



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E
CONTÁBEIS - ICEAC
CURSO DE COMÉRCIO EXTERIOR

ISABELLA CARDOSO DE ARAUJO

VINHOS BRASILEIROS, UMA ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE

Santa Vitória do Palmar

2022

ISABELLA CARDOSO DE ARAUJO

VINHOS BRASILEIROS, UMA ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel, pelo Curso de Comércio Exterior da Universidade Federal do Rio Grande - FURG.

Orientador: Prof^ªDra Lívia Madeira Triaca.

Santa Vitória do Palmar

2022

Isabella Cardoso de Araujo

VINHOS BRASILEIROS, UMA ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel, pelo Curso de Comércio Exterior da Universidade Federal do Rio Grande - FURG.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

Profº. ... - Orientador

Profº. Dr. ... - Membro

Profº. Dr. ... - Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por estar sempre ao meu lado me trazendo paz e discernimento nos momentos difíceis e de ansiedade. A mim por não ter desistido mesmo quando o cansaço e o desgaste se fizeram presentes, tendo perseverado nas responsabilidades e deveres. Agradeço os meus pais e familiares por me apoiarem mesmo estando longe. Aos meus amigos e colegas de casa, Ana Flávia, Rodrigo e Wesley por estarem comigo sempre que precisei de alguma ajuda. A minha orientadora a professora Livia M Triaca pela disposição e paciência para me auxiliar na elaboração do presente trabalho, sanando minhas dúvidas e orientando meus passos. Agradeço também a todos os professores e funcionários da FURG que auxiliam não apenas a formação de profissionais, mas de pessoas. A educação transforma vidas.

"Aceite o que a vida lhe oferece e tente beber de todas as taças. Todos os vinhos devem ser provados; alguns apenas sorvidos, mas outros, beba toda a garrafa."

(Paulo Coelho)

RESUMO

Nas últimas décadas é possível observar um crescimento no setor vitivinícola brasileiro, que veio se desenvolver além das regiões tradicionais para locais com situações edafoclimáticas e métodos de cultivos não convencionais. Juntamente a este processo têm-se uma maior abertura do Brasil ao comércio internacional que vêm trazer consigo mais competição no mercado e um consumidor mais rigoroso, dessa forma levando o produtor nacional a fabricar um produto de maior qualidade. O objetivo do presente trabalho é de realizar uma análise geral sobre a dimensão e os fatores que influenciam o desenvolvimento e a produção dos vinhos finos no Brasil, e ademais busca analisar a participação do produto doméstico no mercado internacional e sua posição no mesmo. O trabalho baseia-se na pesquisa quantitativa e sua metodologia se consiste na análise descritiva e utilização dos índices de Posição Relativa de Mercado, Vantagem Comparativa Relevada Simétrica, Indicador de Desempenho e Taxa de Cobertura. A pesquisa veio demonstrar que, o panorama geral do mercado de vinhos brasileiro, quanto sua inserção e competição internacional, não obteve resultados favoráveis as exportações e participação no mercado, por sua vez evidenciando um perfil nacional fortemente importador.

Palavras-chave: Vitivinícola; Mercado de vinhos; Exportação; Importação.

ABSTRACT

In the last decade it is possible to observe a growth in the Brazilian wine sector, which has developed beyond the traditional regions to places with edaphoclimatic situations and unconventional cultivation methods. Along with this process, there is a greater opening of Brazil to international trade, which brings with it more competition in the market and a more rigorous consumer, thus leading the national producer to manufacture a higher quality product. The objective of the present work is to carry out a general analysis of the dimension and factors that influence the development and production of fine wines in Brazil, and also seeks to analyze the share of the domestic product in the international market and its position in it. The work is based on quantitative research and its methodology consists of a descriptive analysis and use of Relative Market Position, Symmetric Relevant Comparative Advantage, Performance Indicator and Coverage Rate. The research demonstrates that, the general panorama of the Brazilian wine market, regarding its insertion and international competition, did not obtain favorable results for exports and market share, in turn showing a strong importer national profile.

Keywords: Viticulture; Wine market; Export; Import.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exportações de vinhos em dólares de 2010 a 2020 do estado do Rio Grande do Sul e do total brasileiro.....	26
Figura 2 - Exportações de vinhos em quilogramas de 2010 a 2020 do estado do Rio Grande do Sul e do total brasileiro.....	27
Figura 3 - Exportação gaúcha de vinhos em quilogramas.....	28
Figura 4 - Área plantada de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.....	29
Figura 5 - Área colhida de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.....	29
Figura 6 - Rendimento médio anual dos produtos das lavouras (Quilogramas por Hectare) – 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.....	30
Figura 7 - Exportação brasileira de vinhos - Região Nordeste em quilogramas.....	31
Figura 8 - Cinco maiores países que importaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (HS: 2204) em toneladas.....	32
Figura 9 - Cinco maiores países que exportaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (HS:2204) em toneladas.....	32
Figura 10 - Exportações e Importações de vinhos em dólares, de 2010 a 2020.....	33
Figura 11 - Importação vitivinícola por NCM em dólares de 2010 à 2020.....	34
Figura 12 - Importação vitivinícola por NCM em quilogramas de 2010 à 2020.....	34
Figura 13 - Exportação geral de vinhos do Brasil.....	35
Figura 14 - Importação geral de vinhos do Brasil.....	36
Figura 15 - Índice POS, mercado de vinhos 2010-20.....	37
Figura 16 - Índice VCR e VCRS, mercado de vinhos 2010-20.....	38
Figura 17 - Índice DES, mercado de vinhos 2010-20.....	39
Figura 18 - Índice TC, mercado de vinhos 2010-20.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Índices POS, VCR e VCRS, DES e TC do mercado de vinhos brasileiro de 2010 a 2020.....	37
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	14
2.1 O setor vitivinícola no Brasil.....	14
2.2 O mercado vitivinícola	17
2.3 Questões políticas e o agronegócio	19
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 Análise de dados	23
3.2 Dados.....	25
4 RESULTADOS	26
4.1 Análise descritiva do setor vitivinícola brasileiro	26
4.2 Análise do cálculo de índices	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
REFERÊNCIAS	42
APÊNDICE A – DADOS TABELADOS.....	47

1 INTRODUÇÃO

O vinho é uma produção milenar, sendo o cultivo da uva uma das culturas mais antigas da civilização humana datada desde quando o homem se tornou sedentário e passou a dominar o plantio das espécies vegetais. Ao longo da História o produto possuiu diversos papéis, sendo parte integrante de lendas, cerimônias e celebrações religiosas, servindo como indicador de status social, como objeto de troca e valor, constituindo traço cultural de uma determinada região e entre outros (BONATO, 2020). Anteriormente produzido em pequenas quantidades destinado apenas para o consumo local, o vinho veio a se tornar um produto importante economicamente para a balança comercial internacional se estendendo a todos os continentes (CASTILLO; VILLANUEVA; GARCÍA-CORTIJO, 2016).

O Brasil caracteriza uma nação onde o setor agroindustrial constitui uma das atividades econômicas mais importantes e significativas para o PIB nacional. A área total com videiras plantadas no país em 2019 foi de 75.731ha (IBGE, 2020), havendo polos de vinhas temperadas, subtropicais e tropicais. Sendo produzido nos últimos anos uma média de 1,2 milhões de toneladas anualmente pelo setor vitivinícola brasileiro, onde do total por volta de 45% das uvas cultivadas foram destinadas para produzir vinhos e sucos (PROTAS, 2008). Atualmente este setor é marcado por sua diversidade produtiva, onde a partir de 1970 ocorreu um intenso processo de aprimoramento do produto nacional, em especial a partir da década de 90 com a abertura comercial. O setor segundo BONATO (2020) vem passando por mudanças importantes, em principal quanto ao aumento da competitividade em decorrência a globalização, o surgimento de novos polos vitivinícolas e mudanças na demanda.

Segundo Campbell e Gilbert (2006) a produção que antes estava concentrada no chamada “Velho Mundo”, os países europeus, agora passou a ser observado novos participantes no mercado internacional. Em que além dos vinhos do “Velho Mundo” e do “Novo Mundo”, recentemente passou-se a ter os vinhos do chamado “Novo-Novo-Mundo” composto por regiões como o Brasil, Hungria, Bulgária, Índia, Norte da África, China, Geórgia e Ucrânia (CNCCEF, 2009).

O mercado de vinhos constitui um setor bastante volátil, cujas características vem depender da qualidade dos produtos, e de estratégias de diferenciação como as certificações de origem ou propriedade industrial (DEBASTINI; LEITE; JUNIOR; BOELHOWER, 2015). No Brasil Camargo, Tonietto e Hoffmann (2011) afirmam que as modificações sofridas por as regiões tradicionais ao longo de seus períodos evolutivos em seus sistemas de produção ocorreram devido as exigências e oportunidades de mercado, as novas regiões produtoras, a

influência da pesquisa como suporte para o empreendedorismo do vitivinicultor e as tecnologias foram o que possibilitaram o atual nível desse setor nacional.

Assim, histórica e tradicionalmente a produção de vinhos brasileiros está concentrada na região sul, em especial no Rio Grande do Sul, devido ao forte processo de imigração italiana no estado. Essa região representa cerca de 90% da produção de vinhos do Brasil, somando em 2016 cerca de 60% da área vitícola (FARIAS, 2016). Mas mesmo com a concentração produtora de vinhos nessa região, nas últimas décadas o Brasil vem presenciando o surgimento de novas regiões produtoras de vinho, dentre elas a região nordeste com o Submédio do São Francisco, que vem possuir características edafoclimáticas bastante distintas das consideradas tradicionais, estando muito próxima a linha do Equador (BONATO, 2020). Dessa forma essa região veio se tornar uma das maiores produtoras de uvas e vinhos, atrás da região sul, no Brasil.

Para Kalil (2016) a distribuição espacial da produção vitivinícola no globo vem resultar de um processo de interações complexas entre fatores sociais e naturais aos quais levaram à ascensão e declínio das regiões produtoras. Mudanças sociais, culturais e econômicas podem causar o desaparecimento de uma região produtora; a produção vinícola nos dias atuais vem ocorrer em regiões não tradicionais anteriormente tidas como de aceitação improvável, várias regiões vêm se beneficiar de climas e condições que as distinguem dentre outras, mas a ação antrópica se demonstra determinante para o sucesso da vinha e vinho.

Com a produção de vinhos finos nacionais cada vez mais diferenciados e de alta qualidade há a possibilidade de maior representatividade nos mercados interno e internacional, evidenciando dessa maneira um maior crescimento para o produto nacional. Todavia tanto no mercado interno quanto no exterior o Brasil ainda possui um caráter pouco competitivo no setor, entre as questões relativas as causas para a pouca competitividade dos vinhos finos nacionais em ambos os mercados estão ligados fatores como a alta taxa tributária incidente sobre o vinho produzido no país, a falta de uma política eficaz de propaganda creditaria ao produto nacional, e a falta de incentivo com uma isenção nos impostos de importação para os insumos, maquinário e equipamentos semelhantes ao dos países concorrentes e entre outros (PROTAS, 2008).

Somado a esses fatores, o Brasil ainda possui um caráter fortemente importador, nas quais as importações de vinho no Brasil vieram crescer significativamente na última década. Assim no início da década de 90 as importações não passavam de 10 milhões de litros, enquanto que em 2000 chegaram a atingir os 30 milhões de litros, alcançando em 2015 a marca de 80 milhões de litros importados (SILVA, 2016).

Nesse contexto o objetivo do presente trabalho é buscar realizar uma análise do setor vitivinícola brasileiro quanto ao mercado de vinhos internacional, e a sua inserção e competitividade dentro deste mercado, observando sua evolução.

O presente trabalho está dividido em quatro seções além desta introdução. Em um primeiro momento, há uma contextualização histórica sobre o setor e a produção de vinhos no Brasil, explorando o mercado, questões econômicas e políticas do agronegócio. Posteriormente, na terceira seção, é apresentada a metodologia, na quarta seção são apresentados os resultados, aprofundando na análise descritiva dos índices de forma a se obter uma perspectiva atual sobre os vinhos brasileiros, suas tendências e participação no mercado internacional. Por fim, na quinta e última seção são feitas as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O setor vitivinícola no Brasil

O plantio da uva, a chamada viticultura se iniciou no Brasil com a vinda dos colonizadores portugueses no século XVI permanecendo como uma cultura doméstica até o fim do século XIX (DEBASTINI, LEITE, WEIBER JUNIOR E BOELHOUWER, 2015). De acordo com Braga e Alzer (2005) o primeiro registro desse cultivo ocorreu no ano de 1532 na capitania de São Vicente pelo fidalgo português Brás Cubas. No entanto, Bonato (2020) acrescenta que apesar de trazida pelos portugueses a viticultura só se tornou relevante no âmbito socioeconômico com a imigração italiana a partir de uvas americanas deixando as, até então usadas, variedades europeias. Ademais Camargo, Tonietto e Hoffmann (2011) também contextualizam a viticultura como uma atividade comercial iniciada a partir do início do século XX, período da imigração, e acrescentam que,

Até a década de 1960, a viticultura brasileira ficou limitada às regiões Sul e Sudeste. A partir daí a uva alastrou-se como uma alternativa econômica em diversas regiões tropicais do País e ganhou nova dimensão nas zonas temperadas de cultivo (CAMARGO, TONIETTO E HOFFMANN 2011, p. 144).

Até os anos de 1950, essa atividade estava restrita aos três estados da região Sul, ao leste de São Paulo e ao sul de Minas Gerais (CAMARGO; TONIETTO; HOFFMAN, 2011). A partir desse momento, houve a ampliação da fronteira vitícola brasileira, de acordo com Wendler (2009), na década de 60 a uva “Itália” passou a ser introduzida com êxito no semiárido do Vale do Submédio São Francisco, dando início à viticultura tropical no Brasil e introduzindo essa região na viticultura. Debastini, Weiber Junior e Boelhouwer (2015) ressaltam que apesar da produção de vinhos finos brasileiros ter historicamente sua origem exclusiva no Rio Grande do Sul, onde a colheita se realiza uma vez ao ano nos meses de janeiro e fevereiro, a partir da década de 80 com essa nova fronteira do Submédio São Francisco o clima quente, juntamente com as novas tecnologias de cultivo e de irrigação permitem com que haja mais de uma safra ao ano, e proporcionam a produção de vinhos finos também na região do semiárido (DEBASTINI, LEITE, WEIBER JUNIOR E BOELHOUWER, 2015). Já quanto as regiões tradicionais,

[...] os sistemas tradicionais de produção foram sendo modificados ao longo dos anos, em função das oportunidades e exigências do mercado. A pesquisa deu suporte ao

empreendedorismo do viticultor brasileiro, aportando tecnologias sem a quais não seria possível atingir o atual nível de desenvolvimento do setor (CAMARGO; TONIETTO; HOFFMANN, 2011, p. 145).

Ademais, os autores Camargo, Tonietto e Hoffmann (2011) ainda destacam a grande evolução apresentada pela viticultura brasileira nos últimos 50 anos, partindo de uma produção tradicional e restrita a um sistema de manejo com um ciclo por ano para uma ampliação e avanço à novas regiões e a uma maior diversificação de cultivares e sistemas de produção.

Assim como a maioria dos países produtores vitivinícolas, o Brasil teve em seu processo diferentes fases evolutivas, de 1870 a 1920 teve a primeira geração da implementação da vitivinicultura e dos vinhos de americanas, de 1930 a 1960 a segunda geração da diversificação de produtos e dos vinhos híbridos e de viníferas, de 1970 a 1990 a terceira geração com o incremento de qualidade e dos vinhos varietais, e pôr fim a partir dos anos 2000 a quarta geração da identidade do vinho brasileiro e dos vinhos de qualidade produzidos em regiões específicas e determinadas (TONIETTO, 2003). Assim a partir da década de 70 até o fim dos anos 90 houve o chamado “período de incremento de qualidade” proposto por Tonietto e Mello (2001), onde seu auge se deu com a abertura comercial nos anos 90 quando o país, a fim de enfrentar a concorrência internacional, elegeu como estratégia de competição o incremento de qualidade de seus produtos vitivinícolas (PROTAS, 2008). Dessa forma com o passar dos anos o país vem observando uma mudança no seu mapa vitivinícola, com o cultivo em novas regiões cada vez mais próximas à linha do Equador. Além dos polos tradicionais desse cultivo, se sucedeu novos polos voltados a tecnologia e focados na produção de variedades *vitis vinífera* com o intento de se obter vinhos finos e de qualidade (PROTAS, 2008).

Guerra (2017) vem apontar quatro situações territoriais, edáficas e climáticas distintas entre si que geram diversidade dos vinhos brasileiros; três estão na região Sul os “vinhos de mosaico” originários da região montanhosa da Serra Gaúcha, os “vinhos de outono” produzidos em planaltos de altitude no Rio Grande do Sul e Santa Catarina e os “vinhos continentais” cultivados nas regiões de fronteira entre o Rio Grande do Sul com o Uruguai e Argentina, enquanto a quarta região, e a mais recente, é a dos ‘vinhos tropicais’ obtidos em regiões de altitude ou semiáridas como o Vale do Submédio do São Francisco entre Pernambuco e Bahia, existe também dentro da classificação dos “vinhos tropicais” os “vinhos de inverno” procedentes de zonas intertropicais de altitude como o sul de Minas Gerais e Espírito Santo do Pinhal no estado de São Paulo.

Havendo a necessidade do melhoramento da qualidade do produto nacional, foram surgindo entidades, associações, instituições que objetivaram o desenvolvimento de técnicas

mais eficazes de cultivo das videiras, do aperfeiçoamento da genética das variedades de uva que se adaptaram as diversas regiões climáticas brasileiras, instituições como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) Uva e Vinho, o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN) e a União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA), (DEBASTINI; LEITE; WEIBER JUNIOR; BOELHOUWER, 2015).

Pode-se concluir que os anos 90 trouxeram um novo período na produção vitivinícola de vinhos finos brasileiros. Houve o início do desenvolvimento das Indicações Geográficas, a partir de um trabalho desenvolvido pela EMBRAPA Uva e Vinho com a finalidade de estimular a valorização dos vinhos nacionais através do instrumento da propriedade industrial (TONIETTO, 1993). Na crescente necessidade de atender um novo perfil de consumidor vitivinícola com a abertura comercial da década de 90, que trouxe maior competição com produtos diferenciados, houve um estímulo aos viticultores a buscar por melhoria e uma maior diferenciação de seus produtos, agregando novos elementos de qualidade aos vinhos domésticos (TONIETTO, 2003).

Por fim, o último período proposto por Tonietto e Mello (2001) se dá dos anos 2000 até atualmente e é chamado de “afirmação da identidade regional”, este é um resultado e consequência direta do processo de globalização, utilizando-se dos meios das Indicações Geográficas como uma estratégia para diferenciação e valorização de origem. As indicações tiveram seu marco inicial em 2002 a partir do reconhecimento pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) da indicação de procedência do Vale dos Vinhedos, mais atualmente, já há outras regiões reconhecidas como Pinto Bandeira (RS), o Vale da Uva Goethe (SC), entre outros.

Debastini et al., (2015) afirma que no Brasil há dois tipos mais expressivos de vinhos produzidos sendo eles os de mesa e os finos, onde do total produzido em vinhos brasileiros 20% são de vinhos finos originários de viníferas europeias, enquanto 80% são de vinhos de mesa originários de variedades de uvas americanas e híbridas. De acordo com Camargo, Tonietto e Hoffmann (2011) há no Brasil uma grande variabilidade genética, com mais de 120 variedades de *Vitis vinífera* e mais de 40 de uvas americanas.

Ademais, os bons resultados das regiões consideradas não tradicionais vêm suprimir o conceito obsoleto de que só se é possível cultivar e produzir vinhos finos de viníferas finas entre os paralelos de 30° e 50° (BONATO, 2020).

2.2 O mercado vitivinícola

Os mercados são o fruto da especialização e por consequência da necessidade de intercâmbio do excedente produtivo (WANQUIL,; MIELI; SCHULTZ, 2010). Seguindo a teoria econômica clássica e neoclássica o controle do mercado se dá pela lei da oferta e demanda, todavia essas teorias carecem ao não contemplar a relação de agentes de redes de produtos que possuem apelo emocional, como se faz no caso do vinho (BONATO, 2020). E para isso Abramovay (2004) vem entender o mercado como um fato histórico com localização geográfica e composto por entidades vivas, dessa forma desprezando as propostas de teorias anteriores que caracterizavam o mercado apenas como um mecanismo de coordenação.

As últimas décadas foram expressivas ao remodelar significativamente o mercado do vinho, através da liberalização dos mercados, mudanças na demanda e o surgimento de novos países produtores (CASTILLO; VILANUEVA; GACÍA-CORTIJO, 2016). O setor vitivinícola brasileiro possui a característica de ser altamente diversificado, formado por várias cadeias produtivas que trazem como consequência a segmentação do mercado consumidor; enquanto o mercado externo se mostra bastante dinâmico (SILVA, 2016).

O Brasil vem ganhando espaço em relação as exportações de seus vinhos finos, fator ao qual a IBRAVIN atribui ao aperfeiçoamento do produto nacional e a ações de promoção e maior exposição do Brasil internacionalmente (SILVA, 2016). Segundo Sato (2008) os vinhos finos brasileiros tem sido, a partir dos anos 90, reconhecidos internacionalmente devido a premiações nacionais e internacionais. Tal resultado vem indicar o investimento que as vinícolas brasileiras têm realizado na busca por alcançar uma qualidade nos padrões internacionais, assim as diferentes características de clima, solo, variedade de cultivares, sistemas de produção e de vinificação e envelhecimento, das distintas regiões brasileiras são o que possibilitam a produção de vinhos com uma ampla variedade de características como sabor, aroma e outras peculiaridades, e são o conjunto de características que constitui uma das qualidades da atual vitivinicultura brasileira (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017).

Todavia o país ainda possui um caráter altamente importador,

Os vinhos importados são oriundos, principalmente, do Chile e dos países que compõem o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), com destaque para a Argentina. Em 2015, aproximadamente 61% dos vinhos importados pelo Brasil eram provenientes desses dois países. Também é significativa a quantidade de vinho importado de alguns países europeus, com destaque para Portugal e Itália, que em 2015, responderam por aproximadamente 12% e 11%, respectivamente, do vinho que entrou no mercado brasileiro. (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017, p. 25)

Segundo Debastini, Weiber Junior e Boelhouwer (2015) no mercado nacional o principal produto é o vinho de mesa, que embarca cerca de 80% da produção nacional e é realizado a partir de variedades de uvas americanas. Rosa e Simões (2004) apontam essa característica do mercado interno brasileiro como um fator de diferenciação do mercado internacional de vinhos onde os principais produtores têm em sua produção de variedades de uvas viníferas.

Camargo, Tonietto e Hoffmann. (2011) discutem que nos últimos anos houve bastante avanço no setor vitivinícola brasileiro através da produção integrada de uvas finas e de mesa, do surgimento e definição das indicações geográficas para a produção dos vinhos finos e da produção orgânica da uva, vinho e sucos. Assim a introdução das viníferas em diferentes climas e territórios auxilia na produção de vinhos finos de uma melhor qualidade o que por sua vez possibilita uma maior representatividade em ambos no mercado interno quanto o externo, além de evidenciar o potencial de crescimento desse produto (DEBASTINI; WEIBER JUNIOR; BOELHOUWER, 2015).

Gargioni e Ben (2009) apresentam como outra característica de diferenciação do mercado brasileiro o fato do consumo *per capita* médio de vinho no Brasil ser de em torno de 2 litros apenas, enquanto em países vizinhos como Argentina e Uruguai, o consumo é superior a 30 litros por pessoa. Esse baixo consumo doméstico, de acordo com Hoeckel, Freitas e Feistel (2017), é um dos problemas que afetam o desenvolvimento do mercado interno vitivinícola nacional, juntamente ao incremento do vinho estrangeiro com redução de alíquotas de importação, ocorridas com a abertura comercial, e a alta carga tributária incidente sobre o produto doméstico. Esses pontos fazem com que o equilíbrio de preço e qualidade do produto seja um ponto de dificuldade de gerenciamento para a competição do produtor nacional.

Mesmo com as dificuldades o mercado de vinhos brasileiro vem incrementando sua qualidade nos tipos de vinhos produzidos na busca por maior reconhecimento de seus vinhos finos doméstica e internacionalmente, o país conseguiu entrar na rota de reconhecimento da qualidade de seus produtos no mercado internacional, onde em 2018 ocupou, segundo a Organização Internacional da Vinha e do Vinho – OIV (2018), a décima quinta posição de produção com 3,4 milhões de hectolitros no total anual, e este mesmo ano 302 rótulos brasileiros, entre espumantes e vinhos, receberam títulos em premiações nacionais, valor 80% superior ao ano anterior, sendo o terceiro melhor resultado brasileiro desde 2007 (IBRAVIN, 2018 apud BONATO, 2020). O Brasil tem se mostrado excepcional em sua capacidade para produzir vinhos de qualidade, sendo atualmente considerado como uma das melhores regiões do mundo para se cultivar uvas destinadas a produção de vinhos e espumantes (MELLO, 2011).

No que tange o consumo no mercado interno, dois fatores vão moldar o perfil brasileiro com relação aos vinhos, e ao mesmo tempo mostrar seu potencial de incremento: o país essencialmente cervejeiro e a resposta do vinho a renda populacional (ALMEIDA; BRAGAGNOLO; CHAGAS, 2015). Adicionado a essas questões, cerca de 80% do mercado brasileiro de vinhos finos está ocupado por produtos importados, de certa forma consequência de um preconceito e ignorância sobre o produto doméstico (BONATO, 2020). Apesar desses fatores Rosa (2019) aponta que entre 2015 e 2018 houve um crescimento de mais de 15% no consumo de vinhos no país.

É possível, portanto, observar que este setor vem crescendo buscando por produtos com uma qualidade cada vez melhor como os vinhos de alto nível, visando assim o mercado externo, enquanto no mercado interno o volume da produção de vinhos finos também tem aumentado gradativamente, havendo dessa forma uma substituição sutil dos vinhedos comuns por vinhas viníferas. Todavia ressaltamos que está longe de chegar a substituir os vinhos de mesa (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017).

2.3 Questões políticas e o agronegócio

Hoeckel, Freitas e Feistel (2017) discutem que com o fim da Segunda Guerra Mundial, e em principal, com o fim da Guerra Fria o mundo estava e ainda está se tornando cada vez mais global, contribuindo dessa forma para situações de comércio que envolvem diversos continentes e para o surgimento de blocos econômicos; a então globalização vem interferir direta ou indiretamente na vida de todos,

Ela fornece ao consumidor, cada vez mais, novas e melhores opções de compra, as empresas com novos concorrentes, devido ao acesso facilitado a tecnologia. O Brasil está englobado nesse processo e hoje seu mercado é disputado por empresas de várias partes do mundo. (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017, p. 25)

Sendo assim o mercado vitivinícola está também integrado na atual globalização e, sendo ele parte do agronegócio, faz-se necessário entender este setor que constitui um dos mais importantes para a economia brasileira. Sonka e Hudson (1989) afirmam que é possível observar o agronegócio como um conjunto de subsetores inter-relacionados que trabalham de forma conjunta formal e informalmente para a produção de bens e serviços. A fim de estudar a necessidade desses diferentes elos se comunicarem, Brisola e Guimarães (2015) afirmam que os Sistemas Agroindustriais (SAGs) são formados por arranjos interorganizacionais

constituídos sob uma rede contratual (formais e informais) que, a partir de critérios de produção, transformação e distribuição desses produtos originários do ambiente agropecuário, são legitimados. Já Neves et al. (2004) contribui que a análise externa de um negócio se faz tão importante quanto a interna, no macroambiente institucional, organizacional e tecnológico quanto no ambiente imediato de fornecedores, distribuidores, consumidores e concorrentes. Essa visão abrangente trouxe para perto a importância das organizações e instituições para o suporte das atividades produtivas (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Portanto para Zylbesztajn, Neves e Caleman (2014), ao se observar a relevância das instituições, pode-se perceber que estas atuam como agentes definidores de incentivos econômicos, todavia, de acordo com Mattei e Triches (2009), estas apresentam também um “papel duplo” sobre questões de competitividade do setor, visto que podem agir como agentes restritivos também ao invés de incentivador. E quanto ao setor vitivinícola e ao que tange políticas governamentais. Mattei e Triches (2009) discutem que as políticas governamentais influenciam grandemente no desenvolvimento das atividades da cadeia vitícola, em principal ao que diz respeito a políticas de comércio exterior, questões tributárias, de financiamentos e fiscalizatórias.

Um dos aspectos mais críticos a competitividade da vitivinicultura brasileira é a política tributária incidente sobre o que impõem uma carga de tributos sem paralelo em qualquer outro país. Diversos estudos tem mostrado que enquanto no Brasil o conjunto de tributações incidentes sobre os vinhos e derivados da uva e do vinho supera os 40% do preço ao consumidor, nos países principais concorrentes esse valor não chega a 20% (PROTAS, 2003).

Segundo Rosa et al. (2006) o agronegócio vitivinícola vem sofrendo com os efeitos da globalização e da internacionalização de mercados, havendo um crescente acréscimo de bens importados que por sua vez estão se firmando cada vez mais no mercado brasileiro. A política comercial adotada pelo Brasil na qual o setor vitivinícola está englobado, tem onerado a vitivinicultura, e um reflexo disso é o aumento da presença do vinho estrangeiro no mercado brasileiro (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017).

Teruchkin (2004) argumenta que houve a partir de 1988 redução das alíquotas de vinhos para a importação e a partir de 2000 estas foram fixadas em 20% aos países do MERCOSUL e em 21,5% para demais países. Enquanto a carga tributária incidente sobre o produto doméstico varia de 36% a 56% do preço do vinho nacional, variando relativamente ao valor do ICMS de cada estado (BRUCH; FENSTERSEIFER, 2005). Tais fatores vem então auxiliar na distorção da competitividade do produto nacional o deixando em uma situação de desvantagem com

relação ao produto importado. Ao longo de todas as transações que são realizadas dentro da cadeia produtiva, os tributos introduzidos em uma garrafa de vinho atingem cerca de 42% do preço final (DEBASTINI; WEIBER JUNIOR; BOELHOUWER, 2015). Destes cerca de 55% vão para o ICMS, 18% ao PIS/COFINS e 16% ao Imposto de Renda (GIOVANINI; FREITAS, 2014).

Quanto a questões de mercado em si e de certas políticas públicas Brito (2007) vem destacar as importantes transformações as quais o mercado nacional vitícola passou partindo de dois períodos, sendo o primeiro a abertura comercial da década de 90 durante o governo de Fernando Collor de Mello e o segundo a implantação do Plano Real em 1994, onde em um primeiro momento houve uma maior liberalização a importação de vinhos e em um segundo instante, consequência da estabilização econômica, o aumento de poder aquisitivo da população. E ainda dentro disto em 1995 no âmbito MERCOSUL, a adoção da Tarifa Externa Comum através do Tratado de Assunção, baseado na Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM) que posteriormente viria a ser substituída por uma nova versão adaptada a V emenda do Sistema de Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017).

Acordos de livre comércio no Mercosul e bilaterais com Chile mantém o Brasil em desvantagem econômica, destacando a discrepância tributária se comparado ao produto brasileiro, onde no país vizinho se incide apenas três impostos, enquanto nacionalmente ao decorrer das três esferas, entre tributos, taxas, contribuições sociais e outros, são mais de vinte impostos (METTEI; TRICHES, 2009). Farias (2009) também aponta que a alta carga tributária das diferentes esferas que incidem sobre o preço final do produto nacional ajudam na diminuição da competitividade do setor frente aos produtores internacionais além de influenciar na agregação de valor do produto na origem. Isso vem a resultar em incentivos à venda do vinho de mesa a granel com finalidade de ser engarrafado posteriormente em outros estados, em principal em grandes centros dinâmicos do país (MATTEI; TRICHES, 2009).

Há, todavia, ao que tange o ambiente organizacional instituições que vão prestar suporte a cadeia de produção, como organizações de pesquisa, universidades, bancos e outras, afim de impulsionar esse mercado e o produto, tendo em principal instituições como a EMBRAPA que são centros de pesquisa relativo ao produto e a processos, e também instituições ligadas ao marketing como o IBRAVIN extinto no fim de 2019, que além de participar no desenvolvimento do setor auxiliava a alinhar demandas entre produtores e o governo (BONATO, 2020). E ao que se refere a agências reguladoras pode-se destacar o Ministério da

Agricultura e a vigilância sanitária como os principais agentes fiscalizadores (CRISÓTOMO; SICSÚ, 2009).

Ademais, a UVIBRA, que é o órgão nacional ao qual representa o setor do vinho, vem atuado de forma a reivindicar com o governo a utilização de medidas a fim de minimizar os efeitos da diferença da carga tributária dos vinhos importados aos domésticos, medidas como a redução de impostos como o do Programa de Integração Social (PIS), a contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), e o Imposto sobre Operações relativas a Circulação de Mercadorias (ICMS); também participa em questões como a aprovação no Congresso Nacional da MP n.413 que vem aumentar a taxação sobre os produtos importados, além de outros tópicos como a da maior fiscalização das fronteiras onde há a entrada irregular de vinhos importados, o que prejudica o produtor nacional ao auxiliar na assimetria da competição com o vinho nacional (HOECKEL; FREITAS; FEISTEL, 2017).

Triches (2007) traz sugestões de políticas, tanto privadas quanto públicas, a fim de melhorar as questões de competitividade da produção tais como uma maior promoção da imagem do produto brasileiro no mercado internacional, consolidação de parcerias na compra de insumos, aperfeiçoamento nas questões de logística e distribuição dos produtos, e melhorias no desenvolvimento da viticultura em si.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho se baseia na pesquisa quantitativa visando analisar o setor vitivinícola brasileiro, em principal os vinhos, com relação a sua competitividade e inserção no cenário internacional. A metodologia consiste em uma análise descritiva do setor vitivinícola nacional, sendo observados dados sobre a evolução do setor dentro de um período de dez anos, analisando a competitividade externa através dos índices de Posição Relativa de Mercado (POS), Vantagem Comparativa Revelada Simétrica (VCRS), o Indicador de Desempenho (DES), a Taxa de Cobertura (TC).

3.1 Análise de dados

O índice de Posição Relativa de Mercado (POS) é utilizado para evidenciar o posicionamento de um determinado produto de um país ou região no mercado internacional. O POS vem comparar o saldo comercial do produto i no país j com o total de um bem comercializado num mercado global (LAFAY, 1999). Assim:

$$POS_{ij} = 100 \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{iw} + M_{iw}}$$

Onde POS_{ij} é relativo à posição do país j no mercado internacional de um produto i ; a exportação do produto i do país j é representada por X_{ij} ; a importação do produto i pelo país j é representada M_{ij} ; exportações do bem i pela somatória mundial são representadas por X_{iw} e as importações do bem i pela somatória mundial w são representadas por M_{iw} . A relevância, portanto, é determinada de forma que quanto maior o valor índice POS maior é a importância de um país no comércio internacional de um bem. Países com o índice maior que 0 possuem saldo superavitário, e os com índice negativo são de posicionamento relativo deficitário no mercado internacional (LAFAY, 1999).

O Índice de Vantagem Comparativa Revelada Simétrica (VCRS) vem mesurar o desempenho relativo das exportações de um país/região (MAIA, 2002). No índice VCR tradicional temos:

$$VCR_i = \frac{\frac{X_{ij}}{X_j}}{\frac{X_{iz}}{X_z}}$$

Na equação acima, X_{ij} representa o valor das exportações de um produto i no país j ; X_j representa o valor do total exportado por um país j ; X_{iz} representa o valor das exportações mundiais z de um produto i ; e X_z representa o valor do total das exportações mundiais z . Ademais Laursen (2015) vem, a fim de minimizar a assimetria de informação gerada no cálculo do VCR, propor o modelo simétrico:

$$VCR_{ij} \frac{(VCR_{ij} - 1)}{(VCR_{ij} + 1)}$$

Onde os resultados podem oscilar de -1 a 1, sendo que os valores de 0 a 1 indicam vantagem comparativa revelada na região j , e valores de -1 a 0 indicam que na exportação do produto i o país j possui desvantagem comparativa revelada (FERREIRA; CAPITANI, 2017). Portanto o índice VCRS vem possibilitar definir um padrão de especialização internacional e a identificar os produtos em que um país exportador possui maior vantagem comparativa (CARVALHO, 1995). Esse índice, o VCRS, é o que vem a ser utilizado no trabalho.

Segundo ZADONALDI e SILVA (2006) o cálculo do Indicador de Desempenho (DES) tem por objetivo avaliar se houve ganho ou perda de espaço no mercado internacional por um país. Ou seja, o índice vem analisar as exportações no ano-base (t_0) com os desvios das exportações de um produto i por um país j realizadas para outra região ao longo do ano.

$$DES_{jk}^t = X_{jk}^t - \left(X_{jk}^{t_0} \cdot \frac{M_{jk}^t}{M_{jk}^{t_0}} \right)$$

DES_{jk}^t vem ser o indicador de desempenho das exportações do país j para o mundo k no determinado ano t ; X_{jk}^t é o valor das exportações de um país j no ano t para o mundo k ; $X_{jk}^{t_0}$ é o valor das exportações de um país j no ano t_0 para o mundo k ; M_{jk}^t é o valor das importações totais pelo país j no ano t para o mundo k ; e $M_{jk}^{t_0}$ é o valor das importações totais pelo país j no ano t_0 para o mundo k . A interpretação do índice DES é de que para o país ter um desempenho superior ao do ano-base o resultado do cálculo do DES deste país terá que ser superior a 0, logo

se o resultado do cálculo for negativo, menor do que 0, então o desempenho do país será menor do que o do ano-base.

A Taxa de Cobertura (TC) vem correlacionar as exportações e importações de um determinado bem.

$$TC_i = \frac{X_{ij}}{M_{ij}}$$

Nesse cálculo TC_i vem representar a taxa de cobertura; X_{ij} as exportações pelo país j de um produto i ; e M_{ij} as importações do país j do produto i . Se a taxa for maior que 1 significa que há uma vantagem comparativa quanto a cobertura das importações, ou seja, as exportações de um determinado produto i são maiores que as importações havendo dessa forma uma balança comercial superavitária para o país j , caso ocorra o contrário evidencia-se um déficit na mesma (BITTENCOURT; FONTES, 2012).

3.2 Dados

A coleta dos dados para o presente trabalho se deu por meio de fontes secundárias, estas foram utilizadas para a execução da análise do setor vitivinícola brasileiro no que se refere a competitividade do mercado internacional no período de 2010-2020. Os dados secundários são adquiridos através das bases de dados pertencentes ao Trade Map do International Trade Center (ITC), a Estatísticas do Comércio Exterior Brasileiro (Comex Stat), ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro (Agrostat), e condizem com os valores referentes a exportação, importação. Para a realização da análise esses dados coletados consistem nas seguintes variáveis relativas ao setor vitivinícola brasileiro: os valores das importações dos vinhos em quilos e/ou toneladas, das importações dos vinhos em dólares (US\$), das exportações dos vinhos em quilos e/ou toneladas e o valor das exportações dos vinhos em dólares (US\$).

É utilizado o código da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), e o Sistema Harmonizado de Descrição e Codificação de Mercadorias (HS Code) para a retirada de dados das bases de data mencionadas. Sendo o NCM o código adotado a mercadorias nas operações de exportação e importação pelos países membros do MERCOSUL desde 1995, e no mercado interno brasileiro desde 2003, ele é baseado no HS Code que é o código de mercadorias de caráter mundial para os processos de exportação.

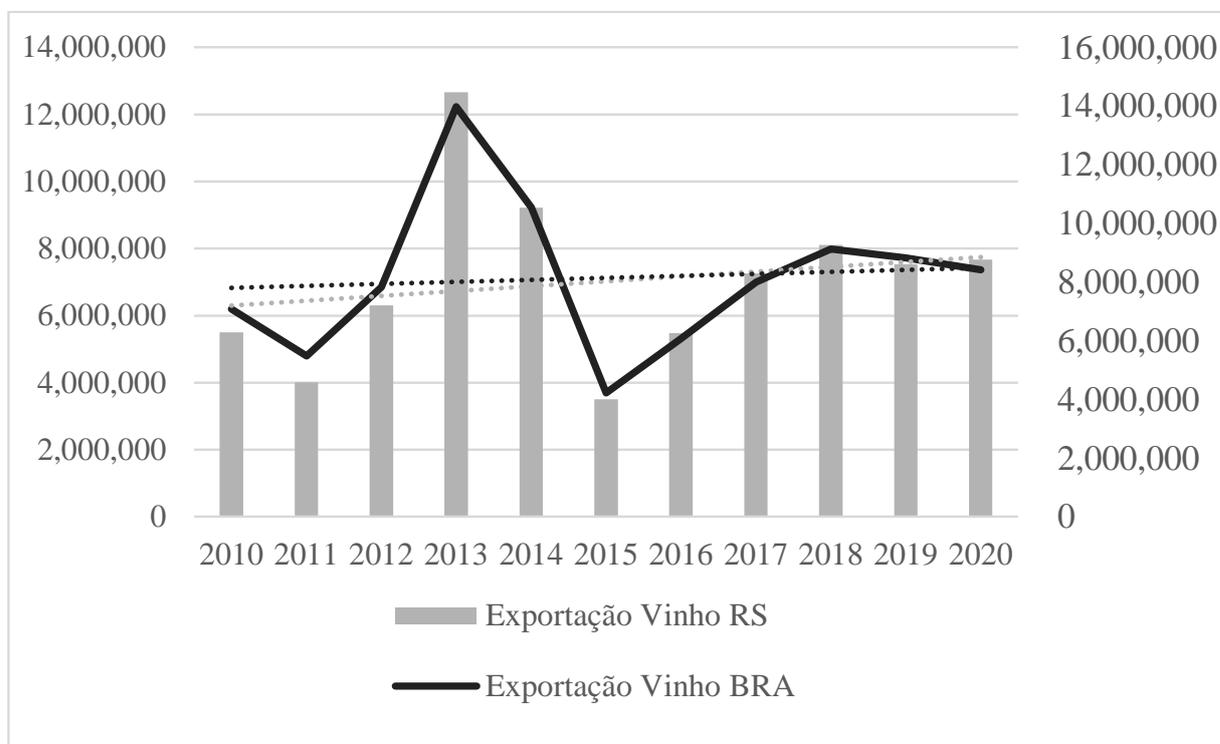
4 RESULTADOS

4.1 Análise descritiva do setor vitivinícola brasileiro

No Brasil a vitivinicultura vem possuir distintas características regionais, cada qual com suas peculiaridades. Em específico a produção de vinhos Pereira et al. (2018) descreve essa particularidade da vitivinicultura brasileira como única no mundo, com produção de vinhos em três macro condições distintas com qualidades e tipicidades diferenciadas.

