

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - MESTRADO

Vinícius Triches

COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA
VITI-VINÍCOLA DO RS

Florianópolis (SC), julho de 2007.

Vinícius Triches

**COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA
VITI-VINÍCOLA DO RS**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Economia no Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGE/UFSC).

Orientador: Prof. Dr. Lauro Mattei.

Florianópolis (SC), julho de 2007.

TRICHES, Vinícius.

**COMPETITIVIDADE DA CADEIA
PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA DO RS.**

Florianópolis/SC, 2007, 181p.

Dissertação (Mestrado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Dr. Lauro Mattei

1. cadeia produtiva agroindustrial, 2. cadeia viti-vinícola,
3. competitividade agroindustrial, 4. cadeia agroindustrial.

COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA DO RS

Vinícius Triches

Essa dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de MESTRE EM ECONOMIA do Curso de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em maio de 2007.

Prof. Dr. Roberto Meurer
Coordenador do Curso

EXAMINADORES:

Prof. Dr. Lauro Francisco Mattei
PPGE/UFSC (presidente)

Prof. Dr. Luiz Carlos de Carvalho Júnior
Depto. de Ciências Econômicas UFSC (membro)

Dr. José Fernando da Silva Protas
Embrapa Uva e Vinho (membro)

APROVADA EM: 04/05/2007.

Dedicatória

À meus pais, Antônio Carlos e Maristela.

AGRADECIMENTOS

A todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização e divulgação do presente trabalho.

Especial agradecimento aos meus pais, que sempre me apoiaram em meus projetos pessoais, não sendo diferente quando decidi prestar o curso em Florianópolis. Além do apoio, sempre souberam me fazer mais forte e confiante perante as dificuldades enfrentadas.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Lauro Mattei, pelo acompanhamento criterioso e paciência dedicada, fatores vitais para tornar possível a realização do trabalho.

À Cassi, pelo estímulo diário ao longo da elaboração da dissertação. Com certeza você foi uma peça chave neste desafio.

A todos os profissionais da cadeia viti-vinícola gaúcha que se propuseram a conceder as entrevistas que serviram de base para a análise do trabalho, além de outros que sempre estiveram dispostos a me auxiliar nas minhas mais diferentes dúvidas, principalmente através de telefonemas as vezes quase diários.

Aos professores do Mestrado, em especial aos professores das disciplinas da extinta área de TCC, que muito foram importantes para minha formação acadêmica: Idaleto Malvezzi Aued, Hoyêdo Nunes Lins, Wagner Leal Arienti, Patrícia Arienti, dentre outros.

À Evelise, secretária do curso de Mestrado em Economia, sempre disposta a ajudar.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que possibilitou a disponibilização de uma bolsa de estudo ao presente aluno que foi importantíssima ao longo do período de dois anos de curso.

Ao Rafa e ao Jota, obrigado por existirem. E a Giane também.

Aos colegas de mestrado, alguns deles grandes amigos adquiridos no período.

RESUMO

No presente trabalho é analisada a competitividade da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha, líder no Brasil. Para tanto, utilizou-se como embasamento teórico a noção de cadeias produtivas, competitividade em cadeias produtivas e a Economia dos Custos de Transação. Assim, visou-se verificar, dentro de cinco níveis de análise, as principais características, peculiaridades e gargalos desta cadeia.

Verificou-se que o ambiente institucional exerce grande influência nas atividades da cadeia, sendo esta afetada negativamente pela política tributária do país. Além disso, verificou-se que: o aumento da concorrência interna fez com que a viti-vinicultura gaúcha se atualizasse tecnológica e estrategicamente, buscando produzir de forma mais condizente com a nova realidade; houveram melhorias na fiscalização da qualidade (genuinidade) dos produtos; existem diferentes financiamentos para os segmentos produtivos da cadeia, podendo estes serem considerados satisfatórios; e que a legislação é adequada, apesar de apresentar algumas lacunas. Referente ao ambiente tecnológico, constatou-se que os produtores de insumos, os viticultores e a agroindústria tiveram grande evolução técnica nos últimos anos, mesmo que ainda o segmento vitícola não consiga atender todas as necessidades da agroindústria.

As estratégias adotadas pelas empresas tornaram-se mais visíveis e audaciosas, independente do tamanho das cantinas e dos tipos produtos, mesmo que ainda diversas delas possam ser consideradas semi-profissionais ou irracionais. O ambiente organizacional desenvolveu-se bastante nos últimos anos também: verificou-se a criação de novas entidades de classe, o aprimoramento da atuação das já existentes, o aumento da ação do principal órgão de pesquisa, maior inserção das universidades gaúchas, entre outras. Em relação às estruturas de governança, constataram-se aprimoramentos em algumas relações que possibilitaram o aumento da competitividade, além da verificação de diversos gargalos em outras. Assim, enquanto houveram aumentos das parcerias na relação viticultor-agroindústria, os segmentos produtores de insumos e os distribuidores ainda exercem grande barganha na relação com os viticultores e a agroindústria.

De acordo com este contexto, algumas sugestões de políticas privadas e públicas podem ser apresentadas para aumentar o desenvolvimento competitivo da cadeia gaúcha. Entre as privadas destacam-se o aumento da promoção da imagem dos produtos brasileiros no exterior, consolidação cada vez maior das parcerias para a compra de insumos, melhoria da logística de distribuição de produtos no território nacional, melhoramentos contínuos na viticultura, dentre outras. Já quanto às políticas públicas destacam-se: consolidação da atuação operacional do IBRAVIN, equalização da carga tributária nacional aos níveis de tributação dos países concorrentes do Mercosul, reforma tributária que elimine a tributação em cascata e a desorganização tributária, combate ao contrabando de vinhos principalmente dos países do Mercosul, etc.

Palavras-chave: cadeia produtiva agroindustrial, cadeia viti-vinícola, competitividade agroindustrial, cadeia agroindustrial.

ABSTRACT

This work analyzes the competitiveness in the vitiviniculture production chain in the state of Rio Grande do Sul, leader in Brazil. For this purpose, the concepts of production chain, competitiveness in production chains and Economy of Transaction Costs have been used as a theoretical base. So, within the five levels of analyses, it was intended to verify the characteristics, peculiarities and flaws of this chain.

It has been verified that the institutional atmosphere has great influence in the activities within the chain, being affected negatively by the country's tributary system. Moreover it has been verified that the increase of internal competition made the vitiviniculture of the state get technologically and strategically updated, seeking to produce more appropriately in the current reality; there were improvements in the quality inspection of the products, which can be considered satisfactory; and the legislation is adequate, despite presenting some gaps. As for technology, it has been verified that implement producers, viticulturists and agro industry have had great technical evolution over the last years, although the wine-growing segment cannot meet all the necessities of the agro industry.

The strategies adopted by companies made them both more visible and audacious, however the size of the winery may be and no matter the type of product, even though some may be considered semi professional or irrational. The organizational atmosphere has developed a lot over the last years too, it has been verified the opening of new class entities; the improvement of the effectiveness of the existing ones; the improvement of the action of the main research organ, greater insertion of state universities, among others. Regarding governmental structures, improvements have been seen in some relation, which allowed an increase of competitiveness, besides the verification of several flaws in others. Therefore, while there was an increase in partnerships in the relations between viticulturists and agro industry, the implement production segment and suppliers still imply a big bargain in the relation with viticulturists and the agro industry.

Following this context, some suggestions of private and public policies can be presented in order to increase the competitive development of the state chain. Among the private ones, the promotion of Brazilian products abroad, consolidation of partnerships to purchase implement, improvement of logistic for the distribution of products within the domestic market, lasting improvements in viticulture, among others stand out. As for public policies, these ones can be highlighted: consolidation of the IBRAVIN's operational performance, level the tax charges with the other countries of Mercosul, tributary reform which eliminates the cascading tax system, fighting off wine contraband mainly within the Mercosul.

Key-words: agro industrial chain production, wine-growing chain, agro industrial competitiveness and agro industrial chain.

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	11
LISTA DE TABELAS.....	12
LISTA DE SIGLAS.....	14
GLOSSÁRIO.....	15
CAPÍTULO 01 – INTRODUÇÃO.....	17
1.1 Objetivos.....	20
1.1.1 Geral.....	20
1.1.2 Específicos.....	20
1.2 Hipótese.....	20
1.3 Procedimentos Metodológicos.....	20
1.4 Estrutura da Dissertação.....	22
CAPÍTULO 02 - COMPETITIVIDADE E CUSTOS DE TRANSAÇÃO NAS CADEIAS PRODUTIVAS AGROINDUSTRIAIS.....	24
2.1 Definições de cadeias produtivas.....	24
2.1.1 Conceitos, Pressupostos e Aplicação: uma introdução ao estudo das Cadeias de Produção.....	24
2.1.2 Configuração da Cadeia Produtiva Viti-Vinícola.....	28
2.2 Competitividade de cadeias produtivas.....	30
2.2.1 Introdução e abordagens estáticas.....	30
2.2.2 As perspectivas da análise dinâmica da competitividade.....	32
2.2.3 Fatores determinantes da competitividade.....	33
2.2.4 Análises de competitividade sistêmica.....	36
2.3 A Economia dos Custos de Transação (ECT).....	42
2.3.1 Principais pressupostos teóricos.....	42
2.3.2 Conexões entre a ECT e a competitividade de cadeias produtivas.....	48
CAPÍTULO 03 – PANORAMA GERAL DA CADEIA VITI-VINÍCOLA.....	49
3.1 A Viti-Vinicultura no mundo.....	49
3.1.1 Origens históricas e atualidade da viti-vinicultura.....	49

