2009).

Quanto à demanda por trabalho formal, segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), o setor de serviços é o mais expressivo, tendo contratado em 2007 42,1%, seguido pelo comércio com 23,4%. Tais setores, portanto, empregaram mais da metade dos trabalhadores formais do município (65,5%); a indústria, por sua vez, empregou quase 30% e a construção civil 4,1%. A atividade agropecuária empregou proporção pouco significativa de trabalhadores formais no município, cerca de 0,5% dos assalariados registrados. Conforme a mesma fonte, a atividade vitivinícola empregava em 31 de dezembro de 2006 491

⁶ Valor Adicionado: calculado pela Secretaria da Fazenda e utilizado como um dos critérios para a definição do Índice de Participação dos Municípios na receita do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Ele é obtido, para cada município, através da diferença entre o valor das saídas de mercadorias e dos serviços de transporte e de comunicação prestados no seu território, e o valor das entradas de mercadorias e dos serviços de transporte e de comunicação adquiridos, em cada ano civil (SEADE, 2015).

trabalhadores com carteira assinada que se dedicavam à fabricação de vinho; destes, somente 75 eram empregados assalariados na produção de uva (BRASIL, 2008).

De acordo com Otani (2010), a atividade vitícola, principalmente por necessitar de mão de obra qualificada para o manejo, conta com expressiva presença do trabalho familiar dos proprietários e dos parceiros, cujas características distintas de relações de trabalho não são consideradas nas estatísticas de contratação formal. Ainda segundo a mesma autora, a expansão do mercado de trabalho na região, com possibilidades de emprego formal em outros setores da economia regional, tem levado tanto a uma concorrência pela mão de obra quanto à falta desta qualificada e treinada para a vitivinicultura, o que também se constitui num problema para os produtores. Rodrigues (2015), por sua vez, complementa afirmando que, com a expansão de novos locais de residência, a concorrência por mão de obra se torna ainda mais acirrada, pois os novos moradores contratam trabalhadores para serviços como caseiros, jardineiros, empregados domésticos, etc. Esses empregos, de maneira geral, contam com todos os benefícios da CLT, situação muito distinta da partilha dos rendimentos recebidos pelos parceiros no final da safra da uva.

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 2 — A mão de obra especializada para colheita da uva é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

Como já mencionado anteriormente, os vinhos mais consumidos em São Paulo e no Brasil são do tipo comum ou de mesa, que assume várias denominações conforme o estado: no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina é conhecido como vinho colonial e em Jundiaí e região como vinho artesanal. É importante ressaltar que para os órgãos que regulam a elaboração e comercialização do vinho as denominações vinho colonial ou artesanal não existem (BRASIL, 2004). De acordo com Otani (2010), não há uma definição exata para esse tipo de produto; em Jundiaí, mesmo entre os vinicultores que rotulam seu produto como artesanal, não há uma definição única. Os elementos mais citados sobre o que sugerem ser o vinho artesanal traduz uma combinação de fatores, tais como: o vinho elaborado pela família do produtor, o predomínio de uvas próprias, a vinificação em pequenos volumes e o vinho que é vendido na propriedade. Essas são as características predominantes em Jundiaí.

Segundo Inglez de Sousa (1996), Chiapetta (2010) e Otani (2010), as primeiras experiências com o cultivo e a produção de vinho em Jundiaí vieram na bagagem social e cultural dos primeiros imigrantes italianos que aportaram no antigo Núcleo Colonial Barão de Jundiaí — hoje o bairro industrial de Colônia — e no bairro do Caxambu. O Núcleo Colonial foi fundado por iniciativa oficial em 1887 e tinha como objetivo dispor mão de obra à lavoura

de café, que então predominava na região. Com o avanço do café para a região norte e oeste do estado, e o consequente declínio da cafeicultura na região, o cultivo da uva começou a se desenvolver, de início para suprir o consumo da família. Mas já nas primeiras décadas do século XX, as primeiras cestas de uva Isabel eram remetidas para São Paulo, estabelecendo um comércio que durou algumas décadas. Os bairros que enviavam os produtos para a capital paulista eram Colônia, Caxambu, Igoturucuia, Malota e Traviú.

Inglez de Sousa (1996) afirma que no século XIX a viticultura paulista se localizava nos bairros e subúrbios da capital. A produção em escala comercial teve início com John Rudge, que introduziu a videira Isabel, de procedência americana, na Fazenda Morumbi e há grande probabilidade das viníferas americanas terem sido cultivadas em Jundiaí por volta de 1880. Em 1886, a produção de vinho no estado era de 1,260 milhões de litros, e em 1889 alcançou 1,750 milhões. Os principais produtores estavam nas cidades de São Paulo, Itatiba, Mogi das Cruzes, São Roque, Cunha e Sorocaba; nesse período Jundiaí ainda não era mencionado nessas estatísticas.

Otani (2010) complementa ao afirmar que o desenvolvimento econômico baseado na viticultura em Jundiaí tomou impulso na década de 1930 em decorrência da grave crise que se abateu sobre a cultura do café. O setor despontava com grande potencial e apresentava um ambiente institucional coordenado, mobilizando as organizações públicas, como a então Escola Agrícola de Piracicaba, o Instituto Agrônomo, o Instituto Biológico e as estações de Citricultura de Campinas, Sorocaba e São Roque, que desenvolviam pesquisas e apresentavam trabalhos técnicos para melhorar o manejo e a produtividade da cultura.

O setor privado, por sua vez, estava organizado em associações setoriais, cujos grupos eram constituídos de produtores agrícolas e funcionários de órgãos públicos, o que mostra a forte interação entre todas as organizações locais envolvidas na cadeia vitivinícola.

Em 1934 aconteceu em Jundiaí a 1ª Exposição Vitivinícola e de Frutas do Estado de São Paulo. Em 1936 foi criada a Estação Experimental de Jundiaí, do Instituto Agrônomo (IAC), um centro de referência para a vitivinicultura no distrito de Corrupira, hoje denominado CAPTA-Frutas (Centro Avançado de Pesquisa Tecnológica do Agronegócio de Frutas). Também foi instalado o Posto de Fiscalização de Vinhos — transformado posteriormente em Estação de Enologia de Jundiaí, do Ministério da Agricultura —, que realizava o controle da produção e circulação de vinhos e derivados na zona vitícola da região (OTANI, 2010).

Os eventos organizados para divulgar o setor atraíram uma população considerável. A 1ª Exposição Vitivinícola ocorreu no antigo Mercado Municipal. O município tinha então

28.000 habitantes e recebeu 200.000 visitantes, o que gerou um transtorno, já que a cidade não tinha a infraestrutura adequada para um evento de tal porte. A Exposição teve a finalidade de atrair a atenção do país para Jundiaí como centro produtor de uva, firmando em bases nacionais a reputação dos produtos dos parreirais jundiaenses (CHIAPETTA, 2010). No ano de 1938 aconteceu a 2ª Exposição Vitivinícola e de Frutas do Estado de São Paulo, junto com o IV Congresso de Viticultura e Enologia em Jundiaí, sinalizando a importância do vinho nas atividades no município. No período entre as décadas de 1930 a 1950, o setor obteve um suporte importante das organizações públicas e privadas para aumentar sua produtividade e melhorar a qualidade do produto, o que levou à consolidação da produção de uva, sobretudo a de mesa.

Otani (2010) prossegue afirmando que, com o fortalecimento da atividade vitícola, apareceram as primeiras indústrias de vinho: as pioneiras Cereser e Borin se instalaram como vitivinícolas em 1926. Sua origem é o bairro do Caxambu, que até hoje concentra importante parcela dos produtores e vinho do município. No início, essas indústrias utilizam uvas locais e regionais para a fabricação de vinho, mas eram pouco competitivas em relação aos preços oferecidos pelas vinícolas do sul do país. Verdi *et al.* (2010a) complementam ao afirmar que, para diminuir os custos de produção, tais vinícolas passaram a utilizar uvas do sul e atualmente compram o vinho pronto, envasado e rotulado em Jundiaí.

A falta de mercado para a uva vinífera no município levou à redução progressiva da sua produção e estimulou uma forte expansão da produção de uva de mesa. O setor agrícola de Jundiaí tem como principal cultura a produção de uva niágara, denominada de comum, e apresenta como característica marcante a exploração de pequenas áreas, devido à grande fragmentação dos imóveis, ocorrida ao longo da sua história de ocupação (OTANI, 2010).

Segundo dados disponíveis do Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agrícola (LUPA) de 2003, existiam no estado de São Paulo 2.089 Unidades de Produção Agropecuárias (UPAs) ocupadas com o cultivo de uvas, num total de 6635,3 ha, utilizando cerca de 30 milhões de pés. Jundiaí se destacava como o município com a maior participação em área cultivada no Estado (28%), ao mesmo tempo em que ocupava somente 11,4% de área cultivada do município.

Os dados do LUPA de 2007/08, mostram haver no município 1.535 unidades agrícolas, sendo que 72% ocupam pequenas áreas, variando de 0,1 a 10 ha. A cultura que aparece com maior frequência é a uva, em 551 Unidades de Produção Agropecuárias (UPAs), que representam quase 36% do total, e ocupam 1.843,4 ha, seguido do eucalipto, que aparece

em 30% do total das UPAs⁷ e ocupa a maior área dentre as culturas de Jundiaí (4.411,6 ha). A região tem boas condições edafoclimáticas para o cultivo da videira, que aliada à tradição e ao conhecimento acumulado ao longo da história das famílias na atividade, permitem a produção de uvas de melhor qualidade quando comparada com as mais recentes regiões produtoras de clima tropical (VERDI *et al.*, 2005). Ainda segundo a autora, uva é a fruta de clima temperado mais cultivada e constitui uma das frutíferas mais cosmopolitas que existe. Na divisão do estado realizada pelo órgão oficial de assistência técnica, a Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI) da Secretaria de Agricultura, no Escritório de Desenvolvimento Regional (EDR) de Campinas, destacavam em 2006 os municípios de Jundiaí, Indaiatuba e Itupeva como os que apresentavam o maior número de videiras. Em 2007, esse EDR produziu a significativa parcela de 76% da produção total de uva paulista, e Jundiaí foi responsável por 30% da produção de uva de mesa (FAGUNDES *et al.*, 2007; IEA, 2015).

3.4. A EXPANSÃO URBANA EM JUNDIAÍ

Segundo Otani (2010), na região próxima a Jundiaí e Campinas, a expansão imobiliária contribui para a valorização das terras, o que vem se constituindo numa opção interessante para os produtores de uva e vinho da região, pelo fato de se encontrar em um importante eixo de expansão urbana e industrial (Figura 4) e por sua potencialidade turística. Por outro lado, Verdi *et al.* (2009) argumentam que boa parte da produção de uva é realizada junto aos muros dos grandes condomínios fechados, fato este que contribui para a geração de conflitos de interesses e desestímulos à produção.

Figura 4 - Espacialização da mancha urbana e da vitivinicultura na região de Jundiaí

⁷ Uma UPA é definida como: (a) conjunto de propriedades agrícolas contíguas e pertencente ao(s) mesmo(s) proprietário(s); (b) localizadas inteiramente dentro de um mesmo município, inclusive dentro do perímetro urbano; (c) com área total igual ou superior a 0,1ha; (d) não destinada exclusivamente para lazer. Em princípio, uma UPA significa exatamente o mesmo que um imóvel rural. Ela se afasta desse conceito somente nas seguintes situações: (i) quando o imóvel rural se estende por mais de um município, considerou-se cada uma das partes em município diferente como uma UPA; (ii) quando não foi possível levantar o imóvel rural como tal, sendo necessário reparti-lo ou agrupá-lo com outros (CATI, 2008).

⁷ Edafoclimática, relativo ao solo e ao clima. Disponível em: <www.aulete.com.br>. Acesso em: 24 jul. 2016.

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Tendo em vista esta realidade regional, a área rural de Jundiaí, apesar de ter o uso regulamentado pelo poder público municipal, vem convivendo com a contínua expansão urbana (Otani, 2010). Os espaços são ocupados tanto pela população de baixa renda, à procura de áreas de preço da terra mais baixo em relação às áreas urbanas para construir sua casa própria, quanto pela população de alta renda, que procura melhor qualidade de vida nos condomínios residenciais. A tendência para a ocupação do espaço rural é intensificada no município pela sua localização estratégica e pelo potencial de desenvolvimento econômico.

Com base nessa perspectiva, propõe-se as seguintes hipóteses:

Hipótese 3 — A possibilidade de venda da terra é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade;

Hipótese 4 — O uso de defensivos agrícolas no manejo da videira em uma região urbana é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

Otani *et al.* (2007) e Verdi *et al.* (2009) afirmam que a queda da renda da produção da uva e a alta dos preços da terra da região, levou parte dos viticultores na última década a desistir da atividade e vender seus terrenos: “são várias as histórias contadas por produtores sobre conhecidos e/ou vizinhos que agora passam por dificuldades para sobreviver, seja por problemas para administrar o capital obtido ou pela falta de terras para tirar o sustento da família”. Antigos lemas de Jundiaí como “capital da uva” e “capital do vinho” estão cedendo lugar para outros não muito atraentes como “cidade dormitório” e “cidade final de semana” (VERDI *et al.*, 2009).

Dessa forma, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 5 — A a renda proveniente da vitivinicultura é um fator determinante da decisão do agricultor de continuar na atividade.

Novamente segundo Otani (2010), a preservação do espaço ocupado pela viticultura e a sustentabilidade dos produtores estão associadas à agregação de valor ao produto local para fazer frente à elevação do preço das terras: “uma possibilidade é o desenvolvimento do turismo rural, aproveitando a vantagem da proximidade das Regiões Metropolitanas de São Paulo e Campinas”.

3.5. A VITIVINICULTURA EM JUNDIAÍ

De acordo com Verdi *et al.* (2009), a concentração espacial dos vitivinizadores na região de Jundiaí encontra reforço no processo de constituição de uma nova organização territorial da produção na fase atual do capitalismo, baseada na valorização das “vocações regionais” e na conformação de verdadeiros sistemas produtivos locais. Ainda segundo os autores, a expressiva proximidade física entre os agentes envolvidos com a vitivinicultura regional foi importante para a formação da aglomeração, pois propiciou a difusão de conhecimentos tácitos e de técnicas relacionados ao processo produtivo.

Por outro lado, Otani *et al.* (2009) complementam que essa proximidade física não é mais suficiente para garantir a inserção da produção regional nas novas formas de competitividade e desenvolvimento territorial, como a implantação de um sistema produtivo localizado, indicações geográficas, marca de certificação coletiva e outras; estratégias que são cada vez mais importantes para a conquista de qualidade e formalização da produção local, fundamentais para a agregação de valor e para a sustentabilidade dos produtores.

O censo vitivinícola de Jundiaí foi levantado no ano agrícola de 2007/08 e a consolidação dos dados revelou que ainda hoje o cultivo da uva é realizado em 284 unidades produtivas, totalizando 732 hectares: 90,14% das UPAs com uva do município têm área até 20 ha, enquanto que a metade delas tem área até 5 ha. O estrato de menor área, ou seja, de 0,1 a 5 ha compreende a maior proporção de uva plantada em relação à área total das UPAs. Na média do município, somente 24,89% da área das UPAs com uva é ocupadas com a viticultura (conforme Tabela 6).

Tabela 6 - Estrutura fundiária da viticultura no município de Jundiaí, 2007/2008

Estrato (ha)	Produtores		Área da propriedade		Área de uva	
	Nº	%	ha	%	ha	%
0,1 a 5,0	142	50,0	410,2	13,9	191,2	26,1
5,01 a 10,0	62	21,8	454,7	15,5	152,8	20,9
10,01 a 20,0	52	18,3	733,1	24,9	192,5	26,3
20,1 a 30,0	11	3,9	266,1	9,0	57,5	7,9
30,1 a 40,0	5	1,8	173,9	5,9	26,0	3,6
40,1 a 50,0	4	1,4	188,4	6,4	55,9	7,6
Mais de 50,0	8	2,8	715,4	24,3	56,1	7,7
	284	100,0	2.941,8	100,0	732,0	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Segundo Verdi *et al.* (2009), essa pequena participação da área plantada com uva na área total da UPA constitui um processo que vem se intensificando nos últimos anos em função da localização do município de Jundiaí num eixo de expansão urbana e industrial do estado de São Paulo. Essa localização, apesar de ser privilegiada do ponto de vista do consumo, vem sediando atividades que absorvem a mão de obra da viticultura, tanto os parceiros quanto os filhos dos produtores. Sob esse aspecto, os viticultores são obrigados a ajustar a área da uva proporcionalmente à disponibilidade de mão de obra para o desenvolvimento dos tratos culturais.

Ainda segundo os autores citados, tais fatos também explicam a pequena população envolvida na atividade vitícola. As videiras são cuidadas em 40,45% dos casos pelos membros da família do proprietário e 30,13% pelos membros da família do parceiro/meeiro (Tabela 7).

Tabela 7 - Mão de obra ocupada na viticultura de Jundiaí

Modalidade	Nº	%
Proprietário	576	40,5
Parceiro/meeiro	429	30,1
Assalariado	146	10,3
Temporário	241	16,9
Arrendatário	32	2,3
Total	1424	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

As atividades relacionadas aos tratos das videiras detêm uma significativa importância social, já que o cultivo de uva é realizado por pequenos produtores rurais, de base familiar (AMARO *apud* VERDI *et al.*, 2009). Nesse contexto, os autores concluem que as atividades têm a capacidade de fixar o trabalhador no campo, em seu espaço vivido e portador de grande significado: “assim, incentivar a vitivinicultura significa promover a permanência do trabalhador familiar altamente qualificado no campo e manter a tradição regional”.

A maior parte do cultivo das videiras na região utiliza mão de obra familiar do proprietário ou do parceiro, geralmente o meeiro, resquício da ocupação do espaço pelo café.

Devido ao tamanho das áreas em que a uva é cultivada, muitas propriedades são familiares, conduzidas única e exclusivamente pelo proprietário e sua família, mesmo com a utilização dos meiros na maioria das propriedades.

Os meeiros fazem parte do sistema de parceria muito praticado na viticultura realizada na região. Na década de 50, Inglês de Sousa já reconhecia a meação como contrato de trabalho predominante na viticultura regional, característica que resistiu até os dias atuais. Segundo o autor, a formação e custeio de um vinhedo podem tanto serem diretamente geridos pela administração do proprietário, como podem ser entregues a terceiros, quer por empreitada, quer por contrato de meação ou parceria. O autor afirma que, após a formação do vinhedo, é muito usual a entrega de seu trato e colheita a famílias de meeiros. Esses têm direito a casa de moradia e participam no empreendimento com a mão de obra e todas as ferramentas necessárias à exploração vitícola, enquanto que o proprietário participa com o material permanente. Essa forma de parceria é ainda muito praticada na viticultura regional, sendo mais um indicador da tradição da atividade.

Verdi *et al.* (2009) concluem que, apesar de constituir a relação de trabalho predominante na viticultura regional, a meação enfrenta dificuldades na atualidade no tocante ao cumprimento da legislação trabalhista.

No geral, as UPAs são geridas pelos membros mais velhos das famílias, em média por duas pessoas. Quanto à idade dos proprietários das UPAs com uva, notou-se que 76,41 % tem mais de 50 anos e que 91,6% mais de 40 anos (Tabela 8).

Tabela 8 - Idade dos proprietários das UPAs em Jundiaí, 2007/2008

Idade	Total	%
Até de 20 anos	7	2,5
De 21 a 30 anos	2	0,7
De 31 a 40 anos	6	2,1
De 41 a 50 anos	43	15,2
Mais de 50 anos	217	76,4
Não se aplica	9	3,2
Total	284	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

À luz desse contexto, propõe-se as seguintes hipóteses:

Hipótese 6 — A idade do vitivinicultor é um fator determinante na sua decisão de continuar na atividade;

Hipótese 7 — O interesse dos filhos do vitivinicultor em dar continuidade ao negócio da família é um fator determinante na sua decisão de continuar na atividade.

De acordo com Otani *et al.* (2011), dos 284 produtores cadastrados no município de Jundiaí, 67% reside na unidade produtiva, fato que revela a importância da atividade para

fixação do homem no campo e manutenção da paisagem (Tabela 9). Uma conjugação de fatores contribui para este comportamento:

- as peculiaridades do manejo da videira demandam uma rotina de cuidados permanentes e, quando há elaboração de vinho artesanal, a venda acontece na adega que fica dentro da propriedade;
- a boa condição de infraestrutura como via de locomoção, transporte, escolas, sistema de água e luz nos bairros rurais, levadas pela expansão urbana e especulação imobiliária.

Tabela 9 - Residência do viticultor do município de Jundiaí, 2007/2008

Reside na UPA	Total	%
Sim	190	66,9
Não	94	33,1
Total	284	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Sob este aspecto, a viticultura contribui para a sustentabilidade, para a atratividade do local e para o desenvolvimento das atividades de outros setores, como o turismo rural e a enogastronomia (VERDI *et al.* 2009).

Quanto ao tempo de desenvolvimento da atividade vitícola, nota-se que 67% dos produtores cadastrados cultivam uva há mais de 30 anos. Segundo os mesmos autores, esses dados confirmam a tradição da atividade no município, item importante para uma eventual requisição de indicação geográfica; dessa forma, o resgate da tradição em torno da viticultura regional pode constituir ação importante para o desenvolvimento (Tabela 10).

Tabela 10 - Tempo dos viticultores de Jundiaí na atividade, 2007/2008

Anos	Nº	%
Não informou	11	3,9
1 a 10	19	6,7
11 a 20	25	8,8
21 a 30	38	13,4
31 a 40	58	20,4
41 a 50	72	25,4
51 a 60	52	18,3
61 a 70	6	2,1
Mais de 70	3	1,1
Total	284	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

A tradição na atividade resulta também na manutenção da paisagem, que pode ter importante papel na sustentabilidade ambiental, contribuindo para a atratividade do local e para o desenvolvimento do turismo rural, centrado nos vinhedos de cultivares de mesa e na elaboração do vinho artesanal (VERDI *et al.*, 2009).

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 8 — O hábito cultural do cultivo da uva para fabricação de vinho artesanal herdado dos antepassados da família é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

Neste ponto vale considerar que o sistema de condução da videira utilizado pela maioria dos produtores de Jundiaí e região, por ser considerado o mais simples e barato dos sistemas de condução, além de ser tido como o mais adequado para cultivares de uvas comuns de mesa, como é o caso da cultivar niagara rosada, é, ao mesmo tempo, um dos principais problemas da produção de uvas para vinho na região, principalmente no que diz respeito à boa maturação e qualidade dos frutos no momento da colheita (PIRES; MARTINS, 2003; HERNANDES; PEDRO J., 2011). Segundo Verdi *et al.* (2009), os produtores, por hábito e considerando a facilidade de manejo e baixo custo, insistem em produzir uvas para vinho no mesmo sistema de condução que utilizam para uvas de mesa.

De acordo com Verdi *et al.* (2012), essas condições de manejo, somadas ao excesso de chuvas no período de maturação, obrigam o produtor a realizar a colheita antes da completa maturação da uva e têm como consequência a produção de vinhos com necessidade de altos índices de chaptalização⁸ e também vinhos adoçados, típicos da região, como forma de disfarçar elevados teores de acidez e de taninos verdes.

Em relação à produção vitícola, fica eviente a vocação do município para uva de mesa, diante da participação de 92,25% do total (Tabela 11).

Tabela 11 - Produção principal dos viticultores de Jundiaí, 2007/2008

Destinos da uva	Nº de produtores	%
Mesa	262	92,25
Vinho	17	5,99
Suco	1	0,35

⁸ Trata-se do processo de adição de açúcar de cana para obtenção de adequado teor alcoólico no vinho (VERDI *et al.*, 2012).

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Essa vocação do município para uvas de mesa é desenvolvida mediante o cultivo da variedade cv niágara (Tabela 12).

Tabela 12 - Frequência de variedades nas UPAs com uva em Jundiaí, 2007/2008

Variedades da uva	Nº de produtores	Variedades da uva	Nº de produtores
Niágara	280	Barbera	1
Curbina	39	Brasil	1
Isabel	35	Jaques	1
Bordô	21	Juliana	1
IAC-138 (Maximo)	17	Maria	1
Moscatel	5	Merlot	1
Cabernet	2	Paulistinha	1
Moscato	2	Rainha	1
Patricia	2	Sanches	1
Syrah	2	Violeta	1

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

A análise das variedades de uva destinadas à produção de vinho confirma a vocação regional da cv niágara (VERDI *et al.*, 2009, OTANI *et al.*, 2011). Essa variedade representa 35% do total de uva vinificada e é produzida quase na totalidade pelos próprios vinicultores. Dentre as demais variedades de destaque são a cv bordô com 21%, cv curbina com 20% e cv IAC 138-22 Máximo (desenvolvida pelo Instituto Agrônomo de Campinas) com cerca de 9%. Destas variedades mais processadas pelos produtores artesanais de Jundiaí, somente a cv bordô detém significativa origem externa ao município, pois mais da metade do volume vinificado é produzido no estado do Rio Grande do Sul (Tabela 13).

Tabela 13 - Quantidade de vinho produzido (em litros) em Jundiaí, por procedência e por variedades, 2007/2008

Variedades de uva	Própria	Terceiros		Total	%
		SP	RS		
Barbera	400	840	0	1.240	0,4
Bordo	20.678	6.219	43.373	70.270	20,8
Cabernet	0	205	645	850	0,3
Curbina	55.817	11.510	0	67.327	19,9
Isabel	24.869	4.428	510	29.807	8,8
Jacques	1.500	0	0	1.500	0,4
Juliana	25	0	0	25	0,0
Lorena	0	50	120	170	0,1
Maximo	23.347	6.187	0	29.534	8,7
Merlot	0	60	200	260	0,1
Moscatel	14.894	1.460	690	17.044	5,0
Nacional	750	0	0	750	0,2
Niágara	114.695	3.460	350	118.505	35,1
Patrícia	161	0	0	161	0,0
Sanches	140	0	0	140	0,0
Violeta	0	77	0	77	0,0
TOTAL	257.276	34.496	45.888	337.660	100,0

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Ainda em referência à Tabela 13, o conjunto dos produtores de Jundiaí elaborou no período de 2007/08, o total de 337.660 litros de vinho, sendo que 94,6% desse volume foi comercializado. De acordo com Otani (2010), dada a falta de informações sobre o vinho artesanal em São Paulo, é ainda impossível saber com exatidão a proporção que o volume de produção de Jundiaí representa no estado.

Otani (2010) e Verdi *et al.* (2009) prosseguem afirmando que os cultivares mais apropriados para a produção de vinho levantados pelo Censo Vitivinícola 2009 são bastante diversificados. São cultivados em pequenas áreas e ocupam proporção ainda insignificante, cerca de 2,7% do número total de plantas.

Segundo Verdi *et al.* (2009), a variedade cv IAC 138-22 Máximo detém significativa potencialidade para a construção da identidade do vinho regional, tanto no tocante à boa adaptação às condições naturais, quanto à qualidade final do vinho. Nesse sentido, é positiva a

perspectiva proporcionada pelos esforços direcionados aos testes e divulgação desta variedade como diferencial da produção do vinho regional.

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 9 — A falta de variedade de uvas para vinho adaptadas às condições edafoclimáticas de Jundiaí é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

Otani (2010), por sua vez, ao fazer referência ao Censo Vitivinícola 2009, complementa afirmando que das 284 UPAs que cultivam uvas em Jundiaí, 92 também produzem vinho. Somam-se a elas mais três unidades produtoras de vinho que, ao contrário dos demais vinicultores, não plantam uvas no local. Estes compram as uvas de terceiros ou as plantam em outras regiões e, junto com os demais, totalizam 95 produtores de vinho no município. Deste total, 60 dizem que elaboram a bebida para o consumo da família e para presentear amigos e vizinhos, enquanto somente 35 declaram comercializar o vinho artesanal, sendo responsáveis por 94,6% do total de vinho produzido (Tabela 14). Segundo Verdi *et al.* (2009) a grande parcela de vinicultores que produz para o consumo próprio revela a potencialidade de expansão da atividade no município.

Tabela 14 - Produção de vinho artesanal em Jundiaí, 2007/2008

Escoamento	Total de produtores	%	Produção (litros)	%
Comercializam	35	36,8	319.414	94,6
Consumo próprio	60	63,2	18.246	5,4
Total	95	100	337.660	100

FONTE: Verdi *et al.* (2009)

Nesse contexto, Otani (2010) complementa afirmando não se verificar uma articulação consistente entre os segmentos produtores de uva e de vinho de Jundiaí. Segundo a autora, a situação foi resultado da especialização na produção de uva de mesa. Somente nos últimos anos, com a baixa dos preços dessa uva, a produção de vinho foi colocada como uma das alternativas mais viáveis de renda, o que explica a aparente reversão da tendência de redução da área cultivada com uvas para vinho no município (Tabela 13). A produção de uva de mesa, no entanto, é em grande parte utilizada pelos vinicultores para elaboração do vinho artesanal familiar.

Ainda segundo a autora, os antigos colonos elaboravam o vinho para consumo da família com a uva então disponível no local, ou seja, as variedades de mesa niágara e Isabel, e acrescentavam açúcar para torná-lo mais semelhante à receita da família. Em muitos casos, essa forma de produção persiste até hoje.

Muitos dos produtores que têm a comercialização da uva de mesa como a principal fonte de renda também têm um pequeno parreiral com uvas para vinho. A produção da bebida para consumo próprio é feita a partir de uma mistura entre as uvas de mesa que sobram da safra e as uvas viníferas (OTANI, 2010).

Verdi *et al.* (2009), por sua vez, complementam que, com a boa produção e rentabilidade obtida com a uva de mesa, a produção de vinho ficou, via de regra, restrita ao consumo da família e à venda eventual para o consumidor local. A elaboração é feita com uva própria, disponível na propriedade, geralmente a uva de mesa niágara, que confere sabor e aroma característicos. Apesar de pouco apreciado pelos consumidores habituados a tomar vinhos finos, elaborados com uvas viníferas, a bebida artesanal conquista uma clientela que dá valor a este produto.

A elaboração e venda informal do vinho artesanal sempre fez parte do cotidiano da atividade vitivinícola dos produtores familiares de Jundiaí. Essa prática corriqueira nas colônias foi repassada para os filhos; alguns deles continuam produzindo de modo tradicional, enquanto outros estão procurando “mudar os procedimentos de elaboração e comercialização” (OTANI, 2010).

Ainda segundo a mesma autora, o vinho artesanal elaborado em Jundiaí pelos 35 produtores mencionados anteriormente utiliza basicamente as uvas cultivadas pelo próprio produtor no município. Deste universo, apenas três deles adotam a estratégia de comprar uma parte e/ou cultivar as frutas em áreas com terras mais baratas, transportar e elaborar o vinho no local da comercialização. Um fator que chama a atenção é a significativa parcela de uva (14,1%) proveniente do Rio Grande do Sul, como mostra a Tabela 15.

Tabela 15 - Total de vinho produzido em Jundiaí, em litros, segundo a procedência da uva, 2007/2008

Procedência	Consumo próprio	%	Comercialização	%
Própria	15.449	84,7	241.827	75,7
Terceiros (São Paulo)	2.017	11,1	32.479	10,2
Terceiros (Rio Grande do Sul)	780	4,3	45.108	14,1
Total	18.246	100	319.414	100

3.5.1. A elaboração do vinho em Jundiaí

Os dados do Censo Vitivinícola revelam que o segmento de vitivinicultores de Jundiaí, no período 2007/08, é formado por agricultores familiares que plantam, basicamente, a uva de mesa niágara em pequenas extensões de terra (Tabela 6). A uva para vinho ainda é cultivada por poucos, em parcelas ainda menores, com destaque para os cultivares Máximo e Moscatel (Tabela 12). Os demais cultivares são experimentos que os produtores realizam na tentativa de encontrar algum que tenha boa produtividade, além das características adequadas para a vinificação (OTANI, 2010).

Vale lembrar que uma característica do vinho artesanal de Jundiaí é a expressiva utilização de uvas próprias e da variedade niágara na composição do vinho. É relevante, no entanto, dentre as frutas obtidas de terceiros, o uso da bordô adquirida no Rio Grande do Sul (Tabelas 13 e 15). De acordo com Otani (2010), os vinicultores declaram que este cultivar é de difícil manejo e pouco produtivo em São Paulo, o que faz as uvas gaúchas serem mais baratas, mesmo com o custo do frete. Segundo os produtores, a bordô é essencial para dar cor ao produto e é das mais apreciadas pelos consumidores do vinho artesanal.

Ainda segunda a autora, o Censo Vitivinícola 2009 também procurou levantar o grau de conhecimento dos produtores vitivinícola de Jundiaí a respeito dos regulamentos que regem a comercialização do setor, mesmo em pequena escala. Os resultados da pesquisa mostram que a metade (51,4%) dos que comercializam o vinho afirmaram conhecer as normas do Ministério da Agricultura.

A permissão da venda só pode ser realizada com o registro da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), que é o órgão do MAPA que regulamenta e fiscaliza o estabelecimento. Segundo declarações dos vinicultores, apenas dois afirmaram possuir o registro; todos os demais têm sua produção do vinho artesanal não regularizada, praticando o comércio informal.

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 10 — A adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

Ainda segundo Otani (2010), outro indicador de garantia de padrão mínimo de qualidade é a realização de análises durante a elaboração do vinho. Dos 35 produtores que comercializam vinho em Jundiaí, cerca de 65% afirmaram fazê-la, o que mostra que, ainda que informais, há um esforço da parte dos produtores em melhorar o padrão de qualidade do vinho artesanal (Tabela 16).

Tabela 16 - Frequência de análise de qualidade do vinho artesanal em Jundiaí, 2007/2008

Realiza análises	Nº de vinicultores	%
Sim	23	65,7
Não	12	34,3
Total	35	100

FONTE: Otani (2010)

Do universo dos 35 vinicultores pesquisados que comercializam, verifica-se que uma parcela importante produz apenas uma pequena quantidade de vinho por ano. Mais da metade deles (60%) produz menos de 5.000 litros, sendo que 5 (14,3%) elaboram menos de 1.000 litros. Este grupo participa com 13,1% da produção total de vinho. Em contrapartida, os demais 40% elaboram 86,6% da produção total, destacando-se dentre eles 6 (17,1%) dos produtores, que são responsáveis por mais da metade da produção total. (59,6%) (Tabela 17).

Tabela 17 - Número de produtores em Jundiaí que comercializam e volume da produção de vinho, em litros, 2007/2008

Faixa de produção	Nº de produtores	%	Produção de vinho	%
Menos de 1.000	5	14,3	2.835	0,9
De 1.000 a menos de 2.000	7	20,0	11.430	3,6
De 2.000 a menos de 5.000	9	25,7	27.611	8,6
De 5.000 a menos de 10.000	4	11,4	26.106	8,2
De 10.000 a menos de 20.000	4	11,4	94.962	29,7
Mais de 30.000	2	5,8	95.700	29,9
Total	35	100	319.414	100

FONTE: Otani (2010)

Essas informações mostram que o vinho artesanal no município é elaborado em diferentes escalas de produção, em distintas condições produtivas. A grande maioria dos produtores ainda é informal na vinicultura. Por ser uma atividade complementar, marginal à produção da uva, e de cunho familiar, a produção do vinho artesanal não recebia fiscalização.

Cada produtor elaborou sua própria receita, comercializada tendo como referência o nome da família (OTANI, 2010).

Ainda segundo a mesma autora, o produto final, em geral, tem deficiências em relação aos padrões de qualidade e aos parâmetros sanitários exigidos pelos órgãos que normatizam a produção e a comercialização de bebidas no país. Para atingir o padrão necessário e tornar a atividade legal, o produtor necessita de novos equipamentos, tecnologia e instalações adequadas, o que implica não só em dispor de recursos de investimentos, mas também mudanças na forma tradicional de elaborar e comercializar o seu produto.

3.5.2. Perfil sócio-econômico dos produtores de vinho artesanal de Jundiaí que comercializam sua produção

O cultivo da uva e elaboração do vinho faz parte da história dos produtores jundiaíenses que lidam com a terra na região. Dentre os produtores comerciais, 62,9% das famílias produzem há mais de 20 anos, sendo que 45,8% deles estão na atividade há mais de 40 anos (OTANI, 2010) (Tabela 18).

Tabela 18 - Anos de produção de vinho artesanal

Anos de produção de vinho	Nº de vinicultores artesanais	%
1 a 10	9	25,7
11 a 20	4	11,4
21 a 30	2	5,7
31 a 40	4	11,4
41 a 50	6	17,2
Mais de 60	1	2,9
Total	35	100

FONTE: Otani (2010)

Esses números evidenciam uma parcela representativa do universo considerado que produz nos moldes tradicionais, o que constitui um dos traços mais marcantes do produtor do município. Ela convive com um grupo menor de produtores (25,7%) cujo envolvimento com a vitivinicultura é mais recente, com menos de 10 anos na atividade.

Tabela 19 - Produtores de vinho comercial em Jundiaí, por faixa etária, 2007/2008

Idade	Nº de vinicultores	%
Menos de 20 anos	0	0
De 21 a 30 anos	0	0

De 41 a 50 anos	6	17,1
Mais de 50 anos	27	77,2
Sem resposta	2	5,7
Total	35	100

FONTE: Otani (2010)

Outro dado que reforça uma marcante característica do grupo que elabora vinho comercial é a expressiva predominância dos mais velhos, proprietários e responsáveis pela atividade, como pode ser visto na Tabela 19. Segundo Otani (2010), o levantamento de informações do Censo Vitivinícola 2009 detectou que 77,2% deles têm mais de 50 anos, sendo que o maior contato com o segmento evidenciou que sua faixa etária ultrapassa os 70 anos.

Esses produtores, na sua maioria (85,7%), residem na UPA, como se observa na Tabela 20. Segundo os dados da Fundação SEADE para o estado, é uma tendência que destoa da média do setor rural paulista, que mostra por sua vez um esvaziamento populacional no campo.

Tabela 20 - Residência do vitivinicultor de Jundiaí que comercializa sua produção, 2007/2008

Reside na UPA	Total	%
Sim	30	85,7
Não	5	14,3
Total	35	100,0

FONTE: Otani (2010)

Além do apego à tradicional atividade, um dos fatores que reforçam a atração dos produtores em continuar na terra de origem pode ser o fácil acesso aos locais em que habitam e às infraestruturas fomentadas pela expansão urbana no setor rural, como luz, água encanada, asfalto, transporte, etc. (VERDI *et al.*, 2009).

Otani (2010), por sua vez, afirma que essas características explicam, em parte, as razões da perseverança na elaboração do vinho, com frequência associada a algum fator afetivo por parte dos produtores. Ainda segundo a autora, as razões para continuar na atividade são as seguintes:

- a) seguir a tradição;
- b) prazer e hobby;
- c) a renda como fator de estímulo para a prática da vinicultura;
- d) a renda como fator exclusivo para a produção de vinho;

Ainda de acordo com a autora, mesmo que a tradição e o prazer em produzir vinho artesanal nos moldes tradicionais seja um fato, uma questão que se coloca, considerando a idade média dos produtores, é em relação à continuidade da transmissão do patrimônio cultural e da elaboração de vinho para outras gerações, tendo em vista que em somente 37,1% das famílias os filhos trabalham com os pais. A autora afirma ser comum o proprietário trabalhar sozinho ou contar simplesmente com a ajuda da esposa, o que ocorre em 63,6% do universo de 35 produtores que comercializam seu vinho. Os produtores mais idosos, que tradicionalmente se dedicam com exclusividade ao trabalho agrícola e à tradicional elaboração do vinho artesanal, conduzem as atividades como os antepassados, sem formalização legal. Em geral, eles têm dificuldades para tratar de questões de cunho administrativo e gerencial, como a realização das mudanças necessárias para a legalizar a atividade, pois além de necessitar interferir no fazer familiar, ainda teriam que tratar de temas pouco afeitos a eles. As principais dificuldades para a legalização da produção parecem ser a burocracia e a falta de conhecimento e de recursos para essa finalidade.

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 11 — A disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos é um fator determinante da decisão do vitiviniculor de continuar na atividade.

Nesse contexto, Verdi *et al.* (2009) complementam que, face a tais dificuldades, um grupo de produtores do mesmo bairro, com relações de vizinhança e conhecimento de gerações, tomou a iniciativa de criar em 2004 a Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho (AVA) para procurar formas de legalização coletiva da atividade. No entanto, dentre o total de produtores comerciais, apenas 37,1% fazem parte do grupo. Os vinicultores, em grande parte (62,9%), estão associados às organizações ligadas às atividades agrícolas mais antigas de Jundiaí, como a Associação Agrícola e os Sindicatos, como se observa na Tabela 21.

Tabela 21 - Associativismo dos produtores de vinho de Jundiaí que comercializam sua produção, 2007/2008

	Participa da cooperativa de vinho	%	Participa de outra associação	%
Sim	13	37,1	21	60
Não	22	62,9	14	40
Total	35	100	35	100

FONTE: Otani (2010)

Diante desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 12 — A participação do vitivinicultor em associações ou cooperativas de produtores é um fator determinante da sua decisão de continuar na atividade.

Uma justificativa possível para o pequeno interesse dos vitivinicultores em buscar uma saída coletiva para a informalidade é a existência de um mercado local, cujos consumidores tradicionalmente procuram o sabor ou as recordações do vinho de determinados produtores. A quase a totalidade da comercialização do vinho artesanal de Jundiá ocorre nas propriedades. Somente dois vitivinicultores vendem pequena parte no atacado e/ou em outros municípios (OTANI, 2010).

3.5.3. Fonte de renda dos produtores de vinho artesanal de Jundiá que comercializam sua produção

A tradição cultural é fator importante na explicação da longevidade da atividade vitivinícola em Jundiá. Mas outro aspecto que deve ser considerado é o seu peso relativo na composição da renda familiar (OTANI, 2010). De acordo com o Censo Vitivinícola 2009, os produtores compõem a renda de variadas formas além da vitivinicultura, com diferentes graus de importância. A mais frequente, devido à idade média dos agricultores, é a aposentadoria, que ocorre em mais da metade dos casos (57,1%), seguida da diversificação das atividades agropecuárias, em 40%, e do trabalho urbano em 28,6%, de acordo com a Tabela 22.

Tabela 22 - Composição da renda dos vitivinicultores de Jundiá que comercializam sua produção, 2007/2008

Fontes de renda	Nº de vinicultores	%
Agropecuária	14	40
Aposentadoria	20	57,1
Urbana	10	28,6
Sem Resposta	2	5,7
Vitivinicultura	35	100

FONTE: Otani (2010).

Além do cultivo da uva e da elaboração do vinho, os produtores têm de uma a duas fontes adicionais de renda, como pode ser visto na Tabela 23. Somente três produtores têm a vitivinicultura como fonte única de renda.

Tabela 23 - Fontes de renda dos vitivinicultores de Jundiá que comercializam sua produção, 2007/2008

Alternativas de renda	Nº de vinicultores	%
-----------------------	--------------------	---

Vitivinicultura	3	8,6
Vitivinicultura + 1 fonte	19	54,3
Vitivinicultura + 2 fontes	12	34,3
Sem Resposta	1	5,7
Total	35	100

FONTE: Otani (2010)

Otani (2010) fala que, apesar dos números gerados a partir de pesquisa restrita ao proprietário do imóvel rural, fica claro que os produtores de Jundiá podem ser caracterizados como pluriativos, na medida em que buscam múltiplas formas de renda além do cultivo da uva e da elaboração do vinho, como se observa na Tabela 24.

Tabela 24 - Participação percentual de cada fonte de renda dos vitivinicultores de Jundiá que comercializam sua produção, 2007/2008

Fonte de renda percentual	1 a 24	%	25 a 49	%	50 a 74	% 75 a 100	%	
Vitivinicultura	7	20,6	8	23,5	10	29,4	9	26,5
Outras Rendas Agropecuárias	6	17,7	5	14,7	1	2,9	1	2,9
Aposentadoria	7	20,6	6	17,7	4	11,8	3	8,8
Atividade Urbana	2	5,9	0	0,0	0	0,0	2	5,9
Outras não-agrícolas	2	5,9	2	5,9	2	5,9	0	0,0
Total de Produtores	34	100	34	100	34	100	34	100,0

FONTE: Otani (2010)

Para mais da metade dos produtores (55,9%), a vitivinicultura é a principal fonte de renda (representando 50% ou mais) e complemento importante (25% a 49% da renda) para 23,5%. Portanto, 79,4% dos entrevistados dependem, com algum grau de importância, da atividade vitivinícola. A aposentadoria, por sua vez, aparece como fonte de renda principal ou importante para 38,2% dos produtores. As outras atividades agropecuárias são relevantes para 20,6% do grupo. A atividade urbana é a menos importante dentre as alternativas de fonte de renda para o universo considerado: apenas 5,9% dos produtores dependem desse recurso (OTANI, 2010).

As estratégias adotadas ao longo da história das famílias para garantir sua reprodução social foram conformando as condições produtivas hoje observadas, que propiciaram o atual potencial de desenvolvimento na atividade vinícola.

Por fim, fazendo referência à introdução deste trabalho quando mencionado que o município de Jundiá vem perdendo sua posição de liderança na produção vitivinícola

paulista, as Tabelas 25 e 26 e os Gráficos 2 e 3 apresentam o desempenho da uva colhida na região no período de 2003 a 2013, em termos de quantidade e número de pés em produção, além da quantidade produzida da uva para consumo de mesa em relação à uva utilizada no processamento para elaboração de vinho e suco de uva (IEA, 2015).

Tabela 25 - Produção de uva em Jundiaí em toneladas, período 2003/2014

	Uva comum para mesa	Uva fina para mesa	Uva para indústria	Total
2003	20.475	2.198	35	22.708
2004	21.060	2.198	36	23.294
2005	21.060	2.198	36	23.294
2006	24.570	1.860	40	26.470
2007	24.570	1.860	40	26.470
2008	22.500	1.860	32	24.392
2009	18.395	1.475	32	19.902
2010	18.395	1.289	22	19.706
2011	18.360	1.288	22	19.670
2012	18.395	1.289	22	19.706
2013	18.395	-	-	18.395
2014	14.280	1.289	22	15.591

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015.

Tabela 26 - Produção de uva em Jundiaí, número de pés em produção, período 2003/2014

	Uva comum para mesa	Uva fina para mesa	Uva para indústria	Total
2003	9.750.000	125.610	20.000	9.895.610
2004	9.750.000	125.610	20.000	9.895.610
2005	9.750.000	125.610	20.000	9.895.610
2006	9.750.000	74.387	20.000	9.844.387
2007	9.750.000	74.387	20.000	9.844.387
2008	9.750.000	74.387	20.000	9.844.387
2009	9.017.000	74.387	20.000	9.111.387
2010	9.017.000	63.500	14.000	9.094.500
2011	9.000.000	63.500	14.000	9.077.500
2012	9.017.000	63.500	14.000	9.094.500
2013	9.017.000	63.500	14.000	9.094.500
2014	7.000.000	63.500	14.000	7.077.500

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015

A produção vitícola de Jundiaí, no período de 2004 a 2013, apresentou redução de 31,3% em quantidade de uva produzida (em toneladas) e 37,1% em número de pés em produção. Os Gráficos 2 e 3 ilustram essa situação, além de apresentar uma tendência de queda.

Gráfico 2 - Produção vitícola de Jundiaí, nº de pés em produção, período 2004/2013

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015

Gráfico 3 - Produção vitícola em Jundiaí, em toneladas, período 2004/2013

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015

A uva para processamento na elaboração de vinho e suco, por sua vez, no mesmo período de 2004/2013 apresentou redução de 28,5% em quantidade (mil toneladas) e 30% em número de pés. O Gráfico 4 ilustra essa redução e apresenta tendência de queda.

Gráfico 4 - Produção de uva para elaboração de vinho e suco de uva, em mil toneladas, período 2004/2013

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015

Conforme já mencionado no item 3.1 deste trabalho, revela-se bastante diferente o desempenho brasileiro de produção de uva (Tabelas 3 e 4), visto que apresentam para o período 2004 a 2013 crescimento de 10,1% em quantidade e 15,4% em área plantada. O Gráfico 5 e 6 ilustram esse desempenho, o contrário da produção de Jundiaí, apresentando tendência de crescimento, ainda que suave na produção em hectares colhidos.

Gráfico 5 - Produção brasileira de uva, em mil toneladas, período 2004/2013

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014) e Rocha, Verdi e Francisco (2007)

Gráfico 6 - Produção brasileira de uva, área colhida em hectares, período 2004/2013

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Mello (2007, 2008, 2009, 2013, 2014) e Rocha, Verdi e Francisco (2007)

3.6. ASPECTOS DA CADEIA VITIVINÍCOLA DE JUNDIAÍ E SEUS ATORES

De acordo com Verdi *et al.* (2012), o contexto da vitivinicultura em Jundiaí contempla a existência de dois grupos distintos de vinicultor: o artesanal, de produção familiar, em geral com predomínio de uva própria, e o industrial, que basicamente utiliza uva de terceiros. Ambos fazem parte da estrutura que os autores definem como a cadeia de produção do vinho

para o estado de São Paulo. Ainda segundo os mesmos, “o melhor conhecimento do funcionamento da cadeia de vinho paulista pode contribuir para a melhoria da produtividade e competitividade desse setor tradicional do Estado”, constituindo importante pré-requisito para a tomada de decisão dos atores envolvidos na cadeia de produção, bem como para o estabelecimento de políticas públicas municipais, estaduais e até federais, voltadas para o desenvolvimento setorial e territorial. Batalha (*apud* SOUZA, 2001), por sua vez, complementa que somente por meio da observação e análise dos aspectos tecnológicos, comerciais e logísticos de uma cadeia de produção agroindustrial, assim como dos fatores externos que a influenciam — sociais, econômicos, legais e governamentais — é que se poderá identificar disfunções e propiciar subsídios adequados à formulação e à implementação de políticas agroindustriais eficientes para um país e tornar o segmento mais competitivo em nível internacional.

Ainda destacando a importância do estudo da cadeia produtiva, Verdi *et al.* (2012) afirmam que a compreensão desta pode dar sustentação para quatro tipos de ações estratégicas:

- a) Descrição e análise técnico-econômica de sistemas econômicos;
- b) Análise e formulação de políticas públicas e privadas;
- c) Análise estratégica das empresas;
- d) Análise das inovações tecnológicas e apoio à tomada de decisão tecnológica.

Segundo a concepção apresentada por Kliemann (*apud* SOUZA, 2001) para o desenho da cadeia produtiva dos vinhos finos da serra gaúcha, a cadeia vitivinícola paulista também pode ser dividida em dois níveis para facilitar a análise (Figura 5).

Figura 5 - Arquitetura organizacional da cadeia vitivinícola paulista

FONTE: Verdi *et al.* (2010a)

A cadeia principal — formada pelas atividades de produção de mudas, produção de uvas, produção e engarrafamento de vinho e comercialização. O desenvolvimento destas atividades diretas e vinculadas ao objetivo principal da cadeia é realizado pelos seguintes elos: a) viveirista; b) produtor de uva de mesa; c) produtor de uva de vinho; d) produtor de vinho; e) engarrafador/engasador; d) consumidor de vizinhança; e) atacadista; f) varejista; e d) consumidor final.

Segundo Verdi *et al.* (2012), a diferenciação do elo “viticultor” entre “produtor de uva para mesa” e “produtor de uva para vinho” justifica-se pela constatação de que uma parte considerável da produção de vinho utiliza como matéria-prima variedades de uva de mesa, principalmente no município de Jundiaí, onde 35% do vinho produzido pelos pequenos produtores é resultado do processamento da variedade niagara, conforme já mencionado anteriormente.

Além do vinicultor paulista, faz parte da cadeia o elo do “engarrafador” em função da especificidade de atuação na cadeia vitivinícola paulista, do nível de organização e do poder de decisão detido por esse ator.

O elo “consumidor de vizinhança” também é considerado pelos autores devido à sua importância e especificidade no consumo do vinho produzido pelos menores produtores. Refere-se normalmente ao consumidor da família e da vizinhança do vinicultor e não pode ser

confundido como consumidor final, pois geralmente esta transação não assume a lógica de mercado.

A cadeia auxiliar, formada pelos elos de apoio à cadeia principal, localizados na lateral da Figura 5. Os números expressos logo abaixo de cada elo auxiliar representam os elos da cadeia principal com os quais mantêm relacionamento, seja no fornecimento de insumos, no apoio científico, na assistência técnica, na regulação da atividade ou no suporte organizacional. Com o objetivo de sustentar científica, técnica e tecnologicamente os elos da cadeia principal, tais atores são representados pelos fornecedores de insumos e equipamentos; entidades reguladoras das atividades, com destaque para o Departamento de Vinhos e Bebidas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); as entidades de assistência técnica pública — como a Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI) da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (SAA) — e privada, oferecida pelas lojas de insumos; os centros de ciência e tecnologia, sobretudo os institutos de pesquisa da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo e as universidades; entidades de classe, com destaque para a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP); a Associação Nacional dos Envasadores de Vinho (ANEV); os sindicatos de produtores de vinho do estado como o SINDUSVINHO de São Roque e o SINDVINHO de Jundiaí; as cooperativas de produtores de vinho como a Cooperativa dos Produtores de vinhos do bairro Caxambu-Jundiaí, a Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho Jundiaí (AVA) e a Coopervinhos Paulista; e, por fim, as associações e sindicatos rurais.

À luz desse contexto, propõe-se a seguinte hipótese:

Hipótese 13 — A oferta de assistência técnica por parte do poder público é um fator determinante da decisão do vitivinicultor de continuar na atividade.

De acordo com Verdi *et al.* (2012), os governos nas três esferas estão cada vez mais sensibilizados da importância do segmento vitivinicultor em função de sua capacidade na geração de emprego e na manutenção da paisagem e da população no campo. A cadeia de produção envolve vários elos e interesses de diversos segmentos da economia, desde produtores de uva, insumos agrícolas e industriais, até o turismo.

Ainda segundo os mesmos autores, o centro da cadeia, ocupado pelas vinícolas, constitui um elo importante: à montante, grande parte dos elos está localizada fora do estado de São Paulo, mais precisamente no Rio Grande do Sul e Minas Gerais, enquanto que à jusante, os elos são paulistas e mais desenvolvidos.

3.7. VITIVINICULTURA E SUSTENTABILIDADE

Tendo em vista que um dos objetivos desta pesquisa é conhecer se, na perspectiva dos atores da cadeia vitivinícola de Jundiaí, a atividade pode ser economicamente sustentável para um horizonte de 15 anos, faz-se necessário uma breve consideração sobre a questão da vitivinicultura e sustentabilidade.

Verdi *et al.* (2012) afirmam que a sustentabilidade da cadeia vitivinícola é estimulada pela tradição de produção e pela proximidade ao mercado consumidor. A capacidade da cadeia de se manter ao longo do tempo é dada pela tradição familiar na atividade e pela localização dos produtores no entorno metropolitano, fato que tem favorecido a logística da comercialização e a presença de turista, do consumidor final.

3.8. FATORES QUE PODEM SER DETERMINANTES DA DECISÃO DE CONTINUAR NA ATIVIDADE VITIVINÍCOLA EM JUNDIAÍ

Esta seção apresenta os fatores que podem ser determinantes na decisão do vitivinicultor familiar de Jundiaí quanto a dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal, identificados ao longo da revisão bibliográfica (Figura 6). Eles serão usados na elaboração do questionário a ser utilizado na pesquisa de campo que será abordada detalhadamente no capítulo de metodologia da pesquisa. Existe a possibilidade de que a pesquisa de campo apresente novos fatores ainda não identificados.

Figura 6 - Fatores que podem ser determinantes na decisão de continuar ou não na vitivinicultura

FONTE: Elaborado pelo autor com base na revisão bibliográfica

Tendo em vista que os fatores também serão utilizados no processo de elaboração de cenários, apresentado na seção 3.9, estes serão agrupados conforme a Tabela 27:

Tabela 27 - Fatores determinantes da decisão do vitivinicultor familiar de Jundiaí quanto a dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal

Fatores	Tipo
Econômicos	Renda da vitivinicultura
	Mão-de-obra
	Preço da terra
	Diversificação
	Uso de defensivos manejo da videira
Legais	Associativismo
	Informalidade
Políticos	Linhas de crédito
	Assistência técnica governamental
Socioculturais	Herança familiar
	Idade do agricultor
	Interesse dos filhos do agricultor
Tecnológicos	Variedades de uva para vinho

FONTE: Elaborado pelo autor com base em IEA, 2015

3.9. ESTUDOS SOBRE O FUTURO

As últimas décadas têm sido caracterizadas pelo aumento da velocidade com que ocorrem mudanças sociais, científicas e econômicas, ao mesmo tempo em que os mercados consumidores se tornam cada vez mais exigentes e os mercados fornecedores cada vez mais competitivos. Nesse cenário, as organizações que desejam crescer ou permanecer atuantes precisam trabalhar arduamente para não apenas se adaptar às novas situações, como também

para procurar antever o que trará o futuro. Isso não significa prever o futuro; significa estar preparado para agir desta ou daquela forma, dependendo do que o futuro lhes apresentar. Estabelecer um entendimento sobre o que pode ocorrer permite um planejamento para buscar objetivos futuros (YOSHIDA, 2011). Nesse contexto, Spers, Wright e Amedomar (2013) afirmam que preocupações com um futuro imprevisível são de vital importância no processo de tomada de decisão por parte dos gestores de instituições, de organizações e mesmo de governos; prosseguem afirmando que isso influencia o campo de estudos do futuro, cuja importância para os negócios é reconhecida por autores como Chandler (1962), Andrews (1971), e Itami (1987); ainda em citação dos referidos autores, Mason (1994) e Schoemaker (1995) colocam que um bom planejamento é importante para se evitar erros comuns, tais como subestimar ou superestimar o impacto de mudanças. Ao citar, novamente Mason (1994), afirmam que o planejamento é uma visão criativa e aberta do futuro, em busca de padrões que possam surgir e que poderiam levar a um processo de aprendizado sobre o futuro.

De acordo com Silva, Spers e Wright (2012), a elaboração de cenários é uma técnica que auxilia a formulação de estratégia em ambientes complexos e marcados pela incerteza. Na literatura, podem ser encontradas diversas definições para o termo cenário, a partir de seu uso como ferramenta de prospecção do futuro (SILVA; SPERS; WRIGHT, 2012). Wright e Spers (2006) afirmam que a elaboração de cenários não é um exercício de predição, mas sim um esforço de fazer descrições plausíveis e consistentes de situações futuras possíveis, apresentando os condicionantes do caminho entre a situação atual e cada cenário futuro, destacando os fatores relevantes às decisões que precisam ser tomadas (SILVA; SPERS; WRIGHT, 2012, p. 22).

Os cenários podem ser considerados plataformas para conversações estratégicas que levam à aprendizagem organizacional contínua a respeito de decisões-chave e prioridades (SCHWARTZ, 2000). Schnaars e Topol (1987), citados por Silva, Spers e Wright (2012), afirmam que o termo cenário é a combinação de três características básicas: narrativas fluídas, múltiplas projeções e progressão de eventos. Segundo esses autores, cenários são mais estruturados por narrativas fluídas do que por estimativas quantitativas precisas, ou seja, buscam mais comunicar a direção geral da mudança do que predizer o futuro com precisão numérica. Essa característica oferece aos usuários insights sobre o progresso e o mecanismo da mudança. Fahey e Randall (1998) complementam afirmando que cenários são narrativas de projeções alternativas plausíveis de uma parte específica do futuro, oferecendo descrições contrastantes de como vários aspectos incertos do futuro podem se desenvolver. Silva, Spers e Wright (2012) prosseguem afirmando que essas definições trazem à luz a contribuição que

cenários podem oferecer para o conteúdo das possíveis estratégias a serem acessadas pela organização. Huss (1988), por sua vez, pontua que o resultado mais importante da ferramenta não é prever exatamente a sequência de eventos, antes disso deve oferecer entendimento sobre a dinâmica do ambiente, as tendências-chave para monitorar e os limites dos desfechos do futuro para o qual se pretende planejar. Esses insights auxiliam os tomadores de decisão, se não conseguirem prever pontos de inflexão, pelo menos podem avaliar se as condições estão corretas para uma mudança estrutural de maior porte.

Ainda em citação de Silva, Spers e Wright (2012), para que os cenários sejam elaborados, é necessário, portanto, que o cenarista considere um conjunto de forças que atuam sobre o sistema em estudo. Entretanto, a consideração de tais forças não deve se limitar à extrapolação de tendências passadas. É preciso ir além e adotar uma abordagem pluralista do futuro, balizada por forças restritivas e por forças propulsoras que atuam sobre as variáveis do sistema, bem como os limites naturais ou sociais dentro dos quais as variáveis podem evoluir no horizonte de tempo em análise. A Figura 7 representa esquematicamente esta visão, com base nas definições de Wright e Spers (2006), Schnaars e Topol (1987), Fahey e Randall (1998) e Huss (1988).

Figura 7 - Visão esquemática do conceito de cenários

FONTE: Silva, Spers e Wright (2012)

Segundo Viana *et al.* (2013), comprovando a crescente popularização e difusão de técnicas de planejamento baseadas na análise de cenários, Boaventura, Costa e Fischman (2005) levantaram os modelos de construção de cenários mais citados na bibliografia sobre o

assunto e encontraram oito tipos distintos de métodos: (1) SRI International; (2) Global Business Network; (3) Future Mapping; (4) Battelle Memorial Institute; (5) Análise Prospectiva; (6) Comprehensive Situation Mapping; (7) Análise do Impacto de Tendências; e (8) Decision Strategies. Dentre os modelos listados nesta pesquisa destacam-se o modelo adotado por Peter Schwartz (2000), por meio da consultoria GBN (Global Business Network), que se tornou bastante popular, e o modelo da Análise Prospectiva de Godet (2000). Já Kato (*apud* VIANA *et al.*, 2013) cita pelo menos 13 modelos de construção de cenários: (1) Análise Prospectiva; (2) Análise de Impactos de Tendências; (3) Abordagem Lógica Intuitiva; (4) Método CSM — Comprehensive Situation Mapping; (5) Future Mapping; (6) Análise de Impactos Cruzados; (7) Método GBN — Global Business Network; (8) Modelo Arthur D. Little e Consultores; (9) Método Schoemaker; (10) Modelo de Michell, Tydeman e Georgiade; (11) Modelo de Porter; (12) Modelo de Vasconcelos e Pagnocelli; (13) BASICS — Battelle Scenario Inputs to Corporate Strategy.

Godet (*apud* SILVA; SPERS; WRIGHT, 2012) complementa que, na prática, não há um único método para o desenvolvimento de cenários, mas uma variedade de métodos para a construção, sendo alguns simplistas e outros sofisticados. Entretanto, pontua o autor, há um consenso que o termo “método de cenários” somente se aplica para uma abordagem que inclua um número de etapas específicas interrelacionadas — análise de sistemas, retrospectiva, estratégia dos atores e elaboração de cenários. Coates (2000) sugere que cenários devem ser elaborados a partir da identificação e definição do universo de preocupação, definição das variáveis que serão importantes para moldar o futuro, identificação dos temas para os cenários e, finalmente, a criação dos cenários. Em linha semelhante, Jouvenel (2000) propõe que basicamente há cinco estágios para o procedimento prospectivo: definição do problema e escolha do horizonte de tempo, identificação das variáveis e construção do sistema, coleta de dados e elaboração de hipóteses, exploração de futuros possíveis e de escolhas estratégicas.

De acordo com Silva, Spers e Wright (2012), uma implicação fundamental da abordagem é a aprendizagem. Fahey e Randall (1998), por sua vez, confirmam que a aprendizagem por cenários ocorre a partir de quatro elementos: uso efetivo do conhecimento, desafio ao mind-set dos gestores, discussão e diálogo coletivo e fornecimento contínuo de inputs para a tomada de decisão. Ou seja, o processo de construção e desenvolvimento permite não apenas que indivíduos revejam suas premissas, mas também que grupos e diferentes funções da organização discutam suas posições e maneiras de pensar, tendo como foco final o uso aplicado do conhecimento gerado na tomada de decisão.

Godet (*apud* SILVA; SPERS; WRIGHT, 2012) também afirma que os conceitos de prospecção e estratégia estão intimamente relacionados. Para o autor, estratégia usa visão de futuro e inovação, enquanto prospecção usa pré-atividade e pró-atividade. Os conceitos se encontram na medida em que a estratégia chama o procedimento prospectivo para clarificar escolhas sobre o futuro, permitindo a antecipação pelo estudo de possíveis e desejáveis mudanças (pré-atividade) e a preparação da ação para provocar as desejáveis mudanças (pró-atividade).

Roubelat (2000) discute a abordagem de cenários como um processo de networking. Para o autor, a construção de cenários implica na participação de uma variedade de pessoas — especialistas, estrategistas e gerentes —, organizadas em redes para criar representações alternativas do futuro, atuando ainda numa função de criação de sentido que desafia os paradigmas estratégicos da organização e repensa suas fronteiras internas e externas.

Todo o esforço em torno da construção de cenários parece se justificar sempre que a organização puder elaborar respostas às suas perguntas cruciais sobre o futuro (SILVA; SPERS; WRIGHT, 2012). Se tivermos mais de um ou todos os cenários, como sugere a técnica, teremos mais de uma resposta, embora a busca por estratégias válidas para mais de um ou todos os cenários seja bastante importante (SCHWARTZ, 2000). Van der Heijden (2009) complementa afirmando que a visualização de futuros múltiplos, mas igualmente plausíveis, serviriam como base de testes de políticas e planos. Segundo o autor, na Shell, como na maior parte das empresas dominadas por engenharia, as grandes decisões relacionadas ao futuro estão ligadas a projetos. Cada projeto é avaliado em relação a um conjunto de dois ou três cenários, por exemplo; assim são gerados dois ou três resultados, um para cada cenário, e a decisão a respeito de seguir em frente com o projeto é tomada com base nesses múltiplos resultados possíveis, e não em um número de ir/não ir. O objetivo é desenvolver projetos com probabilidades de retornos positivos sob qualquer um dos cenários (VAN DER HEIJDEN, 2009).

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Lakatos e Marconi (1991) entendem por pesquisa científica a investigação sistemática de um fenômeno determinado, utilizando o método científico. Na pesquisa em Administração, que geralmente tem por objetivo analisar relações entre fenômenos de forma a orientar ações, tem sido mais empregado o método hipotético-dedutivo, preconizado por Popper. De acordo com os mesmos autores, uma descrição sucinta deste método consiste em:

- no âmbito de um tema sobre o qual já existe algum conhecimento estabelecido, o pesquisador identifica uma lacuna que vem a constituir a questão que a pesquisa se propõe a responder, ou seja, formula uma questão de pesquisa;
- o pesquisador propõe uma resposta tentativa à questão proposta, formulando uma (ou mais) hipótese de pesquisa;
- o próximo passo do pesquisador consiste em planejar a verificação da validade da(s) hipóteses(s), o que constitui o plano de prova;
- o plano de prova se estrutura de forma geral (1) na construção de variáveis, que constituem o elo de ligação entre a realidade observada e as hipóteses, (2) na coleta de dados, utilizando metodologias que garantam a sua validade e confiabilidade para o escopo da pesquisa e (3) na análise dos dados, utilizando ou não ferramentas estatísticas, conforme a natureza da pesquisa;
- de acordo com os resultados da análise, a hipótese é corroborada, ou seja, aceita pelo menos provisoriamente como uma resposta válida à questão de pesquisa, ou refutada.

Já o método indutivo faculta, a partir de uma única experiência, formular uma lei ou propor uma generalização em função de uma conclusão. O pesquisador parte de registros de fatores singulares para chegar a uma conclusão ampliada para o fenômeno como um todo (RUIZ, 1996). Nesse contexto, a repetição da experiência não se faz necessária como uma condição para a indução, dado que as generalizações são inferidas não do número (restrito) dos fenômenos/eventos analisados, mas dos princípios formulados nas premissas. Em outras palavras, sendo as relações de causa/efeito constantes, também serão as que forem, a partir daí, descobertas. Assim sendo, na indução parte-se de verdades particulares para se chegar às verdades gerais.

A indução e a dedução se diferenciam pela forma como chegam em conclusões. Na indução, a observação dos fatos antecede a formulação e confirmação das hipóteses, enquanto na dedução primeiro deve ser identificado o problema, para depois formular hipóteses e testá-las por meio da experimentação. Portanto, na dedução, toda a informação factual da conclusão

já estava, pelo menos implicitamente, nas premissas. Já na indução, a conclusão contém informação nova, que não estava, nem implicitamente, nas premissas.

Além da questão do método empregado, as pesquisas podem ser classificadas segundo o objetivo proposto, sua finalidade, o tipo de dados coletados, as técnicas empregadas e outros critérios. Diversos autores descrevem classificações próprias (LAKATOS; MARCONI, 1991; CERVO; BERVIAN, 2002), priorizando alguns aspectos em relação a outros, o que resulta em um grande número de taxonomias aparentemente conflitantes. Mattar (1993) apresenta uma classificação baseada nas dimensões seguintes:

- Natureza das variáveis pesquisadas:
 - pesquisa qualitativa: se refere à existência (qualidade) de algo;
 - pesquisa quantitativa: procura medir o grau ou quantidade;
- Natureza do relacionamento das variáveis estudadas:
 - pesquisa descritiva: busca descrever “o que“, “como“, “quando”;
 - pesquisa causal: busca o “porquê” (relação de causa e efeito);
- Objetivo:
 - pesquisa exploratória: procura conhecimento prévio e indicativo;
 - pesquisa conclusiva; busca estabelecer conhecimento definitivo e preciso;
- Forma de coleta de dados:
 - pesquisa por comunicação: dados obtidos através da interação direta (entrevista) ou indireta (questionário) com respondente;
 - pesquisa por observação: dados obtidos através da observação de fatos ou comportamentos;
- Escopo (amplitude e profundidade):
 - estudo de caso; estudo profundo de um ou poucos casos;
 - estudo de campo; amplitude e profundidade medianos;
 - levantamento amostral; grande amplitude, validade estatística;
- Dimensão no tempo:
 - pesquisa ocasional: realizada uma vez, mostra uma situação determinada;
 - pesquisa evolutiva: realizada periodicamente, mostra a evolução das variáveis estudadas;
- Possibilidade de controle das variáveis:
 - experimento de laboratório;
 - experimento de campo: o pesquisador manipula variáveis independentes e verifica seu efeito sobre variáveis dependentes;

- pesquisa ex-post facto: busca descobrir relações entre variáveis após a ocorrência do fenômeno

Para efeito de simplificação, Gerletti (2009) sugere adotar a classificação de pesquisa exploratória ou conclusiva, podendo esta ser descritiva ou causal (MATTAR, 1993), em acordo com Sellitz *et al.* (1974), que identificam três tipos de pesquisa conforme seus objetivos: exploratória, descritiva ou causal. Se o objetivo predominante do estudo é familiarizar-se com um fenômeno pouco estudado e/ou compreendido, o estudo é classificado como exploratório.

A principal finalidade da pesquisa exploratória é “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 1999, p. 43). Tal visão é corroborada por Aaker *et al.* (2001, p. 207) ao argumentarem que a pesquisa exploratória é utilizada para “definir problemas com maiores detalhes” e “sugerir hipóteses a serem testadas em pesquisa subsequentes”.

Por outro lado, é importante ressaltar que, na visão de Gil (2002), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever e entender o problema como um todo ou, então, estabelecer relações entre variáveis. Algumas pesquisas descritivas vão além da descoberta da relação entre as variáveis, servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, aproximando-as das pesquisas exploratórias. Segundo o autor:

As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos, etc. (GIL, 2002, p. 42)

Lembrando o problema de pesquisa discutido no capítulo 2 — verificar quais são os fatores determinantes (quantidade, por quais razões e com quais objetivos) da decisão empresarial de dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal na região de Jundiaí (entender o problema como um todo) —, cabe destacar que esse tipo de decisão tem sido relativamente pouco estudado, em especial nesse universo. Assim sendo, a presente pesquisa tem caráter predominantemente exploratório (ainda que, em função dos objetivos, contenha também aspectos descritivos), pois busca contribuir para a ampliação do conhecimento sobre um assunto relativamente pouco explorado pela teoria existente; e utiliza predominantemente o método hipotético-dedutivo, ao identificar uma lacuna dentro de um tema sobre o qual já existe algum conhecimento estabelecido, que vem a constituir a questão que a pesquisa se

propõe a responder; dessa forma. o pesquisador propõe uma resposta tentativa à questão proposta, formulando uma (ou mais) hipótese de pesquisa.

Nas seções a seguir, os métodos empregados no presente estudo são descritos em maior detalhe.

4.1. MÉTODO DA PESQUISA

Os métodos utilizados pelo pesquisador em Administração devem visar antes de tudo oferecer contribuições válidas, ainda que modestas, ao conhecimento sobre o assunto pesquisado. A pesquisa em Administração geralmente enfoca empresas e/ou outras organizações e seus gestores, com frequência no âmbito de projetos que têm por objetivo influenciar a organização objeto do estudo (SANTOS, 1995). Não obstante, Santos (2008) destaca que “o compromisso do pesquisador não é com a empresa, mas com a ciência, ou seja, com a verdade”.

Sampieri, Collado e Lucio (2006) abordam a questão do enfoque da pesquisa de duas maneiras: qualitativo (“utiliza coleta de dados sem medição numérica para descobrir ou aperfeiçoar questões de pesquisa”) ou quantitativo (“utiliza coleta de dados para testar hipóteses com base na medição numérica e análise estatística para estabelecer padrões de comportamento”) e a sua importância nas ciências sociais, sintetizada no quadro abaixo:

Quadro 2 - Enfoque quantitativo x qualitativo

META DAS CIÊNCIAS SOCIAIS: CONHECER O FENÔMENO SOCIAL		
	Enfoque quantitativo	Enfoque qualitativo
Ponto de partida	Há uma realidade a conhecer	Há uma realidade a descobrir
Premissas	A realidade do fenômeno social pode ser conhecida com a mente.	A realidade do fenômeno social é a mente. A realidade é construída pelo(s) indivíduo(s) que dá (dão) significados ao fenômeno social
Dados	Uso de medição e quantificação	Uso da linguagem natural
Finalidade	Busca relatar o que acontece. Fatos que dêem informação específica da realidade que podemos explicar e prever	Busca entender o contexto e/ou ponto de vista do ator social

FONTE: Sampieri, Collado e Lucio (2006)

Estes autores apontam a divisão histórica entre os enfoques, destacando porém que se revisarmos os estudos científicos realizados nos últimos anos, [...] observaremos uma tendência crescente [...] o casamento quanti-quali. Isso se deve talvez ao fato de termos percebido que [...] as posições dogmáticas impediram o avanço do conhecimento, por isso, é preciso buscar a convergência ou a triangulação. [...] A triangulação é complementar no sentido de sobrepor enfoques e em uma mesma pesquisa mesclar diferentes facetas do fenômeno de estudo. Tal união ou integração agrega profundidade a um estudo e, ainda que cheguem a surgir contradições entre os resultados de ambos os enfoques, agrega-se uma perspectiva mais completa do que estamos estudando. (SAMPIERI, COLLADO; LUCIO, 2006, p. 12, **negrito do original**).

Neste ponto, é importante ressaltar os seguintes aspectos desta pesquisa: (1) embora o foco do estudo seja inicialmente expresso pela questão “Quais são os fatores determinantes da decisão empresarial do vitivinicultor de dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal na região de Jundiaí?”; (2) o objetivo secundário da pesquisa é “conhecer as expectativas dos atores do setor para a produção de uva e vinho na região em um horizonte de 15 anos, com o objetivo principal de traçar possíveis cenários futuros da vitivinicultura em Jundiaí em 2030, que possam subsidiar a formulação de políticas públicas para o setor”. Esse objetivo apresenta uma questão do tipo como ou por que, dotando assim a pesquisa de uma nuance qualitativa. Dessa forma, a partir da classificação baseada em oito dimensões proposta por Mattar (1993), a presente pesquisa apresenta as características apresentadas no Quadro 3 e o estudo será desenvolvido por meio da combinação de método quantitativo com qualitativo.

Quadro 3 - Características da pesquisa

Dimensão	Caracterização	Justificativa/comentário
Natureza das variáveis	pesquisa quantitativa	refere-se à existência (quantidade) de algo
Pesquisa das variáveis	pesquisa qualitativa	refere-se à existência (qualidade) de algo
Natureza do relacionamento das variáveis estudadas	pesquisa descritiva	busca descrever o “como”
Objetivo	pesquisa exploratória	procura conhecimento prévio e indicativo;
Forma de coleta de dados	pesquisa por comunicação	dados obtidos através da interação direta (entrevista) ou indireta (questionário) com respondente;
Escopo	estudo de campo	análise de dados secundários
	levantamento amostral	estudo de validade estatística, de grande amplitude
Dimensão no tempo	pesquisa ocasional	realizada uma vez, mostra uma situação determinada
Possibilidade de controle das variáveis	pesquisa <i>ex-post facto</i>	busca descobrir relações entre variáveis após a ocorrência do fenômeno

FONTE: elaborado pelo autor

Eisenhardt (1989) argumenta que há sinergias ao se combinar metodologia qualitativa e quantitativa. A primeira permite entender a teoria que está por trás dos dados quantitativos, e estes possibilitam identificar relações que podem não estar visíveis para o pesquisador que se utiliza somente de metodologia qualitativa.

Considerando-se as variáveis apresentadas na Tabela 27 e o objetivo da pesquisa proposta, a metodologia de pesquisa buscou, primeiramente, identificar os fatores determinantes da decisão empresarial do vitivinicultor de dar ou não continuidade na produção de vinho artesanal na região de Jundiaí e, na sequência, conhecer as expectativas dos atores do setor para a produção de uva e vinho na região, com o objetivo de traçar possíveis cenários futuros da vitivinicultura em Jundiaí em 2030 que possam subsidiar a formulação de políticas públicas para o setor.

A parte quantitativa serviu para coletar e analisar informações sobre as variáveis da pesquisa, buscando dados que permitissem descrever os fatores da decisão do vitivinicultor de Jundiaí de dar ou não continuidade à atividade de produzir vinho artesanal e também para identificar possíveis relações entre as variáveis do estudo.

A parte qualitativa visava explorar o tema de forma mais flexível, possibilitando complementar a análise dos dados coletados na parte quantitativa com as expectativas dos

atores do setor para um horizonte de 15 anos com a finalidade de elaborar cenários. Segundo Castro (2006, p. 107), a pesquisa qualitativa enfatiza a argumentação indutiva, com foco na interpretação do significado dos dados.

A análise dos resultados qualitativos busca, ao final, entender o significado dos temas e suas descrições obtidas. Dessa forma a pesquisa qualitativa é um meio de explorar e entender esse significado (CRESWELL, 2010, p. 223).

Castro (2006, p. 107) argumenta que o método quantitativo é mais dedutivo, buscando testar hipóteses em campo. O autor defende que a utilização complementar dos métodos quantitativo e qualitativo é positiva, pois cada um deles possibilita ao pesquisador chegar onde o outro método não permite (CASTRO, 2006, p. 108).

A adoção dos dois métodos ao mesmo tempo visa ao aumento da força geral do estudo em comparação com a pesquisa realizada apenas com um só tipo; tal procedimento é útil para aproveitar as vantagens de cada um (CRESWELL, 2010, p. 238).

A pesquisa quantitativa é utilizada para examinar relações entre variáveis, e assim responder a questões e hipóteses. As variáveis são medidas por meio de instrumentos e as relações testadas estatisticamente visando replicações para as conclusões (CRESWELL, 2010, p. 177).

Na pesquisa aqui proposta são buscadas relações entre variáveis e o argumento dedutivo é utilizado para analisar as relações encontradas. Cabe lembrar, entretanto, que não é objetivo da pesquisa a replicação, dada a natureza exploratória adotada e a limitação oriunda da metodologia de amostragem utilizada.

Sampieri, Collado e Lucio (2006) enfatizam que o enfoque quantitativo visa ao teste de hipóteses, enquanto que o qualitativo não necessariamente busca isso, sendo mais aplicado à coleta de dados e informações com o objetivo de gerar ou aperfeiçoar questões de pesquisa. Os autores argumentam que no enfoque quantitativo a intenção é ter clareza nas questões e hipótese antes de se executar a coleta e análise dos dados, enquanto que no enfoque qualitativo o desenvolvimento de questões e hipóteses pode ocorrer antes, durante ou mesmo depois da coleta e da análise.

Castro (2006) argumenta que a combinação dos métodos, quantitativo e qualitativo, pode agregar valor na análise porque cada um deles permite ao pesquisador ir aonde o outro não o permite. O autor aponta que o método quantitativo explora aspectos exteriores do fenômeno, portanto serve para mensurá-lo, para perguntar o quê ocorre e como ocorre. Entretanto, quando o pesquisador busca entender o porquê da ocorrência do fenômeno, em

muitas situações é necessário entender aspectos internos ao fenômeno, e neste ponto o método qualitativo pode ser útil ao pesquisador.

O escopo da metodologia adotada não utiliza toda a flexibilidade de um estudo exploratório. Ele parte de uma diretriz teórica e a usa como referência para explorar e descrever o fenômeno em estudo. Ele agrega também uma abordagem descritiva à metodologia da pesquisa, pois a questão da vitivinicultura em Jundiaí é um fenômeno que não apresenta abundância de estudos considerando a abrangência de métodos e categorias de informação aqui proposta.

Para a parte qualitativa, o meio de coleta foram entrevistas pessoais guiadas por um questionário predominantemente fechado, constante do Anexo I. Esta forma de interação tem o objetivo de investigar fatos que possam ser relatados pelas pessoas, bem como a opinião delas sobre os mesmos.

A metodologia de pesquisa mista aplicada neste estudo segue a estratégia incorporada concomitante. Esta estratégia de pesquisa foi baseada na utilização de um método quantitativo, que serviu de referência para teste das hipóteses e que gerou um banco de dados para servir de apoio na análise dos resultados. Este método foi incorporado pelo método principal qualitativo, como uma ferramenta na elaboração de cenários futuros. (CRESWELL, 2010).

A adoção da estratégia incorporada concomitante tem o objetivo de ampliar a perspectiva de análise da prospecção do futuro, combinando os significados dos temas e descrições qualitativas com os resultados das análises quantitativas.

4.2. ESTUDOS PROSPECTIVOS E CENÁRIOS

No campo dos estudos do futuro, podem ser identificadas duas áreas de pesquisas que apresentam pressupostos e técnicas distintas, sendo elas a previsão (forecasting) e a prospecção (foresight) (SILVA; SPERS; WRIGHT, 2013, p. 728). De acordo com Jouvenel (2000), o processo prospectivo apresenta traços essenciais que os distanciam da previsão em geral. Em primeiro lugar, a prospecção usa um enfoque multidisciplinar de inspiração sistêmica baseada no princípio de que os problemas não podem ser corretamente compreendidos se reduzidos a uma dimensão, como ocorre geralmente quando são abordados a partir de disciplinas acadêmicas distintas. Em vez disso, a prospecção oferece uma abordagem que captura as realidades em sua totalidade, com todas as variáveis, baseada no estudo de todos os fatores e suas interrelações.

Para o Departamento de Prospeção e Planeamento de Portugal (PORTUGAL *apud* SILVA; SPERS; WRIGHT, 2013), pode-se ir mais longe no confronto entre as abordagens da previsão e da prospecção, conforme mostra o Quadro 4.

Quadro 4 - Diferenças entre previsão e prospecção

Previsão	Prospecção
Concentra-se nas certezas	Concentra-se nas incertezas, legitimando o seu reconhecimento
Origina projeções sobre um único ponto e lineares	Origina imagens diversas, mas lógicas, do futuro
Privilegia as continuidades	Toma em consideração as rupturas
Afirma o primado do quantitativo sobre a qualitativo	Alia qualitativo e quantitativo
Oculto os riscos	Sublinha os riscos
Favorece a inércia	Favorece um atitude de flexibilidade e o espírito de responsabilidade
Parte do que é simples para o que é complexo	Parte do que é complexo para o que é simples
Adota uma abordagem normalmente setorial	Adota uma abordagem global

FONTE: Departamento de Prospeção e Planeamento de Portugal (*apud* SILVA; SPERS; WRIGHT, 2013)

A previsão — coluna esquerda do Quadro 4 —, é amplamente apoiada por métodos estatísticos e modelagem econométrica, partindo do pressuposto de que o passado é um bom preditor do futuro, podendo-se, portanto, privilegiar continuidades e certezas. Por outro lado, a prospecção — coluna direita — considera que o futuro pode ser marcado por incertezas e descontinuidades, considerando-as em uma abordagem flexível e qualitativa.

Tendo em vista os aspectos específicos que caracterizam a prospecção, uma técnica adequada para a realização de estudos dessa natureza diz respeito à “Técnica de Cenários”. Na literatura podem ser encontradas diversas definições para o termo cenário, a partir de seu uso como ferramenta de prospecção do futuro (SILVA; SPERS; WRIGHT, 2013, p. 729).

Wright e Spers (2006) afirmam que elaborar cenários não é um exercício de predição, mas sim um esforço para fazer descrições plausíveis e internamente consistentes de situações futuras possíveis, apresentando os condicionantes do caminho entre a situação atual e cada cenário futuro, destacando os fatores relevantes às decisões que precisam ser tomadas.

Godet (2000) afirma que, na prática, não há um único método para o desenvolvimento de cenários, mas uma variedade de métodos para a construção, sendo alguns simplistas e outros sofisticados. Entretanto, pontua o autor, há consenso que o termo método de cenários somente se aplica em uma abordagem que inclua um número de etapas específicas

interrelacionadas — análise de sistemas, retrospectiva, estratégia dos atores e elaboração de cenários.

Coates (2000), por sua vez, afirma que é necessária uma abordagem sistemática para elaborar cenários. O cenário ideal, para o autor, é transparente no sentido de que o usuário sabe quais são as regras usadas para sua construção, entende as etapas do processo e vê o resultado com a percepção de que poderia obter o mesmo resultado aplicando o mesmo processo.

Coates (2000) sugere que cenários devem ser elaborados a partir da identificação e da definição do universo de preocupação, definição das variáveis que serão importantes para moldar o futuro, identificação dos temas para os cenários e, finalmente, a criação dos cenários. Nessa mesma linha, Jouvenel (2000) propõe que há, basicamente, cinco estágios para o procedimento prospectivo: definição do problema e escolha do horizonte de tempo; identificação das variáveis e construção do sistema; coleta de dados e elaboração de hipótese; e exploração de futuros possíveis e de escolhas estratégicas.

Por conveniência do pesquisador, optou-se pelo modelo de construção Global Business Network (GBN), no qual o planejamento de cenários implica escolher dentre várias opções com total compreensão dos possíveis resultados (KATO, 2007, p. 182), adaptado conforme Wright e Spers (2006) e Silva *et al.* (2013).

De acordo com Schwartz (2000, p. 58-60), as etapas do método GBN são as seguintes:

1. Identificar o assunto focal;
2. Identificação dos fatores-chave;
3. Identificação das forças ambientais;
4. Identificação das incertezas críticas;
5. Seleção da lógica dos cenários;
6. Descrição dos cenários;
7. Análise das implicações;
8. Indicadores temporais.

Os oito passos do processo de planejamento por meio de cenários desenvolvido pela GBN estão ilustrados na Figura 8.

Figura 8 - Etapas do processo de planejamento de cenários (GBN)

FONTE: Ribeiro (2006)

Com base em Monitor Company Group (2008), Caldwell (2016), Ribeiro (2006) e Silva *et al.* (2013), as etapas do modelo GBN são descritas a seguir.

- Identificação do assunto focal: identificação da principal preocupação estratégica na forma de uma decisão clara; identificação dos pontos de referência dos cenários (tempo e lugar);
- Identificação dos fatores-chave: identificação dos fatores-chave no ambiente local, caracterizados por eventos e tendências que determinarão a diferença entre o sucesso e o fracasso do assunto focal; identificação das variáveis relevantes;
- Identificação das forças motrizes: identificação de tendências pesadas na sociedade, tecnologia, economia e política que atuem diretamente no assunto focal; identificar se os fatores-chave são as causas do sucesso ou do fracasso e quais são as causas destas causas; identificar se estas forças estarão presentes no futuro;
- Identificação das incertezas críticas: priorização dos fatores-chaves e das forças ambientais visando identificar as forças motrizes e as principais incertezas críticas, objetivando caracterizar a estrutura para a exploração do futuro;
- Seleção da lógica de cenários: encontrar as lógicas que iluminarão mais efetivamente os pontos-chave do assunto focal por meio de uma matriz morfológica para combinar de maneira consistente os estados futuros previstos

para cada variável dos cenários, com base nas forças motrizes e nos fatores-chave;

- Descrição dos cenários e implicações: consolidação de todas as informações na forma de uma narrativa com o detalhamento dos cenários, a descrição de sua evolução e a explicitação das relações e sequências de causa e efeito entre as variáveis consideradas, assim como análise da consistência interna, da plausibilidade de cada cenário e da relevância das variáveis dos cenários para as decisões a serem tomadas.
- Indicadores temporais: reconhecimento de quando um cenário está começando a surgir; identificar indicadores que possa monitorar de modo contínuo que estarão por surgir; indicadores que possam “identificar pequenos sinais de grandes mudanças”. É a etapa final de elaboração.

4.3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A título de objetivo secundário e como parte do processo de elaboração de cenários, a pesquisa realizada buscou identificar, a partir da visão dos produtores de vinho, os fatores determinantes da decisão empresarial de dar continuidade na produção de vinho artesanal em Jundiaí. Para tanto, diversas hipóteses foram propostas e analisadas. Nesse sentido, a pesquisa realizada é de caráter quantitativo e exploratório do tipo survey. Ela consiste em uma abordagem de coleta de dados feita a partir do interrogatório de pessoas sobre determinado problema de pesquisa. De acordo com Barquette e Chaoubah (2007), esse tipo de pesquisa, exploratório, tem como foco identificar as principais variáveis que caracterizam um problema para, então, levantar hipótese sobre o objeto estudado. Para maior clareza, a Figura 9 apresenta as etapas de elaboração do trabalho bem como os diferentes métodos estão encadeados.

Figura 9 - Etapas de elaboração do trabalho

FONTE: Elaborado pelo autor

4.3.1. Amostra

A técnica de amostragem escolhida é a “não probabilística por julgamento” (COOPER; SCHINDLER, 2003). Essa técnica foi escolhida por ser a mais adequada aos objetivos da pesquisa, uma vez que o estudo se destina aos produtores de vinho artesanal da região de Jundiaí, direcionando a coleta de dados a essa amostra. Assim, a referência empírica tomada para a condução da pesquisa baseou-se no conjunto de produtores que comercializam o vinho artesanal na cidade de Jundiaí.

O censo vitivinícola realizado em 2009 identificou 35 produtores de vinho que declararam comercializar a bebida (CENSO, 2009). Otani (2010), em complemento, ao fazer referência ao Censo Vitivinícola 2009, esclarece que das 284 UPAs que cultivam uvas em Jundiaí, 92 também produzem vinho. Somam-se a elas mais três unidades produtoras de vinho que, ao contrário dos demais vinicultores, não plantam uvas no local. Estas compram as uvas de terceiros ou as plantam em outras regiões, e junto com os demais vinicultores totalizam 95 produtores de vinho no município. Desse total, 60 dizem que elaboram a bebida para o consumo da família e para presentear amigos e vizinhos, enquanto somente 35 declaram comercializar o vinho artesanal, sendo responsáveis por 94,6% do total de vinho produzido (Tabela 14). Segundo Verdi *et al.* (2009), a grande parcela de vinicultores que produz para o consumo próprio revela a potencialidade de expansão da atividade no município.

Dessa forma, os 35 produtores que possuem fins comerciais na produção de vinho artesanal foram o público-alvo dessa pesquisa. Nesse sentido, para melhorar a qualidade das análises e fornecer um resultado abrangente, optou-se por coletar os dados de todos os 35 produtores.

4.3.2. Coleta

Para a realização da coleta de dados, num primeiro momento foi feito um levantamento dos contatos dos 35 produtores de vinho artesanal da cidade de Jundiaí, os quais serviram, posteriormente, como forma de aproximação do pesquisador para a solicitação de participação dos mesmos na coleta de dados. Após essa busca, foi feito um primeiro contato com os 35 produtores informando os objetivos da pesquisa e pedindo suas participações.

4.3.3. Instrumento

A coleta de dados foi feita por meio de um questionário estruturado (Anexo I) com questões e alternativas fixas predeterminadas pelo pesquisador, conforme Quadro 5. Segundo Cooper e Schindler (2003), consiste em um conjunto de perguntas objetivas e estruturadas que são direcionadas aos entrevistados.

Quadro 5 - Estrutura do questionário

Nº	Fator	Tipo	Questão
Q1	Econômico	Renda da vitivinicultura	A renda proveniente da produção de uva e vinho artesanal em Jundiaí é um fator importante para a decisão de continuar na atividade.
Q2	Econômico	Mão-de-obra	A mão de obra qualificada na região de Jundiaí para atender a produção, em especial durante a colheita, é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q3	Econômico	Preço da terra	É mais rentável vender a propriedade para uma incorporadora que construirá um condomínio, se mudar para a cidade e viver dos rendimentos da venda da terra.
Q4	Econômico	Preço da terra	É mais vantajoso vender a maior parte da propriedade e manter apenas um pequeno espaço para produção que atenda uma cantina e uma adega.
Q5	Econômico	Diversificação	A demanda pelo vinho artesanal produzido em Jundiaí não justifica o crescimento da produção.
Q6	Econômico	Diversificação	É mais vantajoso produzir outras frutas do que uva para vinho.
Q7	Econômico	Diversificação	O turismo rural justifica investimentos para aumento da produção de uva para vinho.
Q8	Econômico	Diversificação	O custo de oportunidade, seja pela venda da terra, seja pela produção de outras frutas além da uva, é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q9	Econômico	Diversificação	Estou sempre de olho no mercado e nos meus concorrentes.
Q10	Econômico	Uso de defensivos manejo da videira	O uso de defensivos químicos no manejo da videira em uma região urbana ou muito próximo à uma região urbana é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q11	Legal	Associativismo	A falta de articulação entre os produtores de vinho de Jundiaí e demais organizações envolvidas com a cadeia de produção do vinho dificultam o crescimento do setor.
Q12	Legal	Informalidade	A adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator importante para a decisão de continuar na atividade em Jundiaí.

Q13	Político	Linha de crédito	A disponibilidade de linhas de crédito apropriadas e a juros competitivos é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q14	Político	Assistência técnica governamental	A oferta de assistência técnica gratuita por parte do poder público é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q15	Político	Impostos	O valor dos impostos cobrados sobre o vinho produzido no Estado de São Paulo inviabiliza qualquer possibilidade de crescimento da produção de uva para produção de vinho.
Q16	Sociocultural	Herança familiar	O hábito cultural de origem italiana, herdada dos antepassados, de cultivar uva para fazer vinho para o consumo familiar é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q17	Sociocultural	Idade do agricultor e interesse dos filhos	A idade dos agricultores e o de interesse dos filhos em dar continuidade ao negócio da família é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.
Q18	Sociocultural	Condução	Conduzo a produção do mesmo jeito que sempre fiz no passado.
Q19	Tecnológico	Variedades de uva para vinho	A qualidade da uva para vinho produzida em outras regiões é superior à da uva produzida em Jundiaí.

FONTE: elaborado pelo autor

O questionário é composto por 19 perguntas, as quais abordam as variáveis consideradas de acordo com os objetivos da pesquisa, alinhados à literatura sobre o tema, a saber, os fatores determinantes da decisão dos produtores de continuar na produção de vinho artesanal. Os principais fatores que foram abordados são econômicos, legais, políticos, socioculturais e tecnológicos, conforme Tabela 28.

Como o questionário é estruturado, para as respostas às perguntas foram utilizadas escalas intervalares do tipo Likert. Hair *et al.* (2005) esclarecem que escalas intervalares apresentam o mais alto nível de precisão da medição, facilitando as análises estatísticas, uma vez que as escalas têm unidades constantes de medidas, e diferenças entre pontos adjacentes nas escalas podem ser consideradas iguais. Assim, a escala do tipo Likert é utilizada para categorizar as respostas num contínuo, de forma que o respondente identificará o seu grau de concordância com a afirmação selecionada.

Quadro 6 - Hipóteses verificadas por meio do questionário

Fatores	Tipo	Hipótese	Questão
Econômicos	Renda da vitivinicultura	H ₅ : A renda proveniente da vitivinicultura é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	1
	Mão de obra	H ₂ : A mão de obra especializada para colheita da uva é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	2
	Preço da terra	H ₃ : A possibilidade de venda da terra é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	3 e 4
	Diversificação	H ₁ : A possibilidade de cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	5 a 9
	Uso de defensivos manejo da videira	H ₄ : O uso de defensivos manejo da videira em uma região urbana é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	10
Legais	Associativismo	H ₁₂ : A participação do agricultor em associações ou cooperativas de produtores é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	11
	Informalidade	H ₁₀ : A adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	12
Políticos	Linhas de crédito	H ₁₁ : A disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	13
	Assistência técnica governamental	H ₁₃ : A oferta de assistência técnica por parte do poder público é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	14
Socioculturais	Herança familiar	H ₈ : O hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	16
	Idade do agricultor	H ₆ : A idade do agricultor é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	17
	Interesse dos filhos do agricultor	H ₇ : O interesse dos filhos do agricultor em dar continuidade ao negócio da família é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	17
Tecnológicos	Variedades de uva para vinho	H ₉ : A falta de variedades e uvas para vinho adaptadas às condições edafo-climáticas de Jundiá é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	19

FONTE: elaborado pelo autor

Cada questão possui uma escala de 5 pontos num contínuo, variando de “Discordo totalmente”, indicando o lado mais fraco do relacionamento com a afirmação, a “Concordo totalmente”, identificando o lado mais forte do relacionamento com a afirmação. Além dessas

opções, ainda há a opção “Não se aplica”, caso a questão não correspondesse ao contexto do produtor.

Antes da coleta, os questionários passaram por um pré-teste, com a participação de 3 (três) produtores da região, para analisar a linguagem e a coerência das questões com relação ao contexto estudado, e para identificar possíveis problemas que podem prejudicar a validade e confiabilidade do estudo (COOPER; SCHINDLER, 2003).

Com isso, o processo de coleta de dados aconteceu de maio a junho/2016. Os questionários foram levados in loco para que os produtores pudessem responder.

4.3.4. Procedimentos de Análise

Tendo a amostra definida, a análise dos dados ocorreu em uma única etapa, esta quantitativa, sendo realizada por meio de testes estatísticos. As análises foram feitas nas ferramentas SPSS⁹ e Microsoft Excel 2010.

Foram realizados testes estatísticos descritivos e de frequência para identificar o grau de concordância dos entrevistados em relação às questões e buscar estabelecer aquilo que eles consideram mais importante para continuar ou não na produção de vinho. Além disso, os resultados foram utilizados para verificar as hipóteses da pesquisa. Como critérios para avaliação das hipóteses foram utilizados os valores das médias juntamente com os percentuais de concordância. A média é uma medida de tendência central que pode ser considerado um modelo estatístico (FIELD, 2013). Considerando a variação dos pontos da escala de 1 a 5, foram considerados altos valores acima de 4, indicando concordância com a afirmação e foram considerados baixos valores abaixo de 2, indicando discordância da afirmação. Como a média pode ser interferida por valores extremos, influenciando a análise (FIELD, 2013), também foram utilizados os percentuais de respostas para cada ponto da escala. A soma dos percentuais das respostas, tanto do lado positivo da concordância quanto do lado negativo, auxiliou na interpretação do resultado.

4.3.5. Aplicação da técnica de cenários na produção de vinho artesanal em Jundiá

Neste trabalho utilizou-se a abordagem de Wright e Spers (2006) para a construção dos cenários para produção de vinho artesanal em Jundiá em 2030. Para que fosse realizada a aplicação do método, fez-se necessário coletar dados do cenário atual como ponto de partida.

⁹ O IBM SPSS (Statistical Package for Social Science) Statistics é uma família integrada de produtos que ajuda a operar o processo analítico, desde o planejamento e a coleta de dados até a análise, relatório e a implementação (IBM, 2016).

Para tanto, coletou-se dados primários e secundários por meio de duas técnicas: dados primários coletados por meio de questionários tipo survey, conforme detalhado nas seções 4.3.1 a 4.3.4; e pesquisa bibliográfica para a coleta de dados secundários, conforme o capítulo 3. Tendo em vista que o objetivo central deste trabalho foi a elaboração de cenários futuros, a seção 5.7 apresenta o passo-a-passo desse processo incluindo a forma como os diferentes métodos foram utilizados e, nesse contexto como foram usados os dados do questionário. A fim de facilitar o entendimento, é retomada brevemente a descrição de cada etapa para se chegar aos cenários, com base nas propostas de Wright e Spers (2006) e de Ribeiro (2006), ao citar o modelo GBN.

5. RESULTADOS E ANÁLISES

A pesquisa de caráter quantitativo compreendeu, portanto, a realização da pesquisa do tipo survey com a anexação do formulário à amostra, esta contendo os 35 produtores, definida convenientemente com base no universo de produtores da região de Jundiaí/SP. Foram entrevistados todos os 35 produtores. Na maioria dos casos, quem respondeu às perguntas do questionário foi um descendente do agricultor originalmente entrevistado pelo Censo Vitivinícola de 2009. Do total de 35 produtores, 3 de 4 membros de uma mesma família deixaram de produzir vinho, todavia a uva oriunda das áreas dos 3 que se retiraram ainda é utilizada por aquele que permanece na atividade. Dessa forma, a amostra fica reduzida a 32 produtores. Em relação à produção de uva, 3 agricultores que no Censo de 2009 declararam cultivar sua própria uva em Jundiaí abandonaram o cultivo e importam sua uva de São Miguel Arcanjo e Caxias do Sul/RS.

A discussão e análise dos dados da presente pesquisa, disponíveis na seção 5.7.3, foram realizadas a partir do agrupamento dos principais fatores que contribuem para a continuidade na produção de vinho artesanal em dimensões ou forças ambientais: econômicas, legais, políticas, socioculturais e tecnológicas, conforme a estrutura utilizada no formulário aplicado à amostra (Anexo I), com base nas proposições de Wright (2000, p.47 *apud* Amaral *et al.*, 2009) e Cordeiro (2001).

5.1. Fatores na dimensão econômica

Os principais fatores analisados foram os econômicos; 10 questões (1 a 10) abordaram esse fator. Dentre elas, questões relacionadas com a renda da vinicultura, com a disponibilidade de mão de obra qualificada na região, com o custo-benefício de vender a terra e com a diversificação (demanda, custos). Os resultados estão nas Tabelas 29 e 30.

Observou-se que, sobre a renda proveniente da produção de uva e vinho artesanal, 84,4% dos produtores concordam parcial ou totalmente com a importância dessa renda para a decisão de continuar nessa atividade. Em complemento a essa análise, a média das respostas foi de $M=4,13$, o que corrobora com a H5, enfatizando que, na perspectiva dos produtores, a renda proveniente da vinicultura é um fator determinante da decisão de continuar na atividade.

Outro fator importante observado foi a disponibilidade de mão de obra qualificada na região de Jundiaí para atender a produção, em especial durante a colheita. Nesse quesito, todos os produtores (100%) sinalizaram concordância com a afirmação, sendo que 21,9% concordam parcialmente e 78,1% concordam totalmente. Dessa forma, é importante destacar

que, dentro dos fatores econômicos, a disponibilidade de mão de obra qualificada foi o fator de maior importância para os produtores, apresentando uma média de $M=4,78$.

Com isso, a H2 sobre a mão de obra especializada para colheita da uva foi corroborada.

Com relação à venda de terra parcial ou integralmente, percebeu-se que os produtores, em sua maioria, não consideram vantajoso vender suas terras. Primeiro, 84,4% dos produtores consideram a opção de vender toda a propriedade para viver dos rendimentos menos rentável do que continuar com a produção, apresentando uma média de $M=1,91$. Segundo, para a venda parcial da propriedade e manutenção de apenas um pequeno espaço para produção que atenda uma cantina e uma adega, 65,6% dos produtores consideraram menos vantajoso do que continuar da forma como está; a média para essa questão foi de $M=2,44$. Indica-se uma tendência para a permanência da forma como estão, ao invés de venderem parte das terras. Esses resultados são contrários à literatura proposta e rejeitam a H3, o que talvez possa indicar que a tendência de venda da propriedade para a construção verificada no ano de 2009 esteja sendo revertida.

Ademais, a maioria dos produtores acredita que a demanda pelo vinho artesanal produzido em Jundiá não justifica o crescimento da produção (71,9%). Esses resultados obtiveram uma média de $M=3,81$. Observou-se que somente 2 (6,2%) produtores discordam totalmente dessa afirmação; em contrapartida, a média foi consideravelmente alterada por esses valores. Assim, considera-se que em geral os produtores não buscam o crescimento devido à falta de demanda.

Em complemento à informação, os produtores acreditam, em sua maioria, que é mais vantajoso produzir outras frutas do que uva para vinho (84,4%). Essa questão apresentou uma média de $M=3,91$. Considerando que 1 (3,1%) produtor discordou totalmente da afirmação, pode-se estabelecer que para os agricultores a produção de outras frutas juntamente com a uva pode apresentar vantagens. Dessa forma, a possibilidade de cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho é um fator determinante da decisão de continuar na atividade, corroborando com a H1.

Todos os produtores consideram que o turismo rural justifica investimentos para aumento da produção de uva para vinho, apresentando um percentual de concordância de 100%, sendo que 50% concordam parcialmente e 50% concordam totalmente. Nesse sentido, o turismo rural é um fator determinante para a continuação da atividade de produção de vinho artesanal ($M=4,5$).

Complementarmente, em relação à diversificação, os produtores em sua maioria consideram que o custo de oportunidade, seja pela venda da terra, seja pela produção de outras frutas além da uva, não é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí, com 90,7% de discordância da afirmação. Apenas 9,4% dos produtores concordaram parcialmente com a afirmação. Além disso, a média para essa questão ficou abaixo de 2 ($M=1,75$), indicando discordância da maioria dos produtores. O resultado foi contrário ao esperado; isso pode ter acontecido pela falta de entendimento do conceito de custo de oportunidade.

Com relação ao mercado, percebe-se que a maioria dos produtores se preocupa com a concorrência (87,5%), com uma média de $M=4$. Isso parece indicar que o vitivicultor de Jundiaí, embora um pequeno empresário familiar, ao contrário do que se esperava, toma suas decisões dando a devida importância à concorrência e à situação econômica que o país atravessa no momento. Esse quesito configura-se em campo potencial para novas pesquisas.

Sobre o uso de defensivos químicos no manejo da videira em uma região urbana ou muito próximo a uma região urbana, nada pode ser afirmado. Isso porque os produtores mostram-se divididos em relação à questão. A média de respostas foi de $M=2,45$ com 58,1% de discordância e 41,9% de concordância. Complementarmente, o desvio padrão indica uma grande variação em torno da média, indicando heterogeneidade das respostas. Assim, não se sabe se esse é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí, rejeitando a H_4 . Destaca-se que um dos produtores que deixou de cultivar uva na região considerou que o seu contexto não se aplicava à essa questão. Dessa forma, os resultados foram baseados nas respostas dos outros 31 produtores.

Por fim, em relação aos fatores econômicos, destacam-se a renda, a disponibilidade de mão de obra, a possibilidade de produção de outras frutas e o turismo rural como principais fatores que determinam a decisão de continuar na atividade de produção de vinho artesanal para comercialização.

Tabela 28 - Estatísticas descritivas dos fatores econômicos

Questões	Tipo	N ¹⁰	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Q1	Renda da vitivinicultura	32	4,13	4	5	1,04	2	5
Q2	Mão de obra	32	4,78	5	5	0,42	4	5
Q3	Preço da terra	32	1,91	2	2	1,03	1	4
Q4	Preço da terra	32	2,44	2	2	1,22	1	4
Q5	Diversificação	32	3,81	4	5	1,38	1	5
Q6	Diversificação	32	3,91	4	4	1,03	1	5
Q7	Diversificação	32	4,5	4,50	4	0,51	4	5
Q8	Diversificação	32	1,75	2	2	0,88	1	4
Q9	Diversificação	32	4	4	4	0,88	2	5
Q10	Uso de defensivos manejo da videira	31	2,45	1	1	1,65	1	5

FONTE: elaborada pelo autor

Tabela 29 - Frequência dos fatores econômicos¹¹

Questões	Tipo	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Q1	Renda da vitivinicultura	-	15,6	40,6	43,8
Q2	Mão de obra	-	-	21,9	78,1
Q3	Preço da terra	40,6	43,8	15,6	-
Q4	Preço da terra	25	40,6	34,4	-
Q5	Diversificação	6,3	21,9	28,1	43,8
Q6	Diversificação	3,1	12,5	59,4	25
Q7	Diversificação	-	-	50	50
Q8	Diversificação	43,8	46,9	9,4	-
Q9	Diversificação	-	12,5	62,5	25
Q10	Uso de defensivos manejo da videira	51,6	6,5	29	12,9

FONTE: elaborada pelo autor

5.2. Fatores na dimensão legal

Os fatores legais foram analisados por meio de duas questões (11 e 12), relacionadas com o associativismo e com a informalidade, respectivamente. Os resultados são apresentados nas Tabelas 31 e 32.

¹⁰ N = tamanho da amostra.

¹¹ Os valores estão em formato de percentual.

Observou-se que, sobre a participação do agricultor em associações ou cooperativas de produtores, 84,4% dos produtores concordam parcial ou totalmente com a importância dessa participação como determinante para a decisão de continuar na atividade, apresentando uma média de $M=3,94$. Esses resultados corroboram com a H12. Assim, o associativismo é um fator importante para o crescimento dos produtores.

Com relação à informalidade, 46,9% dos produtores concordam com a afirmação de que a adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator determinante da decisão de continuar na atividade. Em contrapartida, 53,1% dos produtores discordam dessa afirmação. A média foi de $M=2,94$ e o desvio padrão de $DP=1,41$, indicando heterogeneidade das respostas. Dessa maneira, nada se pode concluir a respeito, rejeitando a H10.

Assim, com base nos resultados, o fator político do associativismo é o mais importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal.

Tabela 30 - Estatísticas descritivas dos fatores legais

Questões	Tipo	N ¹²	Média	Mediana	Moda	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Q11	Associativismo	32	3,94	4,00	4	0,95	2	5
Q12	Informalidade	32	2,94	2,00	2	1,19	1	5

FONTE: elaborada pelo autor

Tabela 31 - Frequência dos fatores legais¹³

Questões	Tipo	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Q11	Associativismo	-	15,6	59,4	25
Q12	Informalidade	6,3	46,9	40,6	6,3

FONTE: elaborada pelo autor

5.3. Fatores na dimensão política

Os fatores políticos foram analisados por meio de três questões (13 a 15), relacionadas com a disponibilidade de linha de crédito e assistência governamental. Os resultados apresentam-se nas Tabelas 33 e 34.

¹² N = tamanho da amostra.

¹³ Os valores estão em formato de percentual.

Sobre a disponibilidade de linhas de crédito, 93,8% dos produtores acreditam que a disponibilidade de linhas de crédito apropriadas e a juros competitivos é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí, apresentando uma média de $M=4,31$. Esses resultados corroboram com a H11.

Ademais, com relação à assistência técnica governamental, 71,9% dos produtores concordam que a oferta de assistência técnica por parte do poder público é um fator determinante da decisão de continuar na atividade, apresentando uma média de $M=3,53$. É importante notar que 4 dos 32 produtores discordaram totalmente dessa afirmação, causando uma mudança significativa na média. Se desconsiderarmos esses respondentes, a média sobe para $M=4,00$. Dessa forma, pode-se considerar que a maioria dos produtores considera importante a oferta de assistência técnica governamental para a continuação da atividade, corroborando com a H13.

Além disso, os impostos parecem impedir o crescimento dos produtores. De acordo com os resultados, 87,5% dos produtores acreditam que o valor dos impostos cobrados sobre o vinho produzido no estado de São Paulo inviabiliza qualquer possibilidade de crescimento da produção de uva para produção de vinho, com uma média de respostas de $M=4,00$.

Portanto, com base nos resultados a respeito dos fatores políticos, percebe-se que eles possuem considerável influência na continuação da atividade vitivinícola da cidade de Jundiaí, tanto por meio da disponibilidade de linha de crédito e da assistência técnica governamental que influenciam de forma positiva o crescimento, quanto pelos impostos que influenciam de forma negativa o crescimento.

Tabela 32 - Estatísticas descritivas dos fatores políticos

Questões	Tipo	N ¹⁴	Média	Mediana	Modo	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Q13	Linha de crédito	32	4,31	4,00	4	0,78	2	5
Q14	Assistência técnica governamental	32	3,53	4,00	4	1,41	1	5
Q15	Impostos	32	4,00	4,00	4	0,88	2	5

FONTE: elaborada pelo autor

¹⁴ N = tamanho da amostra.

Tabela 33 - Frequência dos fatores políticos¹⁵

Questões	Tipo	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Q13	Linha de crédito	-	6,3	50	43,8
Q14	Assistência técnica governamental	15,6	12,5	46,9	25
Q15	Impostos	-	12,5	62,5	25

FONTE: elaborada pelo autor

5.4. Fatores na dimensão sociocultural

Com relação aos fatores socioculturais, três questões foram investigadas (16 a 18), relacionadas com o produtor e sua família. Os resultados encontram-se nas tabelas 35 e 36.

Primeiramente, foi investigado se a herança do hábito de cultivo de uva e fabricação de vinho é considerada importante na continuação dessa atividade. Essa questão foi considerada de grande importância para os produtores, sendo que eles em sua totalidade (100%) consideraram que o hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família é um fator determinante da decisão de continuar na atividade, apresentando uma média de $M=4,45$. Dessa forma, a H8 pode ser corroborada.

Ademais, sobre a idade do agricultor, juntamente com o interesse dos filhos do mesmo em dar continuidade ao negócio da família, os produtores consideram essas questões de grande relevância, apresentando uma média de respostas de $M=4,78$, com 100% de concordância, sendo que 78,1% concordam totalmente. Dessa maneira, as hipóteses H6 e H7 são corroboradas.

Por fim, 90% dos produtores afirmam que a produção é conduzida de forma diferente do que era no passado, com uma média de resposta de $M=1,87$. Assim, conclui-se que, embora haja uma importância cultural em dar continuidade na produção, com o tempo as práticas podem ser alteradas. Isso parecer estar em desacordo com a idéia de que o vitivinicultor de Jundiaí, por ser um pequeno empresário, apresenta baixa qualidade gerencial.

Concluindo, entende-se que os fatores socioculturais são de grande importância para os produtores, sendo sua idade e o interesse dos filhos em continuar com a produção quesitos de destaque.

¹⁵ Os valores estão em formato de percentual.

Tabela 34 - Estatísticas descritivas dos fatores socioculturais

Questões	Tipo	N ¹⁶	Média	Mediana	Modo	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Q16	Herança familiar	31	4,45	4,00	4	0,51	4	5
Q17	Idade do agricultor e interesse dos filhos	32	4,78	5,00	5	0,42	4	5
Q18	Condução	30	1,87	2,00	2	1,17	1	5

FONTE: elaborada pelo autor

Tabela 35 - Frequência dos fatores socioculturais¹⁷

Questões	Tipo	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Q16	Herança familiar	-	-	54,8	45,2
Q17	Idade do agricultor e interesse dos filhos	-	-	21,9	78,1
Q18	Condução	43,3	46,7	-	10

FONTE: elaborada pelo autor

5.5. Fator na dimensão tecnológica

Finalmente, foi formulada uma questão para avaliar a importância do fator tecnológico para a continuação na atividade de produção de vinho artesanal. A questão investiga se a falta de variedades e uvas para vinho adaptadas às condições edafo-climáticas de Jundiaí é um fator determinante da decisão de continuar na atividade. Para essa questão as respostas rejeitam a H9. Enquanto 56,3% dos produtores concordam com a afirmação de que a qualidade da uva para vinho produzida em outras regiões é superior à da uva produzida em Jundiaí, 43,8% discordam da mesma, indicando que não há um consenso sobre o impacto que a falta de variedades de uvas tem na decisão de continuar na produção. A média de respostas para essa questão foi de 3,25, próxima ao ponto neutro do contínuo. Em complemento o desvio padrão foi de DP=1,46, indicando grande variação em torno da média, os resultados são apresentados nas Tabelas 37 e 38.

¹⁶ N = tamanho da amostra.

¹⁷ Os valores estão em formato de percentual.

Tabela 36 - Estatísticas descritivas do fator tecnológico

Questão	Tipo	N ¹⁸	Média	Mediana	Modo	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Q19	Variedades de uva para vinho	32	3,25	4,00	2	1,46	1	5

FONTE: elaborada pelo autor.

Tabela 37 - Frequência dos fatores tecnológicos¹⁹

Questão	Tipo	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Q19	Variedades de uva para vinho	12,5	31,3	31,3	25

FONTE: elaborada pelo autor

5.6. Resumo dos resultados

Os resultados gerais encontrados por meio das análises, considerando as hipóteses inicialmente propostas por meio da teoria, são apresentados no Quadro 5.

Quadro 7 - Resumo dos resultados

Hipóteses		Valor atribuído
H ₁	A possibilidade de cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₂	A mão de obra especializada para colheita da uva é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₃	A possibilidade de venda da terra é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Não suportada
H ₄	O uso de defensivos manejo da videira em uma região urbana é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Não suportada
H ₅	A renda proveniente da vitivinicultura é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₆	A idade do agricultor é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₇	O interesse dos filhos do agricultor em dar continuidade ao negócio da família é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₈	O hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₉	A falta de variedades e uvas para vinho adaptadas às condições edafó-climáticas de Jundiá é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Não suportada
H ₁₀	A adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Não suportada
H ₁₁	A disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada

¹⁸ N = tamanho da amostra.

¹⁹ Os valores estão em formato de percentual.

H ₁₂	A participação do agricultor em associações ou cooperativas de produtores é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada
H ₁₃	A oferta de assistência técnica por parte do poder público é um fator determinante da decisão de continuar na atividade	Suportada

FONTE: elaborado pelo autor

Dentre os resultados, alguns podem ser destacados. Os fatores de maior importância para a continuação dos produtores na produção de vinho artesanal, na percepção dos produtores, são o fator econômico de disponibilidade de mão de obra qualificada e o fator sociocultural da idade do produtor, juntamente com a disposição dos filhos de dar continuidade no negócio. Após esses fatores, os mais importantes são o fator socioeconômico de hábito cultural de cultivo de uva e produção de vinho, o fator político de disponibilidade de linhas de crédito e o fator econômico de renda advinda do comércio do vinho artesanal. O Gráfico 7 ilustra esses resultados.

Gráfico 7 - Principais fatores para a decisão de continuar ou não na produção de vinho artesanal

FONTE: elaborado pelo autor

Ainda merecem discussão alguns resultados da pesquisa sobre outros fatores como a questão da renda proveniente da produção de uva e vinho artesanal, que são coerentes com os trabalhos de Otani *et al.* (2007) e Verdi *et al.* (2009) ao afirmar que a queda da renda com a produção é um dos fatores que, na última década, levou parte dos viticultores a desistir da atividade e vender suas terras. Por outro lado, a hipótese da venda da terra, seja parcial ou integralmente, apenas como alternativa de fonte de rendimentos não foi suportada pela pesquisa. Esse resultado pode indicar que a tendência de venda da propriedade para a

incorporadoras que visam a construção de condomínios (custo de oportunidade) talvez tenha sido revertida. Nesse contexto, vale registrar dois fatos observados: (1) durante o período das entrevistas, a Câmara Municipal de Jundiá discutia alterações no Plano Diretor da cidade: uma das propostas apresentadas foi a alteração da classificação do Bairro Caxambu, de longe a principal área de produção de uva da região, de zona urbana para rural; (2) dentre os produtores entrevistados, quatro são membros de uma mesma família: dois deles têm interesse na alteração do zoneamento, de área rural para urbana, por acreditar que isso aumentaria a possibilidade de venda de suas terras enquanto os outros dois apostam na manutenção do Caxambu como área rural por não ter interesse em um eventual aumento do preço da terra. Essa situação configura-se campo de grande potencial para novas pesquisas.

Os resultados da pesquisa indicaram que grande parte dos produtores (71,9%) não busca o crescimento da produção de vinho devido à falta de demanda. Um dos agricultores entrevistados afirmou que a sua atual estrutura de venda do vinho por meio de uma pequena adega na propriedade atende a demanda; um eventual aumento da produção não seria conveniente pois exigiria uma estrutura maior.

A pesquisa indicou que os produtores, na sua maioria (84,4%), afirmaram acreditar ser mais vantajoso produzir outras frutas do que aumentar a produção de uva para vinho. Dessa forma, a renda do negócio da família não depende apenas da venda do vinho artesanal. Constatou-se haver uma preocupação com a diversificação: além de frutas variadas como figo, goiaba, caqui e pêssago, dentre outras, alguns produtores vendem massas caseiras, doces, geleias e até mesmo embutidos.

Na questão da diversificação, os resultados da pesquisa mostraram que todos os produtores (100%) consideram que o turismo rural justifica investimentos para aumento da produção de uva para vinho. Esse resultado é coerente com os trabalhos de Verdi *et al.* (2009) ao afirmarem que ações voltadas à estruturação do turismo ligado à produção de uva e vinho têm contribuído para o aumento do interesse pelos produtos do setor vitivinícola oferecendo aos vitivinicultores, por meio da venda aos turistas de produtos in natura e produtos manufaturados artesanalmente nas propriedades, uma fonte adicional de renda, que tem permitido a sobrevivência e a manutenção deles na atividade rural. Nesse ponto vale registrar as frases de alguns produtores sobre o assunto: “o turismo é o futuro de Jundiá”; “o turismo é a saída para manutenção da atividade”; “o turismo e a diversificação são a solução”; “o turismo rural agregado à família valoriza a qualidade do produto”. Ao mesmo tempo, diversos dos entrevistados afirmaram estar investindo, seja na construção de novas estruturas

ligadas ao turismo, seja na ampliação daquelas já existentes; um dos produtores afirmou que pretende investir naquilo que ele chamou de “*turismo rural com hospedagem*”.

No quesito dos fatores políticos analisados, a grande maioria dos produtores (93,8%) acredita que a disponibilidade de linhas de crédito apropriadas e a juros competitivos é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí. Por outro lado, essa mesma maioria parece desconhecer algumas das linhas de crédito que o Governo do Estado oferece, a juros subsidiados e prazos de carência alongados, para cultivo em ambiente protegido, irrigação, agricultura orgânica, apoio à pequena agroindústria, à fruticultura, ao desenvolvimento sustentável, à gestão da qualidade, ao turismo rural e à aquisição de máquinas e equipamentos comunitários (SÃO PAULO, 2016).

Com relação à questão da assistência técnica oficial, os resultados da pesquisa mostraram que a maioria dos produtores (71,9%) concorda que a oferta de assistência técnica por parte do poder público é um fator determinante na decisão de continuar na atividade. É importante registrar o comentário de um dos entrevistados sobre esta questão: “*a atual assistência técnica oferecida pelo poder público não está capacitada para lidar com os desafios da nova agricultura multidisciplinar*”.

Com relação à questão dos impostos, os resultados da pesquisa demonstram que estes parecem impedir o crescimento dos produtores; 87,5% dos entrevistados acreditam que o valor dos impostos cobrados sobre o vinho produzido no estado de São Paulo inviabiliza qualquer possibilidade de crescimento da produção de uva para produção de vinho.

No campo dos fatores legais analisados, vale comentar a questão do associativismo e da informalidade. As respostas mostraram que 84,4% dos produtores concordam com a importância de sua participação em cooperativas. Com relação à informalidade, apenas 46,9% deles concordam com a afirmação de que a adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator determinante da decisão de continuar na atividade.

Com base nos comentários dos produtores que não demonstraram interesse em se adequar aos padrões legais estabelecidos pelo MAPA, observou-se que a maioria desse grupo faz parte da Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho (AVA) em Jundiaí. Uma possível razão para essa aparente falta de interesse talvez seja a mais recente aquisição da AVA, por meio de linhas de crédito oficiais: uma envasadora móvel de vinho que facilita o processamento e o envase do vinho produzido pelos membros daquela Cooperativa. Pioneira no País, a estrutura está instalada em um caminhão e inclui tonéis para bombeamento do vinho, equipamentos para filtragem da bebida, higienização, envase e rotulagem das garrafas,

permitindo mobilidade ao produtor, que não precisa transportar a bebida para fora de sua propriedade (MINKE, 2016). Esse tipo de operação de envase é devidamente aprovado pelo MAPA e atende apenas à produção dos membros da Cooperativa. Diante dessa possibilidade, tais agricultores não necessitam adequar a estrutura física na sua propriedade aos padrões estabelecidos pela atual legislação.

Quanto à questão da herança cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal, a literatura consultada apresenta tal herança como sendo de origem tipicamente italiana. Apesar disso, embora a maioria esmagadora dos produtores seja de origem italiana, vale registrar que um dos produtores é de origem portuguesa e parece ter muito orgulho de divulgar esse detalhe.

5.7. RESULTADOS DA APLICAÇÃO DA TÉCNICA DE DESENVOLVIMENTO DE CENÁRIOS NA PRODUÇÃO DE VINHO ARTESANAL EM JUNDIAÍ PARA 2030

Neste estudo segue-se a premissa apresentada por Wright e Spers (2006), citada por Silva *et al.* (2013), de que elaborar cenários não é um exercício de predição, mas sim um esforço para fazer descrições plausíveis e consistentes de situações futuras possíveis, apresentando as condicionantes do caminho entre a situação atual e cada cenário futuro, destacando os fatores relevantes às decisões que precisam ser tomadas. A seguir é descrita a aplicação das etapas desenvolvidas neste trabalho para se chegar aos cenários, com base nas proposições de Wright e Spers (2006) e no modelo GBN, citado por Ribeiro (2006), Kato (2007) e Ringland (1998).

5.7.1. Identificação do assunto focal

A primeira etapa é a identificação do assunto focal. Essa etapa envolve a apresentação do contexto atual, a caracterização do escopo dos cenários e a caracterização das decisões a apoiar, a abrangência geográfica dos cenários e o horizonte temporal.

A elaboração de vinho em Jundiaí está baseada na produção do pequeno vinicultor e apresenta a peculiaridade de utilizar basicamente uva cultivada na propriedade; a comercialização do vinho acontece nas próprias dependências do imóvel rural e as atividades ligadas à comercialização são desenvolvidas pelos membros da própria família. O município de Jundiaí ocupou a posição de liderança na produção vitivinícola paulista desde o início da chegada dos imigrantes italianos, por volta de 1930, até 2008 quando a quantidade de uva produzida começou a cair.

A produção nacional de vinho, semelhantemente à produção paulista, também experimentou redução no biênio 2007/2008, mas voltou a crescer a partir de 2009. Dados estatísticos revelam que a produção de uva e vinho da região de Jundiaí, ao contrário da produção nacional, não conseguiu retomar o crescimento, tendo apenas se mantido estável durante o período 2009/2012, voltando a cair em 2013/2014 (IEA, 2015).

Tendo em vista que a produção de vinho em Jundiaí é reconhecida como uma tradicional atividade agrícola do estado de São Paulo, algumas providências foram tomadas pelos atores do setor, procurando reverter a tendência de queda. Diversos fatores parecem ter contribuído para que a tentativa de retomada do crescimento da atividade vitivinícola paulista não tenha obtido o sucesso esperado para a região de Jundiaí. Dentre eles, destacam-se o aumento do preço da terra, a especulação imobiliária, os novos usos do espaço rural e a intensificação da concorrência de produção de uvas provenientes de outras regiões diante da aparente falta de vocação para a vitivinicultura.

Apesar dessa ideia ainda vigente, muitos produtores de uvas de mesa em Jundiaí — basicamente niagara rosada —, mantêm em suas propriedades pequenas unidades artesanais de produção de vinho, fundamentadas em variedades rústicas e mesmo na vinificação de excedentes e descarte de uvas de mesa.

Nesse contexto, é importante ressaltar que a comercialização da produção artesanal de vinho tem fomentado o desenvolvimento do turismo rural ou enoturismo, tendo contribuído para o aumento do interesse pelos produtos do setor vitivinícola. Isso propicia aos vitivinicultores uma fonte adicional de renda decorrente da venda aos turistas de produtos *in natura* e produtos manufaturados artesanalmente nas propriedades, que permite a sobrevivência dos agricultores e a manutenção destes na atividade rural, resistindo à pressão imobiliária de venda de suas propriedades para a construção de condomínios e chácaras de veraneio.

Ao se articular com as atividades do turismo rural e do enoturismo, a vitivinicultura paulista adquire novas perspectivas de desenvolvimento regional, constituindo a base para a atração de novos empregos e investimentos para a região em hotéis, pousadas e restaurantes, condizentes com a preservação ambiental e com o resgate dos costumes e das tradições regionais. O turismo rural tem se tornado no principal canal de distribuição para vinhos, licores, frutas e doces, oferecendo às vinícolas a opção de diversificação das atividades, como adegas, lojas e cantinas.

É importante destacar que, embora o estado de São Paulo seja o maior centro consumidor de vinho do país, tem participação pouco relevante na produção industrial de

vinho. Destaca-se, no entanto, por concentrar o processo de envasamento do vinho, elaborado principalmente no sul do país, e pela importação de 40% do vinho produzido no sul do país.

Neste trabalho, foi definido como assunto focal a produção de vinho artesanal em Jundiaí; o escopo dos cenários é a questão se no futuro a produção será economicamente sustentável; o horizonte de tempo é 2030.

Um melhor conhecimento do funcionamento da cadeia do vinho paulista pode contribuir para a melhoria da produtividade e competitividade desse setor tradicional do Estado, além de constituir importante pré-requisito para a tomada de decisão dos agentes envolvidos na cadeia de produção, bem como para o estabelecimento de políticas públicas municipais, estaduais e até federais, voltadas para o desenvolvimento setorial e territorial.

5.7.2. Identificação dos fatores chave

Uma vez definido o assunto focal, por meio dos resultados da pesquisa survey detalhados nas seções 5.1 a 5.6, foram identificados no ambiente da produção de vinho artesanal em Jundiaí os fatores-chave determinantes da decisão empresarial do agricultor de dar continuidade ou não na atividade; são eles:

- A possibilidade de cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho;
- A disponibilidade de mão de obra especializada para colheita da uva;
- A renda proveniente da vitivinicultura;
- A idade do agricultor;
- O interesse dos filhos do agricultor em dar continuidade ao negócio da família;
- O hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família;
- A disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos;
- A participação do agricultor em associações ou cooperativas de produtores;
- A oferta de assistência técnica por parte do poder público.

5.7.3. Identificação das forças ambientais

De acordo com Wright (2000, p.47 *apud* Amaral *et al.*, 2009), o ambiente externo é formado pelo conjunto de forças do macroambiente, somado com o ambiente setorial em que a organização atua, os quais influenciam nas suas tomadas de decisões estratégicas. As forças do ambiente externo estão fora da organização e em geral fora de seu controle de curto prazo. Segundo Cordeiro (2001), à medida que o ambiente sofre mudanças, as forças desse ambiente

atuam de forma diferenciada sobre a organização sem que a mesma tenha sofrido qualquer alteração.

O macroambiente pode ser representado como o conjunto formado pelos ambientes abaixo detalhados. O ambiente econômico/legal apresenta mudanças na renda real e nos hábitos de gasto dos consumidores e, no caso específico deste trabalho, a questão da disponibilidade de linhas oficiais de crédito e de assistência técnica por parte do poder público. O ambiente tecnológico apresenta rápidas mudanças tecnológicas, as ilimitadas oportunidades de inovação, a ênfase em aprimoramentos. O ambiente político apresenta o aumento das regulamentações na criação de novas leis e taxas. E, por fim, o ambiente sociocultural apresenta as tendências a longo prazo do comportamento da sociedade que afetam os valores básicos, as percepções, as preferências além dos desafios enfrentados pela organização quanto às mudanças da estrutura etária da população e da estrutura familiar, aos fluxos demográficos, à população atual com nível mais alto de escolaridade e quanto à maior diversidade étnica e racial (CORDEIRO, 2001, p.67).

O contexto do macroambiente onde as forças ambientais²⁰ atuam sobre a produção de vinho artesanal em Jundiaí está ilustrada na Figura 10.

Figura 10 - Forças ambientais

FONTE: Elaborado pelo autor com base em Cordeiro (2001)

²⁰ O termo “ambientais” aqui utilizado faz referência ao macroambiente e não ao meio ambiente sob a ótica da Ecologia.

Nesse contexto, lembrando a importância do turismo rural e do enoturismo como fator de diversificação das atividades da produção de vinho artesanal em Jundiaí, conforme mencionado pela grande maioria dos produtores entrevistados, é importante citar Cordeiro (2001) que afirma ser o turismo também susceptível às forças socioculturais: segundo autor, existe um tipo de turista classificado como alocêntrico - turistas exploradores que vão à procura de lugares novos, e que, ao se depararem com grande número de outros turistas, tendem a abandonar aquele local e ir em busca de novos locais.

5.7.4. Identificação das incertezas críticas

Nesse ponto foram priorizados os fatores-chave e as forças ambientais, visando identificar as forças motrizes e as principais incertezas críticas; a partir dos resultados da pesquisa survey, detalhados nas seções 5.1 a 5.6, a região foi expressa por um conjunto de 9 incertezas distribuídas nas dimensões econômico/legal e sociocultural, conforme o Quadro 6. Essas incertezas são aquelas que têm mais poder de influenciar o futuro do assunto focal.

Quadro 8 - Quadro das incertezas críticas

Incetezas críticas	Dimensões
Cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho	Econômico/legal
Renda proveniente da vitivinicultura	
Disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos	
Participação do agricultor em associações ou cooperativas de produtores	
Oferta de assistência técnica por parte do poder público	
Disponibilidade de mão de obra especializada para colheita da uva	Sociocultural
Idade do agricultor	
Interesse dos filhos do agricultor em dar continuidade ao negócio da família	
Hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família	

FONTE: Elaborado pelo autor

5.7.5. Seleção da lógica dos cenários

Nesse ponto foram identificadas as lógicas que iluminarão mais efetivamente os pontos-chave do assunto focal representadas por meio de uma matriz 2x2, com quatro quadrantes, contendo cenários definidos pelas questões analisadas na pesquisa survey (Figura 11).

De acordo com Ribeiro (2006), a lógica dos cenários é o enredo que une os elementos do sistema. Para explicar o futuro, os cenários usam os mesmos tipos de lógica. Descrevem como os fatores-chave e as forças ambientais se comportam e interagem.

Figura 11 - Lógica ou temática dos cenários

FONTE: Elaborado pelo autor

Seguindo o modelo proposto por Porto (2010) para proposição de cenários futuros, foi feita uma análise da consistência entre as hipóteses definidas pelas incertezas, procurando selecionar aquelas combinações que mais consistentes. Utilizando-se uma matriz morfológica foi realizada a interpretação dessas combinações de maior consistência que explicitam as bases dos cenários futuros (Quadro 9).

Quadro 9 - Matriz morfológica dos cenários

Incertezas	Cenário 1 Desaparecimento	Cenário 2 Desafio constante	Cenário 3 Produção incentivada	Cenário 4 Renascimento
Renda proveniente da vitivinicultura, em relação à situação em 2015	A renda é reduzida	A renda se mantém	A renda aumenta	
Cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho	Redução no cultivo de outras frutas e na produção de vinho	O cultivo de outras frutas é uma realidade e se mantém nos níveis atuais. Há pouco interesse no aumento da quantidade produzida de vinho	Aumento do cultivo de outras frutas. Agricultor busca opções adicionais de diversificação no agro/enoturismo e hospedagem	Aumento do cultivo de outras frutas com foco na profissionalização de seu cultivo e consequente aumento da produtividade. Agroturismo já faz parte do mix de serviços e o produtor busca a profissionalização
Disponibilidade de linhas de crédito a juros competitivos	Ofertas atuais são descontinuadas	Ofertas atuais com regras conservadoras se mantêm	Aumento dos tetos de financiamento com regras menos conservadoras e criação de linhas de crédito para seguro contra granizo	Consolidação das regras menos conservadoras para obtenção de linhas de crédito muito mais por demanda de mercado do que por políticas oficiais de subsídio
Participação do agricultor em cooperativas de produtores	Atuais cooperativas deixam de existir	Cerca de 50% dos produtores participam de cooperativas		Mais de 75% dos produtores participam de cooperativas
Oferta de assistência técnica por parte do poder público	Ofertas atuais são descontinuadas	Ofertas atuais se mantêm	Incremento das atividades extensionistas e de capacitação do agricultor	
Disponibilidade de mão de obra especializada para colheita da uva	Oferta atual de mão de obra é reduzida com a urbanização	Oferta atual de mão de obra se mantém porém, com custo elevado	Uso de mão de obra ociosa e de estudantes para viabilização da safra	
Idade média do agricultor	Agricultor idoso sem sucessores	2ª Geração de agricultores com idade média entre 40/50 anos	2ª/3ª Geração de agricultores empreendedores com idade média entre 30/40 anos	Profissionalização do eno/agroturismo; busca no mercado por profissionais para fazer o negócio crescer
Interesse dos filhos do agricultor em dar continuidade ao negócio da família	Filhos sem interesse pela manutenção da atividade (desistiu)	Filhos com dúvida e cada vez menos interesse pela manutenção da atividade (em dúvida)	Filhos com algum interesse mas pouco comprometimento com a manutenção da atividade (perfil executor)	Filhos interessados não só na manutenção da atividade como também na diversificação e expansão do negócio da família (perfil empreendedor)
O hábito cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal herdado dos antepassados da família	- Desejo de manter a herança cultural da família. - O cultivo da uva é insuficiente para sustentação econômica da atividade impactando no interesse pela manutenção do herança cultural	- Grande desejo de manter a herança cultural da família. - Manutenção do cultivo da uva com foco na produção de vinho. - Sustentabilidade econômica proveniente da agregação de serviços à venda do vinho (loja e cantina)	- O grande desejo de manter a herança cultural da família deixa de ser prioritário. - Evolução da manutenção da herança familiar para um novo contexto de demanda econômica. - A produção do vinho deixa de ser foco para virar consequência (hospedagem, eco-turismo, restaurante)	A herança cultural da família cede lugar à ênfase na eficiência dos processos produtivos, gestão dos custos e comercialização

FONTE: Elaborado pelo autor

5.7.6. Descrição dos cenários e implicações

Uma vez elaborada a matriz morfológica dos cenários, foi feito o detalhamento dos cenários, com a descrição de sua evolução e a explicitação das relações e sequências de causa e efeito entre as variáveis consideradas (SILVA *et al.*, 2013). Porto (2010) complementa ao apresentar a descrição dos cenários como uma composição de histórias relevantes e intrigantes já que, segundo o autor, cenários são histórias que lidam com o significado de acontecimentos do mundo e que permitem imaginar como as interações dos fatores-chave e forças ambientais irão afetar os acontecimentos futuros. Dessa forma, fazendo uso da matriz morfológica (Quadro 9) foi realizada uma interpretação das combinações de maior consistência que explicitam as bases dos cenários futuros configurados abaixo.

Cenário 1 – Desaparecimento

É 2030 e a renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí em relação à de 2015 é cada vez menor, apresentando tendência de não cobrir os custos de produção para manutenção da atividade. A redução da renda força redução do investimento no cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para vinho; isso reduz as opções de renda adicional à atividade. Com a redução da atividade e da renda do agricultor, as possíveis garantias a serem oferecidas para obtenção de linhas de crédito são cada vez menores. As ofertas de linhas especiais de crédito fomentadas pelo poder público ficam muito caras ou são descontinuadas. A participação do agricultor em cooperativas é cada vez menor a ponto de não fazer sentido a existência das atuais cooperativas; isso acaba também diminuindo o poder de barganha do agricultor junto aos fornecedores de insumos o que tende a aumentar cada vez mais seus custos de produção. Uma vez que a atividade de produção de vinho artesanal é cada vez menor, as entidades oficiais de assistência técnica redirecionam seus esforços para outras áreas do agronegócio. A idade média do agricultor está na faixa dos 75 anos de idade e seus filhos não têm interesse em dar continuidade ao negócio da família em decorrência de melhores condições de salário em São Paulo e Campinas. Embora o agricultor ainda tenha desejo de manter a herança cultural da família de cultivar a uva e produzir o vinho, a renda oriunda da venda do vinho é insuficiente para sustentação econômica da atividade impactando no seu interesse em manter a herança familiar. A tendência é o desaparecimento da atividade.

Cenário 2 – Desafio constante

É 2030 e o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí em relação à de 2015 se mantém estável, o suficiente para cobrir os custos de produção para

manutenção da atividade. O cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho continua sendo uma opção de diversificação da renda e se mantém. O rendimento total do empreendimento garante o sustento da atividade porém, não justifica o aumento da produção de vinho pois um aumento da produção implicaria em maior custo de venda, o que não seria conveniente para o agricultor. As regras para obtenção de linhas de crédito se mantêm nos níveis de 2015. Isso leva os agricultores a considerar, cada vez mais, sua participação em cooperativas com o objetivo de pleitear melhores condições de crédito para o grupo. Cerca de 50% dos produtores fazem parte de cooperativas; ainda há relutância por parte de alguns deles quanto às vantagens do cooperativismo. Os produtores que fazem parte de cooperativas conseguem melhores condições junto aos fornecedores de insumos. Tendo em vista que a renda da produção se mantém, o agricultor consegue recrutar mão de obra para a época da colheita, ainda que seja importando-a de outras áreas, com custo elevado. Uma vez que a atividade de produção de vinho artesanal se mantém estável, as entidades oficiais de assistência técnica se mantêm presentes junto ao setor. Os agricultores estão na segunda geração com idade média na faixa dos 40/50 anos; os filhos desses agricultores estão relutantes quanto à manter a produção por terem dúvidas quanto à sua sustentabilidade no futuro. O agricultor tem desejo de manter a herança familiar de cultivar a uva e produzir vinho porém, a sustentabilidade econômica da atividade não provém da renda gerada pela venda do vinho mas do resultado da venda do serviço agregado como loja e cantina. A manutenção da atividade tende a se configurar em um desafio constante, muito semelhante aos padrões de 2015.

Cenário 3 – Produção incentivada

É 2030 e aumenta o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí em relação à de 2015. O cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho aumenta e continua sendo uma opção de diversificação da renda. O agricultor busca novos tipos de frutas além de outros itens quer possibilitem aumentar o mix de produtos oferecidos. O agricultor busca tecnologias para aumento de produtividade sem aumento da área de cultivo, principalmente de fontes oficiais. O agricultor busca opções adicionais de diversificação no turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem objetivando o sustento da atividade. O produtor considera o aumento da produção de vinho tendo em vista as novas opções de comercialização. As regras para obtenção de linhas de crédito se tornam menos conservadoras comparativamente aos padrões vigentes para 2015. As fontes oficiais de financiamentos passam a oferecer linhas de seguro contra granizo e juros

reduzidos para empreendimentos ligados ao turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem. Cerca de 50% dos produtores fazem parte de cooperativas; ainda há relutância por parte de alguns deles quanto às vantagens do cooperativismo. Os produtores que fazem parte de cooperativas conseguem melhores condições junto aos fornecedores de insumos. Tendo em vista que a renda da produção aumenta, o agricultor consegue recrutar mão de obra para a época da colheita, ainda que a custo elevado. Os custos elevados de contratação de mão de obra levam o agricultor a contratar mão de obra ociosa na região além de pleitear apoio oficial para contratação de estudantes durante o período de safra. Uma vez que a atividade de produção de vinho artesanal está crescendo, as entidades oficiais de assistência técnica se mantêm presentes junto ao setor e começam a oferecer programas de capacitação focados nas necessidades específicas de Jundiaí. Os agricultores estão na segunda e terceira gerações, com idade média na faixa dos 30/40 anos; os filhos desses agricultores apresentam um perfil executor com algum interesse mas pouco comprometimento na manutenção da atividade em decorrência de dúvidas quanto à sua sustentabilidade no futuro. Embora o agricultor tenha grande desejo de manter a herança familiar de cultivar a uva e produzir vinho, passa a enfrentar o dilema de manutenção da herança familiar *versus* a evolução para um novo contexto de demanda econômica. A produção de vinho artesanal tende a deixar de ser foco para se tornar consequência (agroturismo, restaurante, hospedagem). A manutenção da atividade tende a se manter de forma incentivada.

Cenário 4 – Renascimento

É 2030 e aumenta o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí em relação à de 2015. Cresce o cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho a título de opção de diversificação da renda; o foco do agricultor está na busca por novas tecnologias para aumento de produtividade sem aumento da área de cultivo. O turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem fazem parte do mix de produto porém, o foco do produtor está na profissionalização destes. O produtor considera o aumento da produção de vinho condicionalmente à demanda das opções de comercialização. São consolidadas as regras menos conservadoras para obtenção de linhas de crédito com base na demanda de mercado e não em políticas oficiais de subsídio. Cerca de 75% dos produtores fazem parte de cooperativas assegurando melhores condições junto aos fornecedores de insumos. A força do setor e das suas cooperativas de produtores levam os órgãos oficiais a

criar políticas de fomento às questões de origem e do *terroir*²¹ referente ao vinho de Jundiaí. Tendo em vista que a renda da produção aumenta, o agricultor consegue recrutar mão de obra para a época da colheita, tanto na região como por meio de parcerias com instituições de ensino para contratação de estudantes durante o período de safra. Uma vez que a atividade de produção de vinho artesanal está crescendo, as entidades oficiais de assistência técnica se mantêm presentes junto ao setor e consolidam a oferta de programas de capacitação focados nas necessidades específicas de Jundiaí. Os membros das famílias dos agricultores responsáveis pela gestão do empreendimento visam a profissionalização da atividade buscando no mercado profissionais que possam fazer o negócio da família crescer. O perfil dos parentes do agricultor responsáveis pela gestão do negócio da família é empreendedor e estes têm interesse não só na manutenção da atividade como na diversificação e expansão do negócio da família. O desejo do agricultor em manter a herança familiar de cultivar a uva e produzir vinho deixa de ser prioritário – o aspecto da herança cultural familiar passa a ser um apelo de marketing. A herança familiar da produção de vinho artesanal cede lugar à ênfase na eficiência de processos produtivos, gestão dos custos e comercialização. A atividade tende a renascer com uma nova roupagem.

5.7.7. Identificação de indicadores temporais

De acordo com Ringland (1998), é muito importante saber, o mais breve possível, qual dos diversos cenários está mais próximo do curso da história à medida que esta se desenrola. Algumas vezes essa direção se apresenta como óbvia, especialmente em relação à fatores como a economia em geral porém, outras vezes, os indicadores de maior representatividade para um dado cenário podem ser bastante sutis.

As principais incertezas condicionantes dos cenários propostos estão inseridas nos ambientes econômico/legal e sociocultural; as mudanças pelas quais possam vir a passar são, em geral, sutis e de acompanhamento não muito fácil, visto que necessitam de monitoramento constante, regular e perene. Nesse contexto, é importante lembrar que os fatores econômicos são os que exercem maior impacto, tanto na atividade vitivinícola de Jundiaí propriamente dita, como também influenciando os fatores socioculturais.

Dessa forma, o monitoramento das atividades agrícolas da região no sentido de detectar eventuais aumentos nas áreas de cultivo de frutas como figo, goiaba, caqui, pêssego,

²¹ Referindo-se ao vinho, o termo adquire significados como: "solo apto à produção de um vinho", "um gosto particular que resulta da natureza do solo onde a videira é cultivada" (TONIETTO, 2007)

e morango pode sinalizar aumento da demanda bem como vir a fomentar o crescimento do mercado de frutas em complemento à uva para produção de vinho.

Outro fator importante, porém de difícil monitoramento, é a renda dos vitivinicultores de Jundiaí: aumento da renda pode sinalizar mercado em crescimento; a principal dificuldade de monitoramento está na situação de informalidade de muitos agricultores da região. Outro item a ser monitorado é a questão da oferta de linhas de crédito - tendo em vista que as principais linhas de crédito disponíveis para os agricultores de Jundiaí são oferecidas pelo FEAP/BANAGRO²², um acompanhamento dessas atividades não deve apresentar maiores dificuldades.

Um exemplo da importância do monitoramento regular tanto da disponibilidade de linhas de crédito oficiais e subsidiadas quanto da sua utilização, pode ser observada ao se comparar alguns dos trabalhos científicos ligados ao tema da produção do vinho artesanal em Jundiaí. Enquanto Junqueira Filho (2006, p.67) afirma, no ano de 2006, que “todas as famílias têm desenvolvido sua atividade produtiva sem auxílio financeiro de terceiros, somente com capital próprio”; Otani *et al.* (2011, p. 32) destacam, no ano de 2011, “a importância para o setor da disponibilidade de linhas de crédito oferecidas pelo FEAP para fruticultura, agroindústria e turismo rural”; e Minke (2016) discorre, já em 2016, sobre o potencial de crescimento para o setor possibilitado pela recente aquisição da AVA, por meio de recursos oficiais, “uma estrutura móvel para envase do vinho”. Isso ilustra três situações que retratam a mudança do cenário ao longo de um período de 10 anos.

A questão da participação dos agricultores nas cooperativas de Jundiaí bem como uma maior demanda de assistência técnica oficial são, também, dois outros indicadores a serem monitorados visto que podem sinalizar, ainda que de forma sutil, uma tendência de crescimento da atividade.

Nesse ponto é importante lembrar que o monitoramento dos indicadores acima sugeridos de forma isolada pode não ser suficiente para retratar mudanças significativas no cenário. Por outro lado, se observados de forma integrada e considerando itens do cenário sociocultural, esses indicadores podem se converter em uma ferramenta eficaz no acompanhamento do desenrolar da história.

²² Fundo de Expansão do Agronegócio Paulista – Banco do Agronegócio Familiar - fundo do Governo do Estado de São Paulo, executado pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento, que fortalece e apoia o desenvolvimento dos produtores rurais, pescadores artesanais, suas cooperativas e associações em todo o Estado por meio de linhas de crédito para diversas atividades agropecuárias, subvenção do prêmio de seguro rural e de taxas de juros.

No cenário sociocultural, talvez o fator de maior importância a ser observado como indicador, seja a questão da disponibilidade de mão de obra. Uma forma de acompanhar acontecimentos ligados a esse fator pode ser por meio da observação da demanda pelos cursos e atividades oferecidos pela Escola Técnica Benedito Storani, em Jundiaí bem como pelo monitoramento do número de alunos. Essa instituição oficial de ensino vem desenvolvendo um programa dirigido especificamente à formação de mão de obra especializada na viticultura além da construção de um laboratório especializado na produção do vinho.

Nesse contexto é importante destacar o papel de importância que Governo do Estado de São Paulo pode exercer junto ao setor vitivinícola de Jundiaí. No ano de 2008, por meio da CATI, o Governo do Estado realizou o LUPA - Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agrícola que, desde então, era o único retrato do cenário agropecuário paulista. Neste ano de 2016, a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado anunciou que, a partir do mês de agosto, vem conduzindo uma atualização do LUPA, o que significa um recenseamento com o objetivo de retratar a atual situação do setor. No cenário objeto deste trabalho, tanto a CATI como as Casas de Agricultura podem exercer papel de grande importância no monitoramento regular dos indicadores sugeridos tendo em vista sua capilaridade no atendimento direto oferecido ao agricultor.

A figura 12 ilustra o papel dos indicadores temporais no acompanhamento do desenrolar dos cenários propostos ao longo do curso da história.

Figura 12 - Onde estamos e como acompanhar as evoluções do Setor

FONTE: Elaborado pelo autor

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais deste trabalho buscam sintetizar as contribuições do estudo para o preenchimento das lacunas apontadas pela questão problema de pesquisa. Mais especificamente, duas questões problema guiaram esta pesquisa: (1) “Quais são os fatores determinantes da decisão empresarial do vitivinicultor em Jundiaí de dar continuidade ou não no cultivo da uva para produção de vinho artesanal?”; e (2) “Como poderá ser o cenário da vitivinicultura em Jundiaí em 2030?”. Com base nestas duas questões, este trabalho de pesquisa foi dividido em duas etapas.

Na primeira etapa, inicialmente, por meio de uma pesquisa bibliográfica, o trabalho se propôs a identificar os fatores supostamente determinantes da decisão do vitivinicultor de Jundiaí de dar continuidade ou não no cultivo da uva para produção de vinho, atividade esta recebida como herança cultural de seus antepassados. Foram identificados treze fatores que geraram 13 hipóteses. Essas hipóteses foram testadas por meio de uma pesquisa quantitativa tipo survey efetuada junto ao universo dos 35 agricultores que declararam produzir e comercializar vinho, identificados pelo Censo da Vitivinicultura Paulista 2009. Os resultados das entrevistas foram analisados por meio da estatística descritiva com medidas de frequência para identificar o grau de concordância dos entrevistados em relação às questões e buscar estabelecer aquilo que eles consideram ser mais importante para continuar ou não na produção de vinho. Posteriormente, os resultados foram utilizados para verificar as hipóteses da pesquisa. Como critérios para avaliação das hipóteses foram utilizados os valores das médias juntamente com os percentuais de concordância. Tendo em vista que a média pode sofrer interferência de valores extremos, influenciando a análise, também foram utilizados os percentuais de respostas para cada ponto da escala. A soma dos percentuais das respostas, tanto do lado positivo da concordância quanto do lado negativo, auxiliou na interpretação do resultado.

Das 13 hipóteses lançadas inicialmente, 9 foram suportadas. Dentre os resultados, os principais a serem destacados são os fatores que, na percepção dos produtores, são de maior importância para sua continuação na atividade de produção de vinho artesanal: o fator econômico de disponibilidade de mão de obra qualificada e o fator sociocultural da idade do produtor, juntamente com a disposição dos filhos de dar continuidade no negócio, resultados esses coerentes com os trabalhos de Verdi *et al.* (2009), Otani *et al.* (2012), Otani, Arraes e Verdi (2007), Otani (2010) e Rodrigues (2015). Após esses fatores, aqueles que se mostraram de maior importância são o fator socioeconômico da herança cultural de cultivo da uva para produção de vinho, o fator legal de disponibilidade de linhas de crédito e o fator econômico

de renda obtida por meio da venda do vinho artesanal. Também em coerência com os trabalhos dos mesmos autores, a renda proveniente da produção de uva e vinho artesanal se apresentou como fator determinante da decisão de continuar ou não no exercício da atividade. Os resultados da pesquisa indicaram que grande parte dos produtores não busca o crescimento da produção de vinho devido à falta de demanda; a maioria deles afirmou acreditar ser mais vantajoso produzir outras frutas, a título de diversificação, do que uva para vinho, de tal forma que a renda do negócio da família não dependa apenas da venda do vinho artesanal. Constatou-se, ainda, que todos os produtores consideram que o turismo rural e o enoturismo justificam investimentos para aumento da produção de uva para vinho. A importância da participação dos agricultores em cooperativas se mostrou de grande importância assim como a herança cultural do cultivo da uva para fabricação do vinho artesanal recebida dos antepassados da família. Esses resultados são coerentes com os trabalhos de Otani *et al.* (2007) e Verdi *et al.* (2009).

Finalmente, os resultados da pesquisa não conseguiram suportar as hipóteses de que a venda da terra para uma incorporadora visando à construção de condomínio residencial (custo de oportunidade); o uso de defensivos agrícolas para manejo da videira em uma região periurbana; a falta de variedades de uvas para vinho adaptadas às condições edafo-climáticas de Jundiaí; e a adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA, são condições determinantes para a decisão de do agricultor de dar continuidade ou não na atividade.

Dessa forma, este trabalho cumpriu seu objetivo secundário de identificar os fatores determinantes da decisão do vitivinicultor de Jundiaí em dar continuidade ou não na atividade.

Na segunda etapa, este trabalho forneceu subsídios analíticos e metodológicos para se pensar futuros alternativos para a vitivinicultura em Jundiaí, em 2030. Não se pretendeu prever um único cenário específico (Spers, Wright e Amedomar, 2013) mas sim prospectar fatores condicionantes de quatro cenários futuros diferenciados, resultantes do comportamento dessas condicionantes. Este trabalho utilizou o método Global Business Network (GBN) adaptado, a partir do qual emergiram quatro cenários. Cada um deles é internamente consistente com relação ao futuro e seu principal papel é o de explicitar a avaliação de suposições de planejamento, oferecer suporte à implementação de objetivos e estratégias, permitir a avaliação de alternativas, estimular à criatividade, homogeneização da linguagem e preparar para encarar descontinuidades (Spers, Wright e Amedomar, 2013). A

necessidade da apresentação de descrição detalhada proposta por Godet (1982) e endossada por Silva *et al.* (2013), também é contemplada.

Dois temas ou incertezas puderam ser identificados como dominantes para influenciar o futuro do macroambiente e da estrutura de produção de vinho artesanal em Jundiaí: os contextos econômico/legal e sociocultural, condicionantes dos quatro cenários futuros.

O **cenário 1 – Desaparecimento** indica para 2030 uma situação de renda decorrente da vitivinicultura cada vez menor, relativamente a 2015, com tendência a não cobrir os custos de produção para manutenção da atividade. Mingam as opções de diversificação da renda e as ofertas de linhas especiais de crédito fomentadas pelo poder público ficam muito caras ou são descontinuadas. A idade média do agricultor está na faixa dos 75 anos de idade e seus filhos não têm interesse em dar continuidade ao negócio da família em decorrência de melhores condições de salário em São Paulo e Campinas. Embora o agricultor ainda tenha desejo de manter a herança cultural da família de cultivar a uva para produzir o vinho, a renda oriunda da venda do vinho é insuficiente para sustentação econômica da atividade impactando no seu interesse em manter a herança familiar.

O **cenário 2 – Desafio constante** indica para 2030 uma situação em que o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí se mantém estável, em relação à de 2015, o suficiente para cobrir os custos de produção para manutenção da atividade. O cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho continua sendo uma opção de diversificação da renda e se mantém. As regras para obtenção de linhas de crédito se mantêm nos níveis de 2015. Cerca de 50% dos produtores fazem parte de cooperativas. Os agricultores estão na segunda geração com idade média na faixa dos 40/50 anos; os filhos desses agricultores estão relutantes quanto à manter a produção com dúvidas quanto à sua sustentabilidade no futuro. O agricultor tem desejo de manter a herança familiar de cultivar a uva e produzir vinho porém, a sustentabilidade econômica da atividade não provém da renda gerada pela venda do vinho mas pelo resultado da venda de serviços de valor agregado como loja e cantina.

O **cenário 3 – Produção incentivada** indica que em 2030 aumenta o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí, em relação à de 2015. O cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho aumenta e continua sendo uma opção de diversificação da renda. O agricultor busca opções adicionais de diversificação no turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem objetivando o sustento da atividade. O produtor considera o aumento da produção de vinho tendo em vista

as novas opções de comercialização. As fontes oficiais de financiamentos passam a oferecer linhas de seguro contra granizo e juros reduzidos para empreendimentos ligados ao turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem. Cerca de 50% dos produtores fazem parte de cooperativas. Os agricultores estão na segunda e terceira gerações, com idade média na faixa dos 30/40 anos; os filhos desses agricultores apresentam um perfil executor com algum interesse mas pouco comprometimento na manutenção da atividade em decorrência de dúvidas quanto à sua sustentabilidade no futuro. Embora o agricultor tenha grande desejo de manter a herança familiar de cultivar uva para produzir vinho, passa a enfrentar o dilema de manutenção da herança familiar *versus* a evolução para um novo contexto de demanda econômica. A produção de vinho artesanal deixa de ser foco para se tornar consequência (agroturismo, restaurante, hospedagem).

O **cenário 4 – Renascimento** indica que em 2030 aumenta o nível da renda decorrente da produção de vinho artesanal em Jundiaí, em relação à de 2015. Cresce o cultivo de outras frutas em complemento à cultura da uva para produção de vinho, com foco do agricultor na busca por novas tecnologias para aumento de produtividade sem aumento da área de cultivo. O turismo ecológico, agroturismo, enoturismo e hospedagem fazem parte do mix de produto com foco do produtor na profissionalização destes. O produtor considera o aumento da produção de vinho condicionalmente à demanda das opções de comercialização. Acontece a consolidação das regras menos conservadoras para obtenção de linhas de crédito com base na demanda de mercado e não em políticas oficiais de subsídio. Cerca de 75% dos produtores fazem parte de cooperativas. Os membros das famílias dos agricultores responsáveis pela gestão do empreendimento visam a profissionalização da atividade buscando no mercado profissionais que possam fazer o negócio da família crescer. O perfil dos parentes do agricultor responsáveis pela gestão do negócio da família é empreendedor e estes têm interesse não só na manutenção da atividade como na diversificação e expansão do negócio da família. O desejo do agricultor em manter a herança familiar de cultivar a uva e produzir vinho deixa de ser prioritário – o aspecto da herança cultural familiar passa a ser um apelo de marketing. A herança familiar da produção de vinho artesanal cede lugar à ênfase na eficiência de processos produtivos, gestão dos custos e comercialização. A atividade tende a renascer com uma nova roupagem.

É possível observar, de modo geral, que as perspectivas para a vitivinicultura em Jundiaí, embora incertas podem ser vistas como otimistas. Tendo em vista que: (1) o vinho artesanal produzido na região pode ser incluído no grupo dos chamados vinhos de mesa ou de consumo corrente, e que este tipo de vinho responde por cerca de 80% do consumo nacional

da bebida; (2) e que a situação geográfica de Jundiaí, uma região bucólica, de apelo naturalista, situada entre Campinas e São Paulo, é pouco provável que o cenário 1 venha a se concretizar. O cenário 2, retrata uma situação muito próxima ao cenário atual, em condições de se sustentar com algum apoio do poder público. O cenário 3 também depende do apoio oficial para se sustentar. Por outro lado, para que a situação de desenvolvimento proposta pelo cenário 4 venha a se tornar realidade, um processo gradativo deve acontecer, necessariamente passando pelos cenários 3 e 4.

Nesse contexto, fica claro o papel de importância que o poder público pode desempenhar em apoio a essa tradicional atividade agrícola do estado. Seja por meio do fomento à criação de linhas especiais de crédito voltadas ao seguro rural e de incentivo ao turismo, seja por meio da execução e constante atualização do LUPA como ferramenta de apoio à tomada de decisão dos atores do setor, ou seja por meio da oferta de assistência técnica eficaz e eficiente ao pequeno agricultor.

A partir desses cenários, pode-se identificar oportunidades e ameaças de forma que os pontos fortes e fracos do setor possam ser analisados em cada cenário. Os agricultores também podem fazer uso deste estudo ao analisar, por exemplo, sua maior ou menor participação em cooperativas bem como os impactos que um aumento de demanda pelo vinho artesanal pode gerar. Conforme pontuado por Wright e Spers (2006), estas possíveis situações futuras podem preparar os tomadores de decisão do setor na elaboração de estratégias bem como para lidar com as incertezas de um ambiente em constante mudança com o objetivo de assegurar resultados positivos.

Por fim, há limitações para esta pesquisa que podem, ao mesmo tempo, revelar possíveis opções futuras de estudo. A proposição dos cenários baseou-se principalmente em pesquisa qualitativa, embora a primeira parte do trabalho tenha fornecido dados estatísticos como apoio às descobertas qualitativas. Um maior número de dados quantitativos como, por exemplo, nível de renda, áreas de produção, quantidades produzidas e comercializadas, dentre outros, pode ser incluído na análise com o objetivo de fornecer uma base mais tangível para um planejamento estratégico.

Tendo em mente que o setor vitivinícola de Jundiaí é composto por diversos pequenos empresários agricultores, nas palavras de Ribeiro (2006), ao citar Schoemaker (1995), ao olharmos para o futuro, devemos considerar três características de conhecimento: a) coisas que sabemos, b) coisas que sabemos que não sabemos e c) coisas que não sabemos que sabemos. Vários vieses, tais como confiança excessiva e tendência a buscar evidências confirmatórias contaminam as três características de conhecimento, sendo que a terceira provoca os maiores

estragos nas empresas. Embora não existam técnicas e metodologias à prova de falhas, o enfoque de atenção sobre as duas últimas características acima proporcionará resultados positivos nas empresas. É justamente nesse ponto que o planejamento por cenários se apresenta como solução ideal para as empresas, já que internaliza a busca constante por sinais de mudança, levando em conta as características da sociedade, da economia globalizada e de tantos outros fatores críticos de sucesso, principalmente nesta era do conhecimento.

7. REFERÊNCIAS

- ALBARELLO, C. B.. O Papel do Administrador na Gestão Pública. **Revista Administração / Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões**, Frederico Westphalen, v. 5, n. 9, p.49-71, dez. 2006.
- AMARAL, D. J. do *et al.* Empreendedores e as Estratégias Empreendedoras: A Percepção dos Atores Sociais Frente aos seus Empreendimentos. In: ENCONTRO DA ANPAD, 33., 2009, São Paulo. **Artigo**. São Paulo: Anpad, 2009. p. 01 - 15.
- BARQUETTE, S.; CHAOUBAH, A. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BISPO, C. A. F.. **Uma análise da nova geração de sistemas de apoio à decisão**. 1998. 174 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, SP, 1998. Cap. 1.
- BOAVENTURA, J. M. G.; COSTA, B. K.; FISCHMANN, A. A. Cenários: metodologias e métodos de construção. In: COSTA, B. K.; ALMEIDA, M. I. R. de (Org.) **Estratégia – Direcionando negócios e organizações**. São Paulo: Atlas, 2005.
- BORGES, M. E. N.. A informação como recurso gerencial das organizações na sociedade do conhecimento. **Revista do IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia**, Brasília, v. 24, n. 2, p.01-15, jan. 1995. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewFile/551/500>>. Acesso em: 21 nov. 2015.
- BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.. **Lei Complementar Nº 123, de 14 de Dezembro de 2006**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm#art89>. Acesso em: 03 nov. 2015.
- BRASIL. Lei nº 7678, de 08 de novembro de 1988. Dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, e dá outras providências. **Lei Nº 7.678, de 8 de Novembro de 1988**.. Brasília, 08 nov. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/L7678.htm>. Acesso em: 23 nov. 2015.
- BRASIL. Lei nº 10970, de 12 de novembro de 2004. Altera dispositivos da 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, e dá outras providências. **Lei no 10.970, de 12 de Novembro de 2004**.. Brasília, 12 nov. 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.970.htm>. Acesso em: 23 nov. 2015.
- BRUCH, K. L.; FENSTERSEIFER, J. E.. Análise da tributação incidente na cadeia produtiva do vinho brasileiro. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E

SOCIOLOGIA RURAL, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** .Ribeirão Preto: Sober, 2005. p. 01 - 20.

CARVALHO, F. R. de. **Aplicação de lógica paraconsistente anotada em tomadas de decisão na engenharia de produção**. 2006. 289 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Cap. 1.

CALLADO, A. L. C.. **Modelo de Mensuração de Sustentabilidade Empresarial: Uma Aplicação em Vinícolas Localizadas na Serra Gaúcha**. 2010. 215 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação em Agronegócio, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

CALDWELL, R. L. (EUA). College Of Agriculture And Life Sciences - The University Of Arizona. **Building Scenarios by the GBN Approach**. 2016. Disponível em: <<http://ag.arizona.edu/futures/sce/sce-gbnmethod.html>>. Acesso em: 25 jul. 2016.

CASSARO, A. C.. **Sistemas de Informações para Tomadas de Decisões**. 3ª ed. São Paulo, Brasil: Editora Pioneira Thomson Learning Ltda., 2003. 129 p.

CATI. Coordenadoria de Assistência Técnica Integral. Secretaria de Agricultura e Abastecimento (Org.). **LUPA - Levantamento Censitário das Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo**. 2008. Disponível em: <<http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa/sobreolupa.php>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

CERVO, A.L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA R. **Metodologia Científica**. 6ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CEZARINO, L. O.; CAMPOMAR, M.C. Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais. **Revista Hispeci e Lema**, v. 9, p. 10-12, 2006.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro, RJ: Campus/Elsevier, 2004. 634 p.

CHIAPETTA, R. V.. **A Territorialização do Setor Vitivinícola do Estado de São Paulo (1994-2009): Processo de Institucionalização, Grau de Desenvolvimento Territorial e Papel das Políticas Públicas**. 2010. 177 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Departamento de Instituto de Geociências e Ciências Exatas do Campus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Rio Claro, SP, 2010.

CHIAPETTA, R.V.R; PIRES, E.L.S.. Aglomerações Produtivas, Interesses e Estratégias Recentes dos Atores e das Instituições do Setor Vitivinícola do Estado de São Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL, 14., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** . Rio de Janeiro: Anpur, 2011. p. 1 - 19.

COATES, J. F. Scenario planning. **Technological Forecasting and Social Change**. Nova York, v. 65, n. 1, p. 115-123, set. 2000.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2016.

CORDEIRO, N. R.. **Construção de um modelo de gestão estratégica para organizações prestadoras de serviços utilizando o balanced score card, o gerenciamento de processos e o marketing de relacionamento**. 2001. 171 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

EISENHARDT, K., **Building Theories from Case Study Research**, Academy of Management Review, Vo114, No 4, pgs 535-550, 1989

ESCRIVÃO FILHO, E. **Pequena Empresa e Administração Estratégica: reconhecendo especificidades, restrições e facilitadores com o mapa organizacional**. São Carlos: Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, Tese de Livre Docência, 2006
SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 6., 2001, Bauru. Anais ... Bauru, UNESP

ETZIONI, A.. Mixed-scanning: a "third" approach to decision-making. **Public Administration Review: The American Society for Public Administration**. Chicago, Illinois, USA, p. 385-392. dez. 1967.

FAGUNDES, P.R.S.; VERDI, A.R.; FRANCISCO, Vera Lúcia Ferraz dos S.. Panorama de viticultura brasileira. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 2, n. 4, abr. 2007. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=8929>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

FAHEY, L.; RANDALL, R.M. **Learning from the future – competitive foresight scenarios**. New York: Wiley, 1998.

FIELD, Andy. **Discovering statistics using SPSS**. Sage publications, 2013.

GARVIN, D.A.; ROBERTO, M.A.. What You Don't Know About Making Decisions. **Harvard Business Review**, Watertown, Massachusetts, USA, p.108-116, set. 2001.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOY, A. S. (1995). **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas (RAE/FGV), São Paulo: EAESP/FGV, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr.

GODET, M. The art of scenarios and strategic planning: tools and pitfalls. **Technological Forecasting and Social Change**. Nova York, v. 65, n. 1, p. 3-22, set. 2000.

GODET, M.. From forecasting to 'la prospective' a new way of looking at futures. **Journal Of Forecasting**, [s.l.], v. 1, n. 3, p.293-301, jul. 1982. Wiley-Blackwell.
<http://dx.doi.org/10.1002/for.3980010308>.

GUERRA, C. C. *et al.* **Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos**: Documentos Embrapa nº 48. 2009. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/documentos/doc048.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

GUIN, C.. **Plano diretor: área do Caxambu permanece urbana por 18 meses**. 2016. Disponível em: <<http://www.jj.com.br/noticias-31607-plano-diretor-area-do-caxambu-permanece-urbana-por-18-meses>>. Acesso em: 23 jul. 2016.

HAIR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. Bookman Editora, 2005.

HERNANDES, J. L.; PEDRO JÚNIOR, M. J.. **Sistema de Condução em Manjedoura na forma de “Y” e Cultivo Protegido para a Videira: Boletim Técnico IAC 211**. Campinas: Instituto Agrônômico, 2011.

IBGE, Instituto Brasileiro de Estatística (Ed.). **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001**: Estudos & Pesquisas - Informação Econômica 1. 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa2001.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

IBM, **SPSS Statistics**. < <http://www-03.ibm.com/software/products/pt/spss-statistics>> Acesso em: 15 julho de 2016.

IEA, Instituto de Economia Agrícola (Ed.). **Área e Produção dos Principais Produtos da Agropecuária do Estado de São Paulo: Uva - Jundiaí**. 2015. Disponível em: <http://ciagri.iea.sp.gov.br/nia1/subjetiva.aspx?cod_sis=1&idioma=1>. Acesso em: 22 nov. 2015.

IBRAVIN, Instituto Brasileiro do Vinho -. **Cadastro Vinícola**. 2014. Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/downloads/1426620667.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

INGLEZ DE SOUSA, J.S. *et al.* Uvas para o Brasil. **Piracicaba: FEALQ**, v. 1, 1996.

Jouvenel, H. (2000). A brief methodological guide to scenario building. **Technological Forecasting and Social Change**, 65 (1), 37-48

JUNQUEIRA FILHO, F. O. D.. **A influência da regionalidade como fator de desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Um estudo de caso do APL vinícola de Jundiaí – SP**. 2006. 105 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2006.

KATO, J. M.. Um modelo para a construção de cenários aplicado à Indústria de Transportes Rodoviários de Cargas no Brasil. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 10, n. 2, p.179-197, jul./dez. 2007.

KHERLAKIAN, P.; FUINI, L.L.. A Territorialização dos Loteamentos Fechados no Município de Vinhedo/SP e suas Implicações. **Revista GeoPantanal**, Corumbá, v. 14, n. 8, p.234-252, jan./jun. 2013.

LAZZAROTTO, J. J.; FIORAVANÇO, J. C.. **Comércio Exterior Mundial e Brasileiro de Uva de Mesa: Análise de Indicadores de Competitividade, Tendências e Sazonalidades**: Documentos 80. Bento Gonçalves, RS: Embrapa, 2012.

LEONE, N. M. C. P. G.. As especificidades das pequenas e médias empresas. **Revista de Administração, São Paulo**, v. 34, n. 2, p.91-94, abr./jun. 1999.

LEONE, N. M. C. P. G.. A dimensão física das pequenas e médias empresas (P.M.E's): à procura de um critério homogeneizador. **Revista de Administração de Empresas** (ERA/FGV), São Paulo: EAESP/FGV, v. 31, n. 2, p. 53-59, abr./jun. 1991.

LIMA, J., P., R. Cachaça Artesanal e Vinhos Finos no Nordeste: Desafios, Potencialidades e Indicações de Políticas. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 37, nº 4, jul-set. 2006 p. 609-628.

LINDBLOM, C. E.. The science of "muddling through". **Public Administration Review: The American Society for Public Administration**. Chicago, Illinois, USA, p. 79-88. maio 1959.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. (2002). **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. (2003). **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura mundial: principais países e posição do Brasil**: Comunicado Técnico 121. Bento Gonçalves, RS: Embrapa, 2012. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot121.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2006**. Bento Gonçalves, RS: Embrapa, 2007. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/panorama2006_vitivinicultura.pdf>. Acesso em: 20 novembro 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2007**. Bento Gonçalves, RS: Embrapa, 2008. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/panorama2007_vitivinicultura.pdf>. Acesso em: 20 novembro 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2009**. Bento Gonçalves, RS: Embrapa, 2009. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/panorama2008_vitivinicultura.pdf>. Acesso em: 20 novembro 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2010**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2012**: Comunicado Técnico 137. Bento Gonçalves: Embrapa, 2013. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot137.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2013**: Comunicado Técnico 156. Bento Goonçalves: Embrapa, 2014. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot156.pdf>>. Acesso em: 20 novembro 2015.

MELLO, L. M. R. de. **Panorama da Vitivinicultura brasileira 2014**. 2015. Disponível em: <<http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1025934>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

MINKE, P.. **Cooperativa de Jundiaí adquire envasadora móvel de vinho, inédita no País, pelo Projeto Microbacias II**. 2016. Disponível em: <<http://www.agricultura.sp.gov.br/noticias/cooperativa-de-jundiai-adquire-enzasadora-movel-de-vinho-inedita-no-pais-pelo-projeto-microbacias-ii/>>. Acesso em: 18 jul. 2016.

MONITOR COMPANY GROUP (EUA) (Ed.). **Introduction so Scenario Planning**. 2008. Disponível em: <[file:///C:/Users/Elainec/Downloads/Overview of Scenario Planning PreRead_v12.pdf](file:///C:/Users/Elainec/Downloads/Overview%20of%20Scenario%20Planning%20PreRead_v12.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2016.

MORITZ, G. O.; NUNES, R. S.; PEREIRA, M. F.. **Os métodos de prospecção de cenários e sua aplicação nas organizações**: Um estudo de caso no período 1998-2008. Estratégia das Organizações - Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <[xa.yimg.com/kq/groups/20727090/47758778/name/Diagnostico+do+Ambiente+Organizacional\[1\].pdf](http://www.yimg.com/kq/groups/20727090/47758778/name/Diagnostico+do+Ambiente+Organizacional[1].pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2014.

OIV, Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (Ed.). **World Vitiviniculture Situation**. 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/secretariaprofuturo/Desktop/Report_Mainz_Congress_2015_OIV_EN.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2015.

OTANI, M. N.; ARRAES, N. M.; VERDI, A.. Organização e Sustentabilidade da Agricultura Familiar em Espaços Peri-urbanos: O Caso da Vitivinicultura de Jundiaí. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 45., 2007, Londrina. **Apresentação oral**. Londrina: Sober, 2007. p. 1 - 15.

OTANI, M. N.. **Estratégias de Reprodução Social em Áreas Periurbanas: Os Produtores de Vinho Artesanal Comercial em Jundiaí**. 2010. 104 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Agrícola, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

OTANI, M. N. *et al.* Ambiente Institucional da Vinicultura Artesanal em Jundiaí, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 41, n. 3, p.25-36, mar. 2011.

OTANI, M. N. *et al.* Circuito das Frutas Paulista: Caracterização Socioeconômica. **Informações Econômicas**, São Paulo, SP, v. 42, n. 3, p.50-64, jun. 2012.

PAPA FILHO, S.; VANALLE, R. M. O uso da informação como recurso estratégico de tomada de decisão. **Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, v. 22, p. 2002, 2002.

PIRES, E. J. P.; MARTINS, F. P. Técnicas de cultivo. In: POMMER, C. V. **Uva: tecnologia de produção, pós-colheita, mercado**. Porto Alegre: Cinco continentes, 2003. p.351-388.

PORTER, M. E.. **Estratégia Competitiva**: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1986. 362 p. 28ª Tiragem.

PORTO, C.. Macrocenários da Amazônia 2000-2020. **Parcerias Estratégicas**, v. 6, n. 12, p. 185-213, 2010.

PORTO, G. S.. **A Decisão Empresarial de Desenvolvimento Tecnológico por Meio da Cooperação Empresa-Universidade**. 2000. 252 f. Tese (Doutorado) - Curso de Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Departamento de Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2000.

PROTAS, J. F. S.; CAMARGO, U. A.; MELLO, L. M. R. de. **A vitivinicultura brasileira: realidade e perspectivas**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/>>. Acesso em: 26 maio 2014.

RIBEIRO, M.de P. M.. Planejamento por cenários: uma ferramenta para a era do conhecimento. **Revista Intersaberes**, Curitiba, v. 1, n. 1, p.186-202, jan./jun. 2006. Semestral.

RICCI, G. L.. Estudo Sobre as Especificidades das Pequenas e Médias Empresas Hoteleiras da Região Central do Estado de São Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 31., 2011, Belo Horizonte. **Artigo**. Belo Horizonte: Abepro, 2011. p. 1 - 15.

RINGLAND, G.. **Scenario Planning**: Managing for the future. Chinchester: John Wiley & Sons, 1998.

ROCHA, P.; VERDI, A.; FRANCISCO, V. L. F. S.. Panorama da Vitivinicultura Brasileira. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 2, n. 4, p.01-07, abr. 2007.

RODRIGUES, V. L. G. S.. **Os caseiros de Vinhedo**: empregados doméstico e trabalhador rural. 2004. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/09O438.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

ROSA, S. E. S. da; SIMÕES, P. M. **Desafios da vitivinicultura brasileira**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 19, p. 67-90, mar. 2004 P.67-90

ROSA, S. E. S. da. **Panorama do Setor de Bebidas no Brasil**. Rio de Janeiro: BNDES Setorial. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2607/1/BS_23_Panorama_do_Setor_de_Bebidas_no_Brasil_P.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2015.

ROUBELAT, F. Scenario planning as a networking process. **Technological Forecasting and Social Change**, Nova York, v. 65, n. 1, p. 99-112, set. 2000.

SAATY, T. L.. Decision making with the analytic hierarchy process. **International Journal of Services Sciences**. Olney, Bucks, United Kingdom, p. 83-98. jan. 2008.

SAMPIERI, R., COLLADO, H., LUCIO, C. F., Pilar B. **Metodologia de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SÃO PAULO (Estado). **Decreto nº 48162, de 03 de julho de 1967**. Dispões sobre normas para a regionalização das atividades da administração estadual. Decreto Nº 48.162, de 03/07/1967. São Paulo, SP, 03 jul. 1967. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/1967/decreto-48162-03.07.1967.html>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

SÃO PAULO (Estado). **Decreto nº 47180, de 02 de outubro de 2002**. Institui o Projeto "Circuito das Frutas". Decreto N. 47.180, de 2 de Outubro de 2002. São Paulo, SP, Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2002/decreto-47180-02.10.2002.html>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

SÃO PAULO. SECRETARIA DE AGRICULTURA E ABASTECIMENTO. (Ed.). **FEAP Crédito e Seguro Rural**. 2016. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjzPzqNu4rOAhUC6xQKHVT4DUAQFggmMAI&url=http://www.agricultura.sp.gov.br/media/13375-condicoes-gerais-dos-financiamentos-feap-banagro-15-04-2016.doc&usq=AFQjCNE0OsvzuYsYkpOnd4gDOiA8QN381g&sig2=BcJ89s3UWjDpu8Aj-Fh3Qg&bvm=bv.127984354,d.ZGg>>. Acesso em: 23 jul. 2016.

SATO, G. S.; ALVES, H. S.; STREHLAU, V.. Estratégias de las Vinícolas en el Estado de São Paulo, Brasil: Un Estudio de Casos Múltiples. In: EAAAE SEMINAR "SPATIAL DYNAMICS IN AGRI-FOOD SYSTEMS: IMPLICATIONS FOR SUSTAINABILITY AND CONSUMER WELFARE", 116., 2010, Parma (italy). **Paper**. Parma (italy): Eaae, 2010. p. 1 - 13.

SEADE. **Sistema Estadual de Análise de Dados**. Disponível em <<http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/perfil.php>>. Acesso em 28 nov. 2015.

SCHNEIDER, S.. Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. **Revista de Economia Política**, Porto Alegre, v. 30, n. 3, p.511-531, jul./set. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rep/v30n3/a09v30n3.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

SCHOEMAKER, P. J. H. Scenario Planning: A Tool for Strategic Thinking. **Sloan Management Review**, Boston, v. 36, n. 2, p. 25-40. Winter, 1995.

SCHWARTZ, P. **A arte da visão de longo prazo**. São Paulo: Nova Cultural, 2000.

SILVA, A. T. B. da; SPERS, R. G.; WRIGHT, J. T. C.. A elaboração de cenários na gestão estratégica das organizações: um estudo bibliográfico. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, Sc, v. 14, n. 32, p.31-34, abr. 2012.

SILVA, A. T. B. da *et al.* Cenários prospectivos para o comércio internacional de etanol em 2020. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 48, n. 4, p.727-738, out./nov./dez. 2013. Trimestral.

SILVA, J. G. da; VILARINHO, C.; DALE, P. J.. Turismo em Áreas Rurais: Suas Possibilidades e Limitações no Brasil. **Caderno CRH**, Salvador, v. 11, n. 28, p.131-155, jan./jun. 1998. Quadrimestral. Disponível em:

<<http://www.cadernocrh.ufba.br/viewarticle.php?id=214&layout=abstract>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

SILVA, R. O. da. **Teorias da Administração**. São Paulo, Sp: Pioneira Thomson Learning, 2001. 523 p.

SOUZA, O.C.. **Desenho e Análise da Cadeia Produtiva dos vinhos finos da serra gaúcha**. 2001. 181 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia, Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, SP, 2001.

SPERS, R. G.; WRIGHT, J. T. C.; AMEDOMAR, A. A.. Scenarios for the Milk production chain in Brazil in 2020. **Revista de Administração da USP, RAUSP**, São Paulo, SP, v. 48, n. 2, p.254-267, abr/mai/jun. 2013.

TEIXEIRA, E. C.. **O Papel das Políticas Públicas no Desenvolvimento Local e na Transformação da Realidade**. 2002. Disponível em:
<http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/aatr2/a_pdf/03_aatr_pp_papel.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2015.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é Terroir?** Bon Vivant, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, abr. 2007.

TRUONG, Q. D.. **The Global Wine Industry I: An Overview**. Danvers: Global Aginvesting, 2012. 14 p.

VALENT, J. Z.; VALENT, V. D.. 14474 - A Educação Ambiental dos Vitivinicultores de Porto Alegre/RS. **Caderno de Agroecologia**, Porto Alegre, v. 8, n. 2, p.1-5, nov. 2013. Resumos do VII Congresso Brasileiro de Agroecologia - Porto Alegre/RS - 25 a 28/11/2013.

VAN DER HEIJDEN, K. **Planejamento por cenários: arte da conversação estratégica**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VERDI, A. R. *et al.*, Arranjo Produtivo Local: identificação das possibilidades da viticultura na Região de Campinas. **Agricultura em São Paulo**. São Paulo, v.52, n.2: p.73-86, 2005.

VERDI, A. R. *et al.* Desenvolvimento Territorial da Aglomeração Vitivinícola de Jundiaí: Quais Recursos Valorizar? In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Artigo**. Porto Alegre: SOBER, 2009. p. 1 - 12.

VERDI, A. R. *et al.* Caracterização Socioeconômica e Perfil Produtivo da Produção de Uva e Vinho Artesanal no Município de Jundiaí, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 40, n. 5, p.24-33, maio 2010 (a).

VERDI, A. R. *et al.* **Revitalização da Cadeia Vitivinícola Paulista: Competitividade, Governança e Sustentabilidade**. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola, 2010 (b). 173 p. Projeto FAPESP 2006/51949-7.

VERDI, A. R. *et al.* Cadeia Vitivinícola Paulista. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 59, n.1, p. 79-95, jan./jun. 2012.

VERDI, A. R. *et al.* **Revitalização da Cadeia Vitivinícola Paulista**. 2007. Análises e Indicadores do Agronegócio, v.2, n.1, jan.2007. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=8353>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

VIANA, R. B. *et al.* Uma Análise da Produção Acadêmica Relacionada à Construção de Cenários Para a Formulação de Estratégia Organizacional, Utilizando os Anais do ENANPAD de 2000 A 2011. **Revista da Faculdade de Administração e Economia**, São Paulo, v. 4, n. 2, p.124-140, 30 jun. 2013. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-9583/refae.v4n2p124-140>.

WRIGHT, J. T. C.; GIOVINAZZO, R. A. Delphi - Uma ferramenta de apoio ao planejamento estratégico. **Revista de Gestão USP: Cadernos de Pesquisa em Administração**, São Paulo, SP, v. 1, n. 12, p.54-65, 2º trim.2000.

WRIGHT, J. T. C.; SPERS, R. G. O país no futuro: aspectos metodológicos e cenários. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 20, n. 56, p. 13-28, jan.-abr. 2006

YOSHIDA, N. D.. **A prospecção do futuro como suporte à busca de informações para a decisão empresarial: um estudo exploratório**. 2011. 206 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Departamento de Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

ZAMARIOLI, R.; BENZE, R. P.; ESCRIVÃO FILHO, E.. Participação e Tomada de Decisão na Pequena Empresa: Estudo Multi-Casos em Três Empresas Industriais do Ramo Metalúrgico de Ribeirão Preto - SP. In: SIMPÓSIO INTERINSTITUCIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO BOLSÃO SUL-MATO-GROSSENSE E NOROESTE PAULISTA, 2., 2003, Três Lagoas. **Anais...** . Três Lagoas: FIRB-UFMS-FAISA-FIU, 2003. p. 1 - 15.

8. ANEXO

Questionário

Durante muitos anos a região de Jundiaí foi considerada a principal produtora de uva e vinho do Estado de São Paulo. A partir do início dos anos 2000, a produção sofreu sensível redução e hoje se mantém estável. Esta pesquisa faz parte do Programa de Pós Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP e tem por objetivo estudar a produção de uva e vinho em Jundiaí, visando desenhar possíveis cenários para um horizonte de 15 anos. Sua participação é voluntária. Você pode desistir de participar a qualquer momento durante as respostas às questões, caso assim decida. Caso seja do seu interesse, enviaremos por e-mail os resultados finais da pesquisa. Os dados obtidos serão usados exclusivamente para fins acadêmicos. Garantimos o anonimato e confidencialidade das suas respostas, e asseguramos que o tratamento dos dados é estatístico. Desde já, muito obrigado pelo seu tempo e gentileza.

Nome do produtor: _____

E-mail do produtor: _____

Telefone do produtor: _____

Data da entrevista: _____

		Não se aplica	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não tenho opinião	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	A renda proveniente da produção de uva e vinho artesanal em Jundiaí é um fator importante para a decisão de continuar na atividade.						
2	A falta mão de obra qualificada na região de Jundiaí para atender a produção, em especial durante a colheita, é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
3	A idade dos agricultores e a falta de interesse dos filhos em dar continuidade ao negócio da família é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
4	É mais rentável vender a propriedade para uma incorporadora que construirá um condomínio, se mudar para a cidade e viver dos rendimentos da venda da terra.						
5	É mais vantajoso vender a maior parte da propriedade e manter apenas um pequeno espaço para produção que atenda uma cantina e uma adega.						

6	A disponibilidade de linhas de crédito apropriadas e a juros competitivos é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
7	A oferta de assistência técnica gratuita por parte do poder público é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
8	A qualidade da uva para vinho produzida em outras regiões é superior à da uva produzida em Jundiaí.						
9	A demanda pelo vinho artesanal produzido em Jundiaí não justifica o crescimento da produção.						
10	É mais vantajoso produzir outras frutas do que uva para vinho.						
11	O turismo rural justifica investimentos para aumento da produção de uva para vinho.						
12	O hábito cultural de origem italiana, herdada dos antepassados, de cultivar uva para fazer vinho para o consumo familiar é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
13	A falta de articulação entre os produtores de vinho de Jundiaí e demais organizações envolvidas com a cadeia de produção do vinho dificultam o crescimento do setor.						
14	O valor dos impostos cobrados sobre o vinho produzido no Estado de São Paulo inviabilizam qualquer possibilidade de crescimento da produção de uva para produção de vinho.						
15	Conduzo a produção do mesmo jeito que sempre fiz no passado.						
16	O uso de defensivos químicos no manejo da videira em uma região urbana ou muito próximo à uma região urbana é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
17	A adequação da produção e do envase do vinho artesanal aos padrões estabelecidos pelo MAPA é um fator importante para a decisão de continuar na atividade em Jundiaí.						
18	O custo de oportunidade, seja pela venda da terra, seja pela produção de outras frutas além da uva, é um fator importante para a decisão de continuar na produção de vinho artesanal em Jundiaí.						
19	Estou sempre de olho no mercado e nos meus concorrentes.						