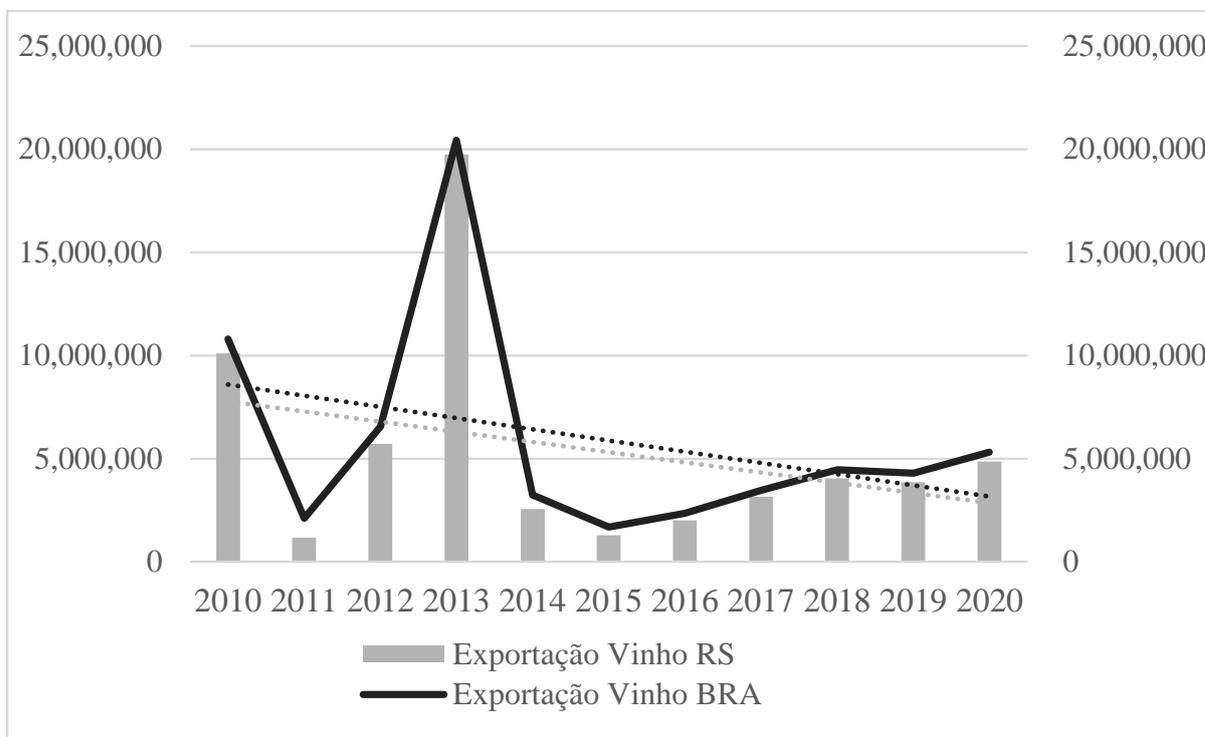
O Brasil vem segundo Protas, Camargo e Mello (2002) possuir lugares propícios para o cultivo da uva e seus derivados, estando a maior concentração do cultivo localizada na região da Serra Gaúcha e na região nordeste. As figuras 1 relativa ao valor e 2 relativa ao volume vem demonstrar o total das exportações de vinhos do estado do Rio Grande do Sul para com o total das exportações brasileiras em um período de 10 anos.

Figura 1 – Exportações de vinhos em dólares de 2010 a 2020 do estado do Rio Grande do Sul e do total brasileiro.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

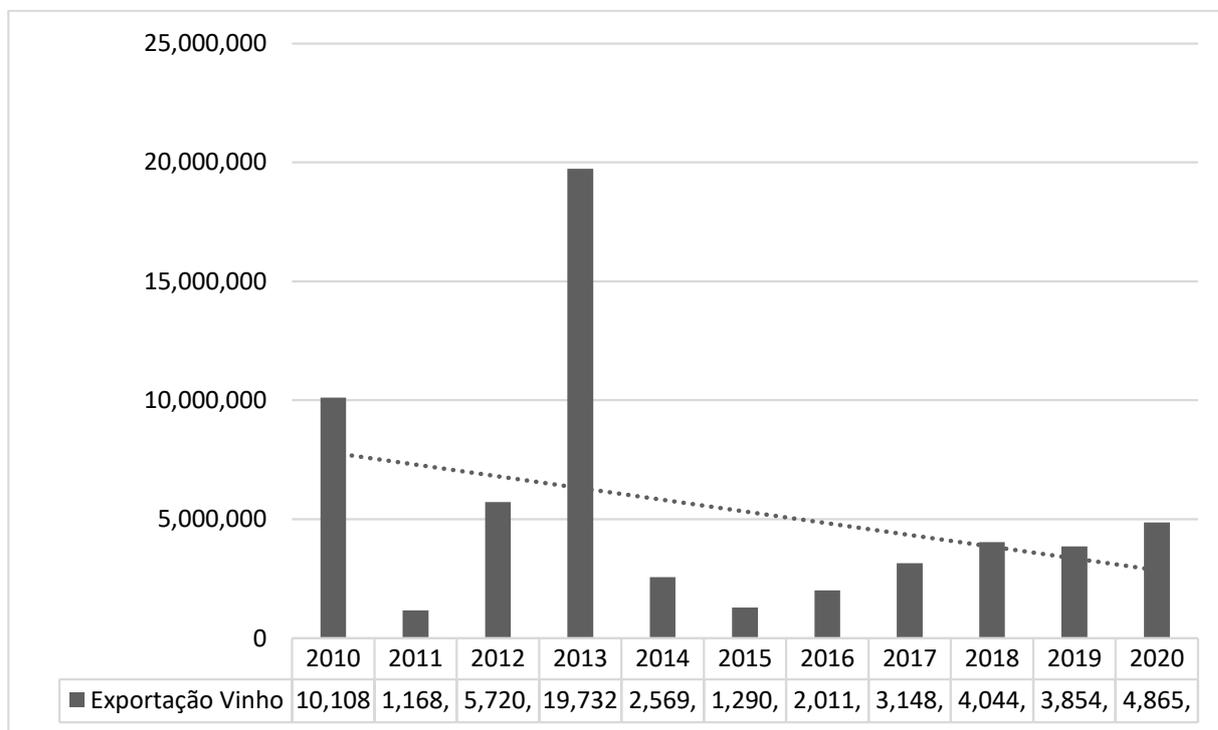
Figura 2 - Exportações de vinhos em quilogramas de 2010 a 2020 do estado do Rio Grande do Sul e do total brasileiro.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

Pelo total geral exportado no período é perceptível a importância do estado do Rio Grande do Sul e a sua expressiva participação nesse setor, onde na maioria dos anos analisados o estado gaúcho vem constituir cerca de 90% das exportações totais. Pode-se ainda observar uma leve queda em dólares nas exportações de 2020, enquanto em quilogramas houve uma alta no mesmo ano, isto se deve à desvalorização do Real de forma que o produto doméstico ficou mais barato no mercado internacional, “onde o preço médio recebido foi de US\$ 1,38/L, em 2020, contra US\$ 1,88 em 2019. Em 2018, o valor recebido foi de US\$ 1,94 e em 2017, US\$ 2,47.” (MELLO, 2021, p.14). Ainda nas figuras 1 e 2, é possível observar que o ano de 2013 claramente se destaca, isto ocorreu pois o setor foi beneficiado através da utilização do Prêmio de Equalização Pago ao Produtor Rural (PEPRO), que vem ser parte da Política de Garantia de Preços mínimos dos produtores familiares e cooperativas a fim de promover o escoamento da produção. Para o Rio Grande do Sul, o aumento no ano foi de cerca de 14,49% na comercialização de vinhos relativo ao ano anterior (MELLO, 2014).

Figura 3 - Exportação gaúcha de vinhos em quilogramas.

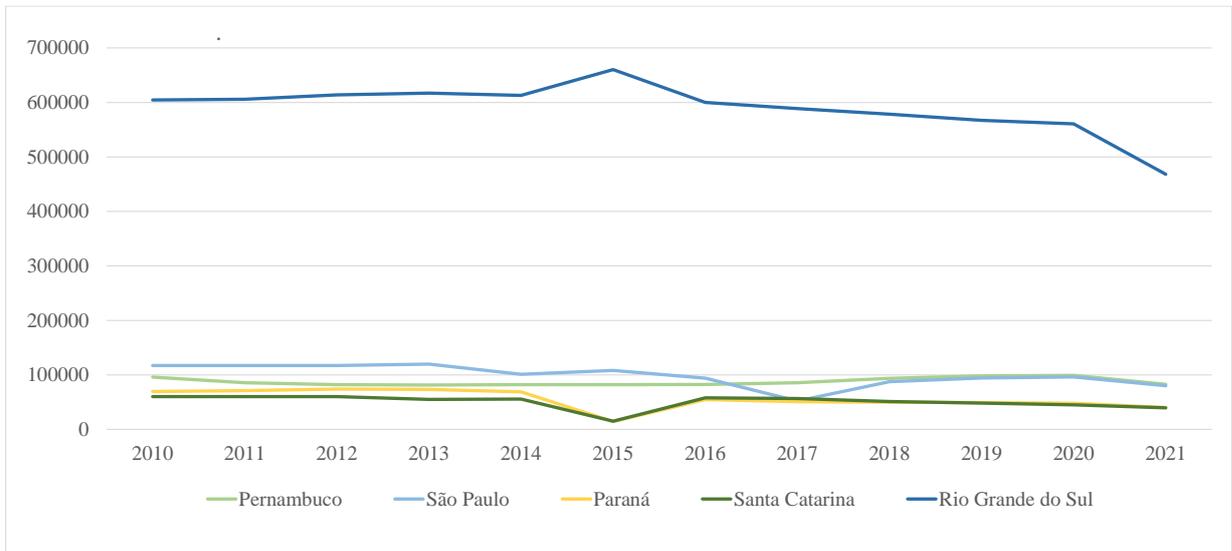


Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

A produção vitivinícola gaúcha é realizada especialmente no Vale dos Vinhedos, que constitui a principal zona vitivinícola não apenas da região sul, mas de todo o país, e atualmente caracteriza o maior polo produtor de vinhos do Brasil sendo a primeira região vinícola a receber Indicação de Procedência e Denominação de Origem (BONATO, 2020). Além da serra gaúcha a região da campanha também vem se consolidando uma relevante produtora de vinhos, enquanto os Campos de Cima da Serra, no extremo norte do estado, vêm apresentando resultados bastante promissores no que tange a produção de vinhos de alta qualidade (HOECKEL; FREITAS; OLIVEIRA, 2014).

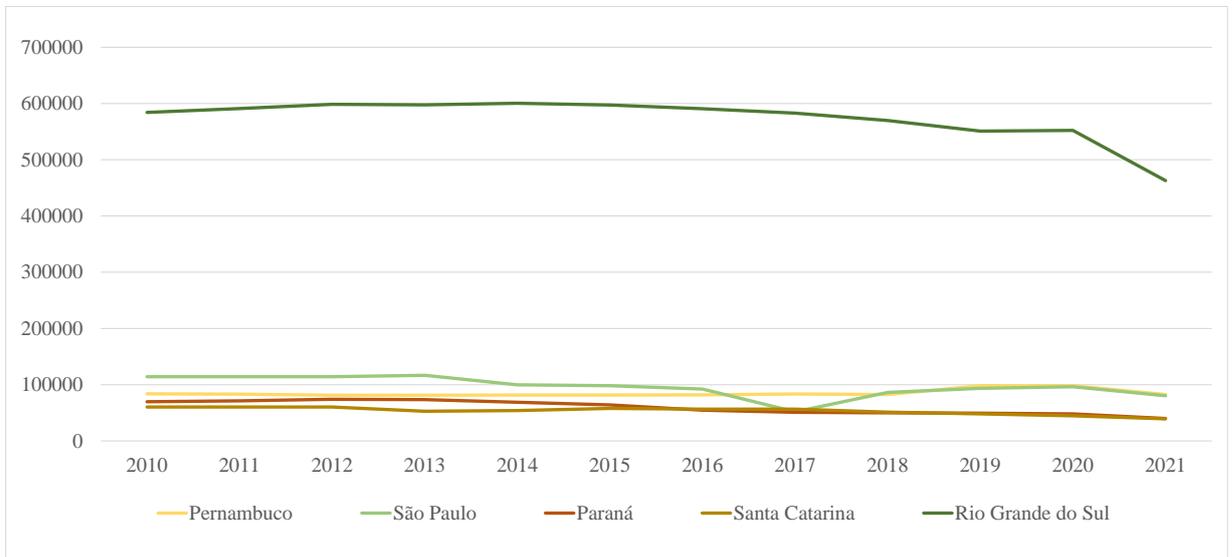
Ademais através das figuras 4 e 5 e observar-se de forma mais clara a discrepância entre os estados brasileiros e a região sul, em específico o Rio Grande do Sul, relativos ao setor em área plantada, área colhida respectivamente.

Figura 4 - Área plantada de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

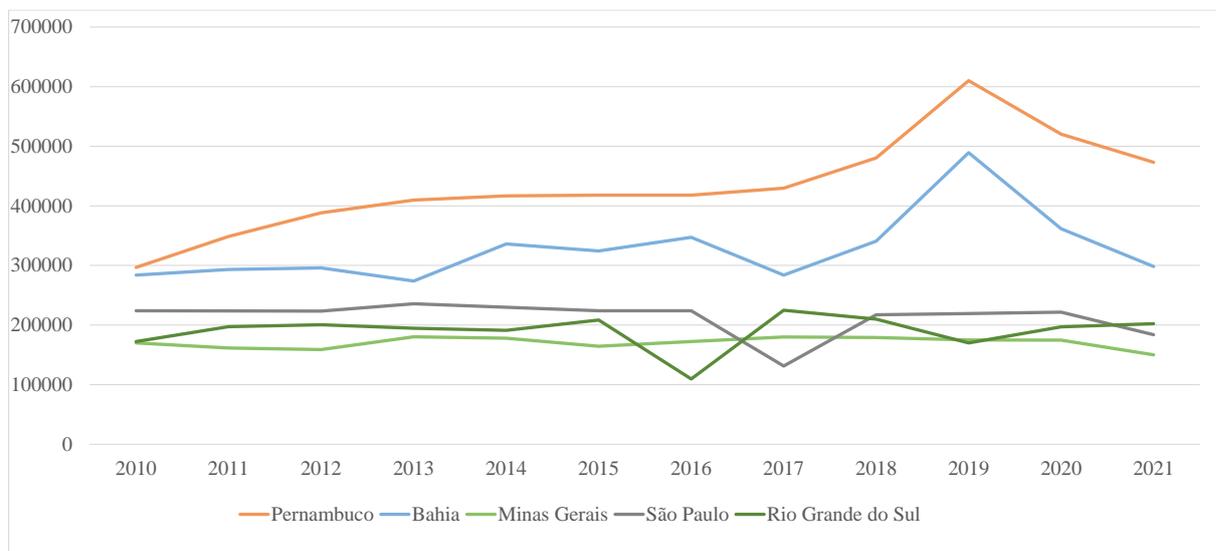
Figura 5 - Área colhida de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

Ainda se percebe também na figura 6, além da importância da região sul, a participação da região nordeste, em específico do estado de Pernambuco, que caracterizou o estado brasileiro com o maior rendimento médio anual em quilogramas por hectare.

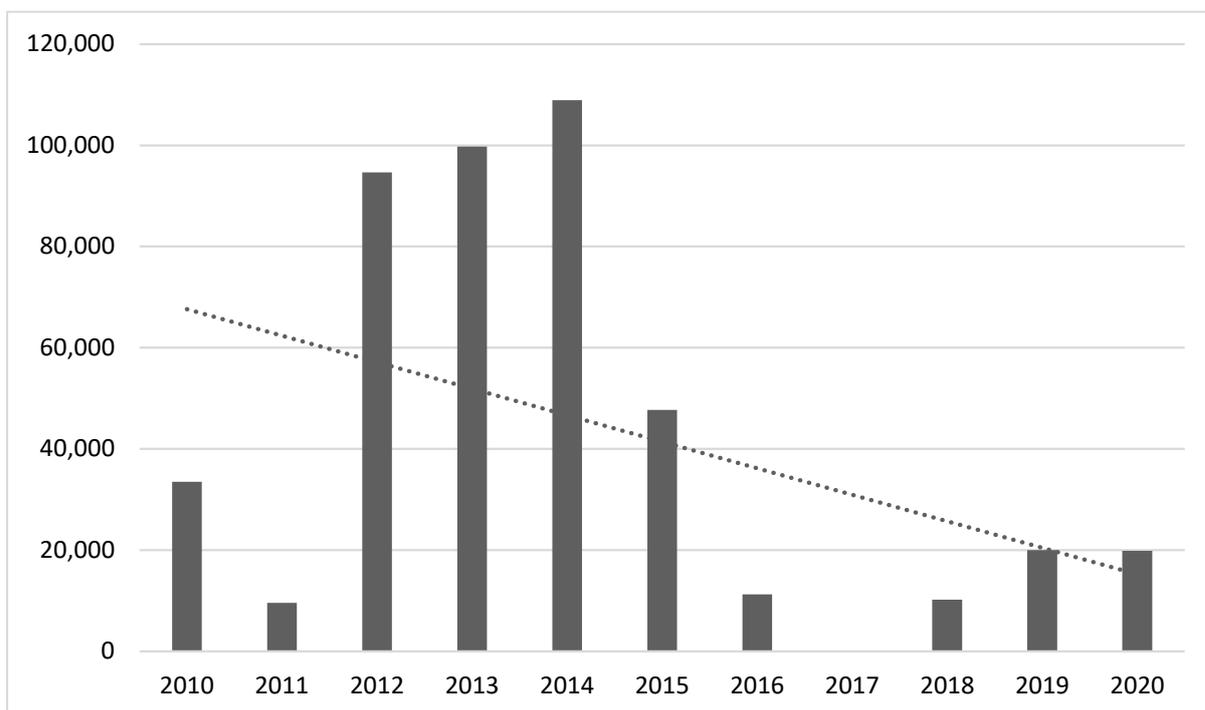
Figura 6 - Rendimento médio anual dos produtos das lavouras (Quilogramas por Hectare) – 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

A região nordeste constitui também, uma grande produtora vitivinícola nacional, Pernambuco está localizado no Vale Submédio do São Francisco onde se produz os “vinhos tropicais” de alto valor agregado devido ao emprego de tecnologia de cultivo e irrigação que, como evidente na figura 6, vem possibilitar uma produção com um alto grau de rendimento mesmo no semiárido nordestino. Desta forma nota-se a importância desta região para o setor vitivinícola, não apenas relativo à sua contribuição na fatia do mercado doméstica e internacionalmente, mas pelos seus vinhos tropicais caracterizarem um produto diferenciado dentro deste setor mundialmente, assim agregando no caráter de diferenciação aos vinhos brasileiros. A região hoje vem constituir o principal polo vinícola fora da região sul, e embarca cerca de 15% do mercado nacional, ainda as vinícolas dessa região produzem cerca de 50 rótulos reconhecidos nacionalmente e internacionalmente (BONATO, 2020).

Figura 7 - Exportação brasileira de vinhos - Região Nordeste em quilogramas.

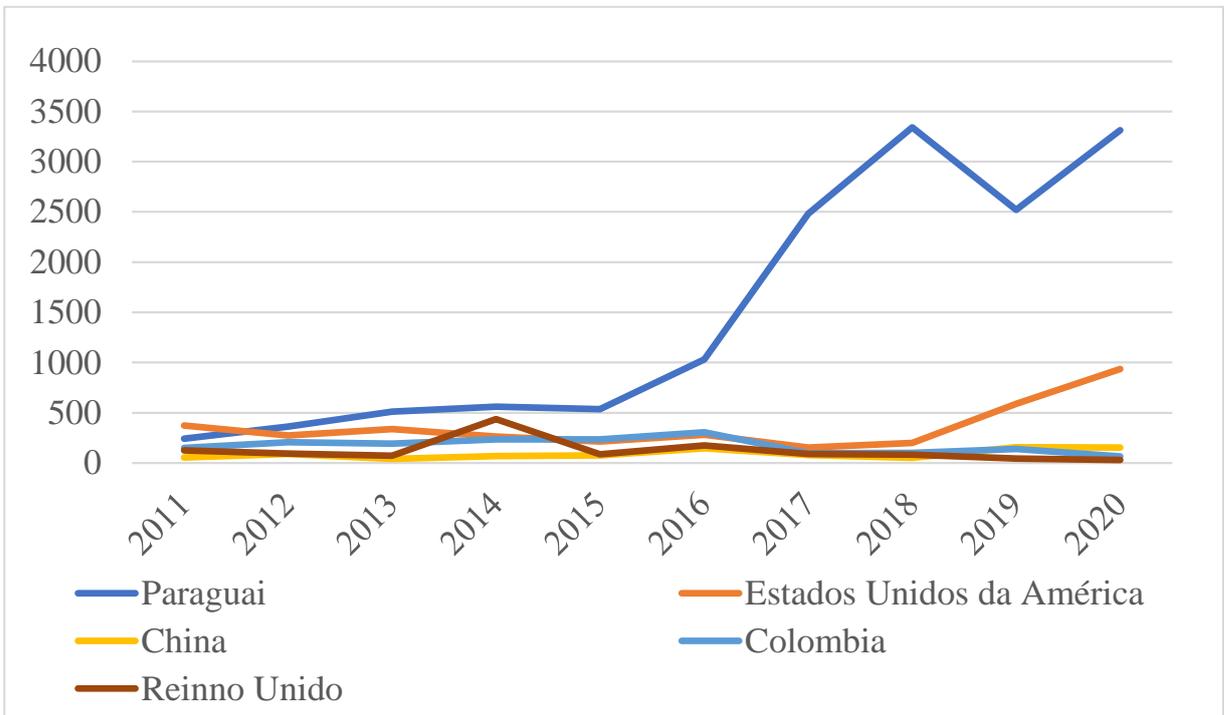


Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

Todavia como mostra a figura 7 é importante notar a tendência de queda das exportações de vinhos nessa região. Onde caminhando na contramão da produção de vinhos de outras regiões, o Vale do São Francisco vem substituindo seus parreirais de uvas viníferas por espécies de uvas americanas (BONATO 2020). Ademais quanto a questões de sazonalidade a região nordeste se destaca ao possibilitar mais de uma safra anual assim viabilizando a permanência de produtos desse setor durante todo o ano, aproveitando os meses de queda de produção dos outros países; e regiões, como o Rio Grande do Sul que possui apenas uma safra anual, para assim adentrar com maior oferta no mercado internacional (SILVA, 2016).

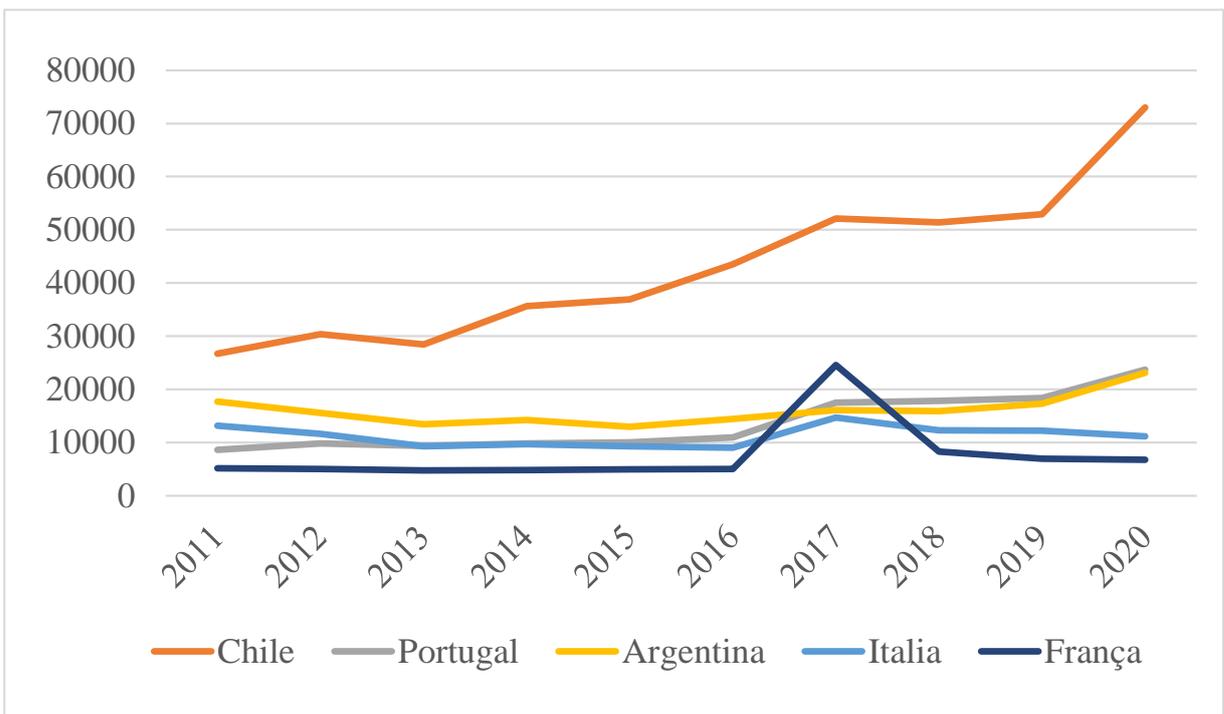
As exportações no Brasil podem ser realizadas através da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) ou do Sistema Harmonizado de Descrição e Codificação de Mercadorias (HS Code). Utilizando-se o HS Code 2204 relativo “vinhos e uvas frescas” tem-se nas figuras 8 e 9 os cinco principais mercados importadores e exportadores do vinho brasileiro no período de 2011 à 2020 .

Figura 8 - Cinco maiores países que importaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (HS: 2204) em toneladas.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Trade Map ITC.

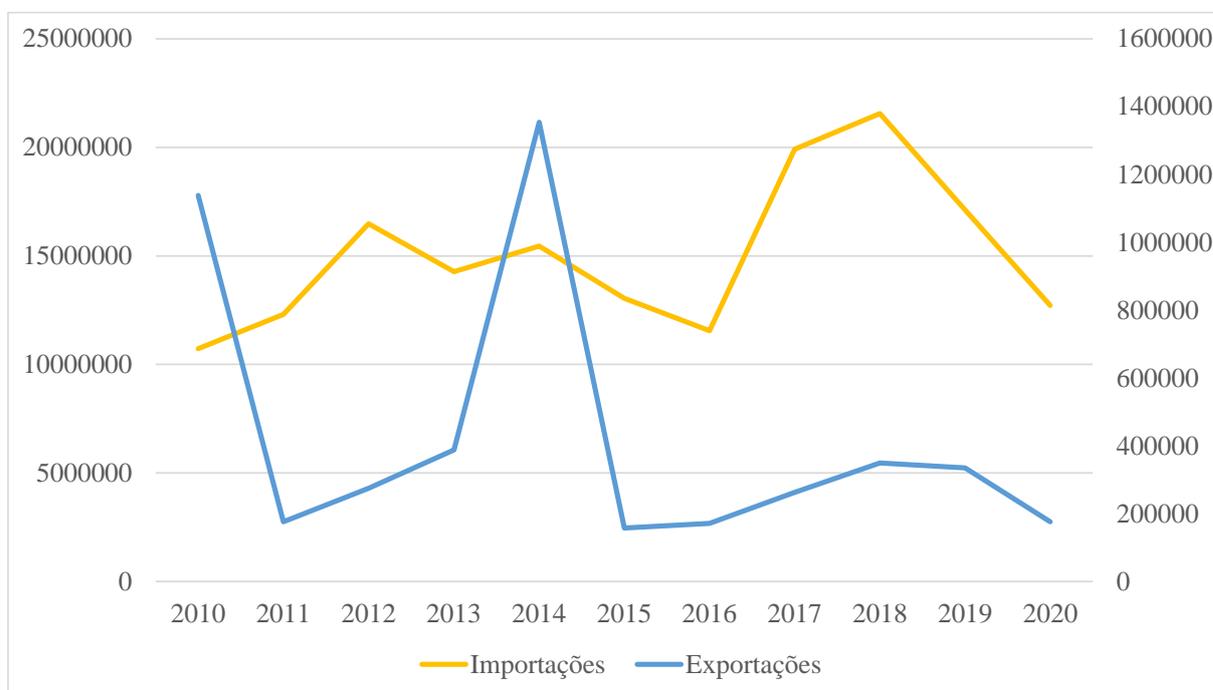
Figura 9 – Cinco maiores países que exportaram vinho ao Brasil de 2011 à 2020 (HS:2204) em toneladas.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Trade Map ITC.

Nota-se na figura 8 que as importações dos vinhos brasileiros obtiveram um crescimento exponencial por parte do Paraguai a partir de 2015, país que hoje constitui o maior mercado exportador brasileiro desse produto; houve também um crescimento, de forma mais moderada, por parte dos Estados Unidos a partir de 2018. Verifica-se ainda a permanência de um crescimento no ano de 2020 tanto nas exportações quanto nas importações, ao contrário de muitos setores, a pandemia de Covid-19 não veio interromper a produção vitivinícola brasileira e houve um aumento na venda e consumo nesse setor, em principal aos vinhos finos (MELLO, 2021). No entanto é possível reparar que, de modo geral, as exportações brasileiras mantiveram-se em patamares relativamente constantes e, ainda, ao se comparar numericamente com a figura 9 relativa as importações brasileiras é possível constatar que o país possui um caráter fortemente importador, em principal dos vinhos Chilenos. Logo o volume de vinhos exportados é inexpressivo se comparado com o volume importado, onde a relação vinho exportado/importado é 0,035 de forma que a cada 100 garrafas de vinho importadas o Brasil exporta apenas 3,5 garrafas do produto nacional (MELLO, 2019). Pode-se observar essa diferença a partir da figura 10.

Figura 10 - Exportações e Importações de vinhos em dólares, de 2010 a 2020.

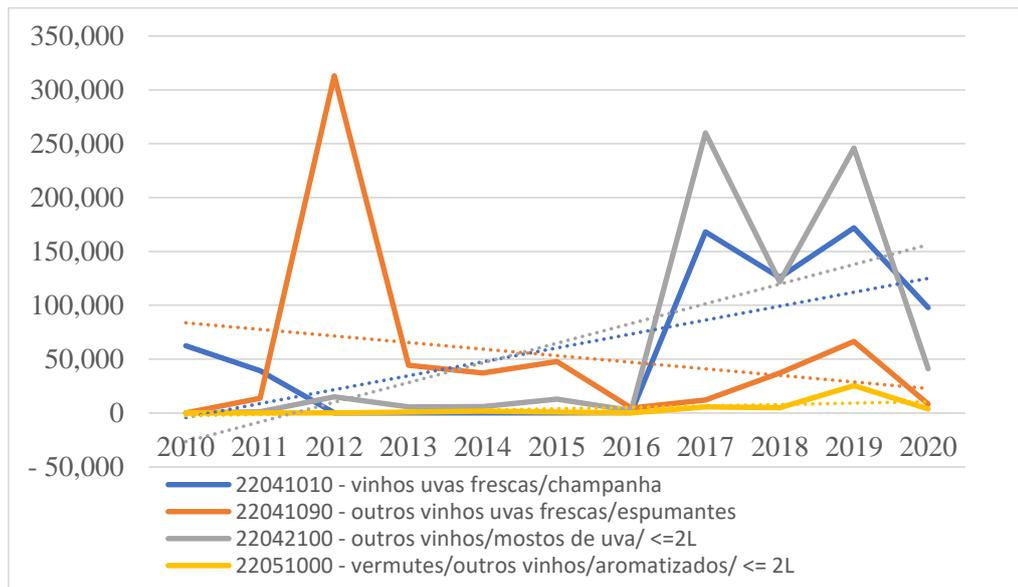


Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Comexstat.

Referente a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) utilizada no processo de exportação e importação entre os países integrantes do bloco, as figuras 11 e 12 vêm demonstrar

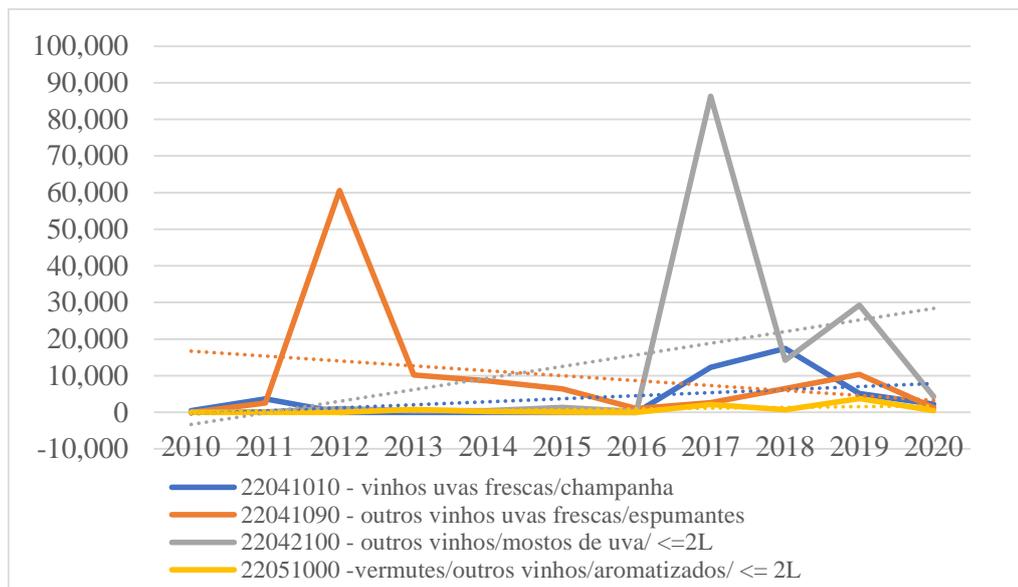
as importações brasileira de vinhos de 2010 à 2020 referente aos seguintes NCMs: 22041010 - vinhos de uvas frescas, tipo champanha; 22041019 – outros vinhos de uvas frescas, espumantes e espumosos; 22042100 - outros vinhos, mostos de uva cuja fermentação tenha sido impedida ou interrompida por adição de álcool em recipientes de capacidade não superior a 2L; 22051000 – vermouths, outros vinhos de uvas frescas aromatizados por plantas ou substâncias aromáticas em recipientes de capacidade não superior a 2L.

Figura 11 - Importação vitivinícola por NCM em dólares de 2010 à 2020.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

Figura 12 - Importação vitivinícola por NCM em quilogramas de 2010 à 2020.

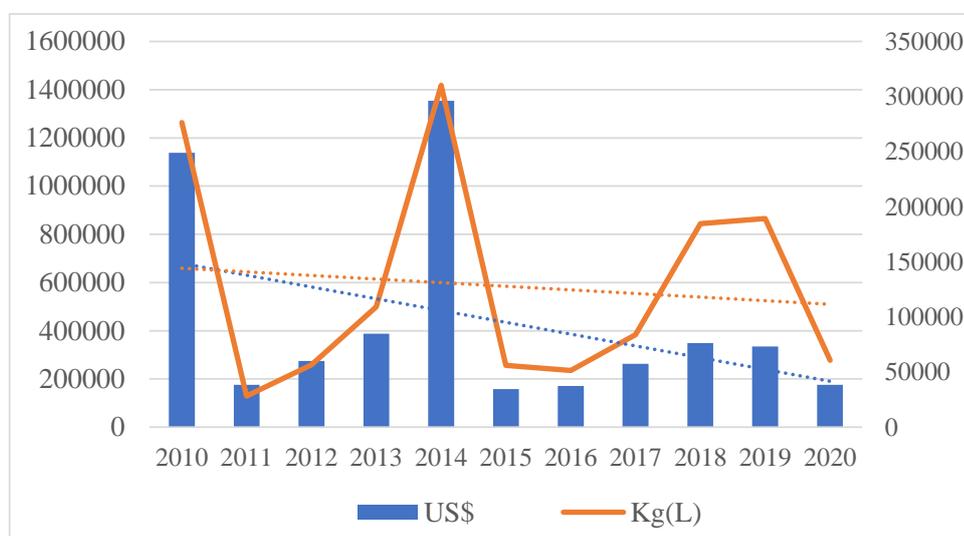


Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agrostat.

Ao realizar uma análise das tendências de importações desses produtos, destaca-se o “vinhos de uvas frescas, espumantes e espumosos” que vem apresentar uma tendência de queda tanto em dólares quanto em quilogramas, na qual a queda pela demanda estrangeira de espumantes pode ser explicada pelo fato de os espumantes nacionais ocuparem nos últimos anos a maior parcela do mercado brasileiro, diferentemente do vinho (MELLO, 2020). Ademais a serra gaúcha é considerada uma das três melhores regiões para a produção de vinhos espumantes no mundo, e este produto brasileiro é apontado como superior a muitos importados em qualidade, a bebida elaborada nessa região vem representar a vocação brasileira na produção de vinhos finos (SLUSZZ; PADILHA, 2008), no entanto salienta-se que devido a pandemia de Covid 19 o ano de 2020 não foi favorável para os espumantes por causa do cancelamento das festas e eventos o que levou a uma redução no consumo deste produto (MELLO, 2021). Por sua vez os “vinhos de uvas frescas, tipo champanha” e o “outros vinhos, mostos de uva, em recipientes de capacidade não superior a 2L”, ambos apresentam tendência de crescimento, pois o mercado de vinhos é composto por um consumidor mais exigente onde os vinhos importados vem concorrer mais fortemente (MELLO, 2021). Enquanto o “vermutes, outros vinhos de uvas frescas aromatizados em recipientes de capacidade não superior a 2L” se mantém de forma constante durante todo o período sem muita expressividade, pois não constitui um produto usual no consumo doméstico.

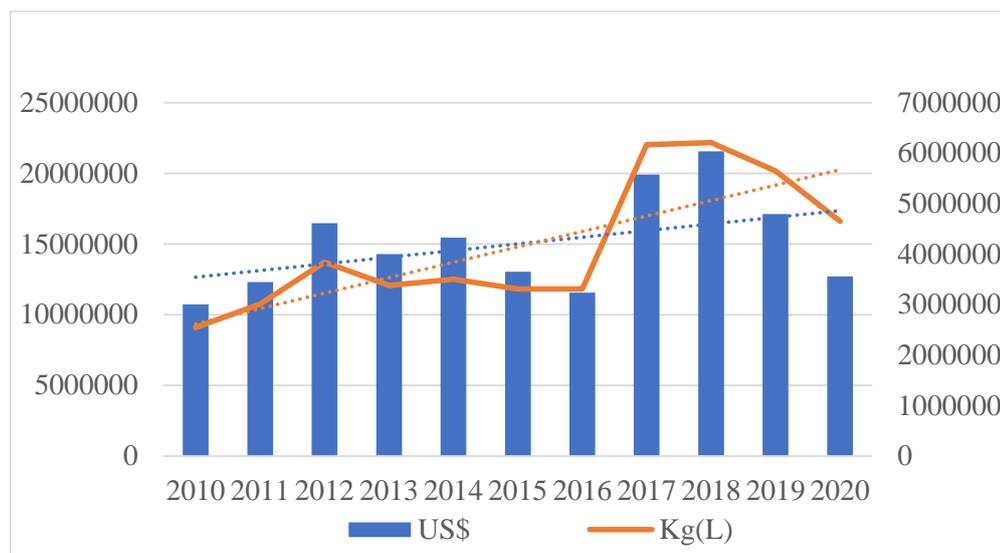
O caráter fortemente importador quanto ao mercado de vinhos do Brasil também pode ser percebido a partir das figuras 13 e 14 relativas as exportações e as importações gerais brasileiras nesse mercado no período de 2010 à 2020.

Figura 13 - Exportação geral de vinhos do Brasil.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Comexstat.

Figura 14 - Importação geral de vinhos do Brasil.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Comexstat.

Têm-se uma clara diferença entre os volumes exportados e importados de vinho no Brasil, onde as importações chegaram à casa dos 20 milhões e as exportações não passaram de 2 milhões, somado a isso está o comportamento inconstante das exportações, havendo momentos de grande volume exportado imediatamente seguidos por períodos de baixa quantidade exportadas, ao passo que as importações apresentaram um comportamento relativamente constante durante todo o período com uma tendência moderada de crescimento.

Dessa forma, fica evidente a relevância da região sul, em principal ao estado do Rio Grande do Sul, no que tange as exportações brasileiras de vinho, e além da expressiva participação da região nordeste, presente através do estado de Pernambuco entre os 5 principais estados de produção vitivinícola no Brasil sendo o estado que vem apresentar o maior rendimento agrícola. Fica também visível a expressiva diferença entre as quantidades exportadas para as importadas ao que tange o mercado de vinhos, e como as importações vem constituir a grande maioria no setor.

4.2 Análise do cálculo de índices

A análise dos índices e seus resultados busca apontar como se situa o setor de vinhos brasileiros, em relação a sua capacidade de competição e como o produto nacional vem se classificar no mercado internacional. Através dos índices de posição relativa de mercado (POS), vantagem comparativa simétrica (VCRS), indicador de desempenho (DES) e de taxa de

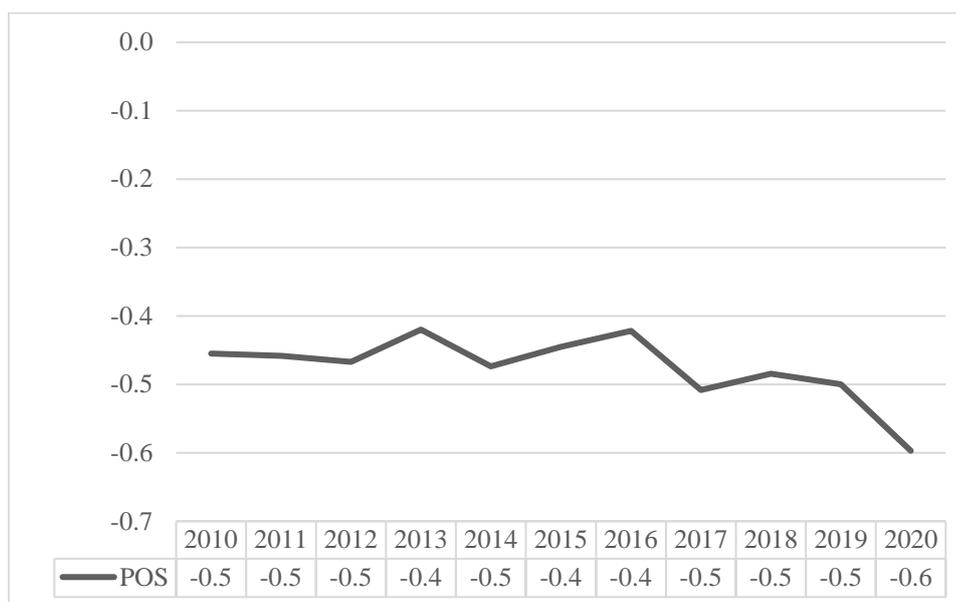
cobertura (TC) é possível de se obter um panorama geral dos vinhos brasileiros neste mercado, e como vem ocorrer o desenvolvimento deste produto ao longo do período optado de 2010 a 2020.

Tabela 1 – Índices POS, VCR e VCRS, DES e TC do mercado de vinhos brasileiro de 2010 a 2020.

ANO	POS	VCR	VCRS	DES	TC
2010	-0.5	0.02	-0.96	0.00	0.03
2011	-0.5	0.01	-0.98	-3,465.36	0.01
2012	-0.5	0.02	-0.97	-1,316.55	0.02
2013	-0.4	0.03	-0.94	5,590.51	0.04
2014	-0.5	0.03	-0.95	1,404.91	0.03
2015	-0.4	0.01	-0.98	-3,377.99	0.01
2016	-0.4	0.02	-0.97	-1,283.15	0.02
2017	-0.5	0.02	-0.96	-727.85	0.02
2018	-0.5	0.02	-0.96	-612.17	0.02
2019	-0.5	0.02	-0.96	-1,473.26	0.02
2020	-0.6	0.02	-0.96	-2,511.99	0.02

Fonte: Elaboração própria com base em dados retirados do Trade Map – ITC.

Figura 15 – Índice POS, mercado de vinhos 2010-20.

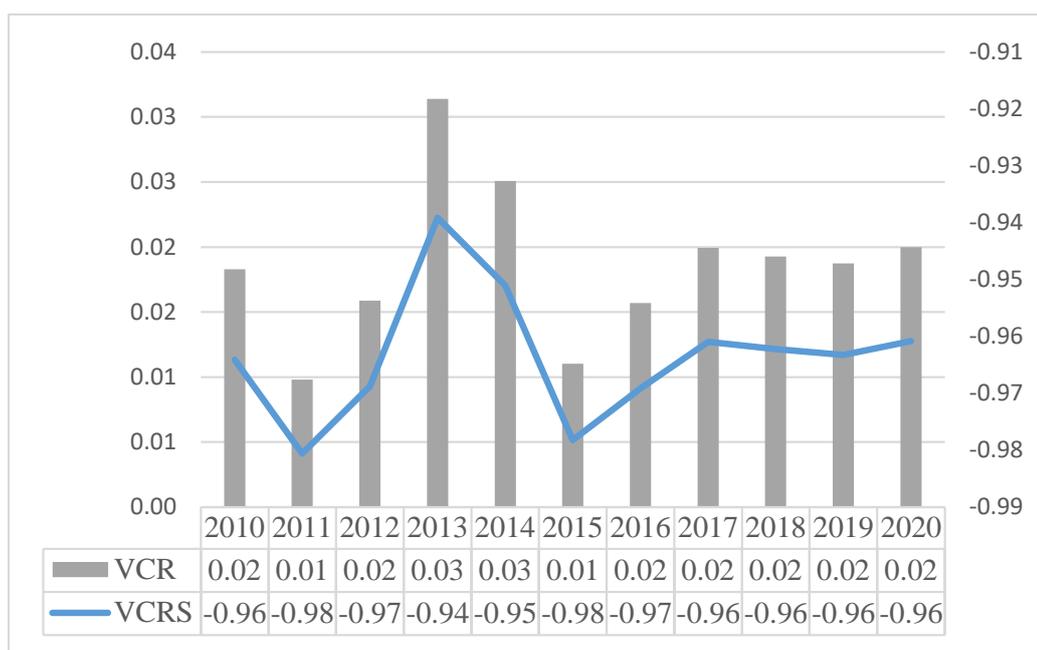


Fonte: Elaboração própria com base em dados retirados do Trade Map – ITC.

Os resultados obtidos pelo índice de posição relativa de mercado (POS) evidenciam o Brasil como um país sem relevância no mercado internacional de vinhos, onde o índice apresenta-se negativo, ou seja, com o saldo de posicionamento relativo deficitário, durante todo o período analisado composto por 10 anos. Percebe-se ainda, de forma geral, uma estagnação brasileira nesse mercado global ao longo desses anos, havendo uma tendência de queda no último ano. De forma que em 2010 a posição relativa de mercado do Brasil no setor foi de -0,5, enquanto em 2020 em meio a pandemia de Covid-19 a posição do país nesse mercado se situou em -0,6.

Segundo Mello (2021) os vinhos finos em 2020 sofreram uma redução de cerca de 14,02% para com o ano anterior, havendo ainda um longo percurso para a o mercado de vinhos finos brasileiro.

Figura 16 – Índice VCR e VCRS, mercado de vinhos 2010-20.

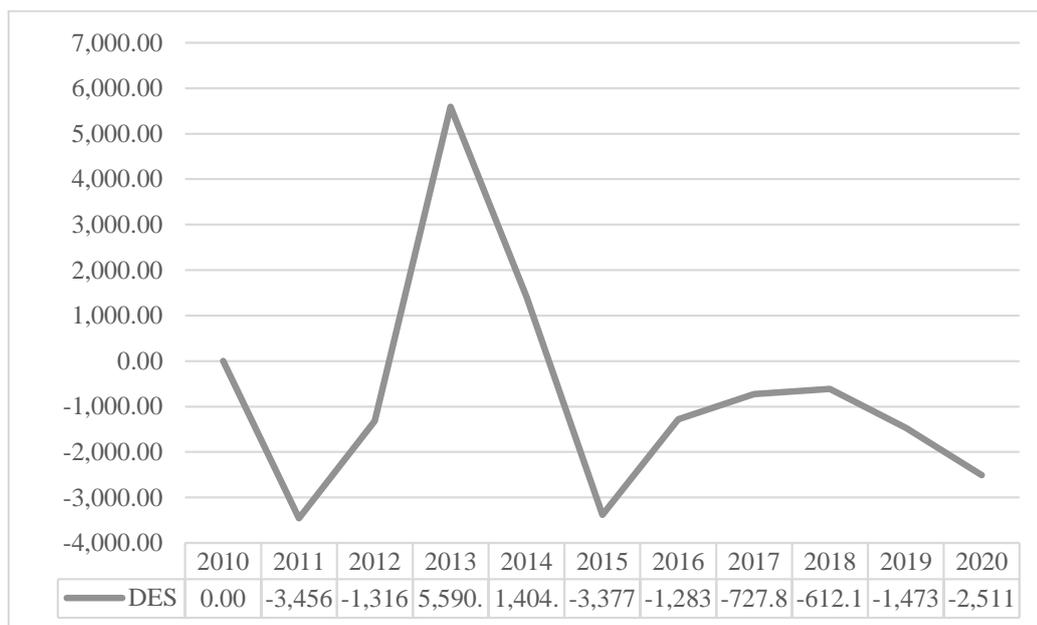


Fonte: Elaboração própria com base em dados retirados do Trade Map – ITC.

Conforme os resultados do índice de vantagem comparativa relevada simétrica (VCRS) do mercado de vinhos brasileiro vem demonstrar, o país não vem possuir vantagem comparativa em nenhum dos anos estudados pelo período adotado, estando sempre durante esse período negativo. Dessa forma a desvantagem comparativa do Brasil evidencia que o desempenho das exportações brasileiras de vinhos é inferior ao desempenho das exportações desse mercado internacionalmente, revelando dessa forma que não há uma especialização no produto vinho pelo mercado brasileiro.

Assim mesmo havendo anteriormente um certo crescimento para o setor vitivinícola brasileiro, que como foi visto ao longo do trabalho vem se desenvolvendo e modificando nas últimas décadas na busca por uma maior competitividade no mercado internacional, o índice VCRS vem mostrar que para o Brasil, o mercado de vinhos permanece no momento em desvantagem.

Figura 17 – Índice DES, mercado de vinhos 2010-20.

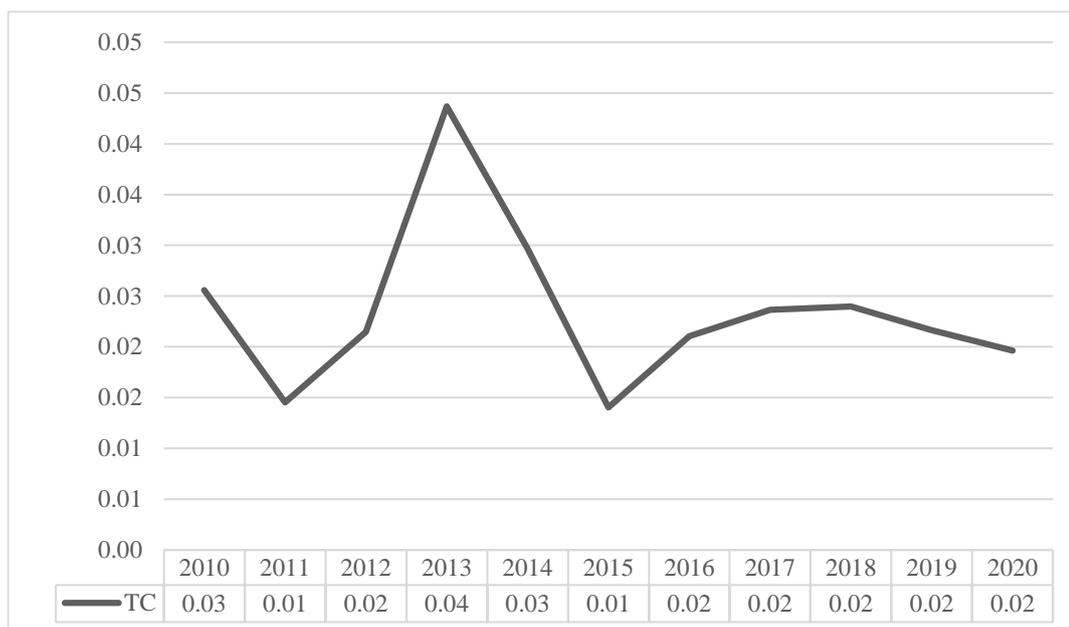


Fonte: Elaboração própria com base em dados retirados do Trade Map – ITC.

O índice do indicador de desempenho (DES) do mercado de vinhos brasileiro, vem a partir de seus resultados demonstrar um desempenho de forma geral negativo durante o período analisado, apenas indicando um ganho de mercado nos anos de 2013 e 2014. A explicação para o bom desempenho do Brasil em ambos os anos se deve ao fato do setor vitivinícola brasileiro ter se beneficiado do prêmio de equalização pago ao produtor rural (PEPRO), já mencionado no trabalho, onde segundo Mello (2015) devido ao fato da uva não poder ser estocada o produto do setor que foi mais beneficiado foi o do vinho.

Esse benefício foi amplamente utilizado por parte dos produtores de vinho no Brasil no ano de 2013 havendo uma elevada comercialização como pode-se observar pelo índice que chegou à casa dos 5 mil, mas ainda segundo Mello (2015) no ano de 2014 mesmo com o benefício ainda estando vigente, ele não foi muito aderido pelo setor por conta dos preços baixos praticados pelo mercado internacional.

Figura 18 – Índice TC, mercado de vinhos 2010-20.



Fonte: Elaboração própria com base em dados retirados do Trade Map – ITC.

Os resultados obtidos através do cálculo do índice da taxa de cobertura (TC) do Brasil para o mercado de vinhos internacional no período de 2010 à 2020, vem evidenciar o claro caráter de déficit da balança comercial brasileira mediante ao produto vinho; havendo uma desvantagem comparativa das exportações para com o volume importado. Onde, novamente, os anos de 2013 e 2014 vem configurar os que tiveram um “melhor rendimento” devido ao “subsídio” do governo com o PEPRO, mas ainda tendo estes um volume visivelmente insuficiente para atingir uma balança comercial superavitária e dessa forma sobrepujar as importações para este mercado.

Ademais assim como ocorreu também no índice VCRS, partindo do ano de 2016 até o fim do período analisado, o ano de 2020, o índice TC mostra estancamento no patamar 0.02, dessa forma demonstrando uma relativa estagnação negativa para o mercado de vinhos brasileiro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor vitivinícola brasileiro, no trabalho especificamente o mercado de vinhos, se mostrou em expansão nas últimas décadas, havendo um processo de desenvolvimento e melhora na qualidade do produto nacional. A região sul, em destaque o estado do Rio Grande do Sul, vem compor o principal polo vitivinícola brasileiro, correspondendo a cerca de 90% da produção e comercialização brasileira nesse setor, caracterizado por ser uma região tradicional com uma safra por ano, no cultivo da uva e produção de seus derivados. Todavia pôde-se observar que houve uma crescente participação do nordeste brasileiro, em especial o Vale do Submédio do São Francisco, se destacando nos últimos anos com produtos reconhecidos doméstica e internacionalmente, e podendo suprir o mercado ao longo do ano por possibilitar, devido a suas condições únicas edafoclimáticas e seu alto rendimento agrícola, mais de uma safra anual.

No entanto apesar do Brasil vir de modificando e desenvolvendo nas últimas décadas, o país ainda não foi capaz de se estabelecer de forma satisfatória no mercado internacional, de forma que as exportações brasileiras não conseguem se equiparar ao volume importado. E, ademais, as exportações brasileiras de forma geral vêm demonstrando uma tendência de certa estagnação e, no último ano de queda, enquanto por sua vez as importações vêm demonstrando um comportamento de moderado crescimento.

Através da análise dos índices obteve-se um panorama geral não muito vantajoso para o mercado de vinhos finos brasileiro e sua competitividade internacional, de forma que nenhum dos índices analisados obtiveram resultados favoráveis para este setor do mercado. Portanto ao se analisar os resultados dos índices observou-se que o Brasil não veio possuir vantagem em nenhum ano, demonstrando um fraco desempenho quanto as exportações e pouca abrangência de mercado, além de uma balança comercial deficitária onde as importações desse mercado vem superar substancialmente as exportações.

Logo pode-se concluir que, de maneira geral, mesmo o país investindo em melhorias e aprimoramento neste setor durante os últimos anos, no período estudado de 2010 a 2020 ao que tange o mercado internacional o país não apresentou resultados satisfatórios quanto a sua participação neste mercado, possuindo um caráter altamente importador e não apontando vantagem ou especialização.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo social**, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.

BITTENCOURT, Geraldo Moreira; FONTES, Rosa Maria Olivera; CAMPOS, Antônio Carvalho. Determinantes das exportações brasileiras de etanol. **Revista de política agrícola**, v. 21, n. 4, p. 4-19, 2012.

BONATO, Isabella Teixeira. **Análise histórico-comparada do desenvolvimento do mercado de vinho em três regiões produtoras no Brasil**. 2020. 176 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

BRAGA, D.; ALZER, C. **Tradição, conhecimento e prática dos Vinhos**. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2005.

BRISOLA, Marlon Vinícius; GUIMARÃES, Magali Costa. Instituições, território e sistemas agroindustriais: uma proposta de análise histórico comparativa. **Revista de Estudos e Pesquisa sobre as Américas**, n. 9, p. 207-227, 2015.

BRITO, Fernando Guiraud. **Proposta de uma sistemática para mensuração dos custos de falhas internas aplicada à indústria vinícola**. 2007. 141p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Curitiba, 2007.

BRUCH, Kelly Lissandra; FESTERSEIFER, J. E. Análise da tributação incidente na cadeia produtiva do vinho brasileiro. In: **Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, XLIII, Ribeirão Preto. Anais... Piracicaba: SOBER**. 2005.

CAMARGO, Umberto Almeida; TONIETTO, Jorge; HOFFMANN, Alexandre. Progressos na viticultura brasileira. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 33, p. 144-149, 2011.

CAMPBELL, Gwyn; GUIBERT, Nathalie. Introduction: Old World strategies against New World competition in a globalising wine industry. **British Food Journal**, 2006.

CARVALHO, Fátima Marília Andrade de. **O comportamento das exportações brasileiras e a dinâmica do complexo agroindustrial**. 1995. 126 f. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo (USP), Piracicaba.

CASTILLO, J. Sebastián; VILLANUEVA, Emiliano C.; GARCÍA-CORTIJO, M. Carmen. The international wine trade and its new export dynamics (1988–2012): A gravity model approach. **Agribusiness**, v. 32, n. 4, p. 466-481, 2016.

CNCCEF, C. NATIONAL DES CONSEILLERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR DE LA F. **Wine in the world as we approach 2050**. Paris, 2009.

CRISÓSTOMO, Antonio Pires; SICSÚ, Abraham Benzaquen. Inovação tecnológica competitiva no Semiárido do Vale do São Francisco: um estudo das empresas vinícolas. In: **Anais do Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde**. 2009.

DEBASTIANI, Gilson et al. Cultura da uva, produção e comercialização de vinhos no Brasil: origem, realidades e desafios. **Revista Cesumar–Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, v. 20, n. 2, 2015.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2010. **Comunicado Técnico**, v. 111, n. 1, p. 4, 2011.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2013. **Comunicado Técnico**, v. 156, n. 1, p. 6, 2014.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura brasileira: Panorama 2014. **Comunicado Técnico**, v. 175, n. 1, p. 6, 2015.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura brasileira: Panorama 2017. **Comunicado Técnico**, v. 207, n. 1, p. 11, 2018.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura brasileira: Panorama 2018. **Comunicado Técnico**, v. 210, n. 1, p. 12, 2019.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura brasileira: Panorama 2019. **Comunicado Técnico**, v. 214, n. 1, p. 21, 2020.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vitivinicultura brasileira: Panorama 2020. **Comunicado Técnico**, v. 223, n. 1, p. 18, 2021.

DE OLIVEIRA HOECKEL, Paulo Henrique; DE FREITAS, Clailton Ataídes; FEISTEL, Paulo Ricardo. A política comercial brasileira e sua influência no setor vitivinícola. **Perspectiva Econômica**, v. 13, n. 1, p. 24-43, 2017.

FARIAS, Cláudio Vinícius Silva. A indústria vitivinícola e o desenvolvimento regional no RS: uma abordagem neoinstitucionalista da imigração italiana aos dias atuais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 5, n. 2, 2009.

FERREIRA, Bruna; CAPITANI, Daniel Henrique Dario. Competitividade do milho brasileiro no mercado internacional. **Revista de Política Agrícola**, v. 26, n. 2, p. 86-99, 2017.

GARGIONI, Leandro; BEN, Fernando. Análise dos custos envolvidos na implantação de uma empresa vinícola no Estado do Rio Grande do Sul. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC**. 2008.

GIOVANINI, Adilson; DE FREITAS, Clailton Ataídes. Mensurando a carga tributária incidente sobre a cadeia vitivinícola do Rio Grande do Sul. **Ensaio FEE**, v. 35, n. 2, 2014

GUERRA, Celito Crivellaro. Vinhos finos do Brasil: diversidade de regiões, tipos e estilos de produtos. **Embrapa Uva e Vinho-Artigo de divulgação na mídia (INFOTECA-E)**, 2017.

HOECKEL, P. H.; FREITAS, C. A.; OLIVEIRA, G. N. A. A concentração de mercado no setor vinícola do Rio Grande do Sul (2004-2012). **Encontro de Economia Gaúcha**, v. 7, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: jul. 2021.

KALIL, Thalassa. O vinho em Andradas (MG): sabor, paisagem, lugar, memória e perspectivas na percepção dos produtores/Wine in Andradas (MG): flavor, landscape, place, memory and prospects in the perception of the producers. **Geograficidade**, v. 6, n. 2, p. 50-70, 2016.

LAFAY, G. et al. **Nations et mondialisation**. Paris: Econômica, 1999. p. 67-334.

MAIA, Sinézio Fernandes. Impactos da abertura econômica sobre as exportações agrícolas brasileiras: análise comparativa. In: **XL Congresso Brasileiro da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Passo Fundo: SOBER, Anais**. 2002. p. 1-20.

MATTEI, Lauro; TRICHES, Vinícius. Análise da competitividade da cadeia vitivinícola do Rio Grande do Sul através do ambiente institucional. **Análise Econômica**, v. 27, n. 52, 2009.

MOTA, Renata Vieira da et al. Composição físico-química de uvas para vinho fino em ciclos de verão e inverno. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 32, p. 1127-1137, 2010.

NEVES, Marcos Fava et al. Metodologias de análise de cadeias agroindustriais: aplicação para citros. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 26, p. 468-473, 2004.

OIV, International Organisation of Vine and Wine. **OIV 2018 report on the world vitivinicultural situation**. Disponível em: <https://www.oiv.int/en/oiv-life/oiv-2018-report-on-the-world-vitivinicultural-situation>. Acesso em: 19, jul. 2021.

PEREIRA, Giuliano Elias et al. Vinhos tropicais do semiárido do Brasil: desvendando o potencial vitivinícola desta nova fronteira geográfica do vinho. **Embrapa Uva e Vinho-Artigo em periódico indexado (ALICE)**, 2018.

PROTAS, José Fernando da Silva. A produção de vinhos finos: um flash do desafio brasileiro. **Agropecuária catarinense**, v. 21, n. 1, p. 17-19, 2008.

PROTAS, José Fernando da Siva. Apresentação. In: **Documentos 40** (X Congresso Brasileiro de Viticultura e Enologia), Bento Gonçalves, 2003.

PROTAS, JF da S.; CAMARGO, Umberto Almeida; DE MELLO, L. M. R. A Viticultura brasileira: realidade e perspectivas. In: **Embrapa Uva e Vinho-Artigo em anais de congresso (ALICE)**. In: SIMPÓSIO MINEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 1., 2002, Andradas, MG. Anais... Viticultura e Enologia: atualizando conceitos. Caldas: EPAMIG, 2002., 2002.

ROSA, Bruno. **Vendas de vinhos sobem 18,5% em 2018**. O Globo, Caderno de Economia. 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/vendas-de-vinhos-sobem-185-em-2018-22896554>> Acesso em: 21, jul. 2021.

ROSA, Sérgio Eduardo Silveira da; SIMÕES, Pedro Martins. Desafios da vitivinicultura brasileira. 2004.

ROSA, Sérgio Eduardo Silveira da; COSENZA, José Paulo; LEÃO, Luciana Teixeira de Souza. Panorama do setor de bebidas no Brasil. 2006.

SATO, Geni Satiko. Vinhos brasileiros: é possível a internacionalização?. **Internext**, v. 1, n. 1, p. 243-259, 2008.

SILVA, Samantha Pires da. **O mercado vitivinícola brasileiro: uma análise a partir do comércio exterior**. 2016. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Econômicas) - Curso de Economia, Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Santana do Livramento, 2016.

SLUSZZ, Thaisy; PADILHA, Ana Claudia Machado. Estratégias de internacionalização dos espumantes: um estudo de cinco vinícolas do Rio Grande do Sul. **Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional**, v. 4, n. 4, 2008

SONKA, Steve T.; HUDSON, Michael A. Why agribusiness anyway?. **Agribusiness**, Illinois v. 5, n. 4, p. 305–314, 1989.

SUTTER, Mariana Bassi et al. Construção de Cenários: apreciação de métodos mais utilizados na administração estratégica. **Espacios**, v. 33, n. 8, p. 13, 2012.

TERUCHKIN, Sônia Unikowsky. Os reflexos da globalização e do Mercosul sobre as empresas de vinhos do Brasil e do Uruguai: uma pesquisa exploratória. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 39, n. 1, 2004.

TONIETTO, Jorge. O conceito de denominação de origem: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro. **Embrapa Uva e Vinho-Documents (INFOTECA-E)**, 1993.

TONIETTO, Jorge. Vinhos brasileiros de 4ª geração: o Brasil na era das indicações geográficas. **Embrapa Uva e Vinho-Comunicado Técnico (INFOTECA-E)**, 2003.

TONIETTO, J.; DE MELLO, L. M. R. Quatrième période évolutive de la vitiviniculture Brésilienne: changements dans le marché consommateur du pays. In: **Embrapa Uva e Vinho-Artigo em anais de congresso (ALICE)**. In: WORLD CONGRESS, 26., GENERAL ASSEMBLY OF THE OFFICE INTERNATIONAL DE LA VIGNE ET DU VIN, 81., 2001, Adelaide. Congress proceedings. Adelaide: Office Internacional de la Vigne et du Vin, 2001., 2001.

TRICHES, Vinícius. **Competitividade da cadeia produtiva Vitivinícola do RS**. 2007. 182 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2007.

WAQUIL, Paulo Dabdab; MIELE, Marcelo; SCHULTZ, Glauco. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Plageder, 2010.

WENDLER, Daiana Fiorentin. **Sistema de gestão ambiental aplicado a uma vinícola: um estudo de caso**. 2009. 176 f. Dissertação (Mestrado e Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

ZANDONADI, Diogo Altoé; DA SILVA, Orlando Monteiro. Competitividade das exportações brasileiras de mel. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 37, n. 1, p. 37-53, 2006.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. 1. ed. Editora Pioneira: São Paulo, 2000.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos F.; CALEMAN, Silva M. de Q. **Gestão de sistemas de agronegócios**. Editora Atlas SA, 2014.

APÊNDICE A – DADOS TABELADOS

Tabela A - 1 Dados numéricos da área plantada de uvas (total anual em hectares), 5 principais estados, de janeiro de 2010 à outubro de 2021.

Área plantada de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.												
Mês	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pernambuco	95747	85604	82033	81540	81972	81996	82324	85597	93778	98029	99115	82560
São Paulo	117000	117000	117000	119843	100943	108129	94004	52023	87390	94306	96324	80220
Paraná	69600	71150	74000	73272	68864	14400	54600	50880	49940	49200	48000	40000
Santa Catarina	60122	60122	60122	54878	55616	14826	57822	56400	51084	48180	44974	39592
Rio Grande do Sul	604629	605780	614034	617055	612848	660302	599896	588641	578442	567267	560834	468091

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

Tabela A – 2 Dados numéricos da área colhida de uvas (total anual em hectares), 5 principais estados, de janeiro de 2010 à outubro de 2021.

Área colhida de uvas (Total anual em hectares) - 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.												
Mês	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pernambuco	83643	83163	81283	81202	81568	81723	81883	83542	82566	98029	98170	82560
São Paulo	114168	114168	114168	116661	99683	98032	92363	51687	86319	93606	96274	80170
Paraná	69600	71150	74000	73272	68864	63960	54600	50880	49940	49200	48000	40000
Santa Catarina	60110	60122	60325	52841	54120	57853	56441	56400	51084	48078	44692	39384
Rio Grande do Sul	584229	591162	598503	597478	600405	597304	590638	582998	569861	550823	552020	463012

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

Tabela A - 3 Dados numérico da produção de uvas (total anual em tonelada), 5 principais estados, de janeiro de 2010 à outubro de 2021.

Produção de uvas (Total anual em tonelada) - de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.												
Mês	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pernambuco	2040782	2414357	2630010	2771655	2833386	2846604	2852198	429747	3321364	4984777	4259860	3906289
São Paulo	2130456	2126724	2123904	2294346	1906968	1829419	1722889	131223	1562331	1710510	1777458	1473590
Paraná	1010800	1129320	914600	1150449	957952	991768	680500	158934	649902	619731	690672	569740
Santa Catarina	795920	807298	819418	663768	714810	821699	491861	168000	735072	702999	663192	581038
Rio Grande do Sul	8390768	9717992	9995578	9695888	9554897	10374066	5392724	224877	9971076	7796481	9064069	9359988

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

Tabela A - 4 Dados numéricos do rendimento médio anual dos produtos das lavouras (quilogramas por hectare), 5 principais estados, de janeiro de 2010 à outubro de 2021.

Rendimento médio anual das lavouras (Quilogramas por Hectare) – 5 principais estados, de Janeiro de 2010 à Outubro de 2021.												
Mês	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pernambuco	296594	348693	388353	409605	416839	417987	417991	429747	480556	610018	520449	473145
Bahia	283855	293079	295699	273963	336118	324422	347101	283851	340623	489120	361563	298109
Minas Gerais	170085	161581	158860	180290	177897	164307	172241	179883	179116	175073	174530	149894
São Paulo	223932	223536	223236	235734	229734	223840	223841	131223	217161	219245	221550	183810
Rio Grande do Sul	172350	197274	200399	194747	190958	208419	109546	224877	210002	169837	197046	202154

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no IBGE.

Tabela A - 5 Dados numéricos dos cinco maiores países que importaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (hs: 2204) em toneladas.

Cinco maiores países que importaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (HS: 2204) em toneladas.											
Importadores	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Paraguai	243	362	511	560	534	1031	2481	3342	2520	3315	
Estados Unidos da América	374	273	337	262	214	281	155	198	587	935	
China	56	91	41	70	75	145	79	50	156	152	
Colombia	151	208	192	235	234	305	96	101	140	66	
Reino Unido	125	95	73	437	85	174	88	82	45	31	

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Trade Map ITC.

Tabela A - 6 Dados numéricos dos cinco maiores países que exportaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (hs: 2204) em toneladas.

Cinco maiores países que exportaram vinho do Brasil de 2011 à 2020 (HS:2204) em toneladas.											
Exportadores	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Chile	26710	30371	28411	35619	36923	43519	52103	51421	52930	72979	
Portugal	8610	9792	9365	9795	10012	10939	17500	17835	18378	23717	
Argentina	17671	15584	13436	14244	12956	14457	16124	15928	17307	23080	
Italia	13163	11644	9287	9663	9279	9028	14676	12302	12198	11189	
França	5132	5034	4751	4824	4959	5003	24600	8292	6935	6774	

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Trade Map ITC.

Tabela A - 7 Exportações vitivinícola por NCM em quilogramas de 2010 à 2020.

ANO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
22041010 - vinhos uvas frescas/champanha	468	3,659	2	-	-	-	2	12,313	17,411	5,091	2,201
22041090 - outros vinhos uvas frescas/espumantes	0	2,550	60,579	10,190	8,605	6,380	1,012	2,615	6,453	10,360	1,285
22042100 - outros vinhos/mostos de uva/ <=2L	8	93	1,037	467	442	1,365	183	86,326	14,203	29,252	4,341
22051000 - vermouths/outros vinhos/aromatizados/ <= 2L	-	-	-	765	223	15	-	2,103	730	3,788	488

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agroatat.

Tabela A - 8 Importações vitivinícola por NCM em dólares de 2010 à 2020.

ANO	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
22041010 - vinhos uvas frescas/champanha	97,861	171,822	125,819	168,317	308	80	-	-	12	39,223	62,569
22041090 - outros vinhos uvas frescas/espumantes	8,450	66,441	37,174	12,195	4,628	47,855	37,227	44,339	313,191	13,757	-
22042100 - outros vinhos/mostos de uva/ <=2L	41,213	246,012	121,808	260,135	2,127	12,921	6,008	5,743	15,016	1,163	231
22051000 - vermouths/outros vinhos/aromatizados/ <= 2L	3,756	25,305	4,955	5,601	-	783	1,577	961	-	-	-

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos no Agroatat.