3.1.2 Principais produtores e áreas de cultivo de vinhedos.....	50
3.1.3 Consumo global, perspectivas e consumo <i>per capita</i> de vinhos.....	55
3.1.4 Exportação e importação.....	58
3.2 A Viti-Vinicultura no Brasil.....	66
3.2.1 Origens históricas e evolução no território brasileiro.....	66
3.2.2 Áreas de plantio e estados produtores de uvas.....	68
3.2.3 Produção de vinhos, sucos e espumantes.....	73
3.2.4 As diferentes “viti-viniculturas” nos estados brasileiros.....	75
3.2.5 Exportação e Importação.....	76
3.2.6 Consumo <i>per capita</i> e perspectivas.....	84
CAPÍTULO 04 – PANORAMA DA CADEIA PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA GAÚCHA.....	86
4.1 Breve Histórico.....	86
4.2 Cenário Atual.....	89
4.2.1 Principais tipos de cultivares e áreas produtoras de uvas.....	89
4.2.2 Dados Econômicos e Sociais.....	95
4.2.3 Dados Organizacionais.....	106
4.2.4 Dados Institucionais.....	112
4.2.5 Dados Tecnológicos.....	115
4.3 Principais gargalos na cadeia viti-vinícola gaúcha atualmente.....	117
CAPÍTULO 05 – ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA GAÚCHA.....	120
5.1 Ambiente Institucional.....	120
5.1.1 Importância das políticas governamentais.....	120
5.1.2 Estágio e conseqüências da legislação sobre a cadeia.....	131
5.1.3 A importâncias dos costumes e tradições.....	133
5.2 Ambiente Tecnológico.....	134
5.2.1 Desenvolvimento e estágio tecnológico dos segmentos produtores de insumos.....	135
5.2.2 Desenvolvimento e estágio tecnológico dos viticultores.....	136
5.2.3 Desenvolvimentos e estágio tecnológico da agroindústria.....	139

5.3 Ambiente Organizacional.....	141
5.3.1 Desenvolvimento e atuação das principais entidades de classe.....	141
5.3.2 Desenvolvimento e atuação das entidades de assistência técnica, extensão rural e centros de pesquisa.....	145
5.3.3 Desenvolvimento e atuação dos centros de ensino e universidades gaúchas.....	146
5.3.4 Desenvolvimento e atuação de organizações de consumidores.....	148
5.3.5 Desenvolvimento e atuação de organizações antes não inseridas na cadeia.....	148
5.4 Estratégias Empresariais.....	149
5.4.1 Estratégias de preço e custo.....	149
5.4.2 Estratégias de segmentação.....	150
5.4.3 Estratégias de diferenciação.....	151
5.4.4 Estratégias de inovação.....	151
5.4.5 Estratégias de diversificação.....	152
5.4.6 Estratégias de mercado externo.....	152
5.4.7 Estratégias integradas.....	153
5.4.8 Diferenças nas estratégias das três maiores vinícolas gaúchas.....	153
5.4.9 Estratégias da empresa líder na produção de sucos de uva.....	154
5.5 Estruturas de Governança.....	155
5.5.1 Análise das transações entre os segmentos produtores de insumos e os viticultores e a agroindústria.....	155
5.5.2 Análise das transações entre os viticultores e a agroindústria.....	158
5.5.3 Análise das transações entre a agroindústria e os segmentos de distribuição.....	161
CAPÍTULO 06 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	164
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	172
APÊNDICE – Lista de Entrevistados.....	180

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Representação de uma cadeia produtiva viti-vinícola.....	29
Figura 02 – Fatores que influenciam nas estratégias das firmas e no desempenho dos mercados.....	38
Figura 03 – Principais regiões vitícolas do mundo.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Principais aplicações do conceito de CPA e a descrição e metas dos mesmos.....	28
Tabela 02 – Fontes de origem de especificidades de ativos.....	46
Tabela 03 – Total mundial e principais produtores de uvas para o período de 1995 a 2005 (em milhões de toneladas).....	51
Tabela 04 – Total mundial e principais países produtores de vinhos para o período de 1996 a 2004 (em bilhões de litros).....	53
Tabela 05 – Principais países consumidores de vinhos para o período de 1997 a 2003 (em litros <i>per capita/ano</i>).....	57
Tabela 06 – Total mundial e principais países exportadores de uvas no período de 1995 a 2004 (em toneladas).....	59
Tabela 07 – Total mundial e principais países importadores de uvas no período de 1995 a 2004 (em toneladas).....	61
Tabela 08 – Total mundial e principais países exportadores de vinhos no período de 1995 a 2004 (em milhares de litros).....	63
Tabela 09 – Total mundial e principais países importadores de vinhos no período de 1995 a 2004 (milhares de litros).....	64
Tabela 10 – Períodos evolutivos da viti-vinicultura brasileira.....	66
Tabela 11 – Principais áreas plantadas nos estados e total brasileiro para o período de 1996 a 2005 (em hectares).....	69
Tabela 12 – Produção de uvas nos estados e total brasileiro para o período de 1998 a 2005 (em toneladas).....	71
Tabela 13 – Estimativa da produção de vinhos no Brasil para o período de 2000 a 2005 (em litros).....	74
Tabela 14 – Exportação e Importação de uvas frescas para o período de 1999 a 2005 no Brasil (em toneladas).....	76
Tabela 15 – Principais destinos da exportação brasileira de uvas frescas no período de 1999 a 2005 (em toneladas).....	77

Tabela 16 – Exportações brasileiras de vinhos, sucos, espumantes e outros derivados no período de 2000 a 2005 (em litros).....	79
Tabela 17 – Principais importações brasileiras de derivados da uva e do vinho no período de 2000 a 2005 (em litros).....	81
Tabela 18 – Procedência das importações brasileiras de vinhos no período de 2000 a 2005 (em litros).....	83
Tabela 19 – Consumo <i>per capita</i> de vinhos, sucos e uvas no Brasil para o período de 1997 a 2000.....	85
Tabela 20 – Produção total e classes de uvas no RS para o período de 2000 a 2005 (em quilos).....	94
Tabela 21 – Produção de vinhos e outros derivados no RS no período de 2000 a 2005 (em mil litros).....	95
Tabela 22 – Comercialização no mercado interno de vinhos e derivados do RS para o período de 2000 a 2005 (em mil litros).....	96
Tabela 23 – Principais produtos que compõem a pauta exportadora viti-vinícola do RS para os anos de 2000 a 2005 (em mil litros).....	99
Tabela 24 – Principais produtos que compõem a pauta importadora viti-vinícola do RS no período de 2000 a 2005 (em litros).....	101
Tabela 25 – Sujeito ativo e tributos incidentes ao longo da cadeia viti-vinícola do RS...	114
Tabela 26 - Evolução do total e porcentagem das áreas dos principais sistemas de condução no RS para o período de 2001 a 2004 (em hectares).....	137

LISTA DE SIGLAS

ABE: Associação Brasileira de Enologia

AGAVI: Associação Gaúcha de Vinicultores

APROBELO: Associação dos Viti-Vinicultores de Monte Belo do Sul

APROMONTES: Associação dos Produtores de Vinhos dos Altos Montes

APROVALE: Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos

ASPROVINHO: Associação dos Produtores de Vinhos de Pinto Bandeira

BANRISUL: Banco do estado do Rio Grande do Sul

BB: Banco do Brasil

BRDE: Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEFET/BG: Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves

CNPUV/EMBRAPA ou EMBRAPA Uva e Vinho: Centro Nacional de Pesquisa de Uva e do Vinho da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EMATER/RS: Associação Rio-Grandense de Empreendimento de Assistência Técnica do estado do Rio Grande do Sul

FAO: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

FUNDOVITIS: Fundo de Desenvolvimento da Viti-Vinicultura do Rio Grande do Sul

FECOVINHO: Federação das Cooperativas Vinícolas do RS

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBRAVIN: Instituto Brasileiro do Vinho

ICMS: Imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços

LAREN: Laboratório de Referência em Enologia

MAPA: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

OIV: Organização Internacional da Uva e do Vinho

SEBRAE/RS: Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

SAA/RS: Secretaria de Agricultura e Abastecimento do estado do Rio Grande do Sul

UFRGS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UVIBRA: União Brasileira de Viti-Vinicultura

GLOSSÁRIO

De acordo com a Lei nº. 7.678 de 08/11/1988 e o Decreto nº. 99.066 de 08/03/1990.

CANTINA RURAL: estabelecimento de produção individual, existente nas propriedades agrícolas dos viti-vinicultores, onde se efetua a vinificação de sua produção, podendo comercializá-la engarrafada, desde que observadas as exigências de normas técnicas estabelecidas para a cantina central.

COOLER: é a bebida com graduação alcoólica de 3o a 7o G.L., obtida pela mistura de vinho de mesa, suco de uva ou mais frutas e água potável, podendo ser gaseificado e adicionado de açúcares.

ENGARRAFADOR OU ENVASADOR: estabelecimento que se destina ao engarrafamento de vinho e dos derivados da uva e do vinho, recebidos em barris ou em outros grandes recipientes, no qual poderão ser efetuados a frigorigeração, filtração, trasfega, pasteurização, colagem e clarificação destes produtos.

FILTRADO DOCE: bebida de graduação alcoólica de até 5º G.L. (cinco graus Gay Lussac), proveniente de mosto de uva, parcialmente fermentado ou não, podendo ser adicionado de vinho de mesa e, opcionalmente, ser gaseificado até 3 (três) atmosferas.

