

DESENVOLVIMENTO DE CLUSTER PELA VALORIZAÇÃO TERRITORIAL: O CASO DO VALE DA UVA E DO VINHO EM SANTA CATARINA

José Elmar Feger, Mestrando, amurc@cni.unc.br
FURB, Mestrado Desenv. Regional, FURB, Blumenau, SC, Brasil

Luiz César Batista, Mestrando, amurc@cni.unc.br
FURB, Mestrado Desenv. Regional, FURB, Blumenau, SC, Brasil

Edgar Becker, Mestrando, amurc@cni.unc.br
FURB, Mestrado Desenv. Regional, FURB, Blumenau, SC, Brasil

Nelson Casarotto Filho, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina, CTC/EPS, Bairro Trindade, 88049400, Florianópolis, SC, Brasil –
casarott@eps.ufsc.br

Abstract

This paper analyses the region of Vale do Rio do Peixe in Santa Catarina, Brazil, to implement a regional trade mark “Vale da Uva e do Vinho” in a territorial development project. The region produces vine since 1960, but in the last 20 years, the production and quality fell down. It’s necessary to implement a plan to create value to the vine of the region. This paper concerns about this.

Palavras-chave: cluster, regional development, small enterprises.

1 - INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem a intenção de avaliar o complexo industrial voltado para a vitivinicultura na região do Vale do Rio do Peixe, localizado no meio oeste do Estado de Santa Catarina. O objetivo principal é analisar a cadeia produtiva da indústria do vinho, buscando avaliar a idéia de se criar uma marca regional que possa dar maiores condições de competitividade do produto no mercado globalizado. Este estudo se justifica pela importância que o setor vinícola tem para a referida região, que se caracteriza como a maior produtora de vinho do estado. O setor representa um grande gerador de divisas e empregos ocupando pessoas tanto no meio urbano como no rural.

2 – DESENVOLVIMENTO REGIONAL E CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO.

Neste capítulo pretende-se abordar as questões que dizem respeito ao desenvolvimento regional e as características da região objeto deste trabalho. Inicialmente se fará uma abordagem relativa a espaço, região e desenvolvimento. Acredita-se ser importante esta introdução a fim de um melhor entendimento do assunto abordado neste texto. Num segundo momento se fará uma descrição das características da região objeto deste estudo.

2.1 – Microrregião e Desenvolvimento.

Atualmente, levando-se em conta os efeitos da globalização, alguns pesquisadores como Casarotto (2001) estão trabalhando com o conceito de Desenvolvimento Local

Integrado e Sustentável. Os argumentos utilizados em defesa desta tese são os de que não é possível haver desenvolvimento somente com o crescimento econômico, fator extremamente importante, mas que sozinho, não leva ao desenvolvimento. É preciso levar em conta além do capital da forma que é conhecido pelos economistas, também o capital humano, que significa a capacitação e o conhecimento das pessoas, o capital social, que se relaciona com a estrutura e a capacidade de integração dos diversos atores de forma a trabalhar conjuntamente e organizar-se através de entidades representativas, e o capital ecológico, que diz respeito à utilização racional dos recursos disponíveis na natureza, a preocupação com a manutenção e ocupação dos espaços naturais, dentro dos princípios da sustentabilidade ambiental. Desenvolvimento é então o “crescimento” destes capitais de forma conjunta e articulada.

O desenvolvimento nessa abordagem só pode ocorrer localmente, pois a existência destes capitais está intimamente relacionada com a ocupação de um espaço. Para competir neste mundo globalizado é preciso que cada região, ou local, procure identificar os seus fatores de sucesso e que os utilize para criar valores comparativos permitindo assim concorrer com as diversas regiões do mundo, tendo produtos diferenciados. É necessário ainda, para que haja desenvolvimento, a integração das diversas instituições públicas e privadas, em torno de um projeto comum, cada qual desempenhando o seu papel a fim de que o processo ocorra de forma harmônica e planejada.

A fim de competir com maior eficácia, as regiões vêm se organizando no que vem a ser configurado como “cluster”, que *são concentrações geográficas de empresas interconectadas e instituições em torno de um segmento.* (Porter, 1999), estendendo-se a jusante, a montante e lateralmente à vocação regional. Para ser considerada como tal, é preciso que a região seja verticalizada e que as empresas sejam desverticalizadas. Ou seja, que as empresas sejam especializadas em parte do processo, contando com a parceria de outras empresas na região para que possam obter ganhos de escala.

Para que as regiões possam ser competitivas é necessário, segundo Casarotto (2001) que possuam um sistema econômico local estruturado, dele fazendo parte os governos locais e estaduais, um fórum de desenvolvimento com a função de articulador dos projetos regionais através da integração das instituições de suporte e instituições de pesquisa. É necessário que haja atuação conjunta dos segmentos empresariais de pequeno e médio porte através de associações, consórcios de produção ou exportação, ou que as empresas de menor porte estejam atreladas a uma rede de grandes empresas, que haja oferta de crédito facilitado através de cooperativas de garantia de crédito e dos bancos de desenvolvimento e comerciais. Importante ainda são a existência na região, de um observatório econômico e centro tecnológico capazes respectivamente de avaliar o mercado internacional e gerar conhecimentos capazes de elevar os níveis de produtividade das empresas. Todos esses agentes atuando de forma interconectada, permitem a competitividade da região e das suas empresas.

Neste trabalho, pretende-se iniciar uma discussão da estruturação de forma embrionária de um “cluster” de vitivinicultura na região, e analisar a possibilidade de criar uma marca regional para o vinho, capaz de colocá-lo com maior facilidade no mercado internacional.

2.2 – Características da Região

A região, objeto deste trabalho, corresponde à formada pelos municípios de Videira, Tangará e Pinheiro Preto, no Vale do Rio do Peixe, em Santa Catarina. A seguir será feita uma pequena referência histórica e caracterização econômica dos três municípios.

Videira: A colonização de Videira teve início em 1918, na então vila de Rio das Pedras. Em 31 de dezembro de 1943 é criado o município de Videira. O nome Videira

deve-se ao fato de ser o município um grande centro vinicultor do Estado. Já em 1913, antes mesmo de se radicarem os primeiros colonos, foi colhido um cacho de uva pesando 1.300 gramas. O progresso na constituição de novos parreirais deu surgimento à primeira Festa da Uva em 1942. Desde então, o evento está no calendário de promoções do município.

Tangará, antiga Rio Bonito, teve início em 1910 com a inauguração de uma parada de trens pela Companhia construtora da Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande do Sul. Imigrantes de origem portuguesa foram os primeiros moradores da "Estação do Rio Bonito". À partir de 1920 com a chegada de imigrantes italianos e alemães iniciou-se oficialmente a colonização da então "Vila Rio Bonito". Em 30 de dezembro de 1948 teve autonomia política de Campos novos ficando com o nome de "Tangará".

A colonização de Pinheiro Preto teve início em 1917 com a chegada de seus primeiros colonizadores. Os primeiros italianos vieram em 1921 desenvolvendo a cultura da uva, hoje considerada a melhor do estado.

A área total da região é de 857,4 km² sendo o município de Tangará o que possui maior área com 413 km². No que diz respeito a população, o município de Videira possui o maior contingente populacional com 41.543 habitantes. A população total da região objeto de estudo é de 53.001 habitantes.

A região tem como base econômica a fruticultura e a criação de suínos e aves, além da agricultura com os cultivos principalmente de milho.

2.3 – Breve Histórico da Vitivinicultura no Estado de Santa Catarina

Na síntese anual da Agricultura de Santa Catarina 1999-2000, encontram-se referências quanto ao início da exploração do setor no estado. O início da atividade remonta ao ano de 1878, na ilha de Santa Catarina. No sul do estado foi introduzida em 1878 e nos municípios de Mafra e Itaiópolis em 1893. O grande incremento ocorreu com a vinda de agricultores de origem italiana oriundos da Serra Gaúcha para o Vale do Rio do Peixe. A maior concentração de produtores de uva e vinho está na região do Vale do Rio do Peixe, em Videira e municípios vizinhos, embora a cultura seja encontrada em todo o estado. Também destaca-se a região carbonífera, com os municípios de Urussanga e arredores.

A área cultivada no estado é de 3.276 hectares, com o envolvimento de 3.614 produtores e uma produção estimada na safra 98/99 de 48.368 toneladas. Estão instaladas 42 cantinas comerciais, que produzem anualmente entre 15 e 20 milhões de litros de vinho. É explorada em pequenas propriedades, geralmente utilizando mão de obra familiar tendo importante papel no contexto sócio-econômico do estado.

Conforme levantamento feito junto ao Sindicato de Vitivinicultores da Região, existem na mesma, 27 cantinas, ou seja, 64% do total instalado no estado, com 1408,17 hectares plantados, correspondendo a 43% da área cultivada com uva no estado. A produção de vinho na região atinge o montante de 14.568.028 litros, sendo o município de Pinheiro Preto o maior produtor com 7.152.275 litros. Na tabela 1 são apresentados os dados levantados nos municípios através do sindicato. O município de Pinheiro Preto também se destaca com a maior área plantada da região.

Em nível nacional o estado ocupa o terceiro lugar em produção de uva e o segundo na produção de vinho.

A produção é basicamente de uvas do tipo comum e híbrida. As maiores cultivares em área, são do tipo Isabel e Niagara, com características para vinificação, consumo in natura e algumas para suco. Esta dupla ou tripla finalidade permite ao produtor escolher o destino da produção, que pode ser ao mercado do consumo in natura ou industrialização, dependendo do preço.

Há um estreito relacionamento entre os produtores de Santa Catarina com os do Rio Grande do Sul, com a comercialização de uvas e vinhos a granel entre os produtores dos dois estados. Vem crescendo nos últimos anos a compra de uva do Rio Grande do Sul, para suprir a necessidade da indústria catarinense.

Município	Área plantada	Vinho produzido	Cantinas
Videira	465,54	5.187.076	9
Tangará	442,73	2.228.677	4
Pinheiro Preto	499,90	7.152.275	14
TOTAL	1.408,17	14.568.028	27

Fonte: Sindicato Vitivinicultores

TABELA 1 – Número de Cantinas, área plantada e vinho produzido

Nos períodos mais recentes vem crescendo, especialmente na região do Vale do Rio do Peixe, a integração entre o setor público, produtores e suas representações e as cantinas, representadas pelo seu Sindicato. O funcionamento da Câmara Setorial da Uva e do Vinho transformou-se no fórum adequado para os debates sobre o estabelecimento de políticas para o setor e o estabelecimento de parcerias. Como exemplo pode-se citar o selo de qualidade que vem sendo implantado no estado especialmente na região objeto do presente estudo, visando criar um diferencial competitivo para o vinho da região.

O setor carece de maior integração entre os produtores e indústria. Percebe-se que as ações e atitudes adotadas vem permitindo um avanço nesse sentido principalmente no que se refere à fiscalização do processo produtivo, à garantia da qualidade, à modernização das indústrias e à implantação de novos parreirais.

3 – Um “cluster” de vitivinicultura no Vale do Rio do Peixe

Neste capítulo pretende-se realizar um diagnóstico da região, principalmente no que se refere a estrutura de um “cluster” permitindo que se possa avaliar a sua atual situação e as perspectivas quanto ao futuro da produção vinícola da região.

3.1 – Caracterização do “cluster”

Será analisado o sistema econômico local, quanto a sua estruturação.

Participação do Poder Público: O primeiro ponto que se irá analisar é a participação dos governos locais e estaduais no sentido de apoiar o desenvolvimento do setor. Observa-se de certa forma o interesse dos órgãos municipais e estaduais em apoiar o setor, com programas de incentivo à produção de uvas, a criação da câmara setorial da uva e do vinho, como fórum de debate para as políticas do setor. Muito já se conseguiu andar no sentido de valorizar a produção local como a adoção do selo de qualidade ainda em implantação, mas muito ainda precisa ser feito para que haja uma integração total do setor público com o setor privado a fim de que se fortaleça ainda mais este ponto.

Associação de empresas: Na região existe o Sindicato dos Vinicultores de Santa Catarina, contando com a participação de empresas de todo o estado, porém, como a região concentra o maior número tem forte presença nas decisões do setor. Além do sindicato das empresas, é bastante atuante o sindicato dos trabalhadores rurais da região, com preocupação constante na melhoria do processo produtivo, tomando iniciativas que vão desde treinamentos até missões técnicas a fim de buscar novos modelos de produção. Estas iniciativas tem incentivado os agricultores a implantar a cultura de uvas viníferas com um maior valor para a indústria, permitindo a produção de vinhos mais nobres.

Instituições de Suporte: Como instituições de suporte para a região, pode-se citar a UNOESC campus de Videira, que tem atuado no sentido de apoiar as empresas na formação de mão de obra administrativa, além dos órgãos técnicos da agricultura nos

municípios que apóiam os produtores. Além destes podemos citar ainda o SENAR que tem auxiliado na formação da mão de obra mais técnica através de cursos e seminários.

Instituições de Pesquisa: No município de Videira existe o Centro de Pesquisas da Epagri que vem desenvolvendo pesquisas no sentido de melhorar a qualidade da produção de uvas e vinho, também sendo o responsável pelo acompanhamento das empresas inscritas para receber o selo de qualidade, processo bastante rigoroso para as empresas, que prevê um acompanhamento desde o tratamento das parreiras, colheita da uva até o processo de fabricação. Também atua na região com enólogos fazendo a avaliação da qualidade do vinho produzido.

Observatório Econômico: A região dispõe, através do Sindicato, de informações de mercado e de produção. Sua articulação com as demais instituições de suporte técnico e governamental é significativa. No entanto carece de informações mais precisas quanto ao mercado internacional, principalmente faltando uma estrutura mais efetiva que auxilie os produtores a implantar novas cultivares e identifique um mercado adequado para esta produção.

Centro Tecnológico: A região carece de um centro tecnológico capaz de desenvolver novos processos de produção. A existência do centro de pesquisas da Epagri auxilia em muito mas, no entanto, é necessária uma atuação mais efetiva na modernização do processo produtivo.

Recursos Financeiros: No que diz respeito ao crédito, não existe na região uma instituição de garantia de crédito exclusiva para o setor. Como instituições financeiras podem-se citar as cooperativas que auxiliam tecnicamente e financeiramente os produtores, e as instituições oficiais de crédito, como o Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, além da atuação das demais instituições bancárias. Também atuam na região o banco do Fomento do Estado o BADESC e o BRDE no apoio às empresas. Especificamente no caso da implantação de parreiras o Banco do Brasil através do PRONAF vem apoiando a implantação de novas áreas.

Consórcios de PME: Embora atuem em conjunto na busca de políticas mais adequadas para o setor, as empresas ainda são muito verticalizadas, atuando de forma isolada no mercado. O interesse cada vez maior pelo selo de qualidade demonstra a vontade de cada empresa conseguir um diferencial de mercado. No entanto, quando se trata em conseguir um volume maior de produção para atender grandes redes varejistas no país, ainda encontram dificuldades pois carecem de escala produtiva. Ainda assim não estão propensas ao trabalho em conjunto para atender grandes mercados e exportação. Nesse sentido as articulações ainda precisam ser mais efetivas.

Redes de Grandes Empresas (Supply Chain): Existem na região empresas de médio porte e, em geral, há uma certa articulação entre os produtores rurais e as indústrias e também comércio entre as empresas. Mas ainda é insipiente, pois se trata de um relacionamento apenas comercial, no sentido de atender necessidades momentâneas da produção. Falta uma articulação mais efetiva como estratégia empresarial, visando ao incremento da qualidade e capacidade de atuação no mercado. As empresas em sua maioria são de cunho familiar e as disputas entre elas pelo mercado, ainda é muito grande.

Fórum de Desenvolvimento: Como instituição articuladora dos diversos atores sociais, ainda está em formação sem a necessária capacidade de articular todos os envolvidos em torno de uma estratégia de desenvolvimento regional. Resta um grande caminho de aprendizado e envolvimento para que a comunidade regional determine um rumo comum para o desenvolvimento.

Conclui-se que a região, do ponto de vista de uma estruturação em forma de “cluster” possui algumas características importantes. Tem um grande número de produtores envolvidos na cultura da uva e do vinho. É um setor econômico importante do ponto de vista econômico e social. Existem na região algumas instituições de suporte e de

pesquisa atuando e auxiliando na melhoria da qualidade do produto. Existe um início de articulação entre os sindicatos e instituições técnicas no sentido de introduzir um selo de qualidade para o vinho, tendo aproximadamente 5 empresas participando do processo. O interesse dos produtores (alguns) em implantar cultivares mais voltados para a produção de vinho caracteriza o interesse em investir no setor. A região possui vinhos premiados em concursos estaduais e nacionais, o que demonstra a qualidade dos vinhos ali produzidos.

A região carece de uma atuação mais integrada entre os diversos atores para que venha a se configurar efetivamente como um “cluster”, fato não só exclusivo para a região, como foi constatado pelo estudo realizado pela FIA/USP designado de “Análise Prospectiva da Vitivinicultura Brasileira” para todo o país.

3.2 – Cadeia Produtiva do Vinho

Analisando-se a cadeia produtiva, percebe-se que ainda falta a integração de uma infinidade de atividades a fim de verticalizar a região. As empresas atualmente produzem grande parte da uva consumida na indústria, embora já façam contratos de parceria com agricultores garantindo a compra da produção. Ainda compram grande quantidade de uva do Rio Grande do Sul, o que pressupõe oportunidade para produção local.

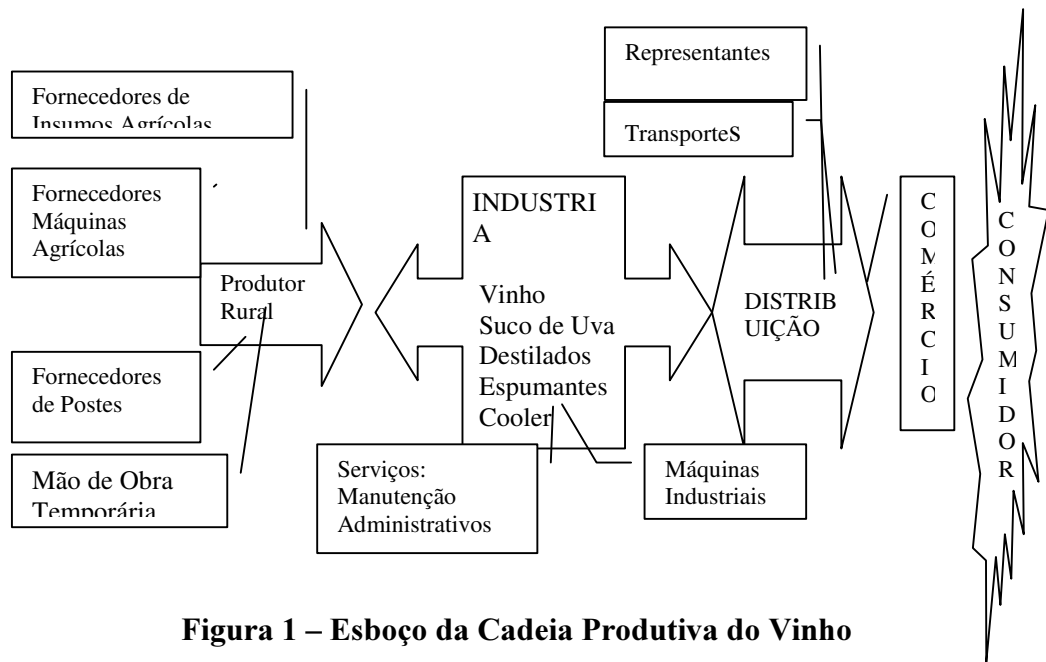


Figura 1 – Esboço da Cadeia Produtiva do Vinho

Embora a produção de uva na região seja significativa em termos de estado, não permite ganho de escala para outras empresas fornecedoras, como de máquinas e equipamentos, tanto agrícolas como industriais. A manutenção e transporte são feitos pelas próprias empresas não abrindo espaço significativo para a implantação de empresas especializadas.

A região tem vocação para a produção de uvas e vinhos. O incentivo e a integração dos fatores de produção, com um direcionamento adequado e compartilhado pelos atores envolvidos no processo deverá dar maior possibilidade ao crescimento do setor.

Nas condições atuais, em virtude da necessidade de escala de produção muitos serviços que poderiam ser desenvolvidos regionalmente vem de outras localidades.

3.3 – Diagnóstico para uma marca regional

A marca de um produto tem relação direta com a garantia de sua qualidade e potencializa a sua entrada no mercado. Como se viu, neste momento da globalização é preciso competir com diversos produtos em nível internacional. Criar uma imagem de produto relacionado com uma região no segmento de vinhos, e pode-se citar o vinho do

porto como exemplo, possibilita garantir a atuação de várias empresas e abrangência de uma região muito maior em vendas, inclusive o fornecimento a grandes consumidores como é o caso das grandes redes de supermercados que estão entrando no Brasil.

As empresas que atuam no setor vinícola da região objeto do presente estudo são de pequeno e médio porte, todas tendo que fazer um grande esforço de vendas a fim de conquistar uma fatia do mercado nacional.

No quadro 1 se fará uma análise dos pontos fortes e fracos da região com vistas a identificar a possibilidade de criação de uma marca regional que possa ser utilizada em rede pelas vinícolas da região, possibilitando atender outros mercados ainda não conquistados. Não se pretende que as vinícolas deixem de utilizar suas marcas, mas que possam agir de forma conjunta na divulgação de uma marca que caracterize a região e possa dar condições de competitividade com os concorrentes nacionais e internacionais.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Grande concentração de indústrias e produtores de uva. • Existência de órgão de pesquisa na região capaz de garantir qualidade • Adesão de empresas para conseguirem o selo de qualidade do vinho • Criação e participação das empresas na Câmara setorial do Vinho e da uva • Sindicato das indústrias atuante • Sindicato dos produtores rurais atuante • Bom conhecimento técnico da produção • Comunidade conhece os processos de produção de uva e vinho • Mão de obra formada • Existência de áreas disponíveis para a produção • Agricultores implantando novos cultivares na região 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de maior integração entre produtores e industriais • Falta de uma visão coletiva quanto ao desenvolvimento da vitivinicultura na região • Falta de maior integração entre os industriais a fim de explorar melhor o mercado • Falta de investimentos na modernização do parque industrial • Pouca adesão ao processo de qualificação do processo produtivo, garantindo o uso do selo de qualidade do vinho por todas as empresas • Falta de um diagnóstico preciso da atividade no estado de Santa Catarina.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Existência de crédito para implantação de novos parreirais • Existência de parceria com os governos do estado e municipais • O mercado do vinho e sucos está em crescimento • O aumento do consumo de vinhos mais nobres (hoje muitos importados) • A possibilidade de ampliar e diversificar a produção de derivados da uva, como uva passa, destilados, etc... 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento das indústrias no Rio Grande do Sul • A entrada de vinhos importados • A indefinição política dos governos • A instabilidade econômica

Quadro 1: Pontos fortes e fracos da região

Analisando-se os aspectos mercadológicos e a estrutura atual da região pode-se concluir que a mesma tem possibilidade de implantar uma marca regional e trabalhar no sentido de divulgá-la em nível nacional.

Um dos fatores que mais contribui para esta possibilidade é a criação do selo de qualidade, ainda inédito no Brasil. A adesão por um número maior de empresas da região e a atuação conjunta na sua divulgação poderá ser o princípio do fortalecimento da imagem regional como produtora de vinhos de qualidade.

A própria sistemática de controle e avaliação da produção, por parte dos técnicos que credenciam as empresas a utilizarem o selo de qualidade, garantiria a produção de um produto homogêneo.

A integração dos municípios em torno de um roteiro turístico adotando a temática da uva e do vinho, com o nome de Vale do Vinho pode ser um fator positivo na criação de uma marca regional, a exemplo do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul.

A abertura de algumas vinícolas, com a devida preparação para receber visitantes, aproveitando a possibilidade de receber turistas e a estruturação de pontos de vendas de vinhos da região em vários locais, possibilitará reforçar ainda mais a possibilidade comercial do vinho. O turismo ainda está sendo pouco explorado pelas vinícolas. Somente nos últimos cinco anos vem sendo considerada como uma forma de ampliar a comercialização. A região desde o final dos anos 80 vem trabalhando na implementação do turismo, principalmente adotando a temática do Contestado, conflito ocorrido no início dos anos 1900, em torno do ano de 1912, deixando vários pontos de interesse histórico na região.

A fundação de Turismo Vale do Contestado, criada com o objetivo de fortalecer o turismo regional, vem trabalhando incessantemente na fixação do nome Vale do Contestado, denominação já conhecida no trade turístico nacional. A referida fundação conta hoje com o engajamento de aproximadamente 30 municípios da região.

Como sugestão, aproveitando as articulações e mídia já feitos, e para evitar confundir com o Vale dos Vinhedos, pode-se sugerir como marca regional o nome de “Vinhos do Contestado”, de forma que possa ser identificado com esta região especificamente.

Com a adoção do selo de qualidade e a divulgação conjunta pelas empresas, esta marca pode vir a ser conhecida nacionalmente, inclusive permitindo que as empresas ganhem capacidade de escala para entrar em mercados mais seletos e atender grandes redes de supermercados nacionais, além de poder ingressar no mercado internacional.

4 – Conclusão

Conclui-se este trabalho, percebendo as possibilidades de mercado que a vitivinicultura ainda oferece no Brasil, principalmente em se tratando da oferta de vinhos finos. Vê-se, também, que ainda existem possibilidades de se explorar outros produtos derivados da uva.

Quanto à criação de uma marca regional capaz de levar a produção do vinho a outras regiões do país e que possa ser identificada com a qualidade da produção local, percebe-se como potencialmente viável. Vários são os prêmios auferidos pelos industriais locais, no entanto são pouco divulgados em nível nacional. Neste sentido, com uma marca comum, seria reduzido o risco de impossibilitar atender a demanda, além de reforçar a idéia de que a região produz bons vinhos, o que por sua vez poderá auxiliar as diversas empresas em suas próprias marcas.

Porém, paralelamente à estruturação da marca, é preciso investir na produção de uvas, evitando-se a importação de uvas de outros estados, o que poderia aumentar a oferta de trabalho na região, além de proporcionar maior possibilidade de controle sobre a produção da matéria prima.

5 – Bibliografia

- CASAROTTO Filho, N. e PIRES, L.H (2001).– Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local 2^o ed., São Paulo, Atlas.
- FEGER, José Elmar (2000). **Turismo de Terceira Idade: Um Potencial Inexplorado no Meio Oeste de Santa Catarina**. Joaçaba, UNOESC (monografia).
- FIA/USP (2000) **Análise Prospectiva da Vitivinicultura Brasileira**, FIA/USP.
- LENZI, Cristiano Luis (2000) **O Modelo Catarinense de Desenvolvimento: uma idéia em mutação?** Blumenau, Edifurb.
- PORTER, M. (1999) **Competição**, Rio, Campus.

RAUD, Cécile (1999). **Indústria, território e meio ambiente no Brasil**. Florianópolis, Editora da UFSC, Blumenau, Editora da FURB.

UERJ - Espaço, Território e Territorialidade. In: Revista Departamento de Geografia – UERJ No. 1