

Mariana Mossini Soares

**MAPEAMENTO E ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA
VITIVINÍCOLA DE SANTA CATARINA**

Florianópolis, 2008.

Mariana Mossini Soares

**MAPEAMENTO E ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA
VITIVINÍCOLA DE SANTA CATARINA**

Monografia submetida ao curso de Ciências
Econômicas da Universidade Federal de
Santa Catarina, como requisito obrigatório
para a obtenção do grau de Bacharelado.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos de Carvalho Júnior

Florianópolis, 2008.

631 Soares, Mariana Mossini
S676m Mapeamento e análise da cadeia produtiva vitivinícola de
Santa Catarina / Mariana Mossini Soares. Florianópolis: [s.n.], 2008.
101 f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) –
Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio Econômico.
Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos de Carvalho Júnior.

1. Cadeias produtivas agroindustriais. 2. Segmentos
produtivos. 3. Vitivinicultura. 4. Estruturas de governança.

Mariana Mossini Soares

**MAPEAMENTO E ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA VITIVINÍCOLA DE
SANTA CATARINA**

Área de Concentração: Economia Industrial

Linha de Pesquisa: análise dos segmentos produtivos de uma cadeia agroindustrial.

Objetivo: Caracterização e análise da cadeia produtiva vitivinícola de Santa Catarina e verificação de suas perspectivas de evolução futura.

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 9,0 a aluna Mariana Mossini Soares na Disciplina CNM 5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Data de Aprovação: 19/03/2008

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Luiz Carlos de Carvalho Júnior
Orientador

Profa. Brena Paula Magno Fernandez

Prof. Laércio Barbosa Pereira

Dedicatória

A meus pais, Claci Mossini e João Batista A. Soares.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais, em especial a minha mãe, que por todos esses anos vem acompanhando minha vida escolar, sendo amiga e companheira em todos os momentos.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Carlos de Carvalho Júnior, pelo excelente acompanhamento, interesse e paciência.

A todos os especialistas consultados que demonstraram grande disposição, sendo peça chave para a elaboração do trabalho.

Aos professores do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina que contribuíram para meu desenvolvimento intelectual e pessoal.

Aos grandes amigos conquistados ao longo do curso, em especial a Fernanda Schlickmann, amiga para sempre.

RESUMO

Diante da crescente relevância econômica que a produção vitivinícola vem representando para Santa Catarina, o presente estudo enfoca o mapeamento da cadeia produtiva da uva e do vinho catarinense, identificando suas potencialidades e pontos de estrangulamento, além da sinalização de suas perspectivas futuras. Para tanto, utilizou-se como fundamentação teórica as teorias de Cadeias Produtivas Agroindustriais e da Economia dos Custos de Transação, que viabilizaram o mapeamento e posterior análise da cadeia. Além disso, foram realizadas entrevistas com profissionais ligados a vitivinicultura, o que possibilitou a identificação das potencialidades e pontos de estrangulamento da cadeia, e o apontamento de suas perspectivas futuras. Verificou-se que a cadeia vitivinícola catarinense possui três principais pólos produtivos situados nas regiões do Vale do Rio do Peixe, Carbonífera, e do Planalto Catarinense. As regiões tradicionais – Carbonífera e do Vale do Rio do Peixe – apresentam predominantemente produção de vinhos coloniais e de mesa, produzidos em sua maioria por empresas de pequeno porte, com o uso intensivo de mão-de-obra familiar e em terrenos bastante acidentados, que inviabilizam a implantação de uma viticultura mecanizada. Por outro lado, a região do Planalto Catarinense caracteriza-se pela incipiente produção de vinhos finos de altitude, elaborados sob os mais elevados padrões de qualidade e tecnologia, produzidos por empresas de maior porte com grandes investimentos de capital. As regiões tradicionais apresentam tendências a negociações de insumos via mercado, o que abre precedente a comportamentos oportunistas por parte dos agentes. Já na região do Planalto Catarinense, predomina a tendência a verticalização da produção à montante, devido à especificidade dos ativos necessários para a elaboração de vinhos finos, bem como a especificidade de capital humano qualificado para sua elaboração. Os principais pontos de estrangulamentos identificados dizem respeito à falta de cooperação entre os segmentos da cadeia, especificamente entre vinícolas e canais de distribuição atacadistas. Além disso, verificou-se que a elevada carga tributária incidente sobre a cadeia produtiva faz com que os vinhos nacionais percam competitividade frente aos importados, especialmente os provenientes da Argentina e do Chile. Foram apontadas também as potencialidades do setor, dentre as quais destaca-se o fortalecimento do enoturismo no estado, a projeção nacional que os finos de altitude produzidos em Santa Catarina vêm alcançando, além da crescente organização setorial. Quanto à análise das perspectivas futuras do setor, pode-se destacar que somente a reunião de esforços entre o setor produtivo, ambientes institucional e organizacional, e iniciativas governamentais possibilitará uma expansão sustentável da atividade vitivinícola tanto em Santa Catarina, quanto no Brasil.

Palavras-chave: cadeias produtivas agroindustriais; segmentos produtivos; vitivinicultura; estruturas de governança.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Representação da cadeia produtiva agroindustrial.....	23
Figura 02 – Principais países exportadores mundiais de vinho.....	48
Figura 03 – Representação da cadeia produtiva vitivinícola.....	63
Quadro 01 – Alinhamento dos Contratos.....	31
Quadro 02 – Principais castas, suas origens e características.....	97

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Principais produtores de uvas entre o período 1995 a 2005 e total da produção mundial.....	40
Tabela 02 – Principais países importadores de uvas entre o período 2000 a 2004 e total mundial.....	41
Tabela 03 – Principais países exportadores de uvas entre o período 2000 a 2004 e total mundial.....	42
Tabela 04 – Principais produtores de vinhos entre o período 2000 a 2004 e total da produção mundial.....	43
Tabela 05 – Principais países importadores de vinho entre o período 2000 a 2004 e total mundial.....	45
Tabela 06 – Principais países exportadores de vinho entre o período 2000 a 2004 e total mundial.....	47
Tabela 07 – Principais países consumidores de vinho entre o período 1997 a 2003 e consumo médio.....	49
Tabela 08 – Área plantada de videiras no Brasil entre o período 2002 a 2006.....	50
Tabela 09 – Principais estados produtores de uvas no Brasil entre o período 1996 a 2005 (em mil).....	52
Tabela 10 – Quantidades de uvas de mesa importadas e exportadas pelo Brasil entre o período 1990 a 2006.....	54
Tabela 11 – Produção de vinhos, sucos e derivados no Brasil entre o período 2002 e 2006...55	

Tabela 12 – Comercialização nacional de vinhos, sucos e derivados entre o período 2002 a 2006.....	57
Tabela 13 – Importação de Vinhos, sucos e espumantes do Brasil entre o período 2001 a 2006.....	59
Tabela 14 – Exportação de Vinhos, sucos e espumantes do Brasil entre o período 2001 a 2005.....	60
Tabela 15 – Dados de Área Plantada e Produção de Uvas (total e vinificadas) em Santa Catarina entre o período 2002 a 2006.....	70
Tabela 16 – Produção/Importação e Exportação de vinhos e derivados de Santa Catarina entre o período 2002 e 2006.....	72
Tabela 17 – Área plantada, produção total e número de propriedades do Vale do Rio do Peixe no ano 2000.....	75
Tabela 18 – Finalidade da produção de uvas do Vale do Rio do Peixe.....	76

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema de Pesquisa.....	11
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 Objetivo geral da pesquisa.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Metodologia.....	14
1.4 Estrutura do Trabalho	15
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 Diferentes visões sistêmicas acerca da interação agricultura-indústria.....	16
2.1.1 Do complexo rural aos complexos agroindustriais.....	16
2.1.2 O enfoque do Sistema de Commodities – Commodity System Approach (CSA)	18
2.1.3 A Análise de Filières – Cadeias de Produção.....	19
2.2 Aspectos conceituais e teóricos do agronegócio	21
2.2.1 Principais aplicações do conceito de Cadeia Produtiva Agroindustrial	24
2.3 Economia dos Custos de Transação (ECT).....	27
2.3.1 Pressupostos teóricos.....	27
2.3.2 Características das transações.....	28
2.3.3 Características dos agentes	29
2.3.4 Estruturas de governança.....	30
3. A ATIVIDADE VITIVINÍCOLA NO MUNDO E NO BRASIL	32
3.1 Vinhos: uma visão geral.....	32
3.1.1 Processo produtivo do vinho	34
3.1.2 Produção vitivinícola: um breve histórico.....	37
3.2 A atividade vitivinícola no mundo	38
3.2.1 Áreas de cultivo de vinhedos.....	38
3.2.2 Produção de uvas	39
3.2.3 Importação e exportação de uvas.....	41
3.2.4 Produção de vinhos.....	43
3.2.5 Importação e exportação de vinhos	45
3.2.6 Consumo mundial de vinhos	48
3.3 A atividade vitivinícola no Brasil.....	50
3.3.1 Áreas de cultivo de vinhedos.....	50
3.3.2 Produção de uvas	51
3.3.3 Importação e exportação de uvas.....	53
3.3.4 Produção e comercialização de vinhos, sucos e derivados.....	55

3.3.5 Importação e exportação de vinhos e derivados	58
4. A ATIVIDADE VITIVINÍCOLA EM SANTA CATARINA.....	62
4.1 A cadeia vitivinícola catarinense	62
4.1.1 Mapeamento da cadeia vitivinícola catarinense	62
4.1.1.1 Etapas da cadeia produtiva vitivinícola	63
4.1.1.2 Identificação das estruturas de governança	65
4.2 A produção vitivinícola em Santa Catarina	69
4.2.1 Principais regiões produtoras de uva e vinho em Santa Catarina.....	73
4.2.1.1 Região do Vale do Rio do Peixe.....	74
4.2.1.2 Região Carbonífera.....	78
4.2.1.3 Região do Planalto Catarinense	82
4.2.2 Ambientes organizacional e institucional.....	85
4.2.3 Potencialidades e pontos de estrangulamento da cadeia vitivinícola catarinense	89
4.2.4 Perspectivas futuras para a cadeia vitivinícola catarinense	90
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	93
LIMITAÇÕES DO TRABALHO E RECOMENDAÇÕES	96
APÊNDICE	97
ANEXOS	99
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109

1. INTRODUÇÃO

1.1 Problema de Pesquisa

O mercado brasileiro de bebidas movimentava milhões de reais anualmente, representando 32% do faturamento total dos produtos de consumo de massa consumidos no país, segundo dados da ACNielsen¹. A tendência atual é a busca por alimentos e bebidas mais saudáveis, neste sentido vem sendo observada a maior procura por alimentos de origem orgânica, sem o uso de agrotóxicos, assim como por bebidas que ofereçam benefícios à saúde. Dentre as bebidas, destacam-se em meio as não alcoólicas, as produzidas a base de soja, que são livres de gorduras trans e colesterol, além de possuírem baixos teores de gorduras saturadas. Já entre as alcoólicas, o vinho é o que comprovadamente oferece maiores benefícios à saúde devido a sua capacidade de reduzir o risco de doenças cardíacas, evitar disfunções neurológicas, aumentar a longevidade, possuir poder anti-cancerígeno e até mesmo proteger fumantes contra os efeitos danosos do cigarro.

O consumo de vinhos vem se mantendo estável ao longo das últimas décadas. Segundo dados da Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV) entre os anos de 1976 a 1985, o consumo mundial de vinhos quase alcançou os 30 bilhões de litros, porém estes valores começaram a diminuir a partir de 1986, mantendo-se estabilizados entre 22 e 24 bilhões de litros. Em 2006 o consumo total foi de 23,8 bilhões de litros, enquanto que a estimativa de produção para o mesmo ano esteve entre 27,5 e 28,6 bilhões de litros. Esses excessos nos estoques da bebida são consequência do aumento da produção em alguns países como Estados Unidos, Chile, Austrália, Argentina e África do Sul, os chamados países do Novo Mundo, que na década de 1970 respondiam por apenas 5% do mercado mundial, e aos poucos ganharam qualidade passando a competir com os europeus, sendo atualmente responsáveis por aproximadamente 50% do total de vinhos comercializados mundialmente².

Tradicionalmente entre os principais países produtores de vinho destacam-se França, Itália e Espanha, que juntos respondem por mais da metade da produção mundial³. Contudo, tais países percorreram longo percurso histórico para alcançarem o patamar de excelência atual. A Europa foi palco da difusão da cultura do vinho, com a ocupação romana o vinho

¹ A ACNielsen é uma empresa especializada em informações mercadológicas, líder mundial no ramo.

² Segundo dados do Instituto de Economia Agrícola (IEA).

³ Dados extraídos do ICEPA/EPAGRI.

consolidou-se na região central do continente. As vinhas italianas têm origem grega, as francesas são de origem romana e as espanholas são de origem fenícia.

As primeiras mudas de videira trazidas ao Brasil eram originárias das Ilhas da Madeira, tendo sido introduzidas por Martin Afonso de Souza e Brás Cubas⁴ em 1532 na Capitania de São Vicente, atual estado de São Paulo. No entanto, por um longo período a produção e consumo ficaram restritos basicamente ao consumo familiar e ao comércio eventual. Fato este atribuído a medidas protecionistas de Portugal, visando evitar concorrência à bebida elaborada na metrópole, tendo a corte inclusive proibido a cultura de uvas na colônia em 1789.

Somente a partir de 1875, com a chegada dos primeiros imigrantes italianos que se instalaram principalmente em São Paulo, pontos de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, é que a história da vitivinicultura brasileira começou de fato a ser escrita. Ao longo do século XX apareceram as primeiras cantinas de maior expressão, iniciou-se o cooperativismo vinícola, e a partir de 1964 instalam-se no Rio Grande do Sul as primeiras multinacionais de bebidas, o que impulsionou a utilização intensiva de tecnologia na fabricação do vinho.

Atualmente o Brasil afigura-se entre os dez maiores exportadores de uvas *in natura* do mundo, desde a década de 1990 a produção brasileira cresce a taxas próximas dos 10% ao ano⁵. A expansão das áreas plantadas para regiões onde a produção está sujeita a menor sazonalidade de preços e onde se obtém duas ou mais safras por ano, caso do Nordeste e Centro-Oeste, aliada ao aumento nas exportações é que possibilitaram essa expansão da produção nacional nos últimos anos.

Segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), entre os anos de 1995 e 2005 o Brasil que ocupava a 16ª posição no ranking dos principais produtores de uva – com uma produção de 836 mil toneladas – subiu para a 13ª posição – registrando produção de cerca de 1,2 milhões de toneladas – no último ano do período analisado, sendo responsável por aproximadamente 1,8% da produção global. A liderança na produção mundial coube a Itália ao longo de todo o período.

De acordo com estimativas do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), o consumo de vinho *per capita* no Brasil que atualmente é de 1,8 litros/ano, deverá aumentar para 9 litros *per capita*/ano até 2022. Tal estimativa se deve a divulgação do volume de vendas registradas entre janeiro e fevereiro de 2007 pela União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA) e pelo IBRAVIN. Segundo os números divulgados, somente nos dois primeiros meses de 2007

⁴ Segundo dados do Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN.

⁵ ICEPA/EPAGRI.

foram vendidos 11,7 milhões de litros de vinho no país – mais que o dobro das vendas registradas no mesmo período de 2006.

Assim como a produção mundial, a brasileira traçou uma geografia própria, com concentração da produção em determinadas regiões onde fatores climáticos, étnicos, culturais e religiosos propiciaram a introdução do cultivo e produção vitivinícola.

O Rio Grande do Sul ocupa a posição de maior pólo vitivinícola do país, sendo responsável por aproximadamente 50% do volume de uvas cultivadas e 90% do total de vinhos elaborados no Brasil. Sua principal região produtora é a Serra do Nordeste, que abriga os municípios de Bento Gonçalves e Caxias do Sul, principais pólos vitivinícolas do estado.

A vitivinicultura também se desenvolve em outros estados brasileiros, como São Paulo, que se destaca pelo plantio de uvas de mesa⁶ finas e comuns, além de produzir vinhos comuns; em Minas Gerais destaca-se a produção de vinhos comuns e uvas finas de mesa; no Paraná predomina o cultivo de uvas finas de mesa. No vale do rio São Francisco, na divisa entre os estados da Bahia e Pernambuco, localiza-se a principal região vitícola tropical do Brasil, onde são fabricados vinhos finos e espumantes, além de uvas finas de mesa. Devido à possibilidade de obtenção de mais de uma colheita por ano, o volume de produção nesses dois estados é maior.

Em Santa Catarina as condições naturais e a imigração originaram pólos de exploração vitivinícola, como o Vale do Rio do Peixe, no meio oeste catarinense. Mais recentemente a cidade de São Joaquim vem despontando como pólo vitivinícola na serra catarinense, concentrando 180 hectares de uvas *vitis viníferas*, próprias para a produção de vinhos finos. A viticultura vem expandindo também no oeste do estado, as microrregiões de Chapecó, São Miguel do Oeste e Concórdia estão plantando centenas de hectares de uvas, por meio de agricultura familiar, visando amenizar as sucessivas perdas de renda com a produção de grãos.

Embora Santa Catarina seja responsável por apenas 4% da produção brasileira de uvas, estando em sexto lugar no ranking nacional de produtores, o estado ocupa a segunda posição como maior produtor nacional de vinhos.

A partir da constatação do crescente aumento tanto no volume de áreas plantadas, quanto no volume de produção, assim como a elevação da importância econômica do cultivo de uvas e elaboração de vinhos para o estado, no presente estudo busca-se realizar o mapeamento e a análise da cadeia vitivinícola catarinense, apontando suas potencialidades e pontos de estrangulamento, além de sinalizar suas perspectivas futuras.

⁶ Uvas para consumo *in natura*.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral da pesquisa

Caracterizar e analisar a cadeia produtiva vitivinícola de Santa Catarina e verificar as perspectivas para sua evolução futura.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar o panorama atual da cadeia vitivinícola no contexto global e do país;
- b) Caracterizar e analisar os principais segmentos da cadeia vitivinícola catarinense, verificando suas potencialidades e pontos de estrangulamento;
- c) Apontar as perspectivas de desenvolvimento futuro da cadeia.

1.3 Metodologia

Visando atingir os objetivos propostos neste estudo, primeiramente será construído um referencial teórico baseado na literatura, o qual servirá como base de sustentação ao trabalho. Através de pesquisa bibliográfica serão apresentados os principais conceitos referentes à estruturação de uma cadeia produtiva, destacando seus elementos e elos de conexão. Além disso, serão abordados os conceitos da Economia dos Custos de Transação, que permitirão a análise das estruturas de governança praticadas ao longo da cadeia.

A apresentação do panorama atual da cadeia em nível global e brasileiro foi subsidiada pela coleta de dados a partir publicações de institutos de pesquisa, pareceres técnicos, além da consulta aos sítios eletrônicos de órgãos governamentais e de organizações da cadeia vitivinícola. Destacam-se entre as principais fontes: União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA); Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN); Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Uva e Vinho (Embrapa); Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, entre outros.

Para a caracterização da cadeia vitivinícola catarinense, assim como a identificação de suas potencialidades e pontos de estrangulamento, e perspectivas futuras, foram realizadas entrevistas com profissionais ligados a área, como enólogos, proprietários de vinícolas e

representantes de organizações vinculadas ao setor. Além disso, foi realizada ampla pesquisa junto aos sites governamentais e organizacionais que possibilitaram a delimitação das principais áreas de cultivo vitícola de Santa Catarina. Nesta etapa, os especialistas da Estação Experimental da Epagri em Videira foram de fundamental importância, pois viabilizaram o desenvolvimento da pesquisa enviando materiais impressos como o Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe, e arquivos eletrônicos como o Levantamento sobre Frutas de Clima Temperado, importantes fontes de consulta.

1.4 Estrutura do Trabalho

O presente estudo está estruturado em cinco capítulos, o primeiro traz a introdução ao problema de pesquisa, além dos objetivos geral e específicos do trabalho. O referencial teórico, abordado no segundo capítulo, baseado na sistemática de Cadeias Produtivas Agroindustriais e na Economia dos Custos de Transação, dará embasamento à pesquisa, provendo as ferramentas necessárias ao mapeamento e posterior análise da cadeia.

A abordagem da atividade vitivinícola em âmbito mundial será feita no terceiro capítulo, onde serão detalhados quais os principais países produtores, consumidores, importadores e exportadores da uva e do vinho. Em seguida será realizada a contextualização da produção nacional, sendo indicadas as principais áreas de cultivo de vinhedos, estados produtores de uva e vinho, bem como aspectos referentes às importações e exportações brasileiras de vinhos, sucos e derivados.

Para a descrição da atividade vitivinícola em Santa Catarina, tema do quarto capítulo, primeiramente serão detalhados os segmentos ligados à cadeia produtiva, seus atores e as interações entre esses agentes, o que viabilizará a identificação das estruturas de governança praticadas. Em seguida, serão demonstrados dados relativos à produção de uvas, área plantada e número de produtores atuantes no estado, bem como as principais variedades de uvas cultivadas, e informações relativas às importações e exportações catarinenses de vinhos. Serão ainda destacadas as principais regiões produtoras de uva e vinho de Santa Catarina e suas mais importantes vinícolas. As principais instituições de apoio à atividade vitivinícola serão apontadas, além de seus objetivos e ações. Por fim, serão enfocados as potencialidades e pontos de estrangulamento da cadeia, além de suas perspectivas futuras. O quinto e último capítulo traz as considerações finais, onde são destacadas as conclusões e sugestões para trabalhos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo visa à construção de um arcabouço teórico que servirá como balizador ao presente estudo no que tange ao conceito de cadeia de produção, seu processo evolutivo e enfoques conceituais diversos. Inicialmente será abordado o estudo das questões relativas à interação agricultura-indústria que apresenta originalmente, no cenário internacional, enfoques teóricos distintos. Em seguida, serão elencados os aspectos conceituais e teóricos do agronegócio destacando-se o fluxo de desencadeamento intersetorial das atividades ligadas à cadeia de produção, além das principais aplicações do conceito de cadeia produtiva agroindustrial.

Por fim, será abordada a Economia dos Custos de Transação (ECT), importante aspecto teórico para a compreensão da existência de diferentes estruturas de governança que regem os contratos entre firmas, e que possibilita melhor entendimento das características que permeiam as transações entre os segmentos da cadeia produtiva.

2.1 Diferentes visões sistêmicas acerca da interação agricultura-indústria

2.1.1 Do complexo rural aos complexos agroindustriais

O conceito de complexo rural vem sendo usado historicamente para designar o conjunto de atividades desenvolvidas no interior das fazendas na época do Brasil colônia, que se fundamentavam basicamente na economia natural, e incipiente divisão de trabalho. Para a produção de determinada mercadoria, as fazendas tinham de produzir elas mesmas todos os bens intermediários, meios de produção, além de manter a reprodução da própria força de trabalho (em sua maioria escrava) ocupada nessas atividades. Dessa forma, o complexo rural internalizava não somente a produção de bens de consumo, mas também a de insumos, máquinas, equipamentos e mão-de-obra artesanal.

A produção agrícola voltada à exportação ocupava apenas parte dos meios de produção, sendo a outra parte destinada à produção de bens de consumo para a população local e para a reprodução dos próprios meios de produção. A divisão social do trabalho era incipiente e a inexistência de um mercado interno atrelava a dinâmica da economia às flutuações do mercado externo.

A partir de 1850, com a suspensão do tráfico negreiro e com a lei de terras, ocorre a gradativa redução do trabalho escravo e a introdução da mão-de-obra livre nas fazendas de café do oeste paulista. Nessa etapa dá-se a formação de um novo complexo - o cafeeiro, que aos poucos vai quebrando a “rígida estrutura autárquica do complexo rural” (SILVA, 1996, p. 11). Ao passo que algumas atividades começam a se separar do complexo do café, criam-se as primeiras atividades manufatureiras nas cidades, fatos que permitiram o desenvolvimento do mercado de trabalho e a constituição do mercado interno no país.

O período de 1890 a 1930 compreende o auge do complexo cafeeiro, diversos setores começam a se formar no entorno deste, ampliam-se as atividades tipicamente urbanas e se inicia o processo de substituição de importações de bens de consumo não duráveis. Nessa fase a economia brasileira passa por um profundo processo de reajustamento, a divisão social do trabalho intensifica-se com a separação cidade-campo e agricultura-indústria. A partir dos anos de 1930 até 1960 ocorre a fase de integração dos mercados nacionais e a internalização da indústria de bens de capital, que juntos possibilitaram o processo geral de industrialização no Brasil. A indústria e a vida urbana tornam-se o centro dinâmico da economia, impondo suas demandas ao setor rural e condicionando suas transformações.

Ao longo dos anos 1960 inicia-se a industrialização da agricultura; nasce uma nova dinâmica de acumulação de capital no campo, que conta com um setor industrial fornecedor de insumos e máquinas agrícolas produzidos nacionalmente. O período representa a ruptura nas relações sociais de produção, conforme ilustra José Graziano da Silva (1996) em sua obra “A nova dinâmica da agricultura brasileira”:

A industrialização da agricultura representa não apenas mudanças nas relações do Homem com a Natureza, mas também nas relações sociais de produção e com seus instrumentos de trabalho (ferramentas, máquinas e equipamentos, insumos e matérias-primas etc.). A industrialização da agricultura implica a passagem de um sistema de produção artesanal a um sistema em base manufatureira (...) E essa passagem é caracterizada essencialmente pela inversão da função desempenhada pelo trabalhador que passa do papel ativo e integral do artesão para o de um trabalhador parcial (especializado com suas ferramentas) na manufatura, até atingir a passividade do operário industrial que apenas vigia sua máquina.

A consolidação dos complexos agroindustriais (CAI) ocorre na década de 1970 a partir da integração técnica entre indústrias que produzem para a agricultura, as agroindústrias processadoras, e a agricultura propriamente dita. Tal nível de integração somente se torna possível a partir da substituição de importações de máquinas e insumos para a agricultura financiadas por meio do SNCR (Sistema Nacional de Crédito Rural) e de políticas de

agroindustrialização instituídas a partir de fundos de financiamento⁷. “O ponto fundamental que qualifica a existência de um complexo é o elevado grau das relações interindustriais dos ramos ou setores que o compõem” (SILVA, 1996, p. 31).

A partir da constituição dos CAI, o desenvolvimento agrícola passa a depender da indústria; a agricultura deixa de ser vista como o “grande setor” da economia, pois grande parte de suas atividades integraram-se profundamente às relações industriais, de forma que seu funcionamento é determinado de forma conjunta. Enfim, não existe mais uma dinâmica geral da agricultura, existem sim várias dinâmicas, próprias de cada um dos complexos particulares.

2.1.2 O enfoque do Sistema de Commodities – Commodity System Approach (CSA)

O estudo de John Davis e de Ray Goldberg, pesquisadores da Universidade de Harvard, enunciou em 1957 pela primeira vez o conceito de *agribusiness* como sendo:

A soma de todas as operações envolvidas no processamento e distribuição dos insumos agropecuários, as operações de produção na fazenda; e o armazenamento, processamento e a distribuição dos produtos agrícolas e seus derivados. (DAVIS; GOLDBERG, 1957 apud SILVA, 1996, p. 65).

Nesse trabalho, os autores apresentam uma análise histórica e evolutiva do sistema por eles denominado *agribusiness*. Davis e Goldberg consideravam as atividades agrícolas como parte de uma extensa rede de agentes econômicos que iam desde a produção de insumos, passando pela transformação industrial, até a armazenagem e distribuição de produtos agrícolas e derivados.

A premissa teórica do Sistema de Commodities (CSA) tem como ponto de partida a matriz insumo-produto de Leontief. Tal enfoque expressou a preocupação com a mensuração da intensidade das ligações intersetoriais, assim como promoveu uma visão analítica do *agribusiness* norte-americano quanto à sua parcela de contribuição para a formação do produto nacional.

A possibilidade de aplicação imediata na formulação de estratégias corporativas, assim como a coerência do aparato teórico, fez com que o conceito de *agribusiness* obtivesse sucesso e difusão rápidos. Outra característica que motivou o sucesso do conceito está ligada

⁷ Ver a respeito em Silva (1996), em especial o capítulo 1.

à precisão com que as tendências preconizadas pelo trabalho de Davis e Goldberg foram antecipadas.

O CSA adota como ponto de partida uma determinada matéria-prima base, como por exemplo, laranja, soja, cana-de-açúcar, ou café. A evolução do sistema seria ditada pela matéria-prima principal, sucedida pelos diferentes processos industriais e comerciais a que pode ser submetida, até se transformar em produto final.

Em 1968 a noção do CSA foi ampliada visando à incorporação da análise das influências institucionais, como políticas governamentais, mercados futuros e associações comerciais, conforme define Goldberg (1968 apud ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000, p. 05) a seguir:

Um sistema de commodities engloba todos os atores envolvidos com a produção, processamento e distribuição de um produto. Tal sistema inclui o mercado de insumos agrícolas, a produção agrícola, operações de estocagem, processamento, atacado e varejo, demarcando um fluxo que vai dos insumos até o consumidor final. O conceito engloba todas as instituições que afetam a coordenação dos estágios sucessivos do fluxo de produtos, tais como as instituições governamentais, mercados futuros e associações de comércio.

Cabe destacar que nesta etapa do estudo, Goldberg abandona o aparato conceitual embasado na matriz insumo-produto, para aplicar o paradigma de estrutura-conduta-desempenho oriundo da economia industrial, que passa a fornecer os principais critérios de análise e de predição ao modelo. Aspectos dinâmicos são introduzidos aos estudos por meio da consideração das mudanças ocorridas no sistema ao longo do tempo. Além disso, mudanças tecnológicas representaram papel fundamental nos trabalhos do autor, não apenas no âmbito da produção rural, mas também na indústria, distribuição e produção.

2.1.3 A Análise de Filières – Cadeias de Produção

O francês Louis Malassis, do *Institut Agronomique Méditerranée de Montpellier*, durante a década de 1960, foi um dos primeiros autores a se utilizar do conceito de análise de *filière*. Além de enfatizar a dimensão histórica do *agribusiness*, o autor situou a cadeia de produção como característica da etapa de desenvolvimento capitalista em que a agricultura se industrializa.

Segundo Malassis apud Silva (1996) a noção de cadeia de produção ou *filière* agroindustrial se reporta aos itinerários seguidos por um determinado produto dentro do sistema de produção-transformação-distribuição e aos diferentes fluxos que a ele estão

ligados. Para Malassis, o estudo de *filière* compreende dois principais aspectos; a sua identificação (o produto, seus itinerários, agentes e operações) e a análise dos mecanismos de regulação (estrutura de funcionamento dos mercados, a intervenção do Estado, etc.).

De acordo com Batalha (2001) uma cadeia de produção agroindustrial pode ser segmentada, de jusante a montante, em três macrosssegmentos:

- a) Comercialização. Representa as empresas que mantêm contato com o cliente final da cadeia, viabilizando tanto o consumo, quanto o comércio dos produtos finais, a exemplo de supermercados, restaurantes, cantinas, entre outros. Neste macrosssegmento podem ser incluídas empresas responsáveis somente pela logística de distribuição dos produtos.
- b) Industrialização. Este macrosssegmento diz respeito às firmas responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos finais. O consumidor pode tanto ser uma agroindústria, quanto uma unidade familiar.
- c) Produção de matérias-primas. Reúne as firmas fornecedoras de matérias-primas iniciais para que outras empresas avancem no processo de produção do produto final, como por exemplo, agricultura, pecuária e pesca.

O modo como se define a estrutura de uma cadeia de produção agroindustrial deve situar-se sempre de jusante a montante; segundo essa lógica, as condicionantes impostas pelo consumidor final são os principais indutores de mudanças no sistema. Nesse ponto, não se ignora o fato de que as unidades produtivas dos sistemas também são responsáveis, por exemplo, pela introdução de inovações tecnológicas capazes de apontarem mudanças na dinâmica de funcionamento das cadeias agroindustriais. No entanto, tais mudanças somente serão sustentáveis quando reconhecidas pelo consumidor como fonte de diferenciação em relação à situação de equilíbrio anterior.

Morvan apud Zylbersztajn e Neves (2000) apresenta a noção do uso múltiplo do conceito de cadeia. Segundo o autor o conceito pode ser utilizado tanto para fins de análise e descrição do sistema, quanto como ferramenta de gestão, seja aplicada à definição de estratégias no plano da firma, ou no apoio a elaboração de políticas governamentais.

Comparativamente ao enfoque do Sistema de Commodities (CSA), a Análise de *Filière* apresenta algumas diferenças metodológicas. Ambos tratam de estratégia, sendo que o

enfoque das cadeias é mais voltado para ações governamentais, já no Sistema de Commodities, o foco principal está na estratégia das corporações.

Outro fator de diferenciação entre as duas abordagens reside na importância dada ao consumidor final como agente dinamizador da cadeia. Uma análise em termos de cadeia, conforme os preceitos da escola francesa, sempre parte do mercado final (produto acabado) em direção a matéria-prima de base que o originou. Porém, nos termos do Sistema de Commodities ocorre o processo inverso, elege-se uma matéria-prima de base como ponto de partida para a análise.

A análise de *filière* enfatiza relações de interdependência entre agricultura e indústria, relações essas que manifestam uma complementaridade entre as empresas e os produtores em relação a um dado produto. A corrente de pensamento da escola francesa explicita a noção de industrialização da agricultura, processo em que esta vai gradativamente subordinando-se à indústria face a seu crescimento.

2.2 Aspectos conceituais e teóricos do agronegócio

A verificação dos diferentes enfoques acerca da interação agricultura-indústria, possibilita o exame sistêmico dos processos, porém, quando o foco da análise atinge apenas um produto específico, tem-se o conceito de cadeia produtiva agroindustrial. Esse conceito marcadamente diz respeito às relações insumo-produto e aos conceitos de encadeamentos das atividades econômicas. Pode-se compreender a abrangência desse conceito ao se analisar o fluxo de ligações intersetoriais que se realizam entre segmentos de atividades a seguir:

- a) Atividades fornecedoras de insumos e bens de capital, necessários ao desenvolvimento das atividades produtivas. O setor é caracterizado pelo mercado de tratores, herbicidas, adubos e fertilizantes, bem como de genética vegetal e biotecnologia, sementes e mudas, embalagens, etc. Esses insumos, além de serem responsáveis pelos custos de produção, definem o tipo de tecnologia empregada e configuram a dimensão das relações intersetoriais. No Brasil esse segmento está concentrado em poucas empresas que dominam o abastecimento do mercado.

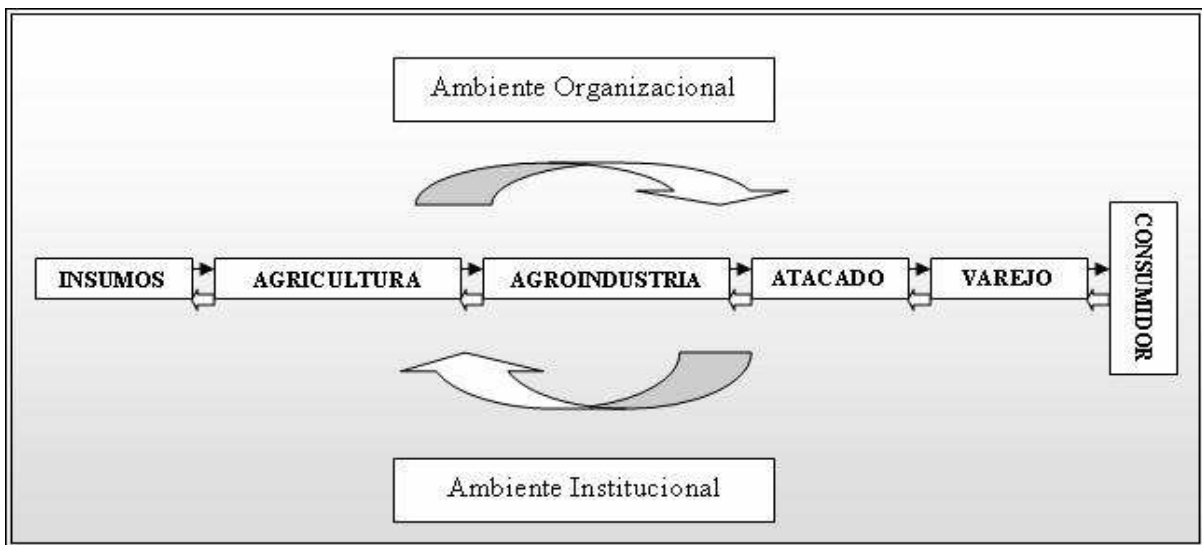
- b) Atividade de produção primária. Esse segmento engloba os agentes atuantes na geração de matéria-prima para a agroindústria, suas unidades produtivas são caracterizadas conforme o tipo de produção, a tecnologia empregada e o destino do produto.
- c) Agroindústria. Concentra os agentes responsáveis pela transformação das matérias-primas. É neste segmento que se dá a agregação de valor aos produtos, uma vez que são incorporadas as utilidades de forma e valor à matéria-prima *in natura*. Dentre os segmentos integrantes da cadeia produtiva agroindustrial é o que produz maior impacto econômico, haja vista o volume de emprego e renda gerados.
- d) Atacado. Compreende a distribuição dos produtos para os grandes centros urbanos por meio de plataformas centrais, cujo papel tem sido concentrá-los fisicamente, e viabilizar o abastecimento dos agentes varejistas.
- e) Varejo. Possui a função de distribuir os produtos diretamente ao mercado consumidor. O contato direto com o consumidor confere ao setor grande poder de coordenação da cadeia, seja por exercer alto poder de barganha, ou por possuir acesso privilegiado às preferências dos consumidores. Caracteriza-se por margens baixas e elevado giro, o que lhe permite alta rentabilidade potencial, embora exista intensa competição entre as empresas.

Por conta de sua dimensão estratégica, o conceito de cadeia produtiva agroindustrial, de acordo com o acima exposto, predominou por um longo tempo, contudo, esta concepção abrange apenas uma parte da dinâmica atual do agronegócio. Atualmente, a concepção de agronegócio também incorpora outra importante dimensão:

- f) Ambientes Organizacional e Institucional. Representam os órgãos e instituições que atuam como estimuladores e reguladores da atividade produtiva; tratam-se de estruturas criadas para dar suporte ao funcionamento da cadeia, tais como universidades, institutos de pesquisa, cooperativas, associações de produtores, órgãos governamentais como Embrapa, Sebrae, Senar, além de bancos de fomento. Cabe destacar ainda a importância das políticas macroeconômicas de câmbio, comércio interno e externo, fiscal, trabalhista, e de incentivo à pesquisa e desenvolvimento (P&D). Todos os elementos citados correspondem ao conjunto de fatores sistêmicos que influenciam a competitividade das cadeias produtivas.

A figura 01 resume o conceito de agronegócio de acordo com a concepção apresentada. As cinco primeiras caixas da figura representam os segmentos da cadeia produtiva agroindustrial responsáveis pela criação de produtos, ou pela agregação de atributos que serão demandados na etapa seguinte, ou no consumo final, representado pela sexta caixa da ilustração.

Figura 01 – Representação da cadeia produtiva agroindustrial.



NOTA: setas à direita não-preenchidas representam fluxo de produtos (dimensão de produto); setas à esquerda preenchidas representam fluxo monetário (dimensão monetária).

FONTE: elaborado pela autora a partir de Santana e Amin (2002); Zylbersztajn e Neves (2000) e Triches et al. (2004).

A dimensão do produto, representada pelas setas à direita, diz respeito a um conjunto de características que envolvem desde o transporte e a logística necessários para movimentar os insumos e produtos ao longo dos processos; os canais para assegurar a disponibilidade de produtos a todos os estágios do processo; a manutenção ou aumento de atributos de qualidade, além da utilização ótima dos fatores de produção em todas as etapas da cadeia, visando à redução de tempo de produção e evitando assim a ocorrência de estrangulamentos no decorrer do processo.

A dimensão monetária, representada pelas setas à esquerda, representa a contrapartida do fluxo de produtos, neste ponto a presença de bancos é de fundamental importância para facilitar as transações entre as partes. Essa dimensão vem sendo facilitada pela criação de sistemas de informática, que viabilizam a ocorrência das transações com maior rapidez e segurança, a exemplo pode-se citar a venda de frutas frescas por meio do chamado *e-commerce*.

Os ambientes Organizacional e Institucional, representados pelas caixas nos extremos superior e inferior da figura, correspondem às ações indutoras e reguladoras do agronegócio. Atuam diretamente na formação de preços ao longo da cadeia, no desenvolvimento de parcerias (visando evitar o domínio de mercado por ação do monopólio), no estabelecimento de relações entre instituições públicas e privadas para fins de investimentos em P&D, além de atuarem no controle dos atributos incorporados aos produtos.

2.2.1 Principais aplicações do conceito de Cadeia Produtiva Agroindustrial

Batalha (2001) aponta as principais utilizações do conceito de cadeia produtiva agroindustrial. São elas:

- a) Formulação e análise de políticas públicas e privadas;
- b) Ferramenta de descrição técnico-econômica;
- c) Metodologia de análise da estratégia das firmas;
- d) Ferramenta de análise das inovações tecnológicas e apoio à tomada de decisão tecnológica.

- a) Cadeias produtivas como ferramentas de formulação e análise de políticas públicas e privadas

Este enfoque busca fundamentalmente identificar os elos fracos de uma cadeia produtiva e incentivá-los por meio de políticas públicas ou privadas adequadas. De acordo com essa ótica, o sucesso de uma cadeia produtiva agroindustrial é resultado do desenvolvimento de todos os agentes que nela atuam.

Um diagnóstico realizado com base nos termos da cadeia produtiva agroindustrial considerando a formulação e análise de políticas públicas e privadas permite uma visão que evidencia a importância de uma melhor articulação entre os agentes econômicos envolvidos no processo produtivo e os desejos e necessidades dos consumidores. Além disso, permite uma melhor coordenação entre os agentes ligados diretamente às atividades da cadeia, e os agentes de apoio, dentre os quais se destaca o governo.

b) Cadeias produtivas como ferramentas de descrição técnico-econômica

A visão de cadeias produtivas como ferramenta de descrição técnico-econômica consiste na descrição das atividades de produção responsáveis pela transformação da matéria-prima em produto acabado. Dessa forma, uma cadeia produtiva apresenta-se como uma sucessão linear de operações técnicas de produção. Segundo Batalha (2001), um procedimento que complementa esse conceito é considerar uma cadeia produtiva não somente como uma ferramenta de descrição técnica, mas também como ferramenta de análise econômica. Existe, nesse caso, a preocupação de analisar além dos aspectos técnicos, as relações estabelecidas entre os agentes formadores da cadeia.

Partindo dessa ótica técnico-econômica, Parent (1979 apud BATALHA, 2001, p. 41) define uma cadeia produtiva como sendo “a soma de todas as operações de produção e de comercialização que foram necessárias para passar de uma ou várias matérias-primas de base a um produto final, isto é até que o produto chegue às mãos de seu usuário (seja ele um particular ou uma organização)”.

c) Cadeias produtivas como metodologia de análise da estratégia das firmas

A interação entre a firma e seu ambiente concorrencial é condição essencial para a definição de uma estratégia. O conceito de cadeias produtivas como metodologia de análise da estratégia das firmas considera não somente as relações diretas entre os agentes econômicos, mas o conjunto de articulações que constituem a cadeia. Esse enfoque possui a vantagem de evidenciar as sinergias comerciais e tecnológicas entre as diversas atividades constitutivas da cadeia.

Segundo essa ótica, a diversificação de uma empresa pode orientar-se por dois diferentes caminhos. O primeiro diz respeito à diversificação dentro dos setores ligados às atividades existentes. Primeiramente deve-se definir a cadeia produtiva em que a empresa está inserida, verificando-se fatores como; as relações comerciais diretas entre clientes e fornecedores; as relações comerciais indiretas (fluxo de compra e venda dos clientes e fornecedores); e as relações tecnológicas, elemento base da construção da cadeia. Após a identificação da cadeia produtiva na qual a empresa atua, é preciso delimitar os principais setores que serão alvo da diversificação. Para tanto, deve-se considerar dois grupos de fatores: 1) fatores de proximidade técnico-econômica: avaliam as vantagens ligadas a entrada em

outro setor, considerando-se as afinidades comerciais e tecnológicas com a atividade atual da empresa. 2) fatores de avaliação estratégica: dizem respeito a aspectos ligados a dinâmica do sistema, como rentabilidade, barreiras a entrada, entre outros.

O segundo caminho para a diversificação é a penetração em uma cadeia produtiva na qual a empresa está ausente. A primeira decisão a ser tomada é definir que cadeia será alvo da diversificação, essa escolha será pautada basicamente pelos resultados financeiros oriundos da operação. Dessa forma, deve-se considerar os custos de entrada e a atratividade da atividade a ser desenvolvida. A estratégia da firma deve possibilitar-lhe influenciar a dinâmica concorrencial da cadeia escolhida, de modo a obter vantagens competitivas em relação às demais; para isso, a empresa pode tentar obter o controle da cadeia produtiva. A fundamentação estratégica para a dominação da cadeia pode ser associada ao ciclo de vida do produto, conforme a seguir:

- Fase de introdução do produto: o controle acontece basicamente pelo domínio tecnológico (P&D).
- Fase de difusão: o controle dá-se pelo domínio dos processos produtivos.
- Fase de maturidade: o controle passa pelo domínio das relações comerciais e dos mercados, atividades estas ligadas mais a jusante da cadeia produtiva.

Em geral, pode-se afirmar que a maior parte dos produtos alimentares encontra-se na fase de maturidade. Foto que explica o controle cada vez maior obtido pelos distribuidores dentro das cadeias produtivas agroindustriais. Dessa forma, ao orientar suas ações segundo a evolução do ciclo de vida do produto, e conseqüentemente controlar os segmentos equivalentes da cadeia produtiva, a empresa assume a estratégia de manutenção da posição dominante.

d) Cadeias produtivas como espaço de análise das inovações tecnológicas

Cada vez mais a tecnologia assume papel importante nas estruturas industriais e no comportamento competitivo destas organizações. Ao longo dos últimos anos uma vasta quantidade de novos produtos foi lançada no mercado, e disponibilizada aos consumidores em todos os setores. Segundo Lanbin apud Batalha (2001) cerca de 40 a 60% do faturamento das empresas de maior sucesso é realizado por produtos que há cinco anos inexistiam no mercado.

Fato que evidencia a importância de integrar o estudo das inovações tecnológicas às ações estratégicas das firmas.

As operações técnicas de uma cadeia produtiva podem ser classificadas em três categorias distintas, de acordo com seu conteúdo tecnológico: a) tecnologias de base: constituem-se das operações básicas a atividade principal, não produzindo impacto competitivo considerável; b) tecnologias-chaves: compreendem as operações determinantes do ponto de vista concorrencial. Tais tecnologias estão associadas às “operações-chaves”, isto é, operações que influenciam a dinâmica de funcionamento da cadeia de forma significativa; c) tecnologias emergentes: dizem respeito às operações ligadas a tecnologias importantes para a evolução futura da cadeia.

A representação setorial em termos de cadeia produtiva pode ser utilizada como ferramenta de estudo para identificar os efeitos produzidos pela introdução de uma inovação ao longo da cadeia, ou até mesmo em cadeias distintas. Dessa forma, uma inovação tecnológica pode ser classificada segundo o impacto que ela é capaz de ocasionar. Distinguem-se dois tipos principais de inovação tecnológica: a) inovação com tecnologia específica e de efeitos locais. Esse tipo de inovação produz efeitos localizados apenas sobre uma cadeia produtiva específica; b) inovação com tecnologia de efeito difuso. Tais inovações são capazes de alterar a dinâmica concorrencial de diversas cadeias produtivas ao mesmo tempo, como exemplo pode-se citar os avanços na área da microinformática.

Uma empresa que adote uma estratégia tecnológica no sentido de desenvolver novos processos de fabricação, novas matérias-primas e produtos inovadores, teria interesse em desenvolver tecnologias de efeito difuso, o que garantiria maior número de usuários, além de promover a diluição dos custos das pesquisas. Entretanto, o desenvolvimento de inovações com efeitos locais pode proporcionar um maior controle da cadeia, o que pode representar uma boa estratégia concorrencial.

2.3 Economia dos Custos de Transação (ECT)

2.3.1 Pressupostos teóricos

Por meio do artigo “A Natureza da Firma” de 1937, Ronald Coase inspirou os avanços que deram sustentação ao que se convencionou chamar de Nova Economia Institucional, onde se desenvolve o paradigma para o estudo das organizações. No referido artigo, Coase destaca

dois importantes aspectos no que tange a compreensão da estrutura das firmas. O primeiro critica a corrente neoclássica, que considera a firma como uma função de produção. Segundo o autor, a firma compreende relações entre agentes realizadas por meio de contratos, sejam explícitos, como contratos de trabalho, ou implícitos, como parcerias informais entre empresas, indo muito além da relação insumo-produto. Dessa forma, Coase amplia a visão neoclássica, passando a considerar outros tipos de custos, além dos de produção. O segundo aspecto considerado por Coase diz respeito ao custo de funcionamento dos mercados. Segundo o autor, existem custos associados ao funcionamento dos mercados; custos estes que não estão diretamente ligados à produção, mas que surgem à medida que os agentes se relacionam, estando ligados à condução das transações. A firma moderna pode, portanto, ser compreendida como um complexo de contratos entre agentes que trocarão informações entre si, com o objetivo de produzir um bem final.

Baseado na obra de Coase, Oliver Williamson (1985) tornou-se a principal referência teórica para o estudo da Teoria dos Custos de Transação. Os custos de transação podem ser definidos como “os custos *ex-ante* de esboçar, negociar e salvaguardar um acordo e, sobretudo, os custos *ex-post* decorrentes de problemas de adaptação que surgem quando a execução de um contrato é imprecisa como resultado de atrasos, erros ou omissões” (FARINA et al., 1997, p.283).

Transações diferem umas das outras, este é o fundamental motivo para explicar a existência de diferentes estruturas de governança que irão reger tais negociações. A existência dessa diversidade contratual é explicada, sobretudo, pelas diferenças básicas nas características das transações. A adequação da firma às diversas estruturas de governança tem como principal função a redução dos custos de transação.

2.3.2 Características das transações

Segundo Williamson apud Zylbersztajn e Neves (2000) ao realizarem trocas, os agentes engajam-se em transações, as quais se distinguem por três categorias básicas, conforme a seguir:

- a) Frequência. Diz respeito ao número de vezes que os agentes envolvidos realizam determinadas transações, algumas ocorrem em um único ponto no tempo, enquanto outras são recorrentes. Transações entre empresas, ou dentro de uma mesma empresa se dão com

freqüência, de modo que pode passar a ser economicamente viável a construção de um mecanismo contratual que as oriente. A repetição de uma transição possibilita que as partes adquiram conhecimento umas das outras, reduzindo-se dessa forma a incerteza, e que, além disso, se construa uma reputação entre os agentes em torno de um compromisso confiável com o objetivo de continuidade da relação.

- b) Incerteza. Está associada a efeitos não previsíveis; a impossibilidade de previsão de choques que possam alterar as características dos resultados da transação. A complexidade que a incerteza impõe à elaboração de contratos implica na ocorrência de lacunas contratuais, deixando os agentes sujeitos a atitudes oportunistas, o que eleva os custos da transação.
- c) Especificidade dos ativos. Ativos específicos são aqueles que não poderão ser reutilizados sem que incorram perdas de valor. Isso significa dizer que uma ou ambas as partes envolvidas na transação perderão caso esta não se concretize. Quanto maior a especificidade, maiores serão os riscos e problemas de adaptação, o que implica maiores custos de transação. Os ativos podem apresentar diferentes tipos de especificidades, dentre as mais comuns destacam-se as especificidades de lugar, tempo, capital humano e ativos dedicados. A primeira associa-se a perda de valor no caso de deslocamento físico. Como exemplo pode-se citar a proximidade de firmas pertencentes a uma mesma cadeia produtiva, o que reflete em economia nos custos de transporte e armazenagem. No caso da especificidade temporal, o valor de uma transação depende, sobretudo do tempo em que ela se processa, sendo especialmente relevante no caso da negociação de produtos perecíveis. A especificidade de capital humano está ligada ao conhecimento acumulado pelos indivíduos em determinadas atividades que não possuirão aplicabilidade em outras empresas. Os ativos dedicados compreendem ativos físicos produzidos especificamente para um determinado fim, não sendo possível seu reaproveitamento em outras atividades.

2.3.3 Características dos agentes

O ponto de partida para a existência de custos de transação é o reconhecimento de que os agentes econômicos são limitadamente racionais e oportunistas. Considerando-se a racionalidade limitada, os contratos serão incompletos visto que será impossível aos agentes

prever todas as possibilidades de contingências futuras inerentes aos mesmos. Por outro lado, deve-se considerar também o oportunismo, que sujeita as partes envolvidas nas transações ao comportamento antiético das demais.

Segundo Simon apud Farina et al. (1997) os sujeitos agem racionalmente, porém de forma limitada. Tal limitação decorre da complexidade do ambiente que cerca as decisões dos agentes, que em função disso, não conseguem atingir a racionalidade plena. Caso os agentes dispusessem de informações simétricas e contassem com plena racionalidade, os contratos formulados seriam completos, e dessa forma, não haveria a necessidade de se estruturar formas sofisticadas de governança.

O princípio da existência de oportunismo entre os agentes implica que as partes possam se aproveitar de uma renegociação, agindo antieticamente, impondo perdas às demais. No entanto, identificam-se três principais motivos para a continuidade dos contratos. O primeiro é a reputação, conceito que representa uma motivação pecuniária, visto que o custo de rompimento do contrato pode implicar em perdas que superam sua manutenção. O segundo motivo são as garantias legais, ou seja, a existência de mecanismos punitivos instituídos pela sociedade, que atuam como desestimuladores para a quebra contratual oportunística. Os princípios éticos completam as motivações à continuidade dos contratos. Tais contratos são guiados a partir dos códigos de conduta definidos pelos indivíduos envolvidos na transação, tratam-se de contratos tácitos de difícil monitoramento.

2.3.4 Estruturas de governança

Williamson apud Zylbersztajn e Neves (2000) propõe que a firma, vista como uma estrutura de governança das transações pode definir se tratará determinado contrato a partir de uma pura relação de mercado, se preferirá a forma mista contratual ou se definirá a necessidade de integração vertical, a partir dos princípios de minimização dos custos de produção, somados aos custos de transação.

Conforme pode-se observar no quadro 01, a melhor forma de governança surge a partir da interação entre as características das transações com os pressupostos comportamentais. O princípio da racionalidade limitada e os contratos incompletos possibilitam a elaboração de contratos que contemplem as possibilidades de futuras.

Quadro 01 – Alinhamento dos Contratos

Especificidade dos Ativos	Incerteza		
	Baixa	Média	Alta
Baixa	Mercado	Mercado	Mercado
Média	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Contrato ou Integração Vertical
Alta	Contrato	Contrato ou Integração Vertical	Integração Vertical

FONTE: Brickley, Smith e Zimmerman (1997) apud Zylbersztajn e Neves (2000).

A organização de formas eficientes de governança deve considerar os princípios da racionalidade limitada, do comportamento oportunístico, da especificidade dos ativos e definir pelo maior ou menor controle das transações. Nos casos onde a especificidade dos ativos é baixa não é necessário que haja alto controle, e as transações podem ser feitas via mercado. À medida que a especificidade dos ativos cresce, é necessário que haja um maior controle sobre a transação, que pode ser proporcionado tanto pelo estabelecimento de contratos com salvaguardas específicas, quanto pela integração vertical.

Os produtos agrícolas em função de sua perecibilidade possuem alta especificidade temporal. Dessa forma, as variações na estabilidade desses produtos e nos custos de sua preservação assumem decisiva importância nos determinantes das formas organizacionais de suas transações. Outra importante característica dos produtos agrícolas é a especificidade de lugar, que torna a localização geográfica altamente importante. À medida que o processamento reduz as perdas oriundas desse tipo de especificidade, pode-se esperar que as unidades de transformação se localizem próximo às fontes de matéria-prima.

Outra particularidade das cadeias produtivas agroindustriais está relacionada à dispersão geográfica de sua produção. As disparidades dos processos produtivos tendem a elevar os custos de administração interna, o que torna relativamente ineficiente a integração vertical entre os segmentos agrícola e industrial. Observa-se, portanto, que há a predominância de contratos de longo prazo entre dois segmentos quando a especificidade de ativos é alta.

Existem diferentes cadeias produtivas dentro do *agribusiness*, que estão associadas a diferentes tipos de produtos. As características específicas da produção, processamento e comercialização de cada um desses produtos é que irá influenciar a estrutura de governança a ser adotada.

3. A ATIVIDADE VITIVINÍCOLA NO MUNDO E NO BRASIL

O presente capítulo inicialmente irá apresentar uma visão geral sobre a produção de vinhos, seus tipos e formas de produção, além de destacar as principais castas de uvas, as características dos vinhedos e os benefícios à saúde decorrentes do consumo moderado da bebida.

Em seguida é feito um resgate histórico sobre o cultivo de uvas e a produção de vinhos, que introduzirá a temática do panorama atual da vitivinicultura no mundo. Serão destacados aspectos sobre o cultivo vitícola, os principais países produtores e seus volumes importados e exportados anualmente. Além disso, serão abordados dados sobre a produção, comercialização e consumo mundial de vinhos ao longo dos últimos anos.

Por fim, será demonstrado como o Brasil se situa no contexto mundial da produção de uvas, vinhos e derivados. Serão abordados dados referentes à área de cultivo de vinhedos, volume de importações e exportações tanto da fruta, quanto de vinhos e derivados, de modo a caracterizar a cadeia produtiva brasileira.

3.1 Vinhos: uma visão geral⁸

Resultado da fermentação alcoólica da uva, ou de seu mosto⁹, o vinho possui propriedades resultantes tanto de fatores naturais, quanto humanos, no que se refere à produção da uva, à sua elaboração e a seu envelhecimento. No que tange aos fatores naturais, deve-se levar em conta o *terroir*, que designa o conjunto de fatores e condições de cultivo (como o clima, a incidência de sol nos parreirais, as oscilações de temperatura, o índice pluviométrico, o tipo de solo) que são específicas de um vinhedo e que influenciam a qualidade do vinho. Já os fatores humanos dizem respeito aos cuidados que vão desde o cultivo das uvas, até a elaboração do vinho. Por tratar-se de uma bebida com tempo de vida, sua qualidade dependerá da matéria-prima, cuidados de conservação, e tecnologia empregados.

A qualidade do vinho depende das características da uva utilizada como matéria-prima, o que está diretamente relacionado ao *terroir*. Em geral, a qualidade das uvas é inversa ao volume produzido, visto que os vinhedos de maior produtividade, muitas vezes não

⁸ A presente seção foi baseada em Teruchkin (2003).

⁹ Líquido denso e muito doce obtido do esmagamento da uva fresca, e que ainda não sofreu fermentação.

permitem que a intensidade da cor da uva, assim como a quantidade de açúcar necessárias a um bom vinho se desenvolvam, sendo as podas de fundamental importância. Dessa forma, o custo de se elaborar um vinho de qualidade é mais elevado, o que implica necessariamente em maior preço de comercialização.

Os vinhos finos são elaborados a partir da espécie *vitis vinífera*, nome botânico das uvas de origem européia que apresentam um conjunto de qualidades físico-químicas próprias. Dependendo do número de variedades de uvas utilizadas em sua elaboração, os vinhos podem ser varietais ou de corte (também denominados *assemblage*). Vinhos varietais são os elaborados a partir de uma única variedade de uva, ou com um percentual mínimo desta, que varia de acordo com a legislação de cada país. Já os vinhos de corte, ou *assemblage*, são produzidos a partir de duas ou mais variedades de uvas.

Com relação à coloração, os vinhos podem ser classificados em tinto, rosado ou *rosé*, e branco. Os vinhos tintos são obtidos de uvas tintas, que são maceradas e colocadas para fermentar junto com as cascas, é neste contato que o vinho se tornará tinto. Os vinhos *rosés* são obtidos de uvas tintas, no entanto, diferentemente do tinto, é feita uma rápida separação das cascas, evitando-se que a cor fique muito pronunciada. Já os vinhos brancos podem ser feitos a partir de uvas brancas ou tintas, desde que levado para fermentar sem as cascas.

A partir da uva e do vinho podem também ser produzidas outras bebidas como a champanha ou espumante, obtida a partir de uma segunda fermentação alcoólica do vinho em garrafas (método champenoise), ou em grandes recipientes (método charmat); o brandy ou conhaque, resultado da destilação simples do vinho, envelhecido em barris de carvalho e o vermouth, vinho acrescido de ervas aromáticas e álcool etílico potável.

As principais castas (variedades) de uvas para elaboração tanto de vinhos tintos, quanto de brancos, suas regiões de origem, e suas principais características, estão identificadas no quadro 02, constante no apêndice A deste trabalho.

A conservação dos vinhos é fundamental para que se mantenha a qualidade. Vinhos brancos e *rosés* devem ser consumidos mais jovens, e por isso, não necessitam de envelhecimento, sendo comercializados logo após sua elaboração. Já os vinhos tintos podem ou não requerer um período de amadurecimento em barricas de carvalho antes de serem engarrafados, bem como a permanência de algum tempo em repouso na adega da vinícola, em temperatura adequada, antes de serem comercializados.

Outro fator de fundamental importância para a elaboração de um bom vinho é a utilização das tecnologias de produção, processamento e armazenamento do produto. Diversas vinícolas vêm utilizando equipamentos sofisticados, tais como engarrafadeiras e tanques de

aço inoxidável. O uso desses tanques, ao invés dos tonéis de madeira, possibilita o controle artificial da temperatura de fermentação, o que torna a produção menos dependente das condições climáticas. Já as engarrafadeiras proporcionam maior agilidade e precisão na embalagem do produto.

Recentes estudos têm demonstrado que se consumido com moderação e em caráter regular, o vinho tem efeitos benéficos sobre o metabolismo do colesterol, e, além disso, é capaz de reduzir os riscos de enfermidades cardiovasculares. Devido à presença de polifenóis nas cascas e nas sementes de uvas tintas, que agem como antioxidantes, o vinho tem o potencial de proteger as células da oxidação, causadora do envelhecimento e de doenças. Tais estudos têm estimulado o consumo de vinhos, particularmente dos tintos.

3.1.1 Processo produtivo do vinho¹⁰

O vinho existe há milhares de anos, no entanto, o complexo processo pelo qual ele é elaborado somente foi compreendido há cerca de 150 anos. Essa melhor compreensão acerca do processo de vinificação foi possível graças às pesquisas em microbiologia de Louis Pasteur, que em 1850 vinculou a conversão do açúcar em álcool (fermentação) aos organismos vivos chamados de levedura. Somente um século mais tarde, por volta da década de 1960, é que os produtores adquiriram maior capacidade de delinear aromas, sabores e texturas ao vinho, devido aos avanços ocorridos na época, especialmente a invenção dos tanques de aço inoxidável com controle de temperatura.

A videira possui um ciclo vegetativo marcado por três principais fases. A primeira é a chamada hibernação, período em que a planta perde suas folhas e que ocorre geralmente entre os meses de abril a julho, durante essa época é feito o plantio, adubação e poda das plantas velhas. A segunda fase é marcada pelo brotamento das folhas, que ocorre durante os meses de agosto a dezembro. A última fase é a da frutificação, período em que se dá o amadurecimento dos frutos, queda das folhas, seguida pela colheita, ocorre entre os meses de dezembro a março. Esse ciclo não é rígido, podendo haver pequenas variações nas etapas observadas. No Brasil a colheita tem início na segunda semana de janeiro, estendendo-se até o mês de março.

De modo geral a videira possui uma vida útil que varia entre 30 a 40 anos, dependendo dos cuidados empregados em seu cultivo. Ao atingirem a velhice, devem ser retiradas pelas

¹⁰ A presente seção foi baseada em MacNeil (2003).

raízes permitindo que o solo permaneça em repouso por um período nunca inferior a um ano para que possa continuar sendo produtivo.

Conforme visto, a produção do vinho começa no vinhedo, com a preparação da terra, e com os cuidados dispensados aos parreirais durante as fases de maturação da fruta. Após a colheita é que inicia-se de fato o processo de vinificação.

a) Elaboração do vinho tinto

Ao chegarem à vinícola as uvas são submetidas a um controle de sanidade, somente as consideradas apropriadas para a elaboração de vinhos serão aproveitadas. A seguir, é feita a identificação das castas para que não haja mescla de diferentes tipos de uvas, isso ocorre especialmente quando se pretende elaborar vinhos com origem e variedade reconhecidas.

O próximo passo consiste na remoção dos engaços (parte lenhosa) e esmagamento da uva com a finalidade de romper a casca para liberar o suco da fruta. A massa resultante dessa etapa, constituída de uvas esmagadas, sumo, cascas, polpa e sementes é chamada de mosto. A seguir, o mosto é levado para fermentar em tanques (os mais modernos são feitos de aço inoxidável, que além de serem mais fáceis de limpar, permitem controle sobre a temperatura), nesse processo as leveduras são responsáveis por converter o açúcar da uva em álcool.

Durante a fermentação são expelidos gases de dióxido de carbono que empurram as cascas para a superfície, formando uma espécie de “chapéu” sobre o mosto. No entanto, como esse denso chapéu de cascas é fundamental para o futuro caráter do vinho, conferindo-o cor e aroma, torna-se necessário que seja bombeado para baixo da superfície. As técnicas mais modernas se utilizam de um grande tubo flexível que sai do fundo do tanque e através dele o mosto é espalhado sobre a manta espessa de cascas, penetrando no chapéu, adquirindo assim cor, aroma e sabor.

Depois que praticamente todo o açúcar estiver transformado em álcool (processo que pode demorar de vários dias a algumas semanas), o vinho está seco. Uvas maduras, sejam tintas ou brancas, contêm uma quantidade de açúcar que naturalmente resultará num vinho que possuirá entre 8% a 15% de álcool.

Ao final da fermentação as cascas são retiradas do vinho, que é bombeado ou drenado para dentro de barris, onde começará o processo de amadurecimento. Parte importante do amadurecimento em barril é a transfega do vinho, que consiste em permitir que os sólidos pousem no fundo do recipiente para depois extrair o vinho limpo. Durante o amadurecimento em barril, a maior parte dos vinhos tintos passa pela chamada fermentação malolática, que é a

transformação do ácido málico em ácido lático, responsável por tornar os vinhos menos ácidos e mais maduros.

Depois do amadurecimento em barris de carvalho, o vinho precisa passar pelo processo de filtragem que tem por função estabilizar e clarificar o vinho, removendo as partículas em suspensão. Há vários tipos de filtros, em um dos mais utilizados o vinho é bombeado por meio de uma série de placas porosas feitas de fibra de celulose que agem na clarificação sem remover sabores e aromas.

Finalmente, depois de filtrado o vinho é engarrafado para ser envelhecido. Na garrafa a água e o álcool não podem evaporar, tampouco o oxigênio pode penetrar, para isso faz-se necessária a utilização de uma rolha confiável e de qualidade.

b) Elaboração do vinho branco

A vinificação em branco segue basicamente os mesmos procedimentos do tinto, porém com algumas importantes modificações. Diferentemente da produção de vinho tinto, na de branco o sumo é separado das cascas antes mesmo do início da fermentação, isso ocorre, pois deseja-se que o vinho possua pouca coloração, bem como menos taninos¹¹. Além disso, é comum que as vinícolas optem por resfriar o sumo prensado antes da fermentação com o objetivo de manter os aromas naturais da uva, preservando o frescor e a delicadeza da fruta.

Outra marcante diferença na elaboração do vinho branco, é que geralmente os produtores não o submetem à fermentação malolática, como é de rotina com os vinhos tintos. Isso ocorre, pois os produtores pretendem manter a acidez natural do vinho branco, conferindo-o maior frescor. Para impedir que o vinho branco passe espontaneamente pela fermentação malolática, a maioria dos produtores o submetem a estabilização a frio, que consiste no resfriamento a um ponto ligeiramente superior ao de congelamento por alguns dias. Com isso todas as impurezas presentes no vinho precipitam, impedindo que reapareçam depois de engarrafados.

Depois de submetidos à estabilização a frio, apenas algumas variedades de vinho branco são amadurecidas em carvalho e por um tempo bem mais curto que os tintos, pois esse processo pode mudar profundamente seu sabor. Por fim, o vinho branco, assim como o tinto, precisa ser filtrado para se estabilizar e clarificar. Em seguida é engarrafado e também pode envelhecer na garrafa.

¹¹ Substância existente na uva que confere adstringência ao vinho, além de agir como conservante natural.

3.1.2 Produção vitivinícola: um breve histórico

Supõe-se que o vinho seja a bebida mais antiga de que se tem conhecimento depois da água. Sua origem está perdida no tempo, evidências arqueológicas sugerem que a descoberta do vinho tem sua origem no período neolítico, entre 9000 e 4000 a.C., na região entre o Irã e a Armênia. Daí propagou-se na direção oeste para a Grécia e a Anatólia (Turquia) e, para o sul, incluindo Síria, Líbano e Israel até o Egito. Posteriormente, foi levada pelos fenícios para a região do Mediterrâneo, a começar por Creta, difundindo-se pelos demais países da região.

Tanto na Europa como na Ásia foram encontrados em cavernas pré-históricas fósseis de folhas de vinha e sementes. Cenas de preparo de vinho aparecem em túmulos egípcios, o que demonstra que tal sociedade era apreciadora desta bebida. A história da Grécia também foi fortemente influenciada pela vitivinicultura, a importância econômica do vinho para esta sociedade demonstrou-se por meio de imagens a ele relacionadas em moedas gregas que retratavam o perfil de seus jarros e o Deus do vinho, Dionísio¹².

As vinhas viníferas foram trazidas para as Américas em 1493, na segunda viagem de Colombo, tendo aportado nas Antilhas. Daí foi levada para o México, Estados Unidos e América do Sul hispânica.

No Brasil, as primeiras mudas de videira foram trazidas das Ilhas da Madeira em 1532 sendo introduzidas por Martin Afonso de Souza e Brás Cubas na Capitania de São Vicente, atual estado de São Paulo¹³. No entanto, por um longo período a produção e consumo ficaram restritos basicamente ao consumo familiar e ao comércio eventual. Fato este atribuído a medidas protecionistas de Portugal, visando evitar concorrência à bebida elaborada na metrópole.

Somente a partir de 1875, com a chegada dos primeiros imigrantes italianos, que se instalaram principalmente em São Paulo, pontos de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, é que a história da vinicultura brasileira começou de fato a ser escrita. Ao longo do século XX apareceram as primeiras cantinas de maior expressão, iniciou-se o cooperativismo vinícola, e a partir de 1964 instalam-se no Rio Grande do Sul as primeiras multinacionais de bebidas, o que impulsionou a utilização intensiva de tecnologia na fabricação do vinho.

Outro período importante vem sendo verificado a partir da década de 1980, quando pequenos viticultores têm investindo na fabricação própria de vinhos, deixando a condição de fornecedores para grandes indústrias. Muitos nomes de destaque no cenário vinícola atual se

¹² BUNNING; BUNNING (2007).

¹³ Segundo dados do IBRAVIN.

inserem neste quadro. Nos últimos anos novas regiões vêm despontando como opção para expansão da atividade vitivinícola. Dentre elas, destacam-se a parte meridional do Rio Grande do Sul, o vale do rio São Francisco, na divisa entre os estados da Bahia e Pernambuco, o estado de Minas Gerais e o Planalto Catarinense.

Após o início do atual século a trajetória da vitivinicultura brasileira vem se modificando, caminhando para a produção em maior escala dos chamados vinhos finos, elaborados a partir de espécies *vitis vinífera*. Dessa forma, os produtores vêm buscando destacar a identidade do vinho nacional. O primeiro passo para o reconhecimento do vinho brasileiro em nível mundial foi dado em 1995, quando o Brasil filiou-se a Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV), organismo que regula as normas internacionais de produção do vinho, fato que resultou na elevação do padrão de nossos vinhos. Outro importante passo nesse sentido foi a primeira identificação de procedência geográfica de vinhos do Brasil, conferida no ano de 2002 ao Vale dos Vinhedos, região localizada nas proximidades dos municípios de Bento Gonçalves e Garibaldi, no Rio Grande do Sul.

A vitivinicultura brasileira tem experimentado uma evolução extraordinária, sobretudo nas últimas décadas. Alguns especialistas já comparam o vinho produzido no país com argentinos, chilenos e até mesmo com os europeus, que se encontram no mercado há mais tempo.

3.2 A atividade vitivinícola no mundo¹⁴

3.2.1 Áreas de cultivo de vinhedos

As condições climáticas consideradas ideais para o cultivo da videira são as encontradas em regiões de clima temperado, mais especificamente entre os paralelos 30° e 50° norte e sul. Essas regiões oferecem às videiras o equilíbrio entre temperatura, chuva e exposição ao sol. Dessa forma, as regiões do globo que apresentam melhores condições para o cultivo dos vinhedos estão ao norte na Europa, em partes da Ásia, da América do Norte; ao sul na Austrália, Nova Zelândia, América do Sul e África do Sul.

A plantação de videiras ocupa atualmente uma área de aproximadamente oito milhões de hectares espalhados por todo o mundo, concentrando-se principalmente no ocidente, mais

¹⁴ A presente seção foi baseada em Triches (2007).

especificamente na Europa, onde são cultivados 4,8 milhões de hectares. Estima-se que desse total, 4,2 milhões de hectares sejam destinados à produção de vinho, que em geral parece ser a finalidade principal desse cultivo, tanto na Europa, quanto em todo o mundo.

As principais castas plantadas mundialmente para a elaboração de vinhos tintos são: Cabernet Sauvignon e Merlot que podem ser cultivadas em quase todas as condições, com exceção de climas mais frios; Pinot Noir e Syrah, cultivadas em locais de clima quente e Shiraz, cultivada principalmente na Austrália e África do Sul. Já para a fabricação dos brancos, as castas mais utilizadas são: Chardonnay, cultivada na França, Austrália, Nova Zelândia, África do Sul e Estados Unidos; Sauvignon Blanc, cultivada principalmente na França, tendo se difundido por toda a Europa, além da África, das Américas e da Oceania e Gewürtraminer proveniente da Alemanha.

Segundo dados da OIV, no ano de 2005 havia cerca de 7,9 milhões de hectares de áreas de vinhedos em todo o mundo. Enquanto nos anos de 1976 e 1985 o total de áreas plantadas situava-se na casa dos 10 milhões de hectares, no período entre 1986 e 2000 este número reduziu-se a oito milhões, o que representou uma queda de 25% no total de áreas destinadas ao cultivo de vinhedos.

No ano de 2005 a Europa destacava-se com relação aos demais países produtores no que tange ao total de áreas de cultivo de vinhedos, sendo responsável por 59% do total mundial. Na seqüência aparecem Ásia com 22%, as Américas com uma fatia de 12%, a África possuindo 5%, e a Oceania, responsável por apenas 2% do total de vinhedos em nível global.

3.2.2 Produção de uvas

Considerando-se o intervalo entre os anos de 1995 a 2005, observa-se o expressivo incremento no volume de produção mundial de uvas. A tabela 01 apresenta os volumes produzidos nos principais países produtores, além do total mundial.

No ano de 2005 a produção mundial da uva situava-se na casa dos 66 milhões de toneladas, sendo cultivada em 7,9 milhões de hectares em todo o mundo. Observa-se também que nesse mesmo ano, os cinco maiores produtores juntos, respondiam por mais de 50% da produção mundial da fruta.

Tabela 01 - Principais produtores de uvas entre o período 1995 a 2005 e total da produção mundial (em milhões de toneladas).

Ano/País	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Itália	8.447	8.869	8.653	7.393	7.482	8.691	9.256
França	7.212	7.762	7.225	6.853	6.307	7.542	6.787
Estados Unidos	5.372	6.973	5.959	6.657	6.026	5.653	6.414
Espanha	3.350	6.539	5.271	5.934	7.265	7.286	5.879
China	1.895	3.373	3.764	4.564	5.268	5.532	5.698
Turquia	3.550	3.600	3.250	3.500	3.600	3.500	3.650
Irã	1.845	2.505	2.516	2.704	2.800	2.800	2.800
Argentina	2.854	2.459	2.244	2.360	2.370	2.365	2.365
Chile	1.526	1.899	1.800	1.750	1.985	1.900	2.250
Austália	768	1.311	1.546	1.753	1.496	2.014	1.834
África do Sul	1.362	1.476	1.323	1.521	1.663	1.682	1.700
Egito	739	1.075	1.078	1.073	1.196	1.275	1.300
Brasil	836	1.024	1.058	1.148	1.067	1.283	1.208
Sub-Total	39.756	48.865	45.687	47.210	48.525	51.523	51.141
Total Produção Mundial	55.971	64.789	60.578	61.964	63.447	67.070	66.533

FONTE: Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO).

A Itália apresentou-se ao longo do período como principal produtor, sendo responsável por aproximadamente 9,2 milhões de toneladas em 2005, o que correspondia a 13,9% da produção mundial. Na segunda colocação, a França obteve perdas de produtividade durante o período observado, comparativamente a 1995, o país registrou uma queda de cerca de 6% em sua produção no último ano em análise. Os Estados Unidos mantiveram a terceira colocação até o ano de 2002, quando a Espanha assumiu a posição por dois anos (2003 e 2004), somente retomando o terceiro lugar em 2005.

Dentre os principais produtores merece destaque a China, país que apresentou o maior incremento em sua produtividade durante o período. Partindo de aproximadamente 1,9 milhões de toneladas em 1995, para atingir em 2005 a casa das 5,7 milhões. Isso significa que esse país viu sua produção triplicar ao longo dos onze anos analisados, demonstrando que seu crescimento foi bastante superior em relação à média mundial.

Os dados referentes ao Brasil demonstram que no ano de 2005 o país foi responsável por apenas 1,8% da produção mundial, o que corresponde a pouco mais de 1,2 milhões de toneladas. Devido ao aumento no volume produzido observado no período, o país deixou a 16ª posição em 1995, para ocupar em 2005 a 13ª entre os principais produtores do mundo.

3.2.3 Importação e exportação de uvas

As quantidades de uvas importadas em nível mundial pouco variaram desde o início do século, comparativamente ao ano 2000, o volume negociado em 2004 registrou um aumento de pouco mais de 12%.

Durante o quinquênio 2000-2004 coube aos Estados Unidos a posição de maior importador mundial de uvas, sendo responsável neste último ano pela importação de mais de 470 mil toneladas da fruta, conforme pode ser observado na tabela 02. Embora ocupe a terceira posição entre os maiores produtores de uvas do mundo, o país demanda grande quantidade da fruta, haja vista que está entre os quatro maiores produtores de vinhos do mundo. Além disso, a demanda interna pelo consumo de uvas e *in natura* é elevado, soma-se a isso o fato de os Estados Unidos manterem-se na terceira posição entre os principais exportadores da fruta em nível mundial, tendo-se como resultado o elevado volume de importações apresentado.

A Alemanha aparece como segundo maior país importador do mundo, tendo mantido seu nível de importações razoavelmente estável durante o período 2000-2004. Entre o primeiro e o último ano em análise, o país reduziu o volume de uvas importadas em cerca de 12.500 toneladas. Cabe ressaltar que a Alemanha ocupava a sétima posição entre os maiores produtores de vinho do mundo em 2004, no entanto, o país não consta entre os principais produtores mundiais da fruta, sendo, dessa forma, a maioria de suas importações de uvas destinadas à produção de vinho.

Tabela 02 – Principais países importadores de uvas entre o período 2000 a 2004 e total mundial (em toneladas).

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004
Estados Unidos	469.510	406.651	444.786	482.486	471.253
Alemanha	349.067	331.914	289.474	323.111	336.478
Rússia	71.542	97.787	99.746	154.468	257.547
Reino Unido	158.319	169.343	195.000	202.181	225.251
Canadá	157.823	142.320	163.721	167.201	170.225
Holanda	133.851	117.648	135.420	185.802	161.323
Bélgica	105.261	99.760	95.446	96.202	95.109
Hong Kong	97.633	86.583	110.398	88.452	86.910
Sub-Total	1.543.006	1.452.006	1.533.991	1.699.903	1.804.096
Total Mundial	2.608.875	2.542.243	2.583.378	2.800.524	2.926.163

FONTE: Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO).

A Rússia surpreende por seus números, tendo partido de um volume importado de aproximadamente 71 mil toneladas em 2000, alcançou a quantidade de 257.547 toneladas em 2004, o que representa uma expansão de três vezes e meia no volume importado pelo país comparativamente ao primeiro ano do período. Com essa evolução nas importações, a Rússia foi responsável em 2004 por 8,8% do total importado globalmente.

A análise da evolução das exportações de uvas entre os anos de 2000 a 2004 revela um incremento no volume exportado mundialmente da ordem de 9%, alcançando no último ano do período um total de mais de três milhões de toneladas. Em 2004 os oito maiores exportadores responderam juntos por 75% do total transacionado em todo o mundo.

Conforme pode-se observar na tabela 03, o Chile ocupa a primeira posição entre os principais países exportadores de uvas, tendo registrado os maiores volumes de comércio da fruta em 2003, quando, sozinho, exportou mais de 888 mil toneladas. A destacada posição chilena deve-se principalmente à produção de uvas sem sementes, e de uvas do tipo Red Globe (variedade muito apreciadas para sucos, doces e saladas), que possuem boa aceitação nos mercados estadunidense, europeu e asiático. No Brasil, o cultivo de uvas sem sementes ainda é recente, abrangendo uma pequena área destinada à exportação, que se concentra na região do Vale do Rio São Francisco.

Ocupando o segundo lugar no ranking dos maiores exportadores mundiais de uva, a Itália contabilizou uma queda de aproximadamente 25% em seu volume de exportações durante o período, partindo de 624.783 toneladas de uvas exportadas em 2000, para em 2004 exportar pouco mais de 465 mil toneladas.

Tabela 03 – Principais países exportadores de uvas entre o período 2000 a 2004 e total mundial (em toneladas).

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004
Chile	676.474	630.771	654.932	888.483	693.206
Itália	624.783	667.500	480.562	513.278	465.593
Estados Unidos	345.993	346.031	370.949	366.174	391.398
África do Sul	186.413	180.104	207.491	198.264	237.110
Turquia	64.873	79.294	76.886	98.729	159.310
Holanda	91.059	67.469	92.381	128.838	136.718
México	115.414	97.739	129.011	166.757	120.010
Espanha	107.638	96.355	106.761	122.911	97.337
Sub-Total	2.304.132	2.196.163	2.139.593	2.514.728	2.390.737
Total Mundial	2.813.746	2.746.739	2.713.575	3.118.003	3.064.169

FONTE: Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO).

Cabe destacar a evolução apresentada pela Turquia, que somente nos cinco anos em análise teve suas quantidades de exportações aumentadas em duas vezes e meia. No ano de 2000, o país respondia por apenas 2,3% das exportações mundiais, passando a exportar em 2004 mais de 5,2% desse total.

Embora não apareça entre os países listados, a Argentina vem ocupando tradicionalmente entre a 10ª e a 15ª posição entre os principais exportadores mundiais. Segundo dados da FAO, a Argentina exportou aproximadamente 47 mil toneladas de uvas em 2004, o que correspondeu a 1,6% do total exportado mundialmente.

3.2.4 Produção de vinhos

Atualmente existem mais de sessenta países produtores de vinho das mais variadas qualidades¹⁵, dentre os quais diversos com tradição histórica na elaboração do produto, como França e Itália. A análise do desempenho da produção global de vinhos nos últimos anos evidencia um comportamento bastante linear entre as médias produzidas pelos países de maior destaque no setor.

A tabela 04 demonstra os principais produtores mundiais de vinho entre 2000 e 2004:

Tabela 04 - Principais produtores de vinhos entre o período 2000 a 2004 e total da produção mundial (em bilhões de litros).

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004
França	5,75	5,34	5,00	5,75	5,73
Itália	5,16	5,23	4,46	5,16	5,30
Espanha	4,17	3,05	3,66	4,17	4,31
Estados Unidos	2,15	1,92	2,03	2,33	2,01
Argentina	1,25	1,58	1,27	1,25	1,55
Austrália	0,81	1,03	1,15	0,80	1,38
Alemanha	0,99	0,90	0,99	0,98	1,00
África do Sul	0,69	0,65	0,72	0,69	0,93
Portugal	0,67	0,79	0,67	0,67	0,75
Chile	0,67	0,57	0,56	0,64	0,63
Sub-Total	22,31	21,06	20,51	22,44	23,59
Total Produção Mundial	29,28	27,71	26,07	26,49	29,46

FONTE: Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO).

¹⁵ Segundo dados da UVIBRA.

Conforme demonstra a tabela, França e Itália lideraram o ranking, sendo responsáveis por aproximadamente 40% da produção mundial em todos os anos do período analisado. Os percentuais de produção dos dois países registraram pequenas oscilações ao longo do período, sendo que entre o primeiro e o último ano em análise, houve variação de menos 0,19 ponto percentual na produção francesa, e de 0,37 positivos na italiana.

Merecem destaque Austrália e África do Sul que contabilizaram entre os anos de 2000 a 2004, um aumento na produção de vinhos da ordem de 5,7 e 2,4 milhões de litros respectivamente. Isso significa que durante o período a África do Sul viu sua produção crescer cerca de 35%. Com um incremento ainda maior, a Austrália teve sua produção aumentada em 70%.

O aumento no consumo dos denominados “vinhos do novo mundo” vêm preocupando os produtores das regiões vinícolas mais tradicionais. Enquanto as exportações de vinhos europeus cresceram cerca de 20% nos últimos vinte anos, países menos tradicionais neste setor, como Austrália, África do Sul, Estados Unidos, Chile e Argentina, registraram um incremento de mais de 50% no mesmo período¹⁶.

Embora não haja muitas variações entre os níveis de produtividade dos principais produtores de vinho durante o período 2000-2004, segundo estudos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a produção mundial vem diminuindo nos últimos anos, inclusive em países como França e Itália. Por outro lado, conforme observado na tabela 04, países como Austrália e África do Sul obtiveram significativos aumentos em sua produção nos últimos anos.

Com esse aumento da competitividade no mercado de vinhos que vem se acirrando a cada ano, os países produtores procuram melhorar a qualidade de suas bebidas, além de buscarem alternativas de novos mercados, e de tentar reforçar a identidade local por meio das classificações, ou certificações de origem.

Em 1936 a França instituiu o sistema de certificação de origem para seus vinhos, chamado de Appellation d'Origine Controlée (Denominação de Origem Controlada), que possui regras rígidas quanto à produção autorizada por hectare, indicação das variedades de uva permitidas e forma de vinificação. Assim como a França, a Itália também possui um sistema de certificações para seus vinhos, que possui a sigla DOC (Denominazione de Origine Controllata). Esse sistema foi estabelecido em 1963, e regulamenta a produção, as uvas

¹⁶ Segundo Novakoski e Freitas (2003).

utilizadas para vinhos específicos, as restrições de áreas para plantação, as práticas vitícolas e a quantidade máxima e mínima de álcool.

Considerando-se a necessidade de inserção no mercado internacional de vinhos, além do interesse em consolidar a identidade dos vinhos nacionais, o Brasil também vem adotando a sistemática de certificação, e um sistema de classificação para seus vinhos. Em linhas gerais, a legislação brasileira classifica os vinhos em: vinho leve, vinho de mesa, vinho frizado, vinho fino e gaseificado. O tema será mais bem detalhado no item 3.3.4.

3.2.5 Importação e exportação de vinhos

Desde o início do século, observa-se um aumento no volume de importações de vinhos transacionados mundialmente, os níveis registrados em 2004 são 13,6% maiores do que os de 2000, quando atingiram a quantidade de 6.460.700 litros.

A tabela 05 elenca os principais países importadores de vinho em nível mundial. A partir de sua análise observa-se que a Alemanha se destaca, ocupando a primeira posição entre os maiores importadores de vinho do mundo com um volume de importações em 2004 da ordem de 1,3 bilhões de litros. Além de principal importador de vinho, o país vem sendo historicamente um dos maiores importadores de uvas, fato que se deve ao elevado consumo da bebida. Segundo Mello (2002), o preço médio dos vinhos importados pela Alemanha gira em torno de 1,6 dólares, sendo muito inferiores aos dos Estados Unidos, que desembolsam em média 5,18 dólares por litro da bebida.

Tabela 05 – Principais países importadores de vinho entre o período 2000 a 2004 e total mundial (em milhares de litros).

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004
Alemanha	992.225	1.126.787	1.170.961	1.190.564	1.304.256
Reino Unido	887.803	994.339	1.027.038	1.133.991	1.297.578
Estados Unidos	447.940	468.794	552.140	608.245	641.477
Rússia	162.346	256.615	298.380	416.361	505.125
França	435.013	511.113	452.827	469.583	472.765
Holanda	201.365	244.920	281.686	325.884	318.844
Bélgica	255.236	244.616	276.281	266.973	280.094
Sub-Total	3.617.685	4.085.999	4.303.059	4.681.311	5.086.984
Total Mundial	5.687.214	6.118.247	6.501.009	6.946.850	6.460.700

FONTE: Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV).

Ao Reino Unido coube a segunda posição entre os maiores, tendo aumentado significativamente seu volume de importações durante o período. O acréscimo no total importado pelo país durante os anos analisados foi de quase 410 milhões de litros de vinho. Foi destacado o aumento de sua participação em termos percentuais com relação ao total importado mundialmente; em 2000 o Reino Unido detinha apenas 7,88% do total importado, tendo aumentado sua fatia em 2004 para 20% do volume global.

A participação norte-americana também foi ampliada durante o quinquênio analisado, o volume importado pelo país cresceu gradativamente, tendo no fim do período aumentado 43%. No primeiro ano observado os Estados Unidos importavam cerca de 447 milhões de litros de vinho, já no último, suas importações foram de mais de 640 milhões, o que demonstra a elevada demanda pelo produto no país.

Quanto aos percentuais importados por continente, cabe destacar que a Europa foi o principal destino das importações mundiais no ano de 2004, quando foi responsável sozinha por mais de 56% do volume global. Em seguida aparece a América, concentrando 14% das importações e a Ásia, que deteve 7,8% do total.

Conforme demonstram os dados da tabela 06, a exportação mundial de vinhos vem crescendo ao longo dos últimos anos, comparativamente ao ano 2000, em 2004 o volume do produto exportado globalmente registrou um aumento de 27%. Segundo dados da OIV, em 1995 a quantidade total exportada foi de aproximadamente 5,4 milhões de litros, ao se comparar tais dados ao volume exportado em 2004, observa-se um aumento no total mundial de 43%.

França e Itália aparecem como os maiores exportadores mundiais de vinhos durante o quinquênio 2000-2004. No primeiro ano do período, os dois países juntos dominaram o comércio internacional do produto, sendo responsáveis por quase a metade de todo o vinho exportado mundialmente. Embora os valores absolutos de suas produções tenham se mantido uniformes durante o período, os dois países foram gradativamente perdendo espaço no cenário exportador mundial, uma vez que em termos relativos, perderam terreno para a Espanha e para os chamados “vinhos do novo mundo”.

Os dois principais exportadores mundiais contabilizaram uma significativa queda em suas participações nas exportações com relação ao total mundial. Em 2000 cada um dos países detinha uma fatia de 24% do total exportado mundialmente, já no último ano em análise, cada um respondia por aproximadamente 18,5% do total global.

Tabela 06 – Principais países exportadores de vinho entre o período 2000 a 2004 e total mundial (em milhares de litros).

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004
França	1.482.513	1.551.660	1.536.883	1.496.243	1.435.043
Itália	1.467.532	1.537.064	1.518.682	1.280.200	1.435.898
Espanha	777.302	904.986	901.638	1.175.810	1.352.196
Austrália	310.885	376.154	471.505	536.467	646.121
Chile	402.351	486.717	344.227	391.000	468.207
Estados Unidos	276.943	284.356	266.239	323.330	387.382
Portugal	187.551	160.072	206.739	305.522	312.802
Alemanha	241.437	237.166	237.471	270.023	271.316
África do Sul	170.000	165.129	210.432	232.924	261.350
Sub-Total	5.316.514	5.703.304	5.693.816	6.011.519	6.570.315
Total Mundial	6.085.596	6.457.780	6.723.385	7.295.110	7.751.268

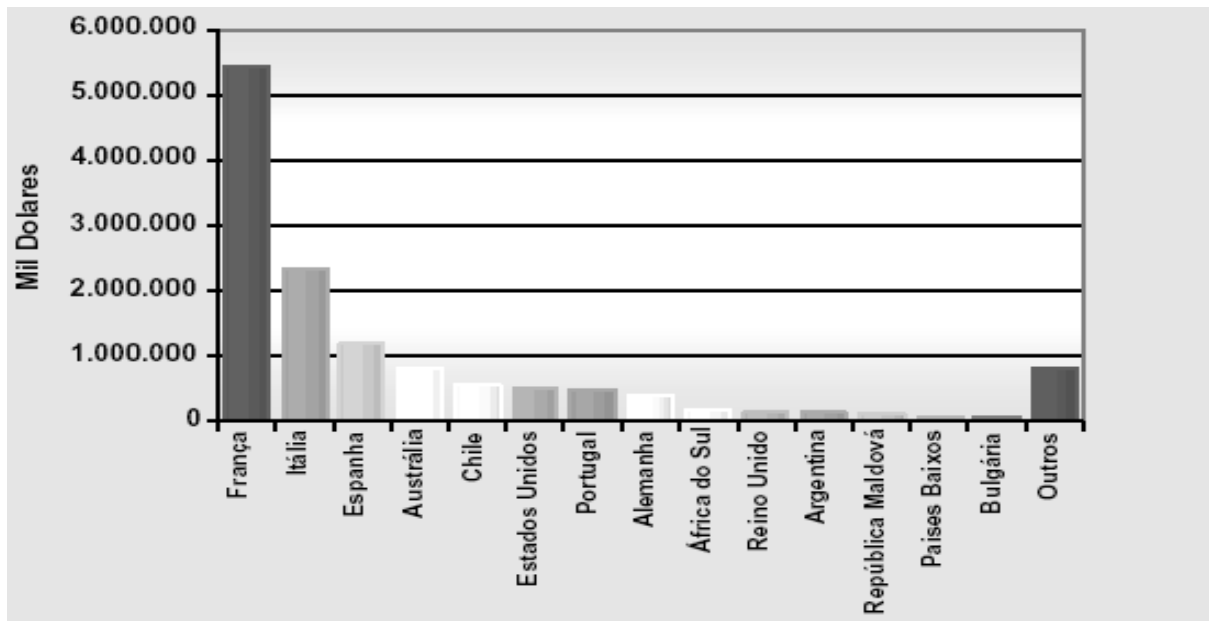
FONTE: Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV).

Indo em direção oposta, encontram-se Espanha, Austrália e África do Sul, que conquistaram significativa participação no comércio internacional de vinhos ao longo dos últimos anos. Partindo de um volume exportado que se situava na casa dos 700 milhões litros, a Espanha praticamente dobrou suas exportações em cinco anos. No último ano do período o país detinha quase 17,5% do total exportado mundialmente, quando sua quantidade exportada foi de 1.352.196 litros.

A Austrália delineou o mesmo caminho, duplicando as exportações de vinhos durante o período, em 2004 elevou sua participação no mercado, sendo responsável por 8,34% do total exportado em nível mundial. Embora em ritmo menos acelerado, a África do Sul – que faz parte do bloco dos países produtores dos “vinhos do novo mundo”, assim como a Austrália – também aumentou consideravelmente suas exportações, registrando um incremento de sua participação nas exportações mundiais de vinho em 50%.

Esse aumento nas exportações originárias de países produtores dos chamados “vinhos do novo mundo” se deve principalmente a qualidade de seus produtos, aliada aos preços competitivos com que atingem o mercado. Dessa forma, esses vinhos conquistam cada vez maior fatia de consumidores, competindo com os produzidos em países com tradição histórica no mercado.

Figura 02 – Principais países exportadores mundiais de vinho (em valores médios 1998/2001)



FONTE: FAO in MELLO (2002)

Embora França e Itália tenham volumes de exportações muito semelhantes, em termos de valores das exportações, há uma grande diferença entre os dois países. O valor das exportações francesas supera em quase duas vezes e meia o das italianas, conforme evidencia a figura 02. Da mesma forma, conforme Mello (2002), entre os anos de 2000 a 2002, os vinhos australianos foram exportados a um preço médio de 3,02 dólares o litro, enquanto que o italiano era negociado a 1,47 e o espanhol a 1,42 dólares o litro.

3.2.6 Consumo mundial de vinhos

O consumo mundial de vinhos atingiu seu ponto máximo por volta dos anos 1970, verificando-se um decréscimo ao longo dos anos 1980. Na década de 1990, constatou-se um aumento, que vem se estabilizando nos últimos anos. Segundo dados da Confederação Nacional de Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal (CONFAGRI), o consumo europeu demanda em média 68% de todo o vinho produzido mundialmente, o que representou uma queda de 5,1%, com relação ao volume consumido na década de 1980. Ocupando o segundo e o terceiro lugar aparecem respectivamente as Américas, responsáveis por 20% do consumo global, e a Ásia, detentora de 6,7% do total. Logo atrás vem África, com 2,6% e Oceania, com 2,2% do total consumido em nível mundial.

Conforme apontam dados da OIV, a média de consumo mundial de vinhos registrada entre os anos de 1976 a 1985 alcançou patamares próximos aos 30 bilhões de litros/ano. Desde então, o consumo mundial vem acumulando gradativas quedas, tendo no ano de 2004 sido de 23,6 bilhões de litros. Se o consumo mundial de vinhos do ano de 2004 for comparado ao total produzido neste mesmo ano (29,46 bilhões de litros), observa-se que existe excesso de estoque da bebida, o que acarreta sérias conseqüências ao bom funcionamento do setor.

Os principais fatores que ocasionaram a redução no consumo de vinho nas últimas décadas foram as freqüentes campanhas para redução do consumo de bebidas alcoólicas, além da mudança do perfil e das preferências dos consumidores. Os jovens têm consumido maior quantidade de destilados e outros fermentados como a cerveja, em detrimento do consumo de vinho.

Entre os maiores países consumidores de vinho do mundo, a média *per capita* vem se mantendo estável ao longo dos últimos anos. Conforme se pode observar na tabela 07, o país com maior consumo *per capita* de vinho do mundo é Luxemburgo, que em 2003 apresentava uma quantidade de 63,3 litros por habitante. Durante o período analisado o país manteve uma média de consumo anual de aproximadamente 61,7 litros *per capita*, tendo suas quantidades oscilado pouco, sendo que entre o primeiro, e o último ano, houve um acréscimo de apenas dois litros por habitante.

Tabela 07 – Principais países consumidores de vinho entre o período 1997 a 2003 e consumo médio (em litros *per capita*).

Ano/País	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Luxemburgo	61,3	59,4	61,2	64,0	59,2	63,4	63,3
França	59,8	61,2	59,7	58,2	57,2	56,1	58,2
Itália	53,5	55,2	54,8	53,4	52,9	48,2	53,4
Portugal	52,0	50,3	50,3	45,7	46,7	46,3	50,0
Croácia	50,2	49,7	47,0	42,0	43,2	48,2	47,0
Suíça	39,9	40,1	40,6	42,5	42,4	42,0	40,7
Espanha	36,5	37,0	35,6	35,1	34,6	34,1	34,6
Argentina	36,2	34,3	34,0	33,8	32,6	31,6	33,7
Consumo Médio	43,44	43,23	45,16	43,91	43,22	36,99	44,74

FONTE: Wine Institut e UVIBRA.

França e Itália ocupam respectivamente a segunda e a terceira posição entre os maiores consumidores do mundo, observa-se que o consumo de ambos os países entrou em declínio a partir de 1998, tendo voltado a se recuperar somente em 2003.

Dentre os países latino-americanos, apenas a Argentina consta entre os dez maiores consumidores mundiais de vinho, ocupando a oitava posição. Embora não apareçam na listagem, pode-se destacar a participação do Uruguai como o 13º maior consumidor de vinhos em nível mundial, após, figurando como o 27º no ranking, aparece o Chile; o Paraguai é o número 45, e na 52ª posição aparece o Brasil, com uma média de 1,85 litros *per capita*/ano.

3.3 A atividade vitivinícola no Brasil¹⁷

3.3.1 Áreas de cultivo de vinhedos

A diversidade de climas e de solos existente no Brasil possibilita o cultivo de vinhedos em diversas regiões do país. Nos últimos anos vêm sendo feitos grandes investimentos na viticultura brasileira, especialmente em regiões não tradicionais do país, dada a característica geradora de emprego e renda da cultura.

A tabela 08 demonstra os estados que apresentam maior área plantada de vinhedos no Brasil. Possuindo em 2002 pouco mais de 65 mil hectares plantados, no último ano do período, 2006, o país já contava com uma área de mais de 87,5 mil hectares, o que correspondeu a um acréscimo de 34%.

Tabela 08 - Área plantada de videiras no Brasil entre o período 2002 a 2006 (em hectares).

Ano/Estado	2002	2003	2004	2005	2006
Rio Grande do Sul	36.668	38.517	40.351	42.450	47.584
São Paulo	12.152	12.398	11.600	13.780	18.772
Paraná	6.000	6.500	5.794	5.603	5.900
Pernambuco	3.365	3.423	4.692	4.952	6.471
Santa Catarina	3.514	3.671	3.771	4.224	4.986
Bahia	2.732	2.911	3.407	3.071	3.150
Minas Gerais	950	903	916	963	929
Brasil	65.381	68.323	70.531	75.043	87.792

FONTE: MELLO (2004 e 2006).

O Rio Grande do Sul manteve-se no topo da lista, sendo responsável durante todo o período por mais de 50% do total plantado no país. Neste estado houve um aumento na área

¹⁷ A presente seção foi baseada em Triches (2007).

cultivada tanto na região tradicional (Bento Gonçalves e Caxias do Sul), quanto em novos pólos produtores (Campanha Gaúcha, Serras do Sudeste, entre outros). Em segundo lugar, porém com uma área plantada muito inferior a do Rio Grande do Sul, está o estado de São Paulo. Em um esforço de diversas instituições que objetivam dar novo fôlego à viticultura estadual, em 2006 São Paulo aumentou sua área de cultivo em quase cinco mil hectares, o que representou um incremento de mais de 36%.

Motivado pelos preços da uva sem sementes praticadas no mercado externo, o estado de Pernambuco também apostou na expansão de sua área de vinhedos. Comparativamente ao ano de 2002, quando o estado possuía cerca de 3.300 hectares plantados, em 2006 esse número praticamente dobrou para alcançar os quase 6.500. Contudo, Pernambuco assumiu a terceira posição no ranking apenas em 2006, durante os demais anos do período analisado ficou atrás do Paraná, que manteve suas áreas plantadas constantes ao longo do quinquênio.

Santa Catarina manteve sua participação no total nacional bastante estável, estando sempre na casa dos 5%. Durante o período, observa-se que houve um aumento nas áreas destinadas ao cultivo de videiras de aproximadamente 1.500 hectares. Os estados da Bahia e de Minas Gerais juntos, responderam por uma média de 5% das áreas totais, não tendo representado significativo aumento em suas participações durante o período.

Cabe destacar que embora não apareça nas estatísticas, a viticultura também vem sendo implementada nos estados do Mato Grosso do Sul, Goiás, Espírito Santo e Ceará. Observa-se dessa forma, que essa cultura vem ultrapassando as barreiras dos estados mais tradicionais, para instalar-se em outras áreas do país com finalidades produtivas diversas.

3.3.2 Produção de uvas

Ao longo dos últimos anos a produção nacional de uvas vem apresentando uma tendência crescente. Conforme pode-se observar na tabela 09, a partir de 2000 o Brasil passou a produzir mais de um milhão de toneladas de uvas, registrando nos anos seguintes consecutivas altas, que foram interrompidas apenas em 2003 e 2005. Esses períodos de diminuição da produção nacional coincidem com anos de forte redução nas quantidades produzidas pelo Rio Grande do Sul, devido a fortes geadas que prejudicaram a safra da fruta.

Historicamente o Rio Grande do Sul vem ocupando a liderança entre os principais produtores de uva do Brasil, o estado praticamente dobrou sua produção nos dez anos analisados. Somente no ano de 2003, em que o estado obteve a menor participação do

período, o Rio Grande do Sul foi responsável sozinho por mais de 45% da produção nacional. Em contrapartida, no ano seguinte o estado alavancou sua produção, elevando-a em mais de 42%, quando atingiu mais de 697 mil toneladas, aumentando sua participação para cerca de 54% do total nacional.

Tabela 09 – Principais estados produtores de uvas no Brasil entre o período 1996 a 2005 (em mil toneladas).

Ano/Estado	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Rio Grande do Sul	334	533	498	570	489	697	612
São Paulo	150	198	213	232	224	193	191
Pernambuco	48	86	102	100	105	152	151
Bahia	65	68	84	83	84	86	109
Paraná	53	80	97	99	103	97	99
Brasil	685	1.024	1.059	1.149	1.067	1.291	1.233

FONTE: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

São Paulo conservou-se na segunda colocação, tendo registrado quantidades de produção relativamente estáveis. A participação deste estado no total nacional foi reduzindo-se gradativamente ao longo do período, em 1996 São Paulo detinha 21,9% de toda a uva produzida no Brasil, já no ano de 2005, esse percentual reduziu-se aos 15,5%. O motivo para tal redução situa-se na manutenção das quantidades produzidas no estado, enquanto que a produção nacional vem crescendo consideravelmente.

Na contramão das quedas registradas pelo segundo colocado, vem Pernambuco que viu sua produção mais que triplicar durante decênio em análise; partindo de uma produção de 48 mil toneladas em 1996, para alcançar em 2005 a marca de mais de 151 mil toneladas. O expressivo aumento nas quantidades produzidas pelo estado pode ser verificado pela rápida elevação nas áreas plantadas, que praticamente dobraram nos últimos anos. Conforme já observado, tal incremento na produção se deve a substancial demanda externa por uvas sem sementes, principal foco do cultivo no estado.

Os estados da Bahia e do Paraná incrementaram gradativamente suas quantidades produzidas durante o período, no entanto, suas participações com relação ao total nacional mantiveram-se estáveis, visto que a produção brasileira aumentou significativamente. Embora não apareça na tabela 09, Santa Catarina está logo atrás do Paraná, ocupando a sexta posição entre as maiores produtores nacionais de uva. O estado manteve sua quantidade produzida

estável nos últimos anos, tendo a partir de 2004 investido na elevação da produção, que passou das 41 mil toneladas em 2000, para quase 48 mil em 2005.

De acordo com dados do IBGE, a distribuição da produção de uvas por regiões geográficas demonstra que a região sul do Brasil foi responsável em 2005 por cerca de 62% de toda a uva produzida no país. Na seqüência a parecem as regiões nordeste, com aproximadamente 21% do total, sudeste, detentora de quase 17%, e por fim, centro-oeste e norte que participaram com menos de 1% do total nacional. No entanto, ao se comparar os percentuais de áreas plantadas neste mesmo ano de 2005, percebe-se que a região sul, apesar de responder por 70% do total plantado, produziu apenas 62% da uva nacional. Já o nordeste detentor de menos de 11% das áreas plantadas, foi capaz de produzir mais de 20% do total de uvas do país. Tais dados demonstram que existem grandes diferenças entre os níveis de produtividade de ambas as regiões.

No que tange ao destino do cultivo das uvas nacionais, observa-se que historicamente o Brasil vem destinando a maior parte de sua produção para processamento, ou seja, para a elaboração de vinhos, sucos, destilados e outros derivados. No entanto, com a implantação de vinhedos de uvas para mesa, a partir de 2001 essas uvas vêm representando maior proporção.

Segundo Mello (2004) em 2003 cerca de 40% da uva produzida nacionalmente foi destinada ao processamento, já no ano seguinte houve um incremento, e esse número passou aos 48%. Há a perspectiva de que com os investimentos realizados tanto na região tradicional do Rio Grande do Sul, como em novos pólos de produção no estado, e em regiões tropicais, como no vale do rio São Francisco, a uva destinada ao processamento deva superar as quantidades destinadas ao consumo *in natura*, com tendência de que haja alternância entre os dois principais destinos (processamento/consumo *in natura*).

A expressiva produção de uvas existente em São Paulo destina-se basicamente ao consumo *in natura*. No vale do São Francisco, embora atualmente predomine o cultivo de uvas de mesa, o mercado para a elaboração de vinhos está em plena expansão. Já em Santa Catarina, a maior parte da produção da fruta é destinada à produção de vinhos.

3.3.3 Importação e exportação de uvas

A balança comercial do setor vitícola brasileiro sinaliza que o equilíbrio será alcançado no curto prazo. Segundo dados contidos em Mello (2005), no ano de 2005 as exportações brasileiras de uvas sofreram um acréscimo em seu valor de mais de 85% com

relação ao ano anterior, o que representou um total de 120,87 milhões de dólares exportados. As uvas de mesa obtiveram um excelente desempenho, sendo que em 2005 contabilizaram uma elevação em seu valor da ordem de 103% com relação ao ano anterior.

Conforme se pode observar na tabela 10, o mercado de uvas de mesa a partir do ano 2000 passou a registrar saldos positivos para a balança comercial brasileira, visto que desde então as quantidades exportadas superaram em muito as importadas.

Tabela 10 – Quantidades de uvas de mesa importadas e exportadas pelo Brasil entre o período 1990 a 2006 (em toneladas).

Ano	Importação	Exportação
1990	14.682	1.845
1995	23.891	6.786
1999	8.599	8.083
2000	9.903	14.343
2001	7.457	20.660
2002	11.003	26.357
2003	7.612	37.601
2004	7.072	28.815
2005	8.387	51.213
2006	12.106	62.250

FONTE: MELLO (2003 e 2006) e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Enquanto que o volume de uvas de mesa importado entre os anos de 1990 e 2006 manteve-se razoavelmente estável, as exportações registraram incrível evolução. Comparativamente a 1990, a quantidade exportada pelo país em 2006 representou um aumento no volume negociado internacionalmente de nada menos que 2.775%, passando das pouco mais de 1.800 toneladas, para 62.250 toneladas no último ano em análise.

Esse extraordinário aumento das exportações brasileiras deveu-se à possibilidade de abastecimento do mercado externo em épocas do ano em que países com tradição na exportação da fruta, não a produzem, e, portanto, há pouca oferta do produto. Isso somente foi possível devido à diversidade das condições climáticas das regiões brasileiras, como a do vale do rio São Francisco, onde é possível produzir uvas em todas as estações do ano. Outro importante fator que contribuiu para o aumento das exportações foi o desenvolvimento de tecnologias para a produção de uvas sem sementes em regiões tropicais com o objetivo de atender a demanda externa. Nesse sentido, a Embrapa Uva e Vinho vem colaborando com o desenvolvimento de cultivares de uvas sem sementes, o que futuramente possibilitará que o Brasil se torne um dos principais exportadores mundiais da fruta.

3.3.4 Produção e comercialização de vinhos, sucos e derivados

No ano de 2006 cerca de 38% da uva produzida nacionalmente foi destinada à elaboração de vinhos, sucos e outros derivados da fruta¹⁸, fato que evidencia a já mencionada tendência de alternância entre os principais destinos da uva, ora para fins de processamento, ora para consumo *in natura*.

Como não se dispõe de estatísticas precisas sobre a produção e comercialização nacional de vinhos, sucos e derivados, via de regra são utilizados dados referentes ao Rio Grande do Sul, uma vez que este estado responde por aproximadamente 90% de todo o vinho produzido no país.

Historicamente o Brasil vem dedicando a maior parte de sua produção de uvas à elaboração de vinhos de mesa. Ao observar-se dados referentes ao período 2002 a 2006, constata-se que embora tendo registrado anualmente uma fatia superior aos 50% do destino das uvas nacionais, a produção de vinhos de mesa, vem oscilando entre picos de grande produção, com outros de acentuadas baixas.

A tabela 11 demonstra quantidades estimadas para a produção nacional de vinhos, sucos e derivados, baseada nos números divulgados pelo Rio Grande do Sul contidos em Mello (2004 e 2006).

Tabela 11 – Produção de vinhos, sucos e derivados no Brasil entre o período 2002 e 2006 (em litros).

Produto/Ano	2002	2003	2004	2005	2006
Vinho de Mesa	259.589.740	202.545.724	312.549.281	226.080.432	185.100.887
Vinho Fino	31.655.226	29.551.457	43.084.644	45.453.898	32.168.976
Suco de Uva Simples*	5.505.889	4.659.258	6.200.037	9.798.024	13.946.491
Suco Concentrado	73.614.010	55.241.820	89.390.375	97.566.220	87.073.025
Outros Derivados	19.932.187	20.741.475	21.693.858	23.549.751	28.151.593
Total	390.297.052	312.819.734	472.918.195	402.448.325	346.415.973

NOTA: * Bebida não fermentada, obtida do mosto simples, pronto para o consumo.

FONTE: MELLO (2004 e 2006).

Durante o período analisado a produção total de vinhos, sucos e derivados manteve-se instável, tendo aumentado significativamente no ano de 2004, puxada principalmente pela

¹⁸ Segundo dados extraídos de Mello (2006).

expressiva elevação na produção de uvas, que nesse ano foi de mais de 1.290 mil toneladas. Em 2004 houve um incremento de 51% na produção brasileira de vinhos, sucos e derivados com relação ao ano anterior.

Por outro lado, em 2006 houve um decréscimo na produção total de aproximadamente 14% com relação ao ano anterior, e de cerca de 27% se comparado a 2004. Tal decréscimo se deve a diminuição da produção de uvas causada pelas condições climáticas adversas e pela baixa precipitação pluviométrica do período.

A elaboração de vinhos finos contabilizou sensível oscilação entre os anos analisados, tendo partido em 2002 de uma produção de cerca de 31 milhões de litros, para registrar seu volume máximo em 2005, com mais de 45 milhões de litros produzidos. Já no ano de 2006, confirmando a tendência de instabilidade, sua produção se viu reduzida novamente aos patamares iniciais, registrando um volume produzidos de pouco mais de 32 milhões de litros.

Cabe destaque a produção de sucos, que elevou consideravelmente sua participação no total produzido nacionalmente. Os sucos de uva simples em especial, elevaram sua produção duas vezes e meia no período, o que lhe conferiu uma fatia de 4% do total produzido no país. Embora não tenha alcançado os patamares do suco de uva simples, o suco concentrado também obteve incremento em sua produção, tendo elevado sua produção em quase 13,5 milhões de litros entre os anos de 2002 e de 2006.

No que tange a comercialização, verifica-se que a oferta interna atende perfeitamente sua demanda, inclusive gerando excedentes para a exportação. A tabela 12 demonstra os volumes de vinhos, sucos e derivados comercializados no país; da mesma forma que a tabela anterior, tais quantidades foram estimadas tendo como base dados divulgados pelo Rio Grande do Sul, maior produtor do Brasil.

Os vinhos de mesa apresentam uma tendência de comercialização crescente, tendo registrado redução nas quantidades comercializadas apenas em 2006, decorrente da menor oferta de uvas americanas¹⁹, utilizadas para a elaboração deste tipo de vinho. Já os vinhos finos vêm mantendo suas quantidades comercializadas lineares ao longo do tempo, o que lhes fez perder fatia de mercado, visto que os volumes comercializados nacionalmente registraram elevação durante o período. Outro fator de desequilíbrio para o setor tem sido a competição com os importados, que vêm ganhando espaço no mercado nacional.

¹⁹ Uvas destinadas à elaboração de vinhos comuns, oriundas das espécies *vitis labrusca* e *vitis bourquina*.

Tabela 12 – Comercialização nacional de vinhos, sucos e derivados entre o período 2002 a 2006 (em litros).

Produção/Ano	2002	2003	2004	2005	2006
Vinho de Mesa	227.379.868	217.040.287	224.795.969	270.671.067	244.650.376
Vinho Fino	25.375.559	23.271.496	19.747.341	21.913.837	22.550.308
Suco de Uva	19.021.685	17.779.377	20.778.345	30.602.543	33.298.923
Outros Derivados	44.066.798	41.963.332	45.592.650	46.636.993	42.842.326
Total	315.843.910	300.054.492	310.914.305	369.824.440	343.341.933

FONTE: UVIBRA

Em termos de mercado os vinhos, sucos e derivados comercializados no país apresentam uma tendência de alta, interrompida somente nos anos de 2003 e 2006, o que sinaliza para um período de possível estabilidade.

O mercado de suco de uva vem obtendo significativo incremento nos últimos anos, o volume comercializado cresceu 75% durante o período em análise, tendo elevado sua comercialização em mais de 14 milhões de litros. Esse segmento apresenta perspectivas de aumento, dadas as características das espécies utilizadas para sua produção, muito apreciadas no exterior, e pela melhoria qualitativa do produto, o que lhe confere maior competitividade.

Visando atribuir maior competitividade aos vinhos produzidos nacionalmente, nos últimos anos tem havido significativos investimentos na melhoria de sua qualidade, com tendência de formação de zonas de indicações geográficas, a exemplo da região do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. Atualmente outros projetos para a certificação de Indicação de Procedência estão em andamento, como os das regiões de Monte Belo, na serra gaúcha e o de Urussanga, localizada ao sul do estado de Santa Catarina, na região carbonífera. Outro importante passo visando à garantia de procedência do produto nacional foi a regulamentação da produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, garantida pela Lei 7.678, de oito de novembro de 1988, que posteriormente foi retificada pela Lei 10.970 de doze de novembro de 2004.

Segundo as referidas leis, os vinhos serão classificados quanto à classe em:

- a) De mesa: é o vinho elaborado com uvas do grupo das uvas americanas e/ou híbridas, podendo conter vinhos de variedades *vitis vinífera*.
- b) Leve: obtido exclusivamente da fermentação dos açúcares naturais da uva, produzido durante a safra nas zonas de produção, vedada sua elaboração a partir de vinho de mesa.

- c) Fino: elaborado mediante processos tecnológicos adequados que assegurem a otimização de suas características sensoriais, produzido exclusivamente a partir de variedades *vitis vinífera*.
- d) Espumante: vinho cujo anidrido carbônico provém exclusivamente de uma segunda fermentação alcoólica do vinho em garrafas (método Champenoise) ou em grandes recipientes (método Charmat), e com teor alcoólico de 10% a 13% em volume.
- e) Frisante: vinho com teor alcoólico de 7% a 14% em volume, natural ou gaseificado.
- f) Gaseificado: vinho resultante da introdução de anidrido carbônico puro, por qualquer processo, devendo apresentar um teor alcoólico de 7% a 14% em volume, a 20°C.
- g) Licoroso: vinho com teor alcoólico ou adquirido de 14% a 18% em volume, sendo permitido, na sua elaboração, o uso de álcool etílico potável de origem agrícola, mosto concentrado, caramelo, açúcar e caramelo de uva.
- h) Composto: é a bebida com teor alcoólico de 14% a 20% em volume, elaborada pela adição ao vinho de mesa de plantas amargas ou aromáticas, substâncias de origem animal ou mineral, álcool etílico potável de origem agrícola, açúcar e caramelo.

Embora tenham sido dados importantes passos rumo à dinamização do setor vitivinícola nacional, muito ainda há de ser feito. É preciso que hajam estímulos visando à inovação e a modernização do setor, promoção de melhorias qualitativas do produto, e, além disso, melhoria da imagem e da reputação do vinho brasileiro, buscando a criação de uma identidade regional, como atualmente possuem os europeus.

3.3.5 Importação e exportação de vinhos e derivados

Os vinhos importados representam a maior fatia do mercado nacional, com uma participação de aproximadamente 64%, segundo dados do Instituto de Economia Agrícola. Os fatores que impulsionam essa predominância estrangeira são as taxas de câmbio que favorecem as importações, as reduzidas tarifas de importação e a declarada preferência do consumidor pelo produto importado.

O volume das importações brasileiras de vinho vem crescendo desde o ano de 2002. Embora a produção nacional de vinhos finos apresente excedentes, este é o principal segmento importador, tendo sido responsável em 2005 por mais de 88% de toda a importação nacional.

A tabela 13 demonstra as quantidades de vinhos e outros derivados importados anualmente pelo Brasil. Observa-se que a quantidade importada no último ano do período elevou-se em 28% em relação a 2001, atingindo os mais de 41 milhões de litros. Os vinhos finos dominam a pauta das importações, tendo elevado os volumes importados em mais de 32% durante o período em análise.

Tabela 13 – Importação de Vinhos, sucos e espumantes do Brasil entre o período 2001 a 2006 (em litros).

Produto/Ano	2001	2002	2003	2004	2005
Vinho de Mesa	100.884	99.552	608.295	829.197	559.356
Vinho Fino	27.957.230	24.084.463	26.190.645	35.241.264	36.919.411
Vinhos Espumantes	1.957.814	2.370.413	2.530.399	3.086.826	3.459.568
Suco de Uva	2.807.315	2.094.566	2.245.942	870.206	1.009.286
Total	32.823.243	28.648.994	31.575.281	40.027.493	41.947.621

FONTE: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Quanto às origens dos vinhos importados pelo Brasil, destacam-se Chile e Argentina como principais exportadores. Além dos preços praticados pelos países vizinhos serem competitivos, os altos impostos cobrados do produtor nacional o impedem de concorrer com os vinhos importados em igualdade de condições.

O segmento das espumantes, mais especialmente as do tipo Moscatel, tem registrado expressivo aumento no consumo, tal conquista de mercado pode ser atribuída principalmente às frequentes campanhas de marketing realizadas pelas empresas produtoras. Embora a qualidade do produto nacional tenha se elevado, durante o quinquênio 2001-2005 o volume importado de espumantes cresceu em cerca de 77%.

As importações de vinho de mesa e de suco de uva, bem menos expressivas do que as de vinhos finos e de espumantes caminharam em direções opostas. Enquanto que as importações de vinho de mesa cresceram algo em torno de cinco vezes e meia, as de suco de uva diminuíram quase três vezes com relação ao seu valor no primeiro ano analisado. Por se tratarem de quantidades pouco significativas, os dois itens juntos não chegaram a representar mais de 15% do total importado em nenhum ano da série.

Assim como os vinhos importados estão tomando espaço dos nacionais no mercado nacional, o Brasil está se preparando para ingressar em novos mercados no exterior. Os estados do Rio Grande do sul e de Santa Catarina participam do consórcio de exportações de

vinhos denominado Wines from Brazil, que tem por objetivo a promoção e valorização da vinicultura brasileira no exterior.

A tabela 14 mostra os volumes anuais das exportações brasileiras de vinhos e derivados entre os anos de 2001 a 2005. A partir de sua análise, pode-se observar que a evolução das quantidades exportadas oscilou entre momentos de forte alta, com outros de significativa baixa.

Tabela 14 – Exportação de Vinhos, sucos e espumantes do Brasil entre o período 2001 a 2005 (em litros).

Produto/Ano	2001	2002	2003	2004	2005
Vinho de Mesa	2.870.706	504.550	605.580	864.530	949.281
Vinho Fino	2.654.582	1.745.487	774.865	1.938.865	2.580.508
Vinhos Espumantes	81.683	46.210	121.853	198.905	111.405
Suco de Uva	7.919.013	6.813.140	5.184.607	7.666.265	7.710.522
Total	13.624.541	9.196.520	6.847.590	10.932.031	11.611.297

FONTE: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

As exportações dos vinhos de mesa foram as que apresentaram maior variação durante o período. Sendo responsável por mais de dois milhões e meio de litros em 2001, o que correspondeu a 21% das exportações de vinhos e derivados, registrou vertiginosa queda nos anos posteriores, para em 2005 participar com um percentual de apenas 8% do total exportado.

Os vinhos finos registraram uma trajetória relativamente linear, tendo registrado significativa baixa em suas exportações em 2003, ano em que a produção interna também foi afetada, voltando rapidamente aos patamares anteriores. Já as espumantes, que apresentaram elevação nas quantidades exportadas durante o período, possuem volumes pouco representativos.

O primeiro lugar na pauta das exportações de vinhos e derivados cabe ao suco de uva, líder absoluto, responsável por em média 70% do total exportado pelo país. O ano de 2003 foi o único do período a registrar significativa queda nas exportações da bebida, dentre os fatores contribuíram para esta redução pode-se destacar o aumento da demanda no mercado interno e a redução da oferta de uvas. Nos anos seguintes as quantidades exportadas se recuperaram, tendo assumido patamares próximos aos registrados antes da crise.

O Brasil tem todas as condições para se tornar um dos maiores exportadores de suco de uva do mundo, dadas as características dos cultivares atualmente existentes, pelos investimentos na implantação de novas estruturas de processamento, e pelo surgimento de novos pólos vitícolas em regiões de climas tropicais e temperados.

Os principais destinos das exportações brasileiras de vinhos são Paraguai e Japão, seguido pelos Estados Unidos e Rússia. Já os espumantes são exportados principalmente para os Estados Unidos, Bolívia e Paraguai. O Japão e os Estados são o destino de aproximadamente 77% das exportações de sucos do país.

4. A ATIVIDADE VITIVINÍCOLA EM SANTA CATARINA

Este capítulo tem por objetivo a identificação dos principais segmentos que compõem a cadeia vitivinícola catarinense, as estruturas de governança que regem as transações entre esses segmentos, o apontamento de suas potencialidades e pontos de estrangulamento, além das perspectivas futuras para desenvolvimento do setor. Inicialmente serão detalhadas as atividades ligadas à cadeia vitivinícola de Santa Catarina, seus atores e às interações entre esses agentes, o que viabilizará a identificação das estruturas de governança praticadas.

Em seguida, serão demonstrados dados relativos à produção de uvas, área plantada e número de produtores atuantes no estado. Serão detalhadas também quais as principais variedades de uvas cultivadas, além de informações sobre as importações e exportações catarinenses de vinhos.

Na terceira parte do capítulo serão elencadas as principais regiões produtoras de uva e vinho de Santa Catarina, destacando seus volumes produzidos, características de solos e de climas e tipos de uvas plantadas. Serão destacadas ainda as principais vinícolas atuantes em cada região, tipos de vinhos elaborados e o potencial para o desenvolvimento do enoturismo que vem sendo aperfeiçoado por essas empresas. Além disso, serão apontadas as principais instituições de apoio à atividade vitivinícola, seus objetivos e ações, e por fim, serão enfocadas as potencialidades e pontos de estrangulamento da cadeia, além de suas perspectivas futuras.

4.1 A cadeia vitivinícola catarinense

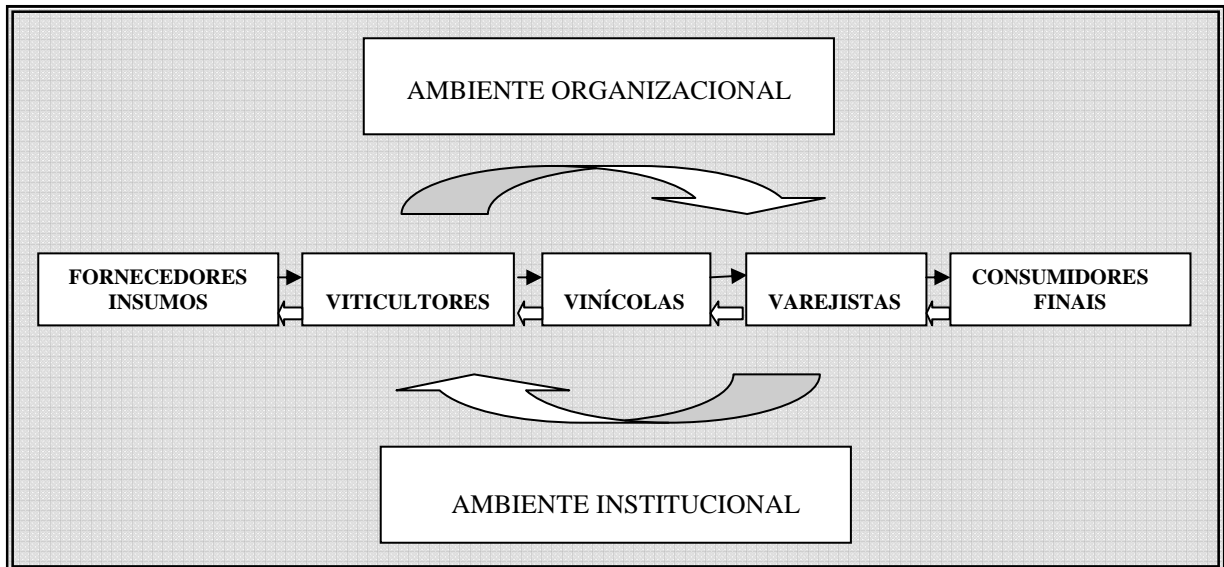
4.1.1 Mapeamento da cadeia vitivinícola catarinense

Para o mapeamento da cadeia vitivinícola catarinense será utilizada a sistemática da Cadeia Produtiva Agroindustrial, conforme abordado no item 2.2. Primeiramente será realizada a caracterização dos segmentos componentes da cadeia, para após ser feita a análise de suas inter-relações e identificadas as estruturas de governança.

A figura 03 ilustra a cadeia vitivinícola, demonstrando seus principais componentes. As setas à direita representam o fluxo de produtos e as setas à esquerda dizem respeito ao fluxo monetário. O ponto de partida para o mapeamento da cadeia produtiva vitivinícola é a

identificação dos fornecedores de insumo, passando pelos viticultores, vinícolas, atacadistas, varejistas, para finalmente chegar ao consumidor final.

Figura 03 – Representação da cadeia produtiva vitivinícola.



NOTA: setas à direita não-preenchidas representam fluxo de produtos; setas à esquerda preenchidas representam fluxo monetário.

FONTE: elaborado pela autora a partir de Triches et al. (2004).

4.1.1.1 Etapas da cadeia produtiva vitivinícola

a) Formação de vinhedos

O processo de formação dos vinhedos tem início com a encomenda das mudas, o que geralmente ocorre 18 meses antes do plantio. O fornecimento interno de mudas vem sendo aprimorado ao longo dos últimos anos, visto que há pouca oferta de mudas nacionais devido às dificuldades de produção de exemplares sadios e com preços acessíveis aos produtores. A ocorrência de diversos tipos de viroses nos vinhedos existentes nas regiões tradicionais dificultou a multiplicação de materiais livres dessas doenças, o que obrigou os produtores nacionais a optarem pelas mudas importadas.

Cabe ressaltar que o plantio de novas mudas ocorre somente em períodos de implantação/expansão da produção, ou quando há a necessidade de renovação dos vinhedos, caracterizando-se como um investimento e não uma despesa que ocorre anualmente.

b) Cultivo de uvas

O processo de cultivo das uvas inicia-se com as atividades de fertilização e poda que ocorre durante o período de hibernação (no inverno), sendo concluído no período de frutificação, caracterizado pela etapa da vindima (colheita) que ocorre entre os meses de dezembro a março. Os principais fornecedores de insumos nessa etapa são os de: fertilizantes, defensivos agrícolas, máquinas e equipamentos, além dos produtores de arames e de madeira.

c) Colheita e vinificação

Após a colheita da uva, estas são levadas para as vinícolas onde se inicia o processo de vinificação, conforme exposto no item 3.1.1 Nesta etapa os principais fornecedores são os de: equipamentos para vinificação, como tanques de aço inox e prensadeiras, barricas de carvalho, além dos produtores de compostos químicos, como enzimas e leveduras.

d) Engarrafamento

O processo de engarrafamento inicia-se com a entrada do vinho em uma máquina engarrafadeira, de onde é transvasado para a garrafa. Logo após é feita a rotulagem de onde se dá o deslocamento das garrafas para uma área de estocagem intermediária. Posteriormente, os vinhos seguem para as adegas, onde passam pelo processo de amadurecimento nas garrafas. Nesta etapa os principais fornecedores são os de: garrafas de vidro, embalagens plásticas, rótulos, rolhas plásticas ou de cortiça, cápsulas, além dos produtores de papelão.

Cabe ressaltar que esta etapa somente ocorre em vinícolas em que o engarrafamento é mecanizado, onde esta tecnologia ainda não está disponível o processo é feito manualmente.

e) Distribuição/Vendas a varejo

Nesta etapa podem ocorrer dois processos distintos. Primeiramente há a possibilidade de a vinícola possuir um canal direto para a venda ao consumidor, como uma cantina ou adega onde promove a degustação e comercialização de seus vinhos. E há também a possibilidade de venda aos canais de distribuição atacadistas ou varejistas, como grandes atacados, super e hipermercados, lojas especializadas, além de bares e restaurantes. Destaca-se que no caso específico da cadeia produtiva vitivinícola catarinense a venda aos canais

atacadistas é mínima, não representando significativo volume de vendas para as vinícolas, que priorizam a venda em ponto de varejo próprio na maioria das vezes.

4.1.2 Identificação das estruturas de governança

A identificação das estruturas de governança das transações permite a definição de que forma contratual será estabelecida entre as empresas; se tratará determinado contrato a partir de uma pura relação de mercado, se ocorrerá a forma mista contratual, ou se haverá a necessidade de integração vertical. As características específicas das transações que ocorrem entre cada segmento da cadeia vitivinícola é que irão condicionar a estrutura de governança a ser adotada em cada uma dessas transações.

Para a identificação das interações entre os segmentos da cadeia vitivinícola catarinense foram entrevistados especialistas de três vinícolas, cada uma representando uma das regiões produtoras do estado (Região do Vale do Rio do Peixe, Região Carbonífera e Região do Planalto Catarinense), e representantes de instituições vinculadas ao setor. A seguir, serão detalhadas as interações entre os segmentos da cadeia identificadas a partir das entrevistas e verificadas as estruturas de governança mais comumente praticadas.

a) Interações entre fornecedores de insumos e viticultores/vinicultores

O segmento fornecedor de insumos para o cultivo vitícola pode tanto atender aos viticultores, quanto as vinícolas que produzem sua própria uva. Sua principal característica é a concorrência devido à elevada quantidade de empresas atuantes no mercado.

O fornecimento de mudas para a formação dos vinhedos é praticamente dominado por empresas estrangeiras, visto que a incipiente produção nacional apresenta problemas fitossanitários. Devido ao fato de Santa Catarina não possuir um viveiro com certificação sanitária, a maioria das mudas adquiridas pelos produtores – especialmente os de uvas viníferas – é proveniente de países como Itália, França, África e Uruguai e, em menor parte, do estado vizinho Rio Grande do Sul. Embora exista certo grau de especificidade, a compra das mudas é realizada via mercado devido à necessidade esporádica de aquisição do material e à razoável quantidade de fornecedores atuantes no mercado internacional. Já a disseminação das mudas entre os viticultores tradicionais se dá basicamente por meio de trocas entre os próprios produtores, geralmente não sendo realizadas transações comerciais.

Fornecedores de máquinas utilizadas no plantio, como tratores, bem como de arames e de madeira, são facilmente encontrados no mercado, havendo inclusive certa concorrência setorial. O mesmo ocorre com os fornecedores de fertilizantes e defensivos agrícolas, que existem em grande número no mercado; a maioria realiza visitas às vinícolas oferecendo até mesmo prestação de assessoria para análise folhar e de solo, além de frequentemente disponibilizarem amostras grátis de seus produtos.

Embora haja frequência em algumas transações desse segmento, observa-se uma tendência à comercialização via mercado, viabilizada pelo número de concorrentes e conseqüente possibilidade de negociação de preços por parte dos produtores.

b) Interações entre fornecedores de insumos e vinícolas

Os fornecedores de insumos para os processos de vinificação e de engarrafamento apresentam características distintas entre si, dessa forma, diferentes tipos de contratos são estabelecidos entre esse segmento e as vinícolas.

Os insumos de maquinário para vinificação, como tanques de aço inox, prensadeiras e engarrafadeiras, são oferecidos em larga escala no mercado, especialmente por empresas estrangeiras. Entretanto, recentemente a indústria nacional vem se especializando e elevando a oferta desses tipos de bens. Já para a aquisição de compostos químicos como enzimas, leveduras e clarificantes, as vinícolas são obrigadas a recorrer apenas a fornecedores estrangeiros, devido à carência de tais produtos no mercado nacional.

O segmento fornecedor de garrafas de vidro apresenta grande concentração de mercado, sendo dominado por duas principais empresas, Sangoban (Santa Marina) e Cisper. Os entrevistados apontam tais empresas como pouco diversificadas no que tange ao aspecto visual das garrafas, freqüentemente apresentando problemas de fornecimento, e, além disso, pouco dispostas a negociações de preços. Diante disso, algumas empresas vêm buscando alternativas como a aquisição de garrafas importadas da França ou do Chile.

Outro ponto de estrangulamento para as vinícolas encontra-se na aquisição de rolhas. Embora exista razoável número de empresas atuando nesse segmento, a principal matéria-prima, a cortiça, é importada principalmente da Espanha e de Portugal, o que torna as vinícolas suscetíveis às oscilações cambiais e às elevadas taxas de importação. Mais um insumo importado que vem onerando os custos de produção dos vinicultores são as barricas de carvalho, que em toda sua vida útil possuem a capacidade de vinificar em média apenas 675 litros de vinho, e após três safras tornam-se imprestáveis. Em 2005, segundo dados da

Síntese Anual da Agricultura de Santa Catarina, custavam aproximadamente 960 dólares, sem contar os impostos de importação.

Rótulos e caixas de papelão são geralmente adquiridos com os mesmos fornecedores, isso ocorre, pois a maioria das vinícolas possui contratos de longo prazo para o fornecimento dos materiais, que são em sua maioria personalizados com os logotipos das empresas.

Como a maioria das compras das empresas concentra-se no mês de janeiro (devido à época da vindima), tem-se observado uma incipiente tendência à compra cooperada visando à redução dos preços e o aumento no poder de negociação, especialmente por parte das vinícolas de menor porte. Segundo o relato do entrevistado Renato Mariot Damian, sócio-gerente da Vitivinícola Urussanga, a iniciativa vem sendo adotada pelas empresas da região, tendo a associação PROGOETHE²⁰ como mediadora das negociações. Além disso, a ACAVITIS²¹ já vem estudando a possibilidade de realização de compras cooperadas entre seus associados.

Embora não sejam firmados contratos formais, geralmente as vinícolas procuram adquirir seus insumos com os mesmos fornecedores, buscando a manutenção da frequência e diminuição das incertezas nas transações, minimização dos custos de produção, além conservação do padrão de qualidade na produção. Entretanto, em alguns casos, como na aquisição de rolhas e garrafas, as empresas ficam vulneráveis às oscilações cambiais, e ao poder oligopolístico de algumas empresas fornecedoras.

c) Interações entre viticultores e vinícolas

A maioria das vinícolas catarinenses de médio e grande porte, especialmente as situadas no pólo produtivo de São Joaquim, produz quase toda a uva de que necessita, em média apenas 15% do total de uvas vinificadas pelas empresas são negociadas com viticultores, demonstrando uma tendência à verticalização entre os segmentos. Dentre as vinícolas de menor porte, produtoras de vinhos de mesa – destacadamente as situadas nas regiões de produção tradicional (Carbonífera e do Vale do Rio do Peixe) – ao contrário, predominam as aquisições via mercado. Isso ocorre, devido à natureza acidentada de seus terrenos, que não permite o plantio em larga escala, e à grande oferta de uvas americanas, que proporciona às vinícolas maior poder de barganha junto aos produtores.

²⁰ Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe.

²¹ Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude.

A tendência à integração vertical da produção é verificada especialmente em vinícolas voltadas à elaboração de vinhos finos, devido às especificidades dos ativos (uvas viníferas) e de capital humano (necessidade de especialistas), e a aplicação de cuidados especiais, como a aquisição de mudas importadas.

Já nas regiões tradicionais, onde a maior parte das matérias-primas são adquiridas de produtores, as negociações são permeadas pela incerteza e pelo comportamento oportunista por parte dos produtores, pois geralmente não são firmados contratos formais, o que viabiliza o rompimento do acordado a qualquer tempo. Entretanto, pelo fato das vinícolas comprarem volumes grandes em relação às vendas dos viticultores, acabam por apresentar maior poder de barganha, reduzindo as margens do produtor, o que somente faz fomentar o comportamento oportunístico já mencionado.

Raramente são firmados contratos de parceria entre produtores e vinícolas, em geral estas prestam apenas algumas orientações ao viticultor quanto às formas de cultivo exigidas e quanto à produtividade máxima por videira, orientações essas que nem sempre são cumpridas.

d) Interações entre vinícolas e canais de distribuição

A maioria das vinícolas catarinenses possui ponto de venda direto ao consumidor, esses pontos geralmente ficam anexos à empresa, onde além da venda de vinhos também é possível a degustação de pratos típicos italianos. Esse fenômeno de exploração do turismo do vinho vem se popularizando entre as principais vinícolas, pois além de divulgar a marca, incentiva o consumo da bebida.

Negociações com grandes canais varejistas de distribuição vêm sendo evitadas pela maioria das vinícolas catarinenses devido à significativa redução das margens de lucro, e às inúmeras exigências apresentadas pelas redes, como contratos de longo prazo, exclusividade no fornecimento, elevado volume de produto, chegando a solicitar que a primeira compra seja em consignação, ou até mesmo grátis para análise de giro do produto. Algumas empresas adotam a estratégia de segmentação de mercado, negociando apenas algumas linhas de produtos com os atacadistas, sendo as de maior valor agregado comercializadas somente nos pontos de venda próprios.

Algumas vinícolas se utilizam de contratos de representação, firmados com lojas especializadas, empórios, e restaurantes que recebem o produto com preços competitivos e que atuam como excelentes canais de distribuição para as empresas.

Observa-se que, em geral, na cadeia produtiva vitivinícola os segmentos consumidores exercem maior poder de barganha perante seus fornecedores, demonstrando dessa forma, uma tendência de poder dos agentes a jusante. Salvo algumas exceções onde os fornecedores apresentam excessivo poder de mercado.

4.2 A produção vitivinícola em Santa Catarina

Embora Santa Catarina ocupe atualmente a sexta posição entre os maiores produtores de uvas do Brasil, o estado detém a segunda colocação na produção de vinho, tendo colhido na safra de 2006 mais de 47 mil toneladas da fruta²². Em termos de produção vinícola, Santa Catarina coloca-se atrás apenas do Rio Grande do Sul, maior produtor do país, responsável por mais de 90% de todo o vinho produzido nacionalmente.

Iniciativas de órgãos governamentais, sindicatos e associações ligadas à vitivinicultura vêm buscando promover a maior competitividade do estado, além da conquista de novos mercados. Como exemplo disso, pode-se citar estudos da Epagri que levam em conta as diferentes condições climáticas e de *terroir* existentes em Santa Catarina, e visam o aprimoramento dos cultivares nas diferentes regiões produtoras.

Devido à existência desses diferentes *terroirs*, desenvolvem-se no estado regiões especializadas na produção de variedades de vinhos diversas. A atividade vinícola catarinense possui três principais regiões produtoras: a do Vale do Rio do Peixe, a Carbonífera e a do Planalto Catarinense, cada uma com suas características geográficas e culturais independentes.

A região do Vale do Rio do Peixe (composta pelos municípios de Tangará, Videira, Pinheiro Preto, Caçador, Rio das Antas, Iomerê, Fraiburgo e Salto Veloso) e a Carbonífera (composta pelos municípios de Urussanga, Morro da Fumaça, Pedras Grandes, Cocal do Sul e Nova Veneza) apresentam predominantemente produção de vinhos coloniais e de mesa, com uma incipiente fabricação de vinhos finos ainda em fase de desenvolvimento.

Já na região do Planalto Catarinense, chamada de “nova região” há uma inversão dessa tendência, os investimentos são em sua maioria voltados para a produção de vinhos finos, elaborados sob os mais elevados padrões de qualidade e tecnologia. Compõem a região os municípios do planalto serrano, em especial a cidade de São Joaquim.

²² Segundo dados extraídos de Mello (2006).

De acordo com dados do Levantamento sobre Frutas de Clima Temperado realizado pela Epagri e conforme Mello (2006), em 2006 Santa Catarina contava com 3.699 viticultores distribuídos em uma área de 4.986 hectares de uvas plantadas, o que resultou em uma produção da ordem de 47.787 toneladas da fruta.

Historicamente, a principal área de cultivo da videira no estado de Santa Catarina está situada no Vale do Rio do Peixe, que somente em 2006 foi responsável por cerca de 78% de toda a produção do estado e por 40% da área plantada. Dentre os municípios da região, merece destaque o de Tangará que neste mesmo ano respondeu por mais de 8.700 toneladas das uvas produzidas no estado, contando com uma área plantada de aproximadamente 439 hectares. O município figura como um dos mais produtivos da região, registrando uma produtividade média de 19.817 kg/ha., bem acima da média estadual que se situa na casa dos 13.670 kg/ha.

Ocupando respectivamente a segunda e a terceira posição entre os maiores produtores de uvas do estado estão os municípios de Videira e Pinheiro Preto (também pertencentes à região do Vale do Rio do Peixe) que juntos produziram mais de 16.400 toneladas da fruta em 2006, com uma produção de aproximadamente 8.200 toneladas cada.

Diferentemente dos demais estados produtores de uvas do Brasil, em que a produção vitícola é destinada principalmente ao consumo *in natura*, Santa Catarina e Rio Grande do Sul destinam a maior parte de suas produções ao processamento industrial, especialmente à vinificação, seguida, em uma proporção bem menor pela fabricação de sucos e demais derivados, restando um pequeno percentual que é destinado à comercialização de uvas de mesa.

Tabela 15 - Dados de Área Plantada e Produção de Uvas (total e vinificadas) em Santa Catarina entre o período 2002 a 2006.

Produção/Ano	2002	2003	2004	2005	2006
Área Plantada Uvas (ha)	3.514	3.671	3.771	4.224	4.986
Produção Uvas (t)	41.093	41.709	44.612	47.971	47.787
Uvas Vinificadas Total (t)	25.173	20.771	27.548	19.156	25.999

FONTE: IBGE *in* MELLO (2004 e 2006) e Sindicato da Indústria do Vinho de Santa Catarina.

Considerando-se a evolução da área plantada no estado apontada pela tabela 15, percebe-se um substancial aumento nas estatísticas. Em 2002 o estado possuía um total de

3.514 hectares de videiras, já em 2006 esse número passou para os quase cinco mil hectares, fato explicado pela implantação de novas áreas de cultivo na região do planalto catarinense que teve início a partir do ano 2000, e que vem ganhando espaço a cada ano.

Como consequência da expansão das áreas destinadas ao cultivo da uva, a produção da fruta também sofreu elevação, tendo registrado um aumento de 16% ao longo do período, saindo das 41.093 toneladas em 2002 para atingir as quase 48.000 toneladas em 2006. O volume de uvas vinificadas sofreu oscilações durante o período, entretanto, se considerados o primeiro e o último ano da série observa-se que as quantidades permaneceram muito próximas. Em 2002 o total de uvas vinificadas pelo estado era de 25.173 toneladas, já em 2006 este valor se elevou para as 25.999 toneladas.

As variedades de uvas mais cultivadas em Santa Catarina são em primeiro lugar a Isabel, seguida pela Niágara Branca e Seibel, todas de castas americanas destinadas à elaboração de vinhos de mesa²³. Devido à maior resistência a pragas e à facilidade de adaptação climática, é que as americanas são as variedades mais amplamente difundidas tanto no estado, quanto no país. No entanto, o cultivo de castas mais nobres como a Cabernet Sauvignon e a Merlot vem se disseminando, especialmente na região de São Joaquim, cujos primeiros vinhedos se multiplicaram a partir do ano 2000. Paralelamente, em outras regiões de altitude como nas cidades de Videira, Campos Novos e região, locais onde a altitude supera os 1000 metros, iniciaram plantios de espécies *vitis viníferas* que atualmente somam mais de 300 hectares.

A tabela 16 demonstra a evolução tanto da produção de vinho e de sucos, quanto dos volumes importados pelo estado durante os anos de 2002 a 2006. Ao longo do período em análise a média de produção de vinho de Santa Catarina situou-se na casa dos 16,5 milhões de litros/ano, registrando pequenas oscilações. De acordo com dados do Sindivinho²⁴, em 2005 foram comercializados pelo estado mais de 10,5 milhões de litros de vinho engarrafado, ocorrendo uma pequena queda no ano seguinte, quando esse volume passou para cerca de 8,5 milhões de litros. Observa-se que o estoque estadual da bebida registrou aumento entre os dois últimos anos do período em análise, fato agravado pela substancial elevação das importações, visto que estas aumentaram em mais de 700% somente entre os anos de 2004 e 2006.

²³ Segundo dados do Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe (2001).

²⁴ Sindicato da Indústria do Vinho de Santa Catarina.

Tabela 16 - Produção/Importação e Exportação de vinhos e derivados de Santa Catarina entre o período 2002 e 2006 (em litros).

Produção/Ano	2002	2003	2004	2005	2006
Vinho Produzido Branco	3.809.748	2.949.341	3.792.687	2.661.325	3.328.608
Vinho Produzido Tinto	14.915.607	11.443.162	14.219.547	13.806.688	12.123.297
Vinho Produzido Total	18.725.355	14.392.503	18.012.234	16.468.013	15.451.905
Suco de Uva Simples	1.946.062	841.327	2.210.672	1.698.555	1.599.741
Suco de Uva Concentrado	796.000	310.000	800.000	669.650	532.000
Produção Total Vinhos e Sucos	40.192.772	29.936.333	39.035.140	35.304.231	33.035.551
Vinho Importado	-	-	897.889,74	2.580.927,28	6.961.372,85
Vinho Exportado	-	-	-	-	-

Nota: não foram encontradas informações relativas às exportações de vinho de Santa Catarina.
FONTE: Sindivinho.

Argentina e Chile são os principais exportadores de vinhos para o estado, países que por possuírem grande capacidade de suprimento, subsídios às exportações, e por beneficiarem-se de tarifas preferenciais de acordos firmados no âmbito do Mercosul, atingem o mercado nacional com preços altamente competitivos. Além disso, a onerosa carga tributária imposta à cadeia vitivinícola brasileira pode elevar o preço do produto ao consumidor em até 47%, enquanto que em países como Argentina e Chile, o conjunto das tributações sobre a produção do vinho atinge apenas 20% desse total²⁵. Diante disso, cabe destacar que o setor vitivinícola brasileiro somente irá se consolidar se encontrar apoio governamental no sentido de criar condições de concorrência, especialmente com a Argentina, principal exportador de vinhos para o país.

A alternativa que vem sendo explorada pelos vitivinicultores catarinenses é a escoação da produção por meio da exportação, as primeiras vendas ao mercado internacional iniciaram em 2006, por este motivo o Sindivinho não dispõe de dados referentes às exportações do estado. Em 2007 o estado comemorou o embarque de cerca de mil garrafas de vinhos da variedade Chardonnay, produzidas pela vinícola Panceri localizada na cidade de Tangará, para a República Tcheca, feito que representou o início das exportações de vinhos finos do estado.

A negociação ocorreu com apoio do Programa Wines from Brazil, uma parceria entre o Instituto Brasileiro do Vinho e o Governo Federal, que por meio da Agência de Promoção

²⁵ Segundo dados da Embrapa Uva e Vinho.

de Exportações e Investimentos (Apex), promove o encontro de produtores com compradores internacionais, além de auxiliar nos custos de exposição dos vinhos brasileiros fora do país. O consórcio Wines from Brazil possui 22 vinícolas associadas, sendo a Panceri a única representante de Santa Catarina no programa.

Outras vinícolas catarinenses planejam sua inserção no mercado internacional de vinhos para o ano de 2008, dentre elas a Villa Francioni de São Joaquim, e a Villaggio Grando localizada no município de Água Doce. Cada empresa possui uma estratégia diferente. A Villa Francioni pretende atingir o mercado norte-americano por meio de parcerias com grandes redes de restaurantes, e Dubai, nos Emirados Árabes, através da negociação com hotéis e companhias aéreas. A Villaggio Grando planeja enviar garrafas para a França, país com o qual já manteve contato, e onde empresários se mostraram interessados na comercialização de seu vinho.

A partir da análise da tabela 16, nota-se que há uma acentuada diferença entre as quantidades de vinhos brancos e tintos produzidas, a fabricação deste último supera em até quatro vezes a do primeiro. Fato explicado pela alteração na preferência dos consumidores, que devido à divulgação de artigos e reportagens reforçando os benefícios do consumo de vinhos, especialmente os tintos, passaram a consumir quantidades cada vez maiores dessa variedade.

Entre os anos em análise o estado registrou uma perda da ordem de sete milhões de litros em sua produção de vinhos e derivados passando dos mais de 40 milhões de litros em 2002, para em 2006 registrar pouco mais de 33 milhões de litros. Fato que pode ser atribuído à sistemática saída de empresas de pequeno porte do setor, devido à concorrência desleal dos vinhos importados. Quanto à produção de sucos, observa-se que tanto a produção de sucos simples, quanto a de concentrados registrou uma significativa queda no ano de 2003, tendo logo após, a partir de 2004 retomado e até mesmo ultrapassado os níveis anteriores.

4.2.1 Principais regiões produtoras de uva e vinho em Santa Catarina

Fatores geográficos e histórico-culturais moldaram as regiões produtoras de uva e vinho de Santa Catarina ao longo dos anos. Condições de solo, clima e de incidência de chuvas foram fatores determinantes para que as regiões do Vale do Rio do Peixe, a Carbonífera e a do Planalto Catarinense se transformassem nas principais produtoras vitivinícolas do estado.

A seguir, serão detalhadas as características das principais regiões produtoras catarinenses, destacando-se as condições para o cultivo da uva e elaboração do vinho, volumes de produção e principais vinícolas.

4.2.1.1 Região do Vale do Rio do Peixe

A região do Alto Vale do Rio do Peixe, composta pelos municípios de Tangará, Videira, Pinheiro Preto, Caçador, Rio das Antas, Iomerê, Fraiburgo e Salto Veloso, possui um perfil muito próximo ao da Serra Gaúcha, com clima úmido e verões frescos. Com uma altitude média de 600 a 800 metros em relação ao nível do mar, a região apresenta um volume de precipitações de 1.800mm/ano e uma temperatura média que oscila na casa dos 17°C, reunindo excelentes condições para o cultivo vitícola²⁶.

Outros fatores de similaridade com a Serra Gaúcha dizem respeito à estrutura fundiária, visto que a área média das propriedades da região é de aproximadamente 30 hectares, sendo 2,14 hectares com vinhedos; e ao tipo de exploração vitícola, baseada no uso de mão-de-obra familiar²⁷. Grande parte das propriedades possui áreas acidentadas, nem sempre totalmente aproveitáveis para a agricultura.

Segundo o Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe, em 2000 a viticultura da região ocupava uma área de 1.707 hectares, sendo cultivada por 798 viticultores cuja produção ultrapassou as 20.500 toneladas.

A tabela 17 demonstra a área plantada, assim como número de propriedades e produção total de uvas no ano 2000. A partir da análise da tabela, observa-se a destacada participação de Videira, que embora não sendo a cidade com maior área plantada, estando na segunda posição com 434 hectares, possui a maior produção da região, de 6.291 toneladas. Tangará é a cidade de maior área plantada, com 438 hectares, entretanto, sua produção no ano 2000 não ultrapassou as 5.855 toneladas, demonstrando que na época Videira possuía superioridade quanto ao índice produtividade/área.

²⁶ *Ibdem.*

²⁷ MELLO (2006).

Tabela 17 – Área plantada, produção total de uvas e número de propriedades do Vale do Rio do Peixe no ano 2000.

Município	Área (ha)	Produção (t)	Nº de Propriedades
Tangará	438	5.855	175
Videira	434	6.291	248
Pinheiro Preto	413	3.494	113
Caçador	218	2.480	105
Rio das Antas	78	895	62
Iomerê	66	698	48
Fraiburgo	35	464	22
Salto Veloso	25	326	25
Total	1.707	20.502	798

FONTE: Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe Santa Catarina (2001).

Dados do Levantamento sobre Frutas de Clima Temperado demonstram que no ano de 2006 o total da área plantada na região ultrapassou os 1.992 hectares, o número de viticultores aumentou para 1.144, o que resultou em uma produção de 37.522 toneladas.

As variedades mais amplamente cultivadas são Isabel, Niágara Branca, Seibel e Couderc (Seibel 1077), que possuem maior capacidade de adaptação às condições climáticas e de solo da região, demonstrando-se especialmente resistentes a filoxera (praga que ataca as raízes da videira). Entretanto, nos últimos anos tem se intensificado a instalação de alguns parreirais de variedades *vitis viníferas*, com destaque para o cultivar Cabernet Sauvignon, especialmente nos municípios de Tangará e Pinheiro Preto.

O Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe também demonstra o destino da produção de uvas da região. A tabela 18 demonstra a finalidade da produção de uvas do Vale do Rio de Peixe em termos percentuais.

Observa-se a partir dos dados da tabela, que a maior parte da produção (53,87%) está voltada para a comercialização com a finalidade de vinificação industrial. Fato que evidencia uma desvinculação vertical da cadeia na Região do Vale do Rio do Peixe, visto que os viticultores em sua maioria são responsáveis apenas pelo cultivo da uva e não por sua vinificação, que fica a cargo de cooperativas ou vinícolas da região. Apenas 14,78% da produção destinam-se à vinificação pelo próprio vitivinicultor para fins de comercialização e outros 3,01% são produzidas para consumo próprio.

Tabela 18 - Finalidade da produção de uvas do Vale do Rio do Peixe (em %).

Município	1	2	3	4	5	6
Tangará	23,24	25,83	2,67	37,44	0,67	10,15
Videira	72,63	8	4,15	12,57	0,28	2,37
Pinheiro Preto	72,44	21,68	1,15	4,72	0,01	0
Caçador	58,15	0	1,1	35,9	2,45	2,4
Rio das Antas	43,91	1,46	4,99	19,8	27,22	2,62
Iomerê	87,19	0	3,67	4,56	0,45	4,13
Fraiburgo	53,12	0	2,07	33,23	7,04	4,54
Salto Veloso	20,24	61,24	4,26	0,46	0	13,8
Média	53,87	14,78	3,01	18,59	4,77	5

NOTA: 1 - Uva comercializada para vinificação industrial; 2 - Uva da própria cantina para vinificação; 3 - Uva do produtor para vinificação e consumo próprio; 4 - Uva de mesa vendida para consumo *in natura*; 5 - Uva destinada à elaboração de doces, geléias e outros usos; 6 - Finalidade não especificada.

FONTE: Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe Santa Catarina (2001).

O segundo principal destino das uvas produzidas na região é a venda para consumo *in natura*, com 18,59% do total. A produção para fins de elaboração de doces, geléias e outros usos é o destino de apenas 4,77% do total produzido na região.

A fruticultura de clima temperado desenvolvida na região vai além da produção de uvas, outras culturas como as da macieira, do pessegueiro e da pereira são desenvolvidas. O cultivo da maçã em especial possui grande expressão econômica para a região, segundo dados do IBGE em 2004 a área plantada da fruta alcançou quase 6.000 hectares, resultando em uma produção de 231.066 toneladas. Essas atividades são de extrema importância para Santa Catarina, pois a fruticultura de clima temperado possui mais de 27 mil hectares plantados, sendo fonte geradora de renda para diversas regiões, estima-se que a atividade gere mais de 50 mil empregos diretos em todo o estado²⁸.

O cultivo da fruticultura de clima temperado desenvolvido na região, especialmente o da videira, permite a exploração de outras atividades que vão além da produção de uvas e vinhos. O surgimento do turismo ligado ao vinho ainda incipiente na região tem viabilizado a criação de pólos enoturísticos, que além de possibilitarem o progresso das vinícolas, promovem a disseminação do consumo do vinho produzido no estado.

As três principais vinícolas da região, Panceri Vinhos Finos, Casal Piccoli e a Vinícola Santa Augusta, vêm apostando no enoturismo. A Panceri vem empreendendo esforços na construção de uma pousada próxima a vinícola para melhor atender a demanda turística que vem crescendo anualmente, além disso, possui em suas dependências um museu que retrata a

²⁸ BRDE (2005).

história da vitivinicultura. A Casal Piccoli vem realizando investimentos em infra-estrutura para receber as dezenas de turistas paulistas, paranaenses e catarinenses que buscam informações sobre o cultivo da uva e produção do vinho. Já a Vinícola Santa Augusta planeja a construção do museu do vinho e investe em atividades que façam com que o turista conheça melhor a história da região.

a) Principais vinícolas da Região do Vale do Rio do Peixe

• **Panceri Vinhos Finos**

A história da família Panceri com a vitivinicultura teve início na Lombardia, norte da Itália, de onde vieram em 1884 seus primeiros descendentes para instalarem-se na pequena cidade de Tangará, no meio oeste catarinense. A tradição vitivinícola foi transmitida pelas gerações. Atualmente a empresa, já tradicional na cidade, vem investindo nos vinhedos e em tecnologia, obtendo destaque na produção de vinhos finos.

A vinícola, inaugurada em maio de 1990, começou a investir em vinhos finos a partir do ano 2000. Suas áreas de vinhedos estão a mais de 900 metros de altitude, sendo que as primeiras mudas européias cultivadas foram das variedades Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Terroldogo e Merlot, atualmente as castas Vermentino, Fiano e Greco di Tufo estão em fase de testes. Tanto a vinificação, quanto o engarrafamento são feitos na própria vinícola, que possui uma capacidade de armazenamento de 350 mil litros.

A Panceri Vinhos Finos vem se destacando por sua participação em concursos, tendo recebido em 2006 três prêmios no Concurso Estadual de Vinhos de Santa Catarina pela elaboração de vinhos das variedades Cabernet Sauvignon, Merlot e Chardonnay. Além disso, a linha Gran Reserva obteve destaque nacional e internacional, sendo lançada na Feira Internacional de Vinhos de Londres em maio de 2007. Além disso, conforme já destacado anteriormente, a vinícola foi a primeira de Santa Catarina a exportar vinhos finos, tendo embarcado cerca de mil garrafas para a República Tcheca em junho de 2007.

• **Vinícola Casal Piccoli**

Assim como na Panceri Vinhos Finos, a história da vinícola Casal Piccoli está enraizada na imigração italiana, tudo começou com o patriarca da família Piccoli, que possuía uma pequena vinícola em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Em 1938 seu filho Ermídio

Piccoli mudou-se para Pinheiro Preto trazendo consigo todo o conhecimento adquirido durante os anos trabalhados ao lado do pai em sua vinícola em Caxias do Sul. Logo iniciou a produção vinícola para consumo próprio, após alguns anos, em 1965, iniciou a elaboração de vinhos a partir de variedades americanas.

A vinícola Casal Piccoli iniciou oficialmente seus trabalhos em 1987, quando o filho de Ermídio, José Antônio Piccoli, resolveu dar continuidade a tradição da família. Inicialmente as atividades eram voltadas apenas para a produção de vinhos de mesa, somente em 2000 é que a vinícola iniciou o plantio das variedades *vitis viníferas* Cabernet Sauvignon e Moscato Giallo, sendo mais tarde cultivadas também as espécies Merlot e Tannat. Atualmente 10% de todo o vinho elaborado pela vinícola é proveniente de viníferas.

A empresa possui 16 hectares de produção própria, entretanto, grande parte da uva utilizada provém de pequenos viticultores de Pinheiro Preto, Caçador e outros municípios próximos. Esses pequenos produtores recebem todo o acompanhamento necessário da Casal Piccoli para a obtenção das melhores safras o que gera conseqüentemente os melhores vinhos.

• Vinícola Santa Augusta

A família Denardi, conhecida por serem proprietários de uma empresa de polipropileno na região do Vale do Rio do Peixe, visualizou na vitivinicultura uma forma de diversificar seus negócios. Ingressando na atividade vitivinícola na cidade de Videira a partir de 2003, as primeiras espécies cultivadas foram Cabernet Sauvignon, Merlot e Moscato Giallo, atualmente estão em fase de testes as cultivares Malbec, Montepulciano, Sauvignon Blanc e Chardonnay.

A propriedade possui 39 hectares, sendo dez destinados ao plantio de vinhedos. A produção da Vinícola Santa Augusta em média é de 12 mil litros de vinho por ano, sendo que em 2007 foram colhidos mais de 15 mil quilos de uvas. Atualmente a vinícola planeja a ampliação de sua sede vislumbrando o crescimento do setor.

4.2.1.2 Região Carbonífera

A Região Carbonífera, também conhecida como o “Vale da Uva”, composta pelos municípios de Urussanga, Morro da Fumaça, Pedras Grandes, Cocal do Sul e Nova Veneza é de colonização predominantemente italiana. Desde o início da colonização Urussanga tornou-

se o núcleo receptor de imigrantes, tornando-se a principal cidade produtora de vinhos da região, que é conhecida como “carbonífera” devido às atividades de extração mineral, que regeram a economia local durante várias décadas.

As primeiras tentativas de plantio de mudas *vitis viníferas* pelos imigrantes não foram bem sucedidas, pois a região possuía condições climáticas diferentes das européias, como o excesso de umidade que facilitava a propagação de doenças fúngicas. A solução foi optar pelo cultivo de espécies americanas ou híbridas, que por apresentarem maior rusticidade, possuíam maior resistência às pragas. Entre as variedades então introduzidas, merece destaque a Goethe, que com o passar do tempo demonstrou possuir ótima capacidade de adaptação à região e também características próprias que a diferenciam das demais espécies aí cultivadas. A variedade Goethe é composta por 87% de cultivares *vitis viníferas* (européia) e 13% *vitis labrusca* (americana) e produz um dos vinhos mais valorizados da região. O nome Goethe foi atribuído à planta em homenagem ao poeta alemão Johann Wolfgang Von Goethe, que afirmava ser a vida muito curta para se consumir vinhos ruins²⁹.

Segundo dados do Levantamento sobre Frutas de Clima Temperado da Epagri, em 2006 a região contava com 108 viticultores, distribuídos em 300 hectares de área plantada, resultando em uma produção de 3.500 toneladas de uvas. A região apresenta um volume de precipitações de 1.750mm/ano e possui clima temperado, com temperaturas oscilando entre os 20°C, reunindo boas condições para o cultivo vitícola.

Embora a Região Carbonífera produza outras variedades como a Niágara e a Bordô, notadamente a Goethe é a de maior expressão, devido a sua tipicidade. Entretanto, se comparado às demais espécies, o volume cultivado da Goethe ainda é muito baixo, dos 300 hectares de uvas plantados na região, apenas 60 são ocupados pela variedade. Segundo dados da Epagri, a previsão para a safra 2008 da Goethe é de que sejam colhidos por volta de 10% a mais do que a média dos últimos anos, que oscilou entre os 500 a 600 mil quilos. Empresários da região apostam no cultivo da espécie, visto que o Vale da Uva é o único lugar no mundo onde a variedade Goethe é produzida em escala comercial.

Visando empreender esforços para promover as cultivares do Vale da Uva foi fundada em 2005 a Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe (PROGOETHE), que reúne oito vinícolas e 14 produtores artesanais da região. A associação tem divulgado os vinhos da região em feiras de Santa Catarina e de outros estados brasileiros, o intuito é estabelecer a imagem do produto primeiramente em âmbito nacional e posteriormente em nível mundial.

²⁹ Segundo o site da PROGOETHE.

Outra importante ação da PROGOETHE é a tentativa de obtenção da Indicação Geográfica de Procedência (IGP), que consiste na concessão por parte do Instituto Nacional da Propriedade Industrial de um selo que atestará a origem dos vinhos produzidos nos “Vales da Uva Goethe”, o que irá diferenciá-los dos demais. Para os produtores da região, a obtenção da IGP permitirá a ampliação dos mercados, a agregação de valor aos produtos, a geração de empregos, além da movimentação da economia local.

Ações como a realização da Festa do Vinho (que ocorre a cada dois anos) e a Festa Rittorno Alle Origine, promovidas pela prefeitura de Urussanga reúnem milhares de turistas na cidade, auxiliam na divulgação da produção e, além disso, estimulam o turismo local. As vinícolas da região também exploram o turismo ligado ao vinho, recebendo visitantes para conhecer de perto o processo produtivo. Os turistas podem ainda adquirir os vinhos da região, além de desfrutar dos restaurantes e pousadas instaladas nas próprias vinícolas.

a) Principais vinícolas da Região Carbonífera

• Vitivinícola Urussanga

Proveniente da região de Vêneto, na Itália, a família Damian estabeleceu-se em Urussanga em fins do século XIX, sendo a tradição da elaboração de vinhos reproduzida pelas gerações. A Vitivinícola Urussanga foi fundada em 1975 e conta com parreirais cultivados em Urussanga e na região de São Joaquim, planalto catarinense.

O vinho elaborado a partir de uvas Goethe é o principal produto da Vitivinícola Urussanga, respondendo por mais de 70% do total produzido pela empresa. A vinícola elabora também vinhos Cabernet a partir de suas cinco mil videiras cultivadas em São Joaquim. Atualmente dos dez hectares de uvas cultivadas em Urussanga, aproximadamente oito são da variedade Goethe.

Os principais produtos de sua linha são os vinhos Casa Del Nonno Branco Seco, Peccato Bianco Demi-Sec e o Botiglia Rosata, produzidos a partir da variedade Goethe; além do Privilège Casa Del Nonno, elaborado com uvas Cabernet Sauvignon, e o destacado Casa Del Nonno Goethe Spumante Doce, primeiro espumante Goethe do Brasil, que vem sendo elaborado desde 2005. Atualmente a produção do espumante chega a 15 mil garrafas por ano, o que representa 15% do total produzido pela empresa.

A Vitivinícola Urussanga conquistou importantes premiações para seus vinhos, obtendo o primeiro lugar na categoria Vinho Tinto Seco de Vinífera, do Concurso Estadual de

Vinhos em Videira, além de outras duas primeiras colocações no mesmo concurso, nas categorias Vinho Branco Aromático Seco e Vinho Branco Aromático Suave. Além disso, a vinícola vem investindo no enoturismo, atendendo a grupos previamente agendados em sua adega de pedra, oferecendo degustação de vinhos, e promovendo a harmonização com produtos típicos da culinária italiana.

• **Vinícola Mazon**

Os fundadores da Vinícola Mazon são a terceira geração de imigrantes italianos provenientes da região de Padova na Itália, que em 1970 iniciaram as atividades da empresa, dando continuidade a tradição vitivinícola da linha materna da família. Estabelecida no município de Urussanga, a vinícola conta com parreirais próprios.

Seus principais produtos são: vinhos tintos elaborados a partir das variedades européias Cabernet e Merlot e das americanas Isabel e Bordô; vinhos brancos elaborados com as variedades Goethe e Niágara, e os espumantes das uvas Moscatel e Shoenburger.

A vinícola oferece ampla estrutura turística na área de eventos, gastronomia, com restaurante próprio de comidas típicas, hospedagem rural com pousada, passeios pelos antigos parreirais de uvas Goethe, e noções de degustação de vinhos e produtos coloniais.

• **Vinícola Irmãos Felipe**

Fundada em 1951 pela família Felipe, proveniente da região da Toscana na Itália, a Vinícola Irmãos Felipe é atualmente administrada pela terceira geração dos imigrantes, preservando até hoje os métodos tradicionais de cultivo da uva, aliado às novas tecnologias de elaboração de vinhos. A vinícola possui localização privilegiada, situada na comunidade histórica de Azambuja, município de Pedras Grandes, sede da colonização italiana no sul de Santa Catarina.

A Vinícola Irmãos Felipe produz vinhos brancos secos e suaves das variedades Goethe, Moscato e Niágara, além dos tintos elaborados a partir de uvas das espécies Cabernet Sauvignon e das americanas Bordô e Isabel. O destaque da vinícola é o Vinho Goethe Cristal, com seleção artesanal de uvas.

A vinícola recebe grupos na casa sede da propriedade, em ambiente histórico, promove degustação de vinhos e harmonização com produtos coloniais, além de disponibilizar uma trilha na área dos parreirais para visitação.

4.2.1.3 Região do Planalto Catarinense

A região produtora de vinhos do Planalto Catarinense compreende principalmente a cidade de São Joaquim e municípios vizinhos, caracterizando-se pelas maiores altitudes da viticultura brasileira. Nessa região as baixas temperaturas médias criam excelentes condições para o desenvolvimento de uma vitivinicultura voltada para a produção de vinhos finos. Devido às condições climáticas ideais, a região já é considerada mais apta à elaboração de vinhos de viníferas do que a da Serra Gaúcha.

Os vinhedos estão localizados a uma altitude média de 1.200 metros acima do nível do mar, o clima temperado seco induz a temperaturas médias anuais de 13°C, com a comum ocorrência de geadas durante o inverno, o índice de precipitações varia entre os 1.200 a 1.500mm/ano e os solos são pedregosos de perfil profundo e de ótima drenagem³⁰.

As principais variedades de uvas tintas cultivadas na região são: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Pinot Noir, Petit Verdot, Tempranillo, Montepulciano, Sangiovese, Syrah, Tinta Roriz, Trincadeira, Touriga Nacional e Malbec. Já entre as variedades brancas, destaca-se o cultivo da Chardonnay, da Sauvignon Blanc e da Moscato Giallo. As áreas plantadas de vinhedos somam os 310 hectares, que em sua maioria são destinados ao cultivo de variedades de uvas *vitis viníferas*.

Dentre os municípios da região, o de São Joaquim é o de maior destaque no que se refere à produção vitivinícola. As principais atividades econômicas da região giram em torno do cultivo de frutas de clima frio, como a uva e a maçã, que é a principal fruta de sua pauta agrícola. Segundo dados da Epagri divulgados na Síntese Anual da Agricultura de Santa Catarina, em 2005 a maçã ocupou uma área plantada de mais de 8.000 hectares, com uma produção de 178.907 toneladas, representando grande relevância econômica para a região.

São Joaquim está localizada a uma altitude de 1.353 metros em relação ao nível do mar e apresenta as condições ideais de solo e clima que possibilitam o plantio dos mais de 180 hectares de uvas viníferas, cultivados por cerca de 24 viticultores³¹.

A região conta com a Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS). A associação criada em novembro de 2005 objetiva difundir a qualidade da produção catarinense de vinhos de altitude, dar subsídios às políticas públicas do setor, além de viabilizar a qualificação e a certificação dos produtos dos seus associados e conquistar novos mercados para o vinho de altitude catarinense. Atualmente, a ACAVITIS

³⁰ Embrapa Uva e Vinho.

³¹ Levantamento sobre Frutas de Clima Temperado, Epagri (2006).

possui 32 vinícolas e cerca de 160 produtores das regiões de São Joaquim, Caçador e Campos Novos associados, que juntos representam mais de 300 hectares e aproximadamente 600 mil litros de vinho/ano, com projeções de chegar a dois milhões de garrafas em três anos. Os produtores interessados em se associar devem, necessariamente, preencher três requisitos: produzir em Santa Catarina uvas do tipo *vitis vinífera*, em altitudes superiores aos 900 metros e com rigoroso controle de qualidade.

A ACAVITIS vem participando ativamente no processo de melhoria das políticas públicas do setor, recentemente a associação conseguiu por meio de reivindicações junto ao Governo do Estado, a assinatura de um decreto que estabeleceu a equiparação da alíquota do ICMS de Santa Catarina com a praticada no Rio Grande do Sul. Dessa forma, a taxa do vinho comercializado no estado foi reduzida dos 25% para os 17%, acredita-se que haverá uma redução média nos preços ao consumidor de aproximadamente 5%. Ao passo que a medida incentiva o consumo dos vinhos produzidos em Santa Catarina, estimula um possível incremento da produção, empregos e renda no estado.

Outro importante avanço de cunho institucional para o estado foi a criação do Instituto Catarinense de Tecnologia em Vitivinicultura (ICTV), entidade público-privada que tem por objetivos a geração de conhecimento, o desenvolvimento científico e tecnológico e a capacitação profissional, funcionando como uma incubadora de projetos para a vitivinicultura catarinense.

a) Principais vinícolas da Região do Planalto Catarinense

• **Villa Francioni**

O empresário Dilor Freitas, proprietário das Cerâmicas Cecrisa e Portobello, foi à serra catarinense em busca de uma alternativa para a expansão de seus negócios, planejava inicialmente investir na floricultura. Em sua busca por uma área ouviu comentários de que a região seria ideal para a elaboração de vinhos, e que estes poderiam estar entre os melhores do Brasil. Resolveu então aliar o gosto pela bebida com a diversificação de seus negócios, adquirindo 300 hectares de terras em São Joaquim e outros 800 hectares na localidade de Bom Retiro. Era o início da construção não apenas de uma vinícola, mas de um sonho, a empresa já é reconhecida nacionalmente, e para muitos é considerada uma vinícola dos "sonhos".

Logo após adquirir a área, Dilor Freitas contratou uma equipe de técnicos e arquitetos que tiveram a missão de viajar pelo mundo em busca de idéias. Após a viagem foram

estabelecidos três pontos fundamentais. O primeiro é de que a vinícola deveria ser construída em desnível para que o caldo vínico pudesse se movimentar apenas pela força da gravidade, o que facilitaria na obtenção de um vinho de maior qualidade. O segundo item seria o fortalecimento do enoturismo, possibilitando que o turista conheça toda a empresa sem entrar na área produtiva, garantindo os processos de higiene. O terceiro ponto seria a exaltação da arte, como o proprietário era um grande apreciador de obras de arte, resolveu montar um local para expor alguns trabalhos. Os corredores da vinícola são ornamentados com móveis e objetos antigos, vindos de diversas partes do mundo, a porta de entrada, por exemplo, era de um templo da Indonésia.

Depois de um ano e meio em construção, finalmente em 2004 a Villa Francioni havia ficado pronta, o apaixonado Dilor Freitas levou toda a família para conhecer literalmente o "mundo do vinho" e dar continuidade ao projeto. Entretanto, na volta desta viagem, Freitas aos 72 anos, faleceu por insuficiência cardíaca, deixando o legado de amor ao vinho que hoje vem sendo seguido por seus familiares.

As primeiras videiras plantadas em 2001 foram da variedade Cabernet Sauvignon, depois vieram Merlot, Cabernet Franc, Malbec, Shiraz, Sangiovese, Pinot Noir, Petit Verdot, Chardonnay e Sauvignon Blanc.

Atualmente a Villa Francioni colhe cerca de 180 mil quilos de uvas por ano em seus 50 hectares plantados com proteção contra granizo, obtendo em média 3,5 toneladas/ha. O objetivo da vinícola é obter 300 mil garrafas/ano a partir de 2012. Seus vinhos vêm ganhando destaque nacional, sendo mencionados por enólogos e especialistas, o Chardonnay 2006 foi eleito um dos melhores na edição 2007 da Expovinis (importante feira internacional de vinhos que ocorreu em abril de 2007 na cidade de São Paulo).

• **Vinícola Sanjo**

A Sanjo Cooperativa Agrícola de São Joaquim foi fundada por um grupo de imigrantes japoneses que vieram de São Paulo em busca de uma nova vida e de expansão das atividades, chegando a São Joaquim nos anos 1970. Após mais de 30 anos, a Sanjo tornou-se uma reconhecida cooperativa agrícola, especialista na cultura de maçãs, que hoje produz 30 mil toneladas de frutas em seus 900 hectares cultivados por 74 associados.

Após visita de seus diretores a uma vinícola gaúcha é que surgiu a idéia do cultivo da uva e elaboração do vinho. Pela excelência do clima na região da serra catarinense, a Sanjo iniciou em 2002 a implantação de seus vinhedos primeiramente com a variedade Cabernet

Sauvignon, após com a Merlot, Chardonnay e Sauvignon Blanc. Atualmente a cooperativa possui uma área plantada de 200 hectares, que resultaram no ano de 2007 em uma colheita de aproximadamente 120 toneladas de uvas.

Para o processo de vinificação, a Sanjo construiu uma vinícola que conta com modernos tanques de aço inox com controle da temperatura, equipamentos enológicos importados da Itália, além de duas caves com controle de umidade e temperatura para o amadurecimento dos vinhos tanto em barris de carvalho quanto depois de engarrafados.

Os destaques da vinícola são os vinhos Maestrale, Núbio, Núbio Rose e Nobrese, que foram lançados na Expovinis 2007, todos elaborados a partir de uvas Cabernet Sauvignon.

• Quinta da Neve

Depois de algumas visitas a vinícolas sul riograndenses os amigos Francisco Assis de Britto, Robson Abdalla e Acari Amorin resolveram criar uma das primeiras empresas a investir em videiras na região de São Joaquim, fundando em 1999 a Quinta da Neve. Iniciaram adquirindo uma área de 80 hectares na localidade conhecida como Lomba Seca, que recebe este nome por apresentar um volume de chuvas 30% menor que a cidade de São Joaquim. O local possui uma altitude de 1.110 metros e não enfrenta problemas com granizo.

A vinícola foi inaugurada com o objetivo de produzir uvas de qualidade para a elaboração de vinhos finos. A primeira variedade cultivada foi a Cabernet Sauvignon, logo após iniciou-se o plantio da Chardonnay e da Pinot Noir. Atualmente estão em fase de testes as espécies Montepulciano, Sangiovese e Tempranillo, que vêm apresentando boa aceitação ao clima local.

Dos 80 hectares adquiridos pela empresa, apenas 20 são destinados ao cultivo de uvas. Por não possuir uma vinícola própria, a Quinta da Neve vinifica seus vinhos na Villa Francioni, contando com a assessoria de um enólogo especialmente contratado para acompanhar o processo. Entretanto, já existem planos para o início da construção de uma vinícola própria a partir do ano de 2009. Além disso, a exploração do enoturismo e a fabricação de espumantes também fazem parte dos planos da empresa.

4.2.2 Ambientes organizacional e institucional

Os Ambientes Organizacional e Institucional representam os órgãos e instituições que atuam como estimuladores e reguladores da atividade produtiva, tratam-se de estruturas

criadas para dar suporte ao funcionamento da cadeia. O cenário vitivinícola brasileiro e catarinense comporta diversas entidades organizadas que têm por objetivo representar os interesses dos produtores, dentre as quais se destacam:

a) Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN)

Criado em 1999 e com sede na cidade de Bento Gonçalves no Rio Grande do Sul, o IBRAVIN tem por objetivo a promoção do setor produtivo nacional de uvas, vinhos e derivados, seja no âmbito técnico, comercial ou normativo. O instituto busca o desenvolvimento harmônico do setor vitivinícola, agindo ativamente na promoção de debates entre viticultores, vinícolas e cooperativas que visam fortalecer os elos da cadeia produtiva. A atuação do IBRAVIN também se faz presente na organização de eventos para a divulgação do produto nacional, de cursos de capacitação para viticultores, dos cadastros vitivinícolas, além da compilação de dados sobre o mercado brasileiro do vinho.

b) União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA)

Fundada por um grupo de empresários em 28 de setembro de 1967, a UVIBRA apresenta como principais objetivos o aprimoramento da produção vitivinícola brasileira, a difusão de conhecimentos técnicos e o controle de qualidade de vinhos e derivados produzidos nacionalmente. A organização realiza ainda trabalhos experimentais nas áreas de vitivinicultura e enologia, organiza campanhas publicitárias em defesa dos interesses da vitivinicultura brasileira junto a organismos internacionais, atua nas áreas de pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação, além de realizar levantamentos estatísticos do setor.

c) Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária da Uva e do Vinho (Embrapa Uva e Vinho)

A Embrapa Uva e Vinho viabiliza soluções tecnológicas para a manutenção da competitividade e sustentabilidade da cadeia vitivinícola brasileira, assim como para o cultivo de frutas de clima temperado da região sul do país. A empresa trabalha na transferência de informações para o aprimoramento dos sistemas produtivos agroindustriais e para o constante incremento na qualidade dos produtos da uva e do vinho.

d) Associação Brasileira de Enologia (ABE)

Criada em 1976 com o objetivo de promover a cultura vitivinícola e estabelecer uma relação harmônica entre os enólogos e consumidores, a ABE é responsável pelo envio de vinhos brasileiros a concursos internacionais, sendo constantemente convidada a enviar também representantes aos mais diversos concursos promovidos sob a chancela da Organização Internacional da Uva e do Vinho. Além disso, promove eventos como a Avaliação Nacional de Vinhos e o Concurso do Espumante Fino Brasileiro, que auxiliam na divulgação do setor em âmbito nacional.

e) Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE)

Visando o incremento na produção e na produtividade, assim como melhorias no padrão de qualidade e nas condições de comercialização de produtos frutícolas, o BRDE opera com linhas de crédito instituídas pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), entre elas o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF e o Programa de Desenvolvimento da Fruticultura – PRODEFRUTA.

Para a o segmento agroindustrial da cadeia vitivinícola o banco atua em parceria com o BNDES, disponibilizando a linha BNDES Automático, que financia investimentos fixos e capital de giro com encargos diferenciados, de acordo com o porte da empresa. Os prazos médios para pagamento são de cinco anos, com um ou dois anos de carência.

f) Consórcio de Exportações Wines from Brazil

O Consórcio de Exportações Wines from Brazil é resultado de uma parceria entre o IBRAVIN e o Governo Federal, cujo objetivo é aumentar as exportações de vinhos finos, espumantes e sucos de uva, consolidando os produtos vitivinícolas brasileiros no mercado internacional. O projeto que iniciou em 2002 contando com a participação de seis vinícolas, atualmente possui 22 vinícolas associadas.

O número de mercados já abertos ao vinho brasileiro soma mais de 20 países, entre eles Alemanha, Reino Unido, EUA, Japão, República Tcheca, Finlândia, Luxemburgo, Dinamarca, Itália, Suécia, Suíça, França, Canadá, Rússia e Inglaterra. O Consórcio contabiliza atualmente um volume de exportações de dois milhões de dólares/ano, projetando uma expansão para atingir os mais de três milhões em 2009.

O projeto também proporciona às vinícolas brasileiras a participação em feiras internacionais, degustações, missões comerciais, seminários e workshops em todo o mundo.

g) Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS)

Fundada em 06 de novembro de 2005, a ACAVITIS tem por objetivo difundir a qualidade da produção catarinense de vinhos de altitude, dar subsídios às políticas públicas do setor, além de viabilizar a qualificação e a certificação dos produtos dos seus associados e conquistar novos mercados para o vinho de altitude catarinense. Para o cumprimento desses objetivos, a associação pretende desenvolver projetos que visam financiamentos da vitivinicultura, fortalecimento de instituições ligadas ao desenvolvimento tecnológico da atividade, além de fomentar a criação de entidades para capacitar toda a cadeia produtiva. A ACAVITIS conta com 32 vinícolas e cerca de 160 produtores associados que apresentam uma produção anual de 500 mil garrafas, com a pretensão de atingir os dois milhões em três anos.

h) Instituto Catarinense de Tecnologia em Vitivinicultura (ICTV)

O recém fundado Instituto Catarinense de Tecnologia em Vitivinicultura foi inaugurado em junho de 2007 com os objetivos de geração de conhecimento, desenvolvimento científico e tecnológico, além de capacitação profissional para a atividade vitivinícola. O ICTV atua na criação de um caderno de normas para estabelecer os parâmetros de qualidade da vitivinicultura, oferece consultoria em marketing, capacitação em gestão da vitivinicultura empresarial e pretende ainda realizar um simpósio tecnológico do setor.

i) Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe (PROGOETHE)

Com sede em Urussanga, a PROGOETHE tem como objetivo promover a união dos produtores da uva e do vinho Goethe estabelecendo a imagem de um produto nobre e conhecido nacional e internacionalmente. A associação reúne oito vinícolas e 14 produtores artesanais da Região Carbonífera e conta com a assessoria técnica de entidades como a Epagri e o Governo do Estado para a realização das pesquisas na busca pela Indicação Geográfica de Procedência dos vinhos da variedade Goethe.

j) Sindicato da Indústria do Vinho de Santa Catarina (SINDIVINHO)

Fundado em outubro de 1970 por um pequeno grupo de vinicultores, o SINDIVINHO, sediado em Videira, tem por objetivo fomentar o desenvolvimento da vitivinicultura catarinense. O sindicato atua nas reivindicações por melhores políticas públicas para o setor, além de realizar compilação de dados, e levantamentos estatísticos do setor. Atualmente o sindicato conta com 30 associados, e tem como meta a inclusão de todas as vinícolas do estado até 2009.

k) Epagri - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S/A

A Epagri tem por missão a difusão da tecnologia para o desenvolvimento do meio rural, promovendo a preservação, recuperação, conservação e utilização sustentável dos recursos naturais. Além disso, busca a competitividade da agricultura catarinense frente a mercados globalizados, adequando os produtos às exigências dos consumidores. A Epagri possui nove Estações Experimentais, que contam com profissionais de apoio a pesquisa, como laboratoristas e pesquisadores. As Estações de São Joaquim, Videira e Urussanga concentram suas pesquisas na área de fruticultura de clima temperado, entre as quais destaca-se a uva.

4.2.3 Potencialidades e pontos de estrangulamento da cadeia vitivinícola catarinense

Embora a cadeia vitivinícola catarinense já tenha dado importantes passos em direção à melhoria da qualidade e diferenciação de seus produtos, muito ainda há de ser feito em busca da maior competitividade do setor. A partir de entrevistas com especialistas do setor, e do mapeamento e análise da cadeia, pode-se vislumbrar seu panorama atual, tanto em âmbito global, quanto local, o que permite a identificação de suas potencialidades e pontos de estrangulamento, conforme a seguir:

a) Potencialidades

- Imagem dos vinhos finos de altitude catarinenses vem se destacando nacionalmente;
- Regiões catarinenses voltadas para a produção de vinhos finos de altitude vêm sendo mais amplamente exploradas;

- Expansão para o mercado externo dos vinhos finos brasileiros e catarinenses por meio do consórcio Wines from Brazil;
- Organização crescente do setor vitivinícola catarinense, com a criação de diversas organizações;
- Excelentes condições de *terroir* que permitem a elaboração de vinhos com alto valor agregado;
- Crescente incorporação de novas tecnologias, especialmente por vinícolas produtoras de vinhos finos;
- Iniciativas para a conquista de selos de Indicação Geográfica de Procedência;
- Fortalecimento do enoturismo no estado;
- Divulgação dos benefícios do vinho para a saúde.

b) Pontos de Estrangulamento

- Falta de iniciativas de marketing para divulgação dos vinhos brasileiros e catarinenses;
- Elevada carga tributária, que resulta em um alto custo de produção comparativamente a outros países;
- Concorrência com vinhos importados;
- Falta de cooperação entre os segmentos da cadeia;
- Dependência de importação de alguns insumos;
- Oligopólio dos fornecedores de garrafas;
- Atacadistas com elevado poder de negociação, restringindo fatia de mercado ao produto nacional;
- Ausência da cultura de consumo do vinho.

4.2.4 Perspectivas futuras para a cadeia vitivinícola catarinense

Partindo de um breve apanhado sobre as potencialidades e pontos de estrangulamento identificados, e levando-se em conta os apontamentos de especialistas do setor, podem ser consideradas perspectivas futuras para o desenvolvimento dos segmentos da cadeia vitivinícola catarinense.

Segundo especialistas, caso não ocorram melhorias nas políticas públicas de incentivo a produção com gradual redução da tributação, a cadeia vitivinícola catarinense (assim como

a brasileira) será futuramente afetada por um mercado pressionado pela crescente oferta de vinhos importados e estará sujeita a competição pelo surgimento de novos pólos produtivos no país e no mundo.

Neste contexto, os papéis institucional e organizacional serão de fundamental importância para o estabelecimento de políticas setoriais que beneficiem os segmentos produtivos, pois somente a partir de ajustes na carga tributária é que os vinhos nacionais poderão adquirir competitividade para fazer frente aos importados.

As perspectivas de incremento no consumo deverão ser revertidas em maiores investimentos no setor produtivo, especialmente na continuidade da incorporação de novas tecnologias. Tais investimentos irão conferir maior competitividade aos vinhos catarinenses, bem como a inserção da cadeia nos mercados nacional e internacional. Paralelamente a isso, as iniciativas de conquista de indicações de procedência devem continuar a ser encorajadas pelas organizações, pois darão visibilidade aos vinhos elaborados em Santa Catarina, o que viabilizará a consolidação da presença do produto catarinense no mercado internacional, e acarretará um aumento das exportações.

O segmento de vinhos finos catarinenses vem obtendo destaque em âmbito nacional nos últimos anos, principalmente por ser muito recente e ainda despertar o interesse e curiosidade de muitos. O desafio futuro para o setor é a consolidação da demanda atual e a conquista de um consumidor fiel a longo prazo. Para tanto, além do investimento em qualidade, as vinícolas deverão investir em campanhas de marketing, visando sanar um de seus principais pontos de estrangulamento: a ausência da cultura do consumo de vinho entre a população, reforçando as benesses do consumo regular da bebida.

As expectativas para o segmento de vinhos de mesa e sucos de uvas revelam um mercado exposto à concorrência internacional, além da concorrência com novos pólos produtivos, bem como com pólos já tradicionalmente instalados. Projetos desenvolvidos pela Epagri acenam para a perspectiva de implantação de novos sistemas de produção com base em uvas enologicamente demandadas pelo segmento industrial da cadeia, o que possibilitará uma evolução qualitativa do setor.

Um importante ponto que vem representando substancial fatia do faturamento das vinícolas é a exploração enoturismo. A atividade vem representando significativa relevância para a cadeia, ao passo que promove a difusão do consumo do vinho catarinense, possibilita o crescimento das vinícolas e dissemina o desenvolvimento econômico, levando emprego e renda às regiões produtoras. As perspectivas apontam para uma evolução da atividade, que tende a se especializar, e pouco a pouco captar mais recursos que possibilitarão sua expansão.

Percebe-se que a evolução da cadeia está condicionada necessariamente a investimentos em campanhas que reforcem o consumo do produto; a implantação de novas tecnologias tanto de plantio, quanto de produção; a investimentos na expansão do enoturismo; mas principalmente a políticas de redução de impostos que possibilitem a competitividade do vinho catarinense perante os concorrentes importados. Nesse sentido, as instituições deverão articular seus esforços em direção a uma convergência de ações que resultará no melhor uso do capital, da tecnologia e de sua representatividade junto aos órgãos governamentais para o fortalecimento do setor.

Pouco se pode afirmar quanto às perspectivas aqui apontadas, somente a reunião de esforços entre o setor produtivo, ambientes institucional e organizacional, e iniciativas governamentais é que possibilitará uma expansão sustentável da atividade vitivinícola tanto em Santa Catarina, quanto no Brasil.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado mundial de vinhos apresenta uma tendência de crescimento para os próximos anos, enquanto que em alguns países europeus os níveis de produção e consumo da bebida já atingiram seus patamares máximos, os chamados “vinhos do novo mundo” conquistam cada vez mais consumidores em todo o globo. Prova disso são as crescentes quantidades exportadas por países como Austrália, Chile, Estados Unidos e África, que vêm disputando em igualdade de condições com países já tradicionais como França e Itália.

Se por um lado, crescem os movimentos incentivadores da diminuição do consumo de álcool, por outro, há a comprovação científica dos benefícios do vinho à saúde, que impulsionam o consumo da bebida.

Os consumidores, por sua vez, buscam maximizar o custo benefício, demandando cada vez mais vinhos de qualidade com preços competitivos. Neste sentido, países que apresentem vinhos com de tais atributos têm se destacado no cenário internacional. Na América Latina, por exemplo, países que vêm conquistando importantes fatias de mercado são Argentina e Chile, devido a seus padrões de qualidade aliados a preços baixos. Na tentativa de inserção nesse mercado em expansão, encontra-se o Brasil, que vêm elevando gradualmente as áreas destinadas ao plantio de vinhedos, assim como sua produção de uvas.

Historicamente o Rio Grande do Sul apresenta-se como o maior produtor nacional tanto de uvas, quanto de vinhos, devido a fatores como a colonização predominantemente italiana e principalmente às condições climáticas que favorecem o cultivo da fruta. Entretanto, novos pólos produtivos vem obtendo destaque nacional, como o vale do rio São Francisco, Minas Gerais e o Planalto Catarinense.

Embora Santa Catarina não possua uma produção vinícola nas mesmas proporções das sul riograndenses, os dois estados juntos representam quase que a totalidade dos vinhos produzidos nacionalmente.

Pode-se afirmar que Santa Catarina apresenta dois tipos de vitiviniculturas distintas. Uma composta pelas regiões Carbonífera e do Vale do Rio do Peixe, baseadas na elaboração de vinhos de mesa, produzidos em sua maioria por empresas de pequeno porte, com o uso intensivo de mão-de-obra familiar, e em terrenos bastante acidentados, que inviabilizam a implantação de uma viticultura mecanizada. Por outro lado, a região do Planalto Catarinense caracteriza-se pela incipiente produção de vinhos finos de altitude, elaborados sob os mais elevados padrões de qualidade e tecnologia, produzidos por empresas de maior porte com grandes investimentos de capital.

As diferenças entre as “vitiviniculturas” existentes no estado são potencialmente acentuadas quando se trata do perfil de governança adotado por cada uma. As regiões tradicionais (Carbonífera e do Vale do Rio do Peixe) se utilizam sistematicamente das aquisições tanto de insumos produtivos, quanto de matérias-primas via mercado, seja devido às condições de seus terrenos bastante acidentados, que dificultam o cultivo em larga escala, seja pela natureza dos vinhos produzidos, elaborados a partir de variedades americanas, mais amplamente disponíveis no mercado. Devido à natureza das transações, as relações entre dois dos mais importantes segmentos da cadeia, o viticultor e o vinicultor, acabam sendo prejudicadas por comportamentos oportunistas que enfraquecem as transações, representando um significativo ponto de estrangulamento para a cadeia produtiva vitivinícola. A falta de cooperação entre os dois elos da cadeia implica não somente na incerteza quanto à entrega do produto, na dificuldade de negociações dos preços, mas principalmente no entrave ao desenvolvimento do segmento produtor de vinhos de mesa. Isso ocorre pois há divergência nos interesses dos viticultores que prezam pela quantidade, ou seja, quanto maior a produtividade dos parreirais, maior o retorno financeiro, já os vinicultores que prezam pela qualidade de seus vinhos, dão preferência a videiras cuja produtividade seja menor, mas que produzam uvas de maior qualidade, com maior concentração de açúcar, necessárias para a elaboração de um bom vinho.

Já na região do Planalto Catarinense predomina a verticalização da produção à montante. A especificidade dos ativos necessários para a elaboração de vinhos finos, bem como a especificidade de capital humano qualificado, são fatores determinantes para a verticalização da produção. Dessa forma, observa-se que a maioria das vinícolas instaladas na região tende a produzir toda a uva de que necessitam, e vão além, muitas vezes também verticalizando à jusante, visto que possuem pontos de venda a varejo próprios e evitam a comercialização com grandes atacadistas.

As dificuldades de negociação com grandes canais de distribuição foi apontada como um dos principais pontos de estrangulamento da cadeia, pois devido a seu elevado poder de mercado, os atacadistas se utilizam de diversas exigências para aquisição do produto, além de reduzirem drasticamente as margens de lucro dos produtores. Essa péssima relação entre os segmentos industrial e distribuidor dificultam a inserção do produto nacional no mercado, contribuindo para a redução do consumo pelo simples fato de o consumidor desconhecer a oferta de vinhos produzidos no país, e mais, fomenta a cultura de que somente os vinhos importados é que possuem qualidade.

Outro ponto de estrangulamento da cadeia é a ausência da cultura do consumo do vinho, que está, na maioria das vezes, atrelado a ocasiões festivas e de convívio social, não representando um hábito que faça parte do dia-a-dia do consumidor. Há, portanto, um longo caminho a ser percorrido pelas organizações e pela indústria nacional, que devem direcionar suas ações em duas dimensões: na cultural, com a tentativa de mudar algumas percepções errôneas, e investindo em campanhas de marketing incentivando a mudança dos hábitos de consumo da bebida. Além disso, o segmento industrial deve empreender esforços nas questões de posicionamento de mercado e articulação de melhores estratégias de distribuição.

As organizações e instituições ligadas à vitivinicultura possuem papel fundamental para o desenvolvimento da cadeia, pois devem continuar trabalhando na divulgação do vinho brasileiro no exterior, buscando a inserção do país no mercado consumidor internacional. Além disso, esses órgãos atuam como instrumentos de pressão ao estabelecimento de políticas fiscais que beneficiem os produtores e confirmem maior competitividade ao vinho nacional.

A falta de competitividade e a vulnerabilidade dos vinhos brasileiros frente aos importados refletem outro gargalo da cadeia. Os vinhos importados representam atualmente 50% do mercado de vinhos finos consumidos no Brasil, isso se deve a facilidade com que os produtos oriundos de nossa vizinha Argentina e do Chile ingressam no país, sem sobretaxas de importação e com preços atrativos. Segundo o entrevistado José Fernando da Silva Protas, já foram firmados acordos entre Brasil e Chile estabelecendo que a partir de 2011 as taxas de importação de vinhos oriundos deste país cairão a zero. Diante desse contexto, torna-se premente a adoção de políticas governamentais de reduções de impostos incidentes sobre a cadeia produtiva, assim como de proteção contra os importados.

A evolução da cadeia vitivinícola catarinense passa pelo desenvolvimento do enoturismo. A atividade possui relevante expressão econômica tanto para a cadeia, quanto para as regiões produtoras. Entretanto, muito ainda há de ser feito no sentido de profissionalização e investimentos em infra-estrutura para o aprimoramento deste que é um promissor nicho de mercado a ser explorado pelas vinícolas.

Por fim, há de se destacar a necessidade de implementação de tecnologia tanto no cultivo de mudas, quanto no processo produtivo da uva em si, que na maioria das regiões está totalmente vulnerável às condições das intempéries, sujeito a sucessivas perdas nas safras. A escassez de mudas com certificação sanitária produzidas nacionalmente, obriga os produtores a recorrerem ao mercado internacional, os deixando totalmente expostos às oscilações cambiais, o que redundará em uma elevação nos custos de produção, já tão castigados pelos impostos absorvidos pelo setor.

LIMITAÇÕES DO TRABALHO E RECOMENDAÇÕES

A escassez de dados sobre o setor, especialmente sobre a cadeia vitivinícola de Santa Catarina, implicou em inúmeras dificuldades no que se refere a levantamentos estatísticos. Dessa forma, sugere-se que informações quantitativas sobre o setor, como a atualização do cadastro vitícola, datado de 2001, e a realização de um cadastro vitivinícola de Santa Catarina, assim como já é feito no Rio Grande do Sul, sejam mais bem explorados por entidades governamentais do estado.

Além disso, deixa-se como sugestão para a elaboração de trabalhos futuros a análise dos impactos econômicos provocados pela cadeia vitivinícola nas regiões em que se desenvolve o cultivo da uva e a elaboração do vinho em Santa Catarina, que não foi aprofundada pelo presente trabalho devido às delimitações de estudo previamente definidas.

APÊNDICE

APÊNDICE A

Quadro 02 – Principais castas, suas origens e características.

Castas para Vinhos Tintos		
Casta	Origem	Características
Cabernet Sauvignon	Bordeaux – França	Sabor frutado, alta concentração de taninos e pigmentos aromáticos.
Merlot	Bordeaux – França	Vinho encorpado.
Pinot Noir	Borgonha – França	Vinhos ácidos e com pouca concentração de taninos
Syrah	Cotes du Rhône – França	Vinho escuro, encorpado, com muitos taninos.
Sangiovese	Itália	Vinho rico, alcoólico e ácido.
Tempranillo	Espanha	Amadurecimento precoce, vinho de baixa acidez.
Castas para Vinhos Brancos		
Casta	Origem	Características
Chardonnay	Borgonha – França	Alto teor alcoólico, diversidade de aromas e sabores.
Riesling	Alemanha	Baixo teor alcoólico.
Sauvignon Blanc	França	Base dos vinhos brancos secos mais populares do mundo.
Gewürtraminer	Alemanha	Forte aroma de rosas, encorpado e com coloração carregada.

FONTE: Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE).

APÊNDICE B

Relação dos Profissionais ligados a Vitivinicultura Entrevistados:

- **Carolina Panceri** – Enóloga da Panceri Vinhos Finos (Região do Vale do Rio do Peixe).
- **José Eduardo Pioli Bassetti** – Vice-Presidente da Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS).
- **José Fernando da Silva Protas** – Secretário Executivo da Câmara Setorial e Pesquisador da Embrapa Uva e Vinho, atualmente cedido para atuar na Epagri SC.
- **Raquel Bondan de Lima** – Enóloga da Vinícola Villa Francioni (Região do Planalto Catarinense).
- **Renato Mariot Damian** – Sócio-Gerente da Vitivinícola Urussanga (Região Carbonífera).

ANEXOS

Questionários aplicados nas entrevistas realizadas com profissionais ligados a cadeia vitivinícola.

Entrevista 01:

QUESTIONÁRIO VINÍCOLAS

Entrevistada: Carolina Panceri (Enóloga)

Vinícola: Panceri Vinhos Finos

a) Interações entre Fornecedores de Insumos e Vinícolas

- 1) Quais são os principais fornecedores dos insumos utilizados no processo de vinificação?

Fornecedor de uvas, garrafas, rolhas, rótulos, cápsulas, caixas, fita adesiva, produtos enológicos.

- 2) A vinícola adquire esses insumos sempre com os mesmos fornecedores, ou procura formas de abastecimento alternativas como a compra de importados?

Busca sempre a melhor compra, em alguns casos a fidelidade, como no caso de garrafas e rolhas, garante o melhor preço e boas condições de pagamento. Porém em casos de embalagem, como gráficas - rótulos, a mudança de fornecedor pode apresentar melhor preço.

- 3) As compras com esses fornecedores são feitas em grande quantidade? Caso a resposta seja não, existe a iniciativa de aquisição de insumos em cooperação com outras vinícolas visando uma redução nos preços?

Sim, normalmente compra-se volumes significativos para um determinado período.

b) Interações entre Viticultores e Vinícolas

4) A vinícola cultiva toda a uva de que necessita, ou adquire de viticultores?

A empresa tem 70% da matéria-prima que necessita, o restante é adquirido de outros produtores, vizinhos e do estado do Rio Grande do Sul.

5) Existe algum tipo de parceria entre os produtores de uva e a vinícola, como o a assistência ao viticultor visando à garantia de fornecimento e a qualidade?

No caso dos viticultores vizinhos presta-se assistência, é informada a quantidade provável a ser adquirida no próximo ano, é feito o acompanhamento da maturação no vinhedo para decidir o momento de colheita e agendar o recebimento.

c) Interações entre Vinícolas e Canais de Distribuição

6) A vinícola possui ponto de venda direto ao consumidor?

Sim, adega anexa à empresa.

7) A vinícola negocia sua produção com grandes atacadistas, como super e hipermercados? Caso a resposta seja positiva, a vinícola possui o poder de negociar preços com esses atacadistas?

A empresa não trabalha com grandes atacadistas, pois sua logística ainda não está totalmente organizada, e há dificuldades de negociação com os mesmos.

Entrevista 02:**QUESTIONÁRIO ESPECIALISTAS**

Entrevistado: José Eduardo Pioli Bassetti (Vice-Presidente)

Organização: Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS).

a) Interações entre Fornecedores de Insumos e Viticultores

1) Quais são os principais fornecedores de insumos aos viticultores?

Viveiros e fornecedores de máquinas e equipamentos para o plantio.

2) Os viticultores possuem poder de barganha frente a esses fornecedores? Por quê?

Geralmente sim, devido ao elevado número de concorrentes nos dois setores.

b) Potencialidades e Pontos de Estrangulamento da Cadeia

3) Quais são, em sua opinião, as potencialidades identificadas na cadeia produtiva vitivinícola catarinense?

Em primeiro lugar, pode-se destacar que as regiões catarinenses voltadas para a produção de vinhos finos de altitude vêm sendo amplamente exploradas, e, além disso, diversas iniciativas para conquista de selos de identificação de procedência vem crescendo em todo o Estado. Outro ponto de grande importância é o surgimento de diversas organizações, como a ACAVITIS, interessadas em promover o desenvolvimento setorial.

4) Quais são, em sua opinião, os pontos de estrangulamento identificados na cadeia produtiva vitivinícola catarinense?

A falta de iniciativas de marketing para divulgação dos vinhos por parte das empresas; a concorrência com os vinhos importados, altos impostos, e a dependência de insumos importados enfraquecem a cadeia.

c) Perspectivas para o Setor

- 5) Quais são as perspectivas de desenvolvimento futuro para a cadeia vitivinícola catarinense em sua opinião?

Há a tendência de fortalecimento das organizações ligadas ao setor, que buscarão junto órgãos governamentais a redução de impostos sobre a cadeia. Gradativamente, algumas empresas produtoras de vinhos finos vêm investindo em marketing para divulgação do produto, a tendência é de que tais investimentos aumentem, visando à consolidação da atual demanda pelo produto. Investimentos no enoturismo tendem a se elevar, pois a atividade vem crescendo e atraindo recursos para as empresas.

Entrevista 03:**QUESTIONÁRIO ESPECIALISTAS**

Entrevistado: José Fernando da Silva Protas (Pesquisador da Embrapa Uva e Vinho, atualmente cedido para atuar na Epagri SC).

Organização: Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina.

a) Interações entre Fornecedores de Insumos e Viticultores

1) Quais são os principais fornecedores de insumos aos viticultores?

Fornecedores de máquinas e equipamentos, além dos fornecedores de mudas.

2) Os viticultores possuem poder de barganha frente a esses fornecedores? Por quê?

Sim, há a ocorrência de grande concorrência setorial.

b) Potencialidades e Pontos de Estrangulamento da Cadeia

3) Quais são, em sua opinião, as potencialidades identificadas na cadeia produtiva vitivinícola catarinense?

As excelentes condições de *terroir* permitem a elaboração de vinhos com alto valor agregado, além disso, os vinhos finos de altitude catarinenses vêm obtendo destaque em todo o país. A crescente incorporação de tecnologia, especialmente em regiões produtoras de vinhos finos também merece destaque.

4) Quais são, em sua opinião, os pontos de estrangulamento identificados na cadeia produtiva vitivinícola catarinense?

A elevada carga tributária incidente sobre a cadeia é um dos maiores entraves ao seu desenvolvimento, pois os vinhos nacionais perdem competitividade com relação aos importados. Além disso, há falta de cooperação entre os segmentos da cadeia, especialmente entre produtores e atacadistas.

c) Perspectivas para o Setor

- 5) Quais são as perspectivas de desenvolvimento futuro para a cadeia vitivinícola catarinense em sua opinião?

A redução de impostos sobre a atividade é imprescindível, caso contrário, a cadeia será futuramente afetada por um mercado pressionado pela crescente oferta de vinhos importados e pelo surgimento de novos pólos nacionais. O segmento de vinhos finos de altitude deve buscar a consolidação da demanda atual, e o de vinhos de mesa deve investir em tecnologias de produção de uvas demandadas pelo segmento industrial da cadeia.

Entrevista 04:**QUESTIONÁRIO VINÍCOLAS****Entrevistada:** Raquel Bondan de Lima (Enóloga)**Vinícola:** Villa Francioni**a) Interações entre Fornecedores de Insumos e Vinícolas**

- 1) Quais são os principais fornecedores dos insumos utilizados no processo de vinificação?

Insumos enológicos como clarificantes e conservantes, garrafas, rolhas, cápsulas e rótulos.

- 2) A vinícola adquire esses insumos sempre com os mesmos fornecedores, ou procura formas de abastecimento alternativas como a compra de importados?

Alguns insumos como garrafas, devido ao domínio de mercado exercido por duas empresas fornecedoras, já estão começando a ser adquiridos no exterior. Rolhas e barricas de carvalho são importadas. Os rótulos são geralmente adquiridos com os mesmos fornecedores nacionais.

- 3) As compras com esses fornecedores são feitas em grande quantidade? Caso a resposta seja não, existe a iniciativa de aquisição de insumos em cooperação com outras vinícolas visando uma redução nos preços?

As compras são feitas sempre no início do ano em grandes quantidades.

b) Interações entre Viticultores e Vinícolas

- 4) A vinícola cultiva toda a uva de que necessita, ou adquire de viticultores?

Toda a uva necessária à vinificação é plantada pela própria empresa.

- 5) Existe algum tipo de parceria entre os produtores de uva e a vinícola, como o a assistência ao viticultor visando à garantia de fornecimento e a qualidade?

Não.

c) Interações entre Vinícolas e Canais de Distribuição

6) A vinícola possui ponto de venda direto ao consumidor?

Sim, um na própria vinícola. Além disso, a empresa possui dois escritórios, um em Curitiba e outro em São Paulo.

7) A vinícola negocia sua produção com grandes atacadistas, como super e hipermercados? Caso a resposta seja positiva, a vinícola possui o poder de negociar preços com esses atacadistas?

Não, são firmados contratos de representação com lojas especializadas, restaurantes e hotéis.

Entrevista 05:**QUESTIONÁRIO VINÍCOLAS****Entrevistado:** Renato Mariot Damian (Sócio-Gerente)**Vinícola:** Vitivinícola Urussanga**a) Interações entre Fornecedores de Insumos e Vinícolas**

- 1) Quais são os principais fornecedores dos insumos utilizados no processo de vinificação?

Para o processo vinificação utiliza-se açúcar e material enológico (enzimas e leveduras), já para o engarrafamento, garrafas, rolhas, rótulos e caixas.

- 2) A vinícola adquire esses insumos sempre com os mesmos fornecedores, ou procura formas de abastecimento alternativas como a compra de importados?

Existem apenas dois fornecedores de garrafas (Sangoban e Cisper), que dominam o mercado nacional. Há baixo poder de barganha junto a esses fornecedores. Já para o fornecimento de rolhas, existem diversas empresas, a Vitivinícola Urussanga adquire da Trianon e da Embrac. Há possibilidade de negociação de preços, devido à quantidade de empresas atuantes no mercado. Entretanto, as matérias-primas importadas tornam os preços suscetíveis às oscilações cambiais. Existem diversos fornecedores de caixas, não havendo problemas de negociação. Para o fornecimento de enzimas e leveduras existem apenas fornecedores internacionais, dessa forma, recorre-se aos importados, pois há carência dos produtos no mercado nacional. O fornecimento de mudas é basicamente suprido pelo mercado internacional, pois a ainda incipiente produção nacional enfrenta sérios problemas fitossanitários.

- 3) As compras com esses fornecedores são feitas em grande quantidade? Caso a resposta seja não, existe a iniciativa de aquisição de insumos em cooperação com outras vinícolas visando uma redução nos preços?

Devido ao elevado valor das negociações, garrafas e rolhas são adquiridas à medida que for preciso. Os demais materiais enológicos são adquiridos uma vez ao ano, no período da safra.

Em geral, procura-se adquirir com os mesmos fornecedores, buscando a manutenção da frequência e diminuição das incertezas nas transações, além de manter-se o padrão de qualidade na produção. Entretanto, por se tratarem de pequenas compras, a vinícola possui baixo poder de barganha com a maioria dos fornecedores.

Geralmente a compra de insumos não é feita em grande quantidade, podendo haver a cooperação entre as vinícolas para a aquisição de quantidades maiores, o que viabiliza uma negociação de preços. Tal cooperação ocorre de maneira esporádica, visto que cada

vinícola possui suas especificidades de produção, quanto a enzimas e leveduras e rótulos, por exemplo. Essas compras cooperadas são organizadas pelas próprias vinícolas, com a PROGOETHE como mediadora das negociações (a associação atua ainda de forma incipiente na mediação, pelo fato de ser nova).

b) Interações entre Viticultores e Vinícolas

4) A vinícola cultiva toda a uva de que necessita, ou adquire de viticultores?

A vinícola produz 70% das uvas de que necessita (possui 5 mil mudas da variedade cabernet sauvignon plantadas em São Joaquim) e os 30% restantes são adquiridos de produtores locais.

5) Existe algum tipo de parceria entre os produtores de uva e a vinícola, como o a assistência ao viticultor visando à garantia de fornecimento e a qualidade?

As parcerias entre vinícolas e viticultores são praticadas esporadicamente, geralmente apenas são dadas orientações ao produtor, que nem sempre são cumpridas.

c) Interações entre Vinícolas e Canais de Distribuição

6) A vinícola possui ponto de venda direto ao consumidor?

A Vitivinícola Urussanga possui dois pontos de venda, um na própria vinícola, com degustação de vinhos, e outro, um quiosque as margens da SC 446.

7) A vinícola negocia sua produção com grandes atacadistas, como super e hipermercados? Caso a resposta seja positiva, a vinícola possui o poder de negociar preços com esses atacadistas?

As vendas a grandes atacadistas como super e hipermercados são evitadas devido às inúmeras exigências apresentadas pelas redes, e principalmente pela significativa redução nas margens de lucro.

A maior parte da produção é comercializada diretamente ao consumidor final nos pontos de venda próprios. Apenas pequena parte é negociada com atacadistas, A empresa se utiliza da estratégia de segmentação do mercado, negociando apenas algumas linhas de produtos com os supermercados, sendo as de maior valor agregado comercializadas somente nos pontos de venda próprios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABE. **Associação Brasileira de Enologia**. Disponível em <<http://www.enologia.org.br/>>. Acesso em 19 de fevereiro de 2008.

ACAVITIS. **Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude**. Disponível em <<http://www.acavitis.com.br/>>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2008.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.

BNDES. **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social**. Disponível em <<http://www.bndes.gov.br/>>. Acesso em: 01 de novembro de 2007.

BRASIL. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em 27 de outubro de 2007.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Delegacia Federal da Agricultura de Santa Catarina. **Cadastro Vitícola do Vale do Rio do Peixe**. Florianópolis: Epagri, 2001.

_____. **Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**. Disponível em <<http://www.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em: 20 de novembro de 2007.

BRDE. Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul. Agência de Florianópolis. Gerência de Planejamento. **Vitivinicultura em Santa Catarina: situação atual e perspectivas**. Florianópolis: BRDE, 2005. Disponível em <<http://www.brde.com.br/>>. Acesso em: 03 de novembro de 2007.

BUNNING, Roberto; BUNNING, Irina Oglodkoff. **Apostila Curso de Vinhos**. Florianópolis, 2007.

CNPUV/EMBRAPA. **Embrapa Uva e Vinho**. Centro Nacional de Pesquisa da Uva e do Vinho. Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 17 de maio de 2007.

CONFAGRI. **Confederação Nacional de Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal**. Disponível em <<http://www.confagri.pt/>>. Acesso em: 03 de novembro de 2007.

EPAGRI. **Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina**. Disponível em: <<http://www.epagri.rct-sc.br/>>. Acesso em: 28 de outubro de 2007.

_____. Centro de Estudos de Safras e Mercados. **Síntese Anual da Agricultura de Santa Catarina 2005 – 2006**. Florianópolis: Epagri/Cepa, 2006. Disponível em <<http://cepa.epagri.sc.gov.br/Publicacoes/>>. Acesso em: 12 de novembro de 2007.

_____. Gerência Regional de Videira. **Frutas de Clima Temperado**. Videira: Epagri/Cepa, 2006. Disponível em <<http://cepa.epagri.sc.gov.br/>>. Acesso em: 27 de outubro de 2007.

_____. Instituto Cepa. **Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola**. Disponível em <<http://cepa.epagri.sc.gov.br/>>. Acesso em: 20 de maio de 2007.

FAO. **Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura**. Disponível em <<http://www.fao.org/>>. Acesso em: 17 de maio de 2007 e 28 de outubro de 2007.

FARINA, E.M.M.Q. et al. **Competitividade: mercado, estado e organizações**. São Paulo: Singular, 1997.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 18 de maio de 2007.

IBRAVIN. **Instituto Brasileiro do Vinho**. Disponível em <<http://www.ibravin.org.br/>>. Acesso em: 17 de maio de 2007.

IEA. **Instituto de Economia Agrícola**. Disponível em <<http://www.iea.sp.gov.br/>>. Acesso em: 18 de maio de 2007.

LOVATEL, Evandro. **Fatores empresariais determinantes da competitividade da indústria de vinhos finos da Serra Gaúcha**. 2002. 178 f. Dissertação (Mestrado em Administração – Programa de Pós-Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS.

MACNEIL, Karen. **A Bíblia do Vinho**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. **Produção e Comércio Mundial de Vinhos – Panorama 2002**. Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/>>. Acesso em: 01 de novembro de 2007.

_____. **Produção e Comercialização de Uvas e Vinhos – Panorama 2003.** Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos>>. Acesso em: 11 de novembro de 2007

_____. **Produção e Comercialização de Uvas e Vinhos – Panorama 2004.** Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos>>. Acesso em: 10 de novembro de 2007.

_____. **Atuação do Brasil no Mercado Vitivinícola Mundial – Panorama 2005.** Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos>>. Acesso em: 11 de novembro de 2007.

_____. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2006.** Disponível em <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos>>. Acesso em: 10 de novembro de 2007.

NOVAKOSKI, Deise; FREITAS, Armando. **Vinho: castas, regiões produtoras e serviço.** Rio de Janeiro: Ed. Senac 1, 2003.

OIV. **Organização Internacional da Uva e do Vinho.** Disponível em <<http://www.oiv.int>>. Acesso em: 17 de maio e 02 de novembro de 2007.

PROGOETHE. **Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe.** Disponível em: <<http://www.proGoethe.com.br>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2008.

ROSA, Leandro Cantorski da. **Contribuição metodológica para análise estrutural de sistemas agroindustriais: um estudo do segmento produtor de vinhos finos do Rio Grande do Sul.** 2001. 247 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC.

SANTANA, Antônio Cordeiro de; AMIN, Mário Miguel. **Cadeias Produtivas e Oportunidades de Negócio na Amazônia.** Manaus: UNAMA, 2002.

SILVA, José Graziano da. **A nova dinâmica da agricultura brasileira.** Campinas: Unicamp, 1997.

SINDIVINHO. **Sindicato da Indústria do Vinho de Santa Catarina.** Dados da Produção de Santa Catarina [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <mariana@cefetsc.edu.br> em 11 de dezembro de 2007.

SOUZA, Daniel Asp. O mercado de bebidas em cena. **ACNielsen**, São Paulo, 30 de maio de 2006. Disponível em <<http://www.acnielsen.com.br>>. Acesso em: 17 de maio de 2007.

TERUCHKIN, Sônia Unikowsky. **As estratégias empresariais para os vinhos finos no Brasil e no Uruguai: uma análise comparada**. 2003. 171 f. Tese (Doutorado em Administração - Escola de Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS.

TRICHES, Divanildo. et al. **A identificação e análise da cadeia produtiva da uva e vinho da Região da Serra Gaúcha**. 2004. Artigo disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ccea/ipes>>. Acesso em 13 de novembro de 2007.

TRICHES, Vinícius. **Competitividade da Cadeia Produtiva Viti-Vinícola do RS**. 2007. 182 f. Dissertação (Mestrado em Economia - Programa de Pós-Graduação em Economia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC.

UVIBRA. **União Brasileira de Vitivinicultura**. Disponível em <<http://www.uvibra.com.br>>. Acesso em: 17 de maio de 2007.

WINES FROM BRAZIL. Disponível em: <<http://www.winesfrombrazil.com/>>. Acesso em 19 de janeiro de 2008.

WINE INSTITUT. Disponível em <<http://www.wineinstitute.org>>. Acesso em: 03 de novembro de 2007.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava. Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial. In: **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.