FISCALIZAÇÃO: ação externa e direta dos órgãos do poder público para verificação do cumprimento da lei.

MOSTO CONCENTRADO: produto obtido por desidratação parcial de mosto não fermentado, tendo no mínimo a metade do peso composto de sólidos solúveis de uva.

RÓTULO: qualquer identificação afixada ou gravada sobre o recipiente do vinho e derivados da uva e do vinho.

SANGRIA: é a bebida com graduação alcoólica de 7o a 12o G.L., obtida pela mistura de vinho de mesa, sucos de uva ou mais frutas, água potável, podendo ser adicionada de açúcares. A Sangria deverá conter, no mínimo, 50% de vinho, podendo ser adicionada de outras bebidas alcoólicas em quantidade não superior a 10% (dez por cento) do volume total do produto.

SUCO DE UVA: bebida não fermentada, obtida do mosto simples, sulfitado ou concentrado, de uva são, fresca e madura, sendo tolerada a graduação de até 0,5 o G.L.

VINAGRARIA: estabelecimento que se destina à produção de vinagres.

VINAGRE: produto obtido da fermentação acética do vinho.

VINHO: bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto simples de uva sã, fresca e madura.

VINHO COMUM OU DE CONSUMO CORRENTE: vinho não identificado nos ps. 2o e 3o do art. 9o da Lei no 7.678, com características predominantemente de variedades híbridas, americanas, ou da combinação de ambas.

VINHO DE MESA: vinho com teor alcoólico de 8,6% (oito inteiros e seis décimos por cento) a 14% (catorze por cento) em volume, podendo conter até uma atmosfera de pressão a 20°C (vinte graus Celsius).

VINHO ESPECIAL: é o que, apresentando, predominantemente, características organolépticas de vitis vinífera, demonstra presença de uvas híbridas ou americanas, até o máximo de dois quintos.

VINHO FINO: vinho de teor alcoólico de 8,6% (oito inteiros e seis décimos por cento) a 14% (catorze por cento) em volume, elaborado mediante processos tecnológicos adequados que assegurem a otimização de suas características sensoriais e exclusivamente de variedades Vitis vinífera do grupo Nobres, a serem definidas em regulamento.

CHAMPANHA (CHAMPAGNE), ESPUMANTE OU ESPUMANTE NATURAL: vinho cujo anidrido carbônico provém exclusivamente de uma segunda fermentação alcoólica do vinho em garrafas (método Champenoise/tradicional) ou em grandes recipientes (método Chaussepied/Charmad), com uma pressão mínima de 4 (quatro) atmosferas a 20°C (vinte graus Celsius) e com teor alcoólico de 10% (dez por cento) a 13% (treze por cento) em volume.

VINHO MOSCATO ESPUMANTE OU MOSCATEL ESPUMANTE: vinho cujo anidrido carbônico provém da fermentação em recipiente fechado, de mosto ou de mosto conservado de uva moscatel, com uma pressão mínima de 4 (quatro) atmosferas a 20°C (vinte graus Celsius), e com um teor alcoólico de 7% (sete por cento) a 10% (dez por cento) em volume, e no mínimo 20 (vinte) gramas de açúcar remanescente.

VINHO COMPOSTO: bebida com graduação alcoólica de 15o a 18o G.L., obtida pela adição ao vinho de macerados ou concentrados de plantas amargas ou aromáticas, substâncias de origem animal ou mineral, álcool etílico potável, açúcares, caramelo e mistela simples.

CAPÍTULO 01 – INTRODUÇÃO

A viti-vinicultura é uma atividade que remonta a milhares de anos, sendo sua prática historicamente vivenciada nas diferentes regiões do globo terrestre. O Brasil teve a introdução das videiras em seu território no século XVI. No Rio Grande do Sul a prática viti-vinícola viria a se constituir, nas décadas finais do século XIX, em uma atividade de importância econômica para o estado. No decorrer das décadas iniciais do século XX a atividade continuaria sua escala de desenvolvimento, com o início da implantação de legislação governamental e a chegada de enólogos estrangeiros que vieram auxiliar no aprimoramento técnico das agroindústrias que iam sendo criadas, além dos aumentos expressivos na produção e comercialização dos produtos da cadeia. Assim, lentas etapas de desenvolvimento determinaram o aumento progressivo da competitividade da atividade vitícola e da agroindústria vinícola nos períodos subsequentes.

Ainda no século XX a viti-vinicultura, como atividade econômica relevante, ampliaria as fronteiras do Rio Grande do Sul, contando, neste sentido, com novas áreas de produção de uvas e vinhos em outros estados brasileiros. Atualmente, conforme dados de 2005 contidos em Mello (2006), a área plantada de vinhedos no Brasil é de 73.877 hectares, em estados da região Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste, com uma produção de 1.246.071 toneladas de uva.

O cenário atual da viti-vinicultura gaúcha permite constatar que a atividade permanece como uma das mais importantes para a economia do estado rio-grandense, principalmente quando se observa o número de pessoas empregadas na cadeia, o valor dos impostos gerados, as exportações realizadas e o dinamismo direto e o correlato proporcionado por esta atividade. Cabe destacar, por exemplo, na referência ao dinamismo correlato, as atividades de turismo, estas que “caminham” conjuntamente com a viti-vinicultura, principalmente na região da Serra Gaúcha, onde está localizado o principal pólo de desenvolvimento da cadeia no Rio Grande do Sul.

Fazendo-se um comparativo com outras regiões e estados brasileiros que também fazem parte da cadeia viti-vinícola nacional, o RS é um caso relevante e diferenciado de interações quase totais entre a agricultura e a indústria no que se refere à transformação da uva em seus derivados. Exemplos desta realidade de contrastes podem ser encontrados no

estado de São Paulo, onde o destino quase que exclusivo da fruta é o consumo *in natura*. Já na região do Vale do Rio São Francisco, entre os estados de Pernambuco e Bahia, o destaque é a exportação da uva, apesar de também haver um desenvolvimento razoável da agroindustrialização, porém em menor escala. Segundo dados de Mello (2006), o estado do Rio Grande do Sul disponibiliza mais de 90% da produção de sua uva para a agroindústria, tanto para a produção de sucos, vinhos comuns ou finos, além de outros derivados da uva e do vinho.

Os diferentes graus de desenvolvimento e objetivos nas mais diversas regiões em que a atividade está implantada no Brasil podem ser explicados pelas inúmeras peculiaridades quanto ao clima, vegetação, solos, história, mercado e tecnologias, dentre outros fatores. Tais fatores determinaram a presença de distintas viti-viniculturas no país, de acordo com especialistas da cadeia.

Do ponto de vista das mudanças institucionais no Brasil, as últimas duas décadas foram marcadas por dificuldades e desafios para a cadeia, período este caracterizado pela abertura econômica, desregulamentação dos mercados, reformulação da política agrícola e a estabilização econômica.

O aumento da concorrência com o produto de origem estrangeira no mercado nacional acabaria por se constituir em uma realidade para os empresários nacionais, além da ampliação do leque de opções de investimentos na direção de produtos diferenciados ou segmentados na cadeia gaúcha e nacional. Estes novos investimentos estão relacionados, principalmente, à mudanças no mercado consumidor de vinhos. Em parte, isso decorre da maior pressão competitiva devido a nova inserção externa brasileira a partir do início da década de 1990. Esta novidade, somada à chegada de grandes empresas multinacionais nas duas décadas anteriores, imprimiu novos padrões de plantio, produção e comercialização de vinhos no país, fazendo praticamente uma “revolução” no mapa produtivo e técnico da atividade viti-vinícola, principalmente naquela relacionada a fabricação de vinhos finos, ou seja, aqueles produzidos a partir de variedades de uvas nobres ou viníferas.

É desta forma que diante de um cenário marcado pela globalização e pelas suas conseqüências nos diversos segmentos das economias nacionais, adquire vital importância analisar a competitividade das cadeias produtivas agroindustriais. A partir desta lógica, a competitividade é uma meta fundamental dos empresários para alcançar o sucesso

econômico. Assim, cadeias produtivas competitivas seriam aquelas que não somente apresentam empresas com custos de produção reduzidos ou minimizados, mas também possuem aceitável inserção externa e interna, além de uma adequada rede de coordenação entre todos os segmentos que fazem parte da mesma.

Na busca de maior inserção interna e externa de produtos das cadeias produtivas, assume vital importância a criação de ambientes tecnológicos, organizacionais e institucionais adequados e condizentes com o desenvolvimento econômico e social das mesmas, criando-se assim um ambiente competitivo que atue como um suporte para o crescimento de suas atividades. Além disso, estratégias empresariais realistas e inovadoras continuam a ter seu papel de destaque na busca de maior competitividade por parte das empresas e, conseqüentemente, da cadeia como um todo.

No que se refere à coordenação entre os segmentos da cadeia, esta também é de fundamental importância na busca de maior dinâmica competitiva. Fornecimento em quantidade e qualidade de insumos e matérias-primas para os segmentos produtores e transformadores, além de organização de redes de distribuição e comercialização dos produtos, são aspectos fundamentais na economia do século XXI. Irremediavelmente, uma coordenação eficiente de toda a cadeia de produção é fator preponderante para a fabricação de produtos com qualidade e que possuam preços competitivos nos mercados nacionais e internacionais.

Em resumo, a percepção é que a competitividade não mais se limita a observação da eficiência e desempenho de empresas individuais, mas é afetada por fatores bem maiores que estes, como as políticas públicas, legislações, atuação dos representantes de entidades privadas e públicas da cadeia, busca de coordenação entre segmentos, nível de tecnologia adequado, entre outros.

Diante do exposto e considerando-se o estágio atual da economia brasileira, com suas peculiaridades e possibilidades permitidas para a ação dos diversos segmentos produtivos, a questão a ser respondida pela pesquisa é: qual o grau de competitividade da cadeia produtiva viti-vinícola do Rio Grande do Sul atualmente?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Descrever e analisar a competitividade atual da cadeia produtiva viti-vinícola do Rio Grande do Sul.

1.1.2 Objetivos Específicos

a) Sistematizar os conceitos e pressupostos de uma cadeia produtiva, apresentando os diferentes segmentos que fazem parte da cadeia viti-vinícola no RS;

b) Descrever os fatores necessários à obtenção da competitividade, discutindo os principais elementos aplicados às cadeias produtivas;

c) Apresentar o panorama atual da cadeia viti-vinícola no contexto global e do país;

d) Descrever o estágio atual da cadeia viti-vinícola no RS, enfatizando os determinantes de sua competitividade e os principais gargalos da mesma.

1.2 HIPÓTESE

A hipótese geral deste trabalho é que o estágio atual da competitividade da cadeia viti-vinícola gaúcha deve ser visto de acordo com suas diversas peculiaridades, oriundas das realidades mercadológicas dos diferentes produtos que a mesma produz, com variados graus de desenvolvimento em termos de aprimoramento tecnológico, participação nos mercados internos e externos, modificações no ambiente institucional, organizacional e dos níveis de governança entre os segmentos que a compõem.

1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia, ou seja, a descrição dos caminhos para a chegada aos objetivos previstos na presente dissertação, está estruturada da maneira destacada a seguir.

Quanto aos dois primeiros objetivos específicos do trabalho, objetivos estes que serão desenvolvidos no segundo capítulo, foi desenvolvido um quadro teórico-bibliográfico que servirá de base para a posterior análise da competitividade atual da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha. Através de uma pesquisa bibliográfica são apresentados os principais conceitos e pressupostos referentes a uma cadeia produtiva, utilizando-se, neste sentido, trabalhos de Batalha (1997), Batalha & Silva (2001), Triches et al. (2004), entre outros autores. Já a discussão acerca dos principais fatores necessários à obtenção de competitividade, além da discussão acerca deste conceito, tem como base de pesquisa bibliográfica autores como Coutinho (1992), Ferraz et al. (1995), Grassi (1997) e Farina et al. (1997 e 1999), entre outros.

A apresentação do terceiro objetivo específico, ou seja, o panorama global e nacional da cadeia viti-vinícola, será destacado a partir de dados primários e secundários obtidos de documentos impressos ou oriundos de sítios eletrônicos (*sites*) de órgãos governamentais, órgãos internacionais, institutos de pesquisa e organizações da cadeia viti-vinícola. Entre as principais fontes de dados estão a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (SECEX/MDIC) – Sistema Alice, União Brasileira de Viti-Vinicultura (UVIBRA), entre outras entidades vinculadas à cadeia viti-vinícola.

Na busca do quarto objetivo, que será atingido principalmente no quinto capítulo (e em menor escala no quarto), a fonte de dados oriunda do processo de pesquisa será realizada de duas formas, através de um método observacional:

a) A partir da pesquisa e revisão bibliográfica disponível sobre o tema, incluindo-se artigos, livros, revistas, jornais, dissertações e teses, bem como documentos oficiais de órgãos governamentais (de nível federal, estadual e municipal) e estudos de organizações relacionadas à cadeia viti-vinícola gaúcha;

b) Através da realização de entrevistas diretas e semi-estruturadas com profissionais vinculados à órgãos públicos, organizações e empresários que compõem ou fazem parte da cadeia viti-vinícola gaúcha, previamente determinados pelo aluno.

A análise qualitativa dos dados provenientes dos itens “a” e “b” permitirá mensurar o “grau” de desenvolvimento competitivo dos principais segmentos e produtos da cadeia gaúcha. A seguir, através da observação dos pontos fortes e fracos da cadeia, potencialidades e gargalos, será possível identificar algumas políticas públicas e privadas que visam ampliar a competitividade da viti-vinicultura gaúcha.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação está dividida em seis capítulos. O primeiro, também denominado Introdução, contém os tópicos referentes à apresentação do tema e do problema de pesquisa, hipótese, objetivos (geral e específicos) e os procedimentos metodológicos.

O segundo capítulo contém o referencial teórico-bibliográfico que serve de base para o processo analítico adotado ao longo dos capítulos seguintes. Para a construção deste referencial serão utilizados os conceitos e hipóteses referentes à competitividade em cadeias produtivas, a perspectiva teórica da Economia dos Custos de Transação (ECT) e os conceitos, pressupostos e aplicação de cadeias produtivas.

No terceiro capítulo será apresentado o panorama internacional e nacional da cadeia viti-vinícola. Buscar-se-á destacar dados e uma análise satisfatória que colaborem na visualização dos principais aspectos e informações sobre o mercado nacional e global da cadeia, a partir de agregados como produção, consumo, exportação e importação, além das áreas de cultivo de vinhedos.

O quarto capítulo destacará o panorama da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha, englobando questões como um breve histórico, o cenário atual da cadeia (apresentado através de dados econômicos, sociais, organizacionais e institucionais, além das principais áreas e tipos de cultivares no estado), bem como serão destacados os principais gargalos que comprometem atualmente a competitividade da cadeia.

No quinto capítulo será realizada a análise da competitividade da cadeia produtiva viti-vinícola do RS, objetivo principal do presente trabalho. Para a determinação da competitividade serão observados aspectos como o ambiente institucional, tecnológico,

organizacional, as estratégias empresariais das empresas e as principais estruturas de governança que caracterizam as transações entre os segmentos da cadeia.

Por fim, faz-se destaque para as considerações finais no sexto capítulo do trabalho, além de políticas públicas e privadas que visem elevar o desenvolvimento competitivo da cadeia viti-vinícola gaúcha.

CAPÍTULO 02 - COMPETITIVIDADE E CUSTOS DE TRANSAÇÃO NAS CADEIAS PRODUTIVAS AGROINDUSTRIAIS

O objetivo deste capítulo é apresentar o referencial teórico que servirá de base para o processo analítico da competitividade da cadeia viti-vinícola no RS. Para tanto, o capítulo está dividido em três partes. Na primeira parte são destacados os conceitos, pressupostos e aplicação de cadeias produtivas, sendo que na seqüência, apresentam-se os principais segmentos da cadeia produtiva viti-vinícola. Na segunda, é sistematizado o debate acerca da competitividade de cadeias produtivas, buscando-se, desta forma, apresentar a evolução conceitual do termo até as distintas abordagens adotadas atualmente. Por fim, na terceira parte do capítulo destaca-se o arcabouço teórico da Economia dos Custos de Transação (ECT). Este instrumento analítico busca identificar vínculos entre a organização das atividades econômicas e o desenvolvimento de instituições subjacentes, principalmente os contratos, visando melhorar a eficiência no processo de adaptação aos ambientes econômicos.

2.1 DEFINIÇÕES DE CADEIAS PRODUTIVAS

2.1.1 Conceitos, Pressupostos e Aplicação: uma introdução ao estudo das Cadeias de Produção

Tendo em vista os problemas vinculados à estruturação, funcionamento e obtenção de uma melhor eficiência dentro dos sistemas agroindustriais, inúmeros estudos e análises foram realizadas ao longo do século XX na busca de um melhor entendimento da essência e dinâmica destes processos.

Durante a década de 1960, a escola de economia industrial francesa desenvolveu a noção de *analyse de filière*, destacando-se a mesma como “um conjunto de atividades estreitamente imbricadas e ligadas verticalmente por um mesmo produto ou produtos vizinhos” (MONTIGAUD, 1991, p.02). Mesmo que esse conceito não tenha sido elaborado prioritariamente para o estudo de realidades agroindustriais, é dentro desta área que ganhará

grande relevância, visto que entre seus defensores principais estão economistas agrícolas e pesquisadores ligados aos setores rurais e agroindustriais.

A tradução dessa expressão para a Língua Portuguesa foi de *cadeia de produção*, que, relativamente ao setor agroindustrial, passou a ser conhecida como cadeia de produção agroindustrial (CPA), segundo BATALHA (1997). Resumidamente, ZYLBERSZTAJN (2000) afirma que o conceito de *filière* é aplicado a uma seqüência de atividades de transformação de uma *commodity* em um produto para o consumidor final.

Relativamente ao Brasil, a utilização do conceito de cadeia produtiva ganhou grande impulso na década de 1980, quando esse instrumental passou a ser uma ferramenta largamente utilizada pelos pesquisadores nacionais na análise de situações econômicas específicas, principalmente aquelas vinculadas aos sistemas agroindustriais. Além dos meios acadêmicos, os setores empresariais e políticos também passaram a utilizar o conceito de cadeia de produção.

Assim, em relação ao caso específico do presente trabalho, a análise da competitividade do setor viti-vinícola gaúcho dará destaque a estruturação da cadeia e suas respectivas peculiaridades. Neste sentido, para atender aos objetivos do presente adotaremos o conceito de cadeia de produção agroindustrial, onde a mesma seria um recorte do sistema produtivo, consistindo este em um conjunto de atividades intimamente relacionadas e ligadas ao longo da cadeia produtiva por um mesmo produto final.

Mesmo que o conceito ainda permaneça um tanto vago e indeciso, Morvan, citado em BATALHA (1997), destaca três elementos que estão relacionados à noção de uma cadeia de produção:

“(1) a cadeia de produção é uma sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico; (2) a cadeia de produção é também um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação, um fluxo de troca, situado de montante a jusante, entre fornecedores e clientes; (3) a cadeia de produção é um conjunto de ações econômicas que presidem a valoração dos meios de produção e asseguram a articulação das operações” (MORVAN apud BATALHA, 1997, p. 26).

Já para CUNHA (1994) uma cadeia produtiva pode ser conceituada como:

“Um sistema constituído por um grande número de elementos e processos interligados e interativos, incluindo sistemas produtivos, fornecedores de insumos e serviços, indústrias de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, que propiciam a oferta de bens e serviços aos consumidores finais” (CUNHA, 1994, p. 12).

De forma direta, PROCHNIK & HAGUENAUER (2001) destacam que uma cadeia produtiva é “... um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos” (PROCHNIK & HAGUENAUER, 2001, p. 04).

Olhando os segmentos que compõem a cadeia, ou seja, os segmentos de jusante a montante, três macrosegmentos podem ser observados, segundo BATALHA (1997). Estes seriam: comercialização, representada pelas empresas que mantêm contato com o cliente final da cadeia, viabilizando assim o consumo e o comércio dos produtos finais (supermercados, restaurantes, mercearias, entre outros); industrialização, referente às firmas responsáveis pela transformação da matéria-prima em produtos finais ao consumidor; e o segmento de produção de matérias-primas, onde estariam reunidas as firmas que produzem as matérias-primas vitais para a produção dos produtos finais por outras empresas (agricultura, pecuária, pesca, etc).

BATALHA & SILVA (2001) destacam, em relação a estes três macrosegmentos, que dentro de uma cadeia produtiva agroindustrial é possível de se ver, no mínimo, quatro mercados distintos. Sendo eles os referentes ao mercado entre os produtores de insumos e os produtores rurais; entre os produtores rurais e a agroindústria; entre a agroindústria e seus distribuidores; e entre os distribuidores e os consumidores finais.

Uma das formas de se analisar uma CPA é através de um sistema aberto, de acordo com BATALHA (1997). Neste sentido, destacam-se as relações existentes entre o organismo ou a organização e o seu meio ambiente, conectando assim uma relação com os processos biológicos. Para BATALHA, “neste caso, as fronteiras do sistema são permeáveis e permitem trocas com o meio ambiente” (BATALHA, 1997, p. 42).

Cabe ainda destacar que uma cadeia de produção agroindustrial é definida a partir da identificação de determinado produto final. Para os objetivos do presente, relembra-se que o termo “viti-vinícola” refere-se aos produtos originados da uva e do vinho. Desta forma, “após essa identificação, cabe ir encadeando, de jusante a montante, as várias

operações técnicas, comerciais e logísticas, necessárias a sua produção (BATALHA,1997, p. 32).

Neste sentido, deve-se considerar a representação de uma cadeia a partir da visualização do encadeamento de suas operações técnicas, que são vitais para a produção ou fabricação do seu produto final, segundo BATALHA & SILVA (2001). Dentro desta perspectiva de estudo das cadeias produtivas os aspectos tecnológicos têm importância fundamental, visto que a interdependência estabelecida no interior da cadeia, ao mesmo tempo em que abre espaços para interesses comuns se desenvolverem, acaba por provocar um inúmero leque de relações entre os agentes.

TRICHES et al. (2004) destacam que, a partir da identificação do produto final da cadeia, diversos fatores devem ser observados, entre eles:

- a) os fatores relacionados à macroestrutura em que a cadeia está inserida, além dos condicionantes impostos por esta macroestrutura;
- b) os diversos tipos de processos que ocorrem no interior das cadeias, como, por exemplo, as compras e vendas, as trocas de informações, o estabelecimento e a repactuação dos acordos e normas de condutas, entre outros;
- c) os comportamentos dos agentes formadores da cadeia bem como as organizações estritamente associadas.

Segundo estes mesmos autores, o estudo das cadeias com este enfoque proporcionaria a integração das atividades de insumos e produtos e permitiria a “... busca do desenvolvimento articulado entre agentes privados, governamentais e de ciências e tecnologia, visando a geração de maior valor agregado” (TRICHES et al., 2004, p. 04). Assim, a análise das relações existentes entre os ambientes institucional, tecnológico, competitivo e organizacional seria um dos pilares fundamentais do desempenho de uma cadeia produtiva, tema este que será retomado ainda no presente capítulo e que servirá de base para a análise buscada na presente dissertação. Ainda segundo os autores:

“A abordagem da cadeia produtiva, portanto, privilegia os aspectos concorrenciais e a interdependência econômica e social entre os agentes econômicos. Isso exige um entendimento mais completo do comportamento das instituições, organizações e dos setores econômicos, bem como das grandes tendências dos mercados” (TRICHES et al., 2004, p. 05).

Finalmente, cabe destacar as principais aplicações do conceito de cadeia de produção agroindustrial. De acordo com BATALHA (1997) estes seriam cinco, contidos na tabela 01, juntamente com suas respectivas descrições e metas:

Tabela 01 – Principais aplicações do conceito de CPA e a descrição e metas dos mesmos

Tipo de aplicação	Descrição e metas
Metodologia de divisão setorial do sistema produtivo	Utilização de métodos estatísticos para tentar explicar a formação de ramos e setores dentro do sistema produtivo
Formulação e análise de políticas públicas e privadas	Identificação dos elos fracos de uma cadeia de produção e incentivo através de uma política adequada
Ferramenta de descrição técnico-econômica	Descrição das operações de produção responsáveis pela transformação da matéria-prima em produto acabado ou semi-acabado
Metodologia de análise da estratégia das firmas	Relação da firma com o seu meio ambiente concorrencial
Ferramenta de análise das inovações tecnológicas e apoio à tomada de decisão tecnológica	Relação da inovação tecnológica e sua busca constante dinamizando a concorrência no interior de uma cadeia produtiva

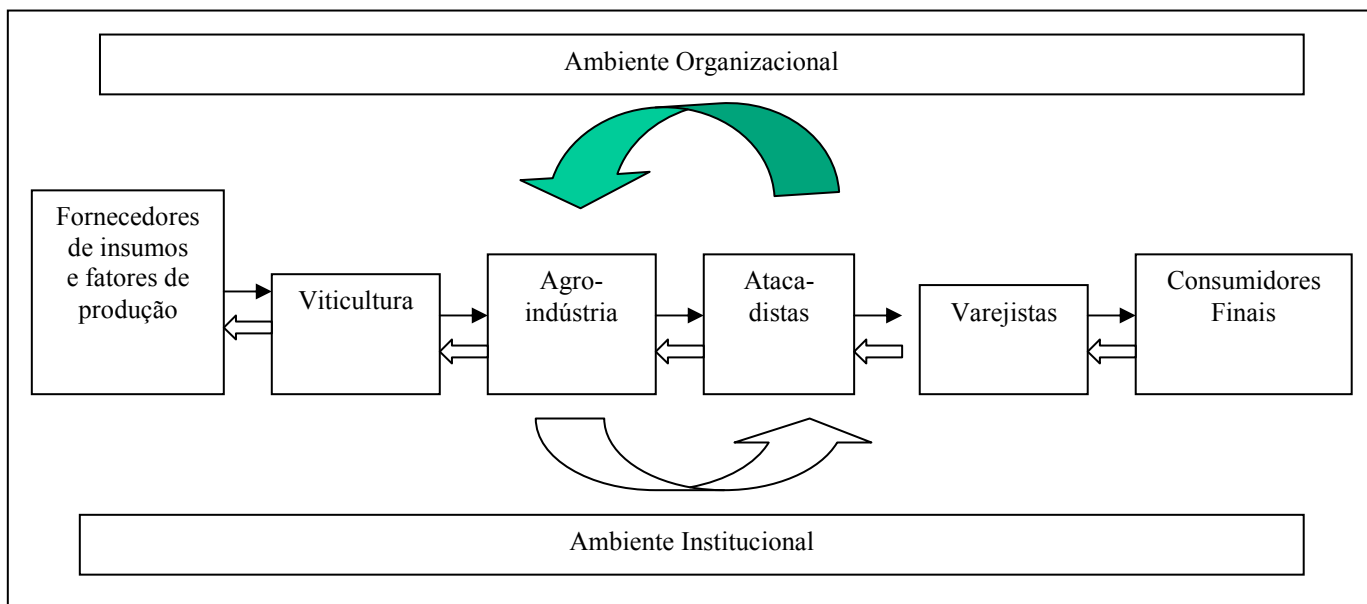
FONTE: Elaborada pelo autor a partir de BATALHA (1997).

Com exceção da aplicação relacionada a “metodologia de divisão setorial do sistema produtivo”, as outras quatro serão utilizadas para a busca dos objetivos previstos no presente trabalho.

2.1.2 Configuração da Cadeia Produtiva Viti-Vinícola

Tradicionalmente, uma cadeia produtiva viti-vinícola é composta pelos seguintes segmentos: setor de fornecedores de insumos e de fatores de produção; setor produtor de matérias-primas (produtores vitícolas); o setor de transformação (agroindústria viti-vinícola); os setores responsáveis pela distribuição dos produtos da cadeia e, por fim, os consumidores finais. A figura 01 demonstra o fluxograma da cadeia viti-vinícola, juntamente com seus ambientes organizacional e institucional:

Figura 01 – Representação de uma cadeia produtiva viti-vinícola



NOTA: Setas à direita não-preenchidas representam fluxo de materiais; setas à esquerda preenchidas representam fluxo de capital.

FONTE: Elaborada pelo autor a partir de ROSA (2001) e TRICHES et al. (2004).

De forma simplificada, o ponto de partida na identificação de uma cadeia viti-vinícola está nos fornecedores de insumos e de fatores de produção. Como exemplos destes fornecedores, destacam-se os produtores e vendedores de fertilizantes, defensivos agrícolas, máquinas e equipamentos, vidros, madeira, papelão, embalagens plásticas, produtores de mudas e arames, entre outros. A atividade vitícola é representada pelos produtores de uva; vindo na seqüência a agroindústria viti-vinícola, responsável pela transformação da matéria-prima. Neste segmento, se destacam as cooperativas vinícolas e as pequenas, médias e grandes vinícolas. Na seqüência aparecem as redes de comercialização e distribuição. Este elo da cadeia é formado, primeiramente, pelas redes atacadistas, vindo na seqüência a rede varejista, esta última representada principalmente por supermercados, restaurantes e cantinas, entre outros estabelecimentos de venda dos produtos originados na cadeia. Por fim, chega-se ao mercado consumidor, onde o produto passará pelo teste de aceitação ou não dos consumidores.

Entretanto, cabe destacar que, de modo geral, a agroindústria possui relações diretas com os fornecedores de insumos e também com os consumidores, relações estas que serão

destacadas nos próximos capítulos, principalmente na análise da cadeia viti-vinícola destacada pela presente dissertação.

2.2 COMPETITIVIDADE DE CADEIAS PRODUTIVAS

2.2.1 Introdução e abordagens estáticas

Embora esta abordagem seja relevante na economia mundial atualmente, é consenso entre diversos autores e pesquisadores a dificuldade para conceituar e aplicar metodologias que avaliem a competitividade como pressuposto fundamental do sucesso econômico. Assim, KUPFER (1991) chega a destacar que a competitividade é um conceito virtualmente indefinido, devido aos diferentes enfoques e abrangências que fazem parte do mesmo.

Para HAGUENAUER (1989), os conceitos tradicionais referentes à competitividade podem ser agrupados em duas categorias: a competitividade vista como eficiência, sendo neste sentido apresentada como dada (*ex-ante*) e a competitividade como desempenho, apresentada como revelada (*ex-post*). Tais categorias constituem as chamadas vertentes tradicionais quando se analisam padrões de competitividade.

A competitividade vista como eficiência seria aquela relacionada à capacidade de uma firma ou indústria na produção de bens com maior eficácia que seus concorrentes, principalmente em relação a preços, tecnologias e produtividade, entre outros fatores. Nesta categoria, o importante é a noção de que a competitividade é conseguida através da relação insumo-produto praticada pela firma, isto é, sua capacidade de converter os insumos em produtos com o máximo de rendimento possível. De acordo com FERRAZ et al. (1995):

“... é o produtor que, ao escolher as técnicas que utiliza, submetido às restrições impostas pela sua capacitação tecnológica, gerencial, financeira e comercial, estará definindo a sua competitividade. A competitividade é um fenômeno *ex-ante*, isto é, reflete o grau de capacitação detido pelas firmas, que se traduz nas técnicas por elas praticadas” (FERRAZ et al., 1995, p. 02).

Já a competitividade vista como desempenho é expressada de acordo com a participação no mercado alcançada pela firma em um determinado momento. A participação das exportações da firma ou da indústria como um todo (conjunto de firmas)

no comércio internacional da mercadoria seria o fator de indicação mais imediato desta categoria de competitividade.

A competitividade construída ou revelada tem como fator primordial para seu sucesso a demanda do mercado, visto que o mesmo irá determinar quais produtos e de que empresas serão adquiridos, “aceitando” ou não as ações empresariais (produtivas, comerciais e de marketing) realizadas no período *ex-ante*. Assim:

“A competitividade é uma variável *ex-post* que sintetiza os fatores preço e não-preço – estes últimos incluem qualidade de produto e de fabricação e outros similares, a habilidade de servir ao mercado e a capacidade de diferenciação de produtos, fatores esses parcial ou totalmente subjetivos” (FERRAZ et al., 1995, p. 02).

Entretanto, as noções de competitividade *ex-post* e *ex-ante* e seus respectivos pressupostos e conseqüências possuem, de acordo com alguns autores, deficiências que caracterizam as mesmas como ineficientes para a discussão sobre competitividade dentro de um enfoque dinâmico.

De acordo com GRASSI (1997), a competitividade vista por esta metodologia carece de uma adequada análise de fenômenos baseados em vantagens competitivas construídas ao longo do tempo, visto que tais abordagens se apresentam como estáticas, permitindo apenas a apresentação do comportamento de indicadores até um certo momento do tempo, ignorando as relações apresentadas pela evolução da competitividade.

Entre outros aspectos o autor salienta o papel desempenhado pelas estratégias empresariais (ausente nas noções tradicionais citadas acima), apresentando assim duas observações que ajudariam para o entendimento da insuficiência mencionada e o papel da estratégia. A primeira destaca que uma empresa pode ter bom desempenho no mercado sem ser eficiente; já a segunda leva em conta que uma empresa pode ser eficiente, mas não obter um desempenho ideal, visto que pode ter optado por uma estratégia equivocada, entre outros fatores. Finalmente, GRASSI conclui que “... para se garantir num nível sustentável de competitividade é importante que, além de eficiente, a empresa necessariamente tenha uma estratégia adequada, que permita traduzir esta eficiência em um bom desempenho no mercado – o que só se verifica *ex-post*” (GRASSI, 1997, p. 09).

KUPFER (1991), na mesma linha que GRASSI (1997), observa que os conceitos de eficiência e desempenho se caracterizam pela redução a mensuração, em pontos diversos da

seqüência temporal, dos resultados das diferentes estratégias competitivas empregadas pelas firmas, constituindo uma abordagem estática não adequada para a discussão sobre o processo competitivo. Neste sentido, de acordo com o autor:

“... tanto as características tecnológicas do processo de produção quanto as formas específicas de comercialização, se estão dadas em um momento do tempo para as firmas de um setor industrial, são o resultado de estratégias específicas adotadas em um momento anterior. Ainda no âmbito da firma, as decisões se dão no tempo, mas não expressam somente escolhas intertemporais ótimas. Isto porque considera-se que o futuro é parcialmente desconhecido para as empresas e, portanto, as decisões são tomadas com base em expectativas incertas” (KUPFER, 1991, p. 08 e 09).

Resumidamente, estas versões de competitividade, tanto a dada como a revelada, apresentariam argumentações e resultados restritos ao ambiente da firma, sendo, desta forma, pouco eficientes para a análise do ambiente competitivo.

2.2.2 As perspectivas da análise dinâmica da competitividade

A busca de abordagens dinâmicas para a competitividade, ou seja, que levem em conta toda a evolução temporal dos processos produtivos e comerciais é o foco da visão dos processos competitivos apresentados por GRASSI (1997), FERRAZ et al. (1995) e KUPFER (1991), entre outros autores.

Sabendo-se que o elemento fundamental de análise ainda são as firmas ou empresas, KUPFER (1991) irá destacar que as estratégias competitivas adotadas pelas firmas são feitas de acordo com dois aspectos fundamentais: o seu desempenho no passado e suas expectativas sobre o futuro. De acordo com avaliações momentâneas, as firmas tenderiam a reformular continuamente suas estratégias competitivas, visto que sempre existiriam variações em seu estoque de capital, demanda, preços dos fatores de produção, estado da arte das técnicas, as estratégias das firmas concorrentes e a própria revisão de suas expectativas.

Nesta mesma linha de raciocínio, FERRAZ et al. (1995) destacam que a eficiência produtiva e o desempenho no mercado são decorrentes “... da capacitação acumulada pelas empresas que, por sua vez, reflete as estratégias competitivas adotadas em função de suas percepções quanto ao processo concorrencial e ao meio ambiente econômico onde estão inseridas” (FERRAZ et al., 1995, p. 03).

Nesta lógica, a competitividade não pode ser vista como uma característica referente somente a um produto ou a uma determinada firma. Muito além disso, a competitividade deve ser entendida como um conceito “dotado de uma dimensão extrínseca à firma ou ao produto, estando também relacionada ao padrão de concorrência vigente no mercado específico considerado” (KUPFER, 1991, p. 07). Assim, a competitividade tem relação direta e está visceralmente ligada ao processo de concorrência, não se esgotando em vinculações *ex-ante* ou *ex-post*. Decorre daí a consideração de que o padrão de concorrência é a variável determinante, enquanto que a competitividade é a variável determinada.

Visto que em cada mercado vigoraria um determinado padrão de concorrência, empresas consideradas competitivas seriam aquelas que adotam estratégias de conduta, como investimentos, vendas, compras, inovação, financiamento, entre outros fatores, mais adequadas ao padrão concorrencial do mercado em questão. Neste sentido, KUPFER (1991) enfatiza novamente sua noção do conceito, ao destacar que a “... competitividade é função da adequação das estratégias das empresas individuais ao padrão de concorrência vigente no mercado específico” (KUPFER, 1991, p. 26). Quanto ao comportamento do mercado, este teria, como fatores de dependência, as estratégias adotadas pelas firmas, além de o mesmo influenciar competidores e compradores através das percepções de mudanças tecnológicas e de preferências.

Neste sentido, o padrão de concorrência vigente no mercado servirá de base para a busca de uma obtenção ou renovação das vantagens competitivas por parte das empresas. Inexoravelmente, o sucesso competitivo depende da criação e renovação das vantagens competitivas. Assim, GRASSI resume que a competitividade é “... a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado” (GRASSI, 1997, p. 12).

2.2.3 Fatores determinantes da competitividade

Sabendo-se que o sucesso competitivo depende da criação e da renovação de vantagens competitivas por parte das empresas, FERRAZ et al. (1995) destacam os principais fatores determinantes da competitividade. Estes determinantes podem ser de três

ordens: empresariais, estruturais e sistêmicos. Na evolução dessa classificação, esses determinantes ultrapassam o nível da firma, chegando a estrutura da indústria e do mercado e o próprio sistema produtivo como um todo.

a) Fatores Empresariais

Os fatores empresariais ou internos à empresa são aqueles nos quais a empresa possui poder total de decisão e podem ser controlados ou modificados através de condutas ativas assumidas. Outra característica deste tipo de fator é que através dele a empresa procura distinguir-se de seus rivais em termos de estratégias e gestão, capacitação para inovação, capacitação produtiva e recursos humanos.

Dentre os exemplos principais dos fatores empresariais estão:

- a eficácia da gestão em termos do posicionamento estratégico da empresa de acordo com os fatores de sucesso no mercado e da capacidade de integrar estratégia, capacitação e desempenho;
- a capacitação tecnológica em processos e produtos;
- a capacitação produtiva, ou seja, aquela referente ao grau de atualização dos equipamentos e instalações, assim como dos métodos de organização da produção e controle de qualidade;
- a produtividade dos recursos humanos.

b) Fatores Estruturais

Os fatores de origem estrutural da competitividade são aqueles onde a capacidade de intervenção da empresa é limitada pela mediação do processo de concorrência, estando estes fatores apenas parcialmente sob sua esfera de influência. São relacionados ao ambiente competitivo que a empresa está envolvida, abrangendo não somente as características da demanda e da oferta, “... mas também a influência de instituições extra-mercado, públicas e não-públicas, que definem o regime de incentivos e regulação da concorrência prevalecente” (FERRAZ et al., 1995, p. 10 e 11).

Os fatores estruturais podem ser vinculados a três tipos e estão destacados a seguir, juntamente com exemplos de cada um:

- Mercado: taxas de crescimento, distribuição geográfica em faixa de renda, grau de sofisticação da tecnologia e outros requisitos impostos aos produtos, formas e custos de comercialização predominantes, oportunidade de acesso a mercados internacionais, etc;
- Configuração da indústria de atuação da firma: tendências do progresso técnico (ciclos de produtos e processos), intensidade do esforço de P&D (pesquisa e desenvolvimento), grau de concentração, atributos dos insumos, grau de verticalização e diversificação setorial, distribuição espacial da produção e adequação da estrutura física, regime de P&D e integração com a infra-estrutura tecnológica, relação da empresa com fornecedores, usuários e concorrentes, relação capital-trabalho, etc;
- Regime de incentivos e concorrência: grau de rivalidade entre os concorrentes, grau de exposição ao comércio internacional, ocorrência de barreiras tarifárias e não-tarifárias nas exportações, estrutura de incentivos e tributos à produção e comércio exterior, efetividade da regulação das práticas desleais de concorrência.

c) Fatores Sistêmicos

Nesta última categoria dos determinantes da competitividade estão os fatores de origem sistêmica, ou seja, aqueles em que a empresa possui escassa ou nenhuma possibilidade de intervir ao longo do processo produtivo.

No que se refere às formas diretas e indiretas em que os determinantes sistêmicos exercem influência na competitividade das empresas, isto pode ser visto a partir de dois ângulos. Pelo lado da oferta, estes determinantes afetam as condições de custos e qualidade em que estão disponíveis os insumos materiais, humanos, organizacionais e institucionais que originam o sistema de aprendizado, incorporação e geração de inovações de processo e produto. Já pelo lado da demanda, os determinantes sistêmicos definem em que medida e em que termos a sociedade irá demandar o desempenho competitivo das empresas.

A seguir estão discriminados os principais tipos de determinantes sistêmicos, além de exemplos de cada um dos mesmos:

- Macroeconômicos: taxa de câmbio, carga tributária, taxa de crescimento do produto interno, oferta de crédito e taxas de juros, política salarial, etc;
- Político-Institucionais: política tributária, política tarifária, apoio fiscal ao risco tecnológico, poder de compra do governo, etc;
- Legais-Regulatórios: políticas de proteção à propriedade industrial, de preservação ambiental, de defesa da concorrência e proteção ao consumidor, de regulação do capital estrangeiro, etc;
- Infra-Estruturais: disponibilidade, qualidade e custo de energia, transportes, telecomunicações, insumos básicos e serviços tecnológicos;
- Sociais: sistema de qualificação de mão-de-obra, políticas de educação e formação de recursos humanos, formação trabalhista e de seguridade social;
- Internacionais: tendências do comércio internacional, fluxos de capital, investimento externos diretos, relações com organismos multilaterais, acordos internacionais, entre outros.

2.2.4 Análises de Competitividade Sistêmica

Uma dos primeiros tratamentos para a percepção de uma competitividade de caráter sistêmico será destacado por COUTINHO (1992). Segundo o autor, esse tipo de competitividade está relacionada a dois fatores principais. O primeiro deles, observado a partir dos anos de 1980 na economia mundial e, posteriormente, na economia brasileira, é o fato de que a competitividade atualmente:

“Não se sustenta exclusivamente no dinamismo e na agilidade gerencial e inovacional da empresa privada, muito embora esta não tenha deixado de ser o veículo-chave de concretização da inovação tecnológica, isto é, da aplicação comercial, em escala econômica, de avanços científicos traduzidos em novos processos e produtos” (COUTINHO, 1992, p. 79).

Outro fator relacionado às novas bases de competitividade citado pelo mesmo autor seria aquele que destaca que a competitividade em larga medida “independe da dotação de

fatores e de recursos naturais e tende a ser cada vez mais um resultado deliberado de estratégias privadas e/ou públicas de investimento com inovação” (COUTINHO, 1992, p. 80). Em outros termos, as vantagens comparativas, além de serem essencialmente dinâmicas, também seriam vantagens construídas e exercitadas ao longo do tempo, cuja manutenção requereria um esforço continuado.

Outro importante tratamento analítico para o estudo da competitividade sistêmica é realizado por FARINA et al. (1997) e FARINA et al. (1999), considerando, assim como Coutinho, o novo ambiente competitivo da economia mundial, especialmente das últimas décadas. Aqui busca-se também uma análise sistêmica para a competitividade, o que requer novos níveis de agregação que vão além das firmas, com o estabelecimento de outros elementos constitutivos na determinação de vantagens competitivas.

Essa percepção de competitividade de origem sistêmica é condizente com a dinâmica atual da economia mundial, que é caracterizada por mudanças que se manifestam de forma rápida, continuada e acelerada. A noção de competitividade segundo esta abordagem permite uma visão abrangente das relações econômicas, bem como as formas em que os agentes econômicos serão afetados, além de verificar seus possíveis posicionamentos em resposta a esses movimentos.

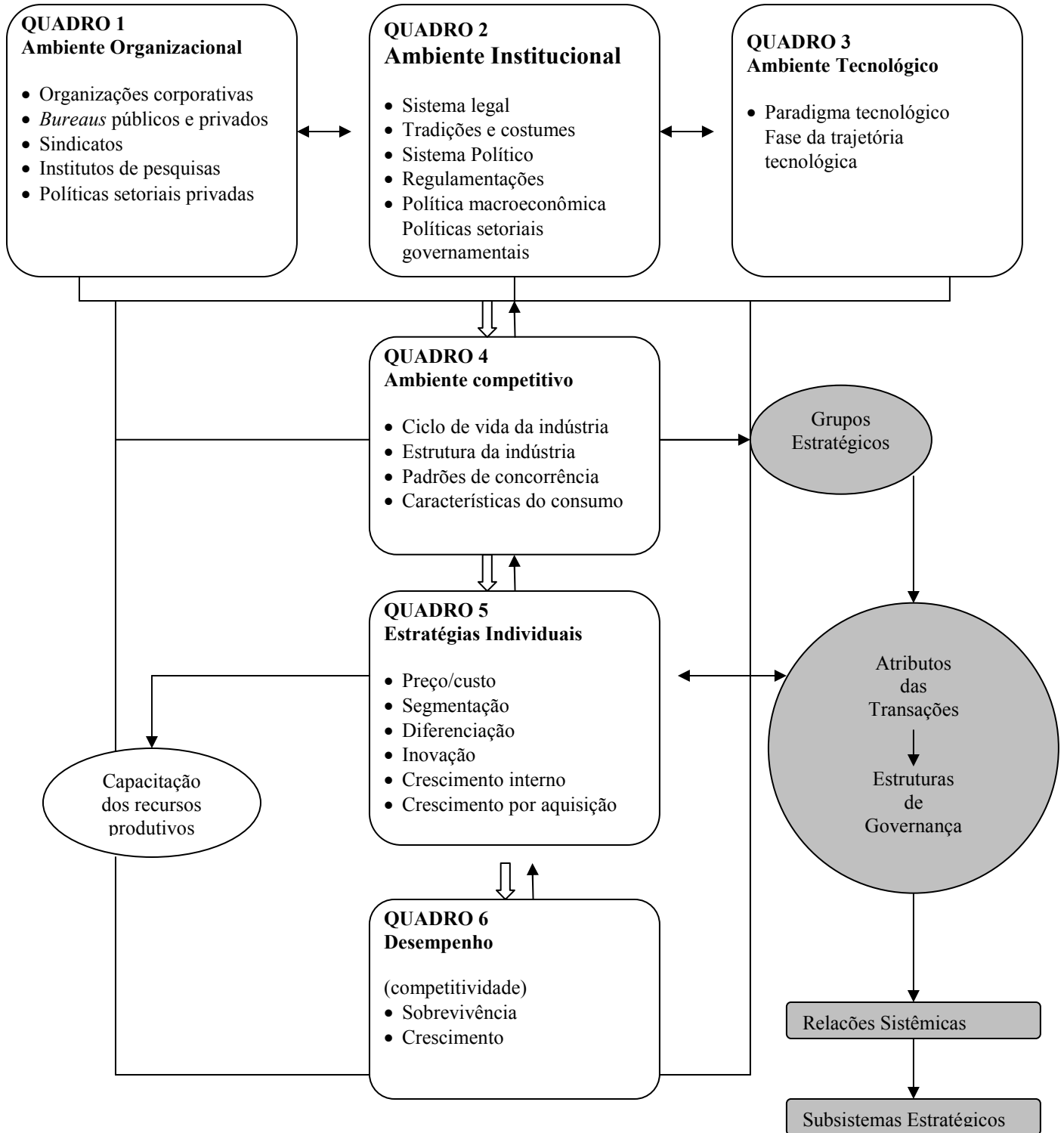
De acordo com a visão proposta por FARINA et al. (1997 e 1999), a noção de cadeia produtiva deve ser vista como uma estrutura de análise frente ao dinâmico ambiente competitivo, que é caracterizado por inúmeras mudanças econômicas, tecnológicas e institucionais. Segundo FARINA et al. (1996), citado em CÁRIO et al. (2001):

“Neste contexto, transformar as ameaças em oportunidades de negócios depende da existência de um sistema de coordenação capaz de transmitir informações, estímulos e controles ao longo de toda cadeia produtiva, a fim de viabilizar a nova estratégia. A adoção de pressupostos sistêmicos para a análise de um ambiente em reestruturação e de mudanças no seu padrão produtivo permitem o entendimento de sua estrutura de funcionamento e dos fatores de aporte ao seu desempenho competitivo, em que a interdependência e a inter-relação se verificam” (FARINA et al. apud CÁRIO et al., 2001, p. 19 e 20).

Dentro deste esforço, é sugerido como método de descrição e análise da competitividade um conjunto de variáveis que englobe aspectos relativos ao ambiente institucional, tecnológico, organizacional, competitivo e as estratégias empresariais, entre outros. Com isso, percebe-se que a competitividade das empresas e, conseqüentemente, das cadeias produtivas, também será impactada pelas políticas públicas e privadas,

dependendo tanto de ações de caráter individual como coletivas. A figura 02 destaca os fatores que influenciam na estratégia das firmas e no desempenho dos mercados:

Figura 02 – Fatores que influenciam nas estratégias das firmas e no desempenho dos mercados



FONTE: ZYLBERSZTAJN & NEVES (2000), baseado em FARINA et al. (1997).

a) O Ambiente Institucional

Um dos pressupostos básicos de qualquer sociedade organizada é a instituição de regras que visem a restrição de determinados comportamentos por parte dos indivíduos. Dentro desta lógica, é buscada a criação de estruturas que permitam a interação humana nos mais diversos níveis. Estas estruturas seriam as instituições, segundo destacou NORTH (1994) em seu trabalho “Custos de Transação, Instituições e Desempenho Econômico”.

Sabendo-se que as regras podem ser formais (destacadas por algum poder legítimo do país – ex: Constituição) ou informais (relacionadas ao conjunto de valores transmitidos pela sociedade – ex: costumes e códigos de conduta), o conceito de ambiente institucional (Quadro 2) está relacionado ao “... conjunto de regras básicas sociais, legais e políticas que estabelecem as bases para a produção, a troca e a distribuição, tais como: as regras que definem os direitos de propriedade, os direitos de contrato, etc” (WILLIAMSON *apud* FARINA et al., 1997, p. 27).

Mudanças no ambiente institucional, ou seja, nas “regras do jogo”, acabariam por provocar diversas reações e conseqüências nas decisões das organizações e dos indivíduos. Neste sentido, processos de regulação e desregulamentação setorial e de fechamento ou abertura comercial representam o aparecimento de mudanças institucionais que aumentam ou diminuem a pressão competitiva e alteram as estratégias de crescimento e concorrência das empresas. Tais aspectos teriam impactos diretos na organização das cadeias produtivas.

Dentre as maneiras que podem ocorrer o processo de mudança institucional, NORTH (1994) destaca duas alternativas. A primeira está relacionada a um maior entendimento dos agentes em relação as organizações existentes, tornando-as mais produtivas. Neste item, destacam-se os papéis desempenhados pelos processos de aprendizado e de habilidade. Já a outra alternativa está relacionada a um maior poder que pode surgir junto aos agentes econômicos, criando-se liberdade suficiente para a proposição de modificações nas regras e leis vigentes na sociedade.

Por fim, para NORTH (1994), as instituições e sua evolução são fatores responsáveis pelo desempenho econômico e quando aliadas à tecnologia acabam por determinar os custos de produção e de transação, tema que será retomado em uma seção deste capítulo.

b) O Ambiente Tecnológico

Tal item está relacionado à base técnica das atividades econômicas, onde fatores como tecnologia, pesquisa e ciência são fundamentais quando da busca de melhor inserção nos mercados externos e internos. Neste sentido, o ambiente tecnológico (Quadro 3) afeta os atributos das transações e, portanto, os custos. Dentre os principais componentes do ambiente tecnológico, relevante é destacar o paradigma tecnológico e a fase da trajetória tecnológica. WAACK & TERRERAN apud CÁRIO et al. (2001) destacam que:

“... a boa performance dos sistemas produtivos está apoiada em sua capacidade de gerir o desenvolvimento tecnológico de cada um de seus elos e no sistema como um todo, sendo assim, a inovação de produtos e processos a chave para a obtenção e manutenção de competitividade” (WAACK & TERRERAN apud CÁRIO et al., 2001, p. 22).

c) O Ambiente Organizacional

Em termos gerais, o ambiente organizacional (Quadro 1) “... contempla as agremiações corporativistas e outras organizações de apoio aos negócios privados, definem o ambiente competitivo e os atributos das transações realizadas entre as firmas” (FARINA et al., 1997, p. 259). Assim, para OLSON, citado em SAES (2000), organizações “... são grupos de indivíduos que têm interesses comuns, julgam que as ações individuais desorganizadas são menos eficientes que a ação coletiva destinada a contemplar seus interesses e atuam, sob certas circunstâncias, de maneira coordenada” (OLSON apud SAES, 2000, p. 168). Entre os interesses comuns citados acima, estariam, de acordo com esse autor, aqueles vinculados a provisão de bens públicos ou coletivos, provisão de bens de clube, minimização de custos de transação, alteração das regras do jogo em favor de seus associados, solução de conflitos, entre outros. Em termos genéricos, as metas das organizações seriam a maximização de determinadas funções, sempre com atuação fundamental no que se refere a uma maior ou menor competitividade.

Dada a presença de fatores como externalidades, existência de bens públicos, incerteza e racionalidade limitada dos agentes, os mercados acabariam por falhar em algumas situações na alocação de recursos, fator este que faria com que fosse necessária a atuação das organizações.

No que se refere ao desenvolvimento e limites da atuação das organizações, tanto o ambiente institucional como os indivíduos determinam restrições e possibilidades. O ambiente institucional, ao determinar o conjunto de regras formais e informais, determina as formas organizacionais possíveis. Já os indivíduos influenciam as organizações por meio de ações determinadas pelos seus atributos comportamentais. De acordo com SAES (2000), “a experiência mostra que a capacidade de adaptação das organizações depende da profundidade das mudanças institucionais e da trajetória adotada em períodos anteriores (*path dependence*)” (SAES, 2000, p. 182).

d) O Ambiente Competitivo

De acordo com FARINA et al. (1999), o ambiente competitivo (Quadro 4) é constituído pela estrutura do mercado relevante (presença de concentração, economias de escala e de escopo, grau de diferenciação de produtos, barreiras à entrada e saída), pelos padrões de concorrência vigentes (concorrência preço e extra-preço, presença de grupos estratégicos, barreiras de mobilidade, etc.), bem como pelas características dos consumidores e clientes que possibilitam a segmentação do mercado e também o ciclo de vida da indústria.

De acordo com os autores, os padrões de concorrência em preços, marcas, atributos de qualidade, estabilidade na entrega, reputação e confiança, inovações em produtos e processos constituem-se nas regras do jogo competitivo, formando o padrão de concorrência da indústria ou de um grupo estratégico.

e) Estratégias Empresariais ou Individuais

As estratégias empresariais (Quadro 5) objetivam a alteração dos padrões de concorrência e o próprio ambiente competitivo. Quanto aos efeitos destas estratégias, estes apareceriam a médio e longo prazo, sendo que sua importância para um segmento ou para uma cadeia dependeria do processo de imitação e difusão desse novo padrão estabelecido. Além destes aspectos, FARINA et al. (1999) destacam que:

“A capacidade de ação estratégica, associada à competitividade sistêmica, inclui também a articulação de ações cooperativas entre rivais, fornecedores, distribuidores, institutos de pesquisa públicos e privados. Significa ter a capacidade de mudar as regras do jogo competitivo a seu favor ou mesmo o ambiente institucional” (FARINA et al., 1999, p. 27).

f) Grupos Estratégicos

Os grupos estratégicos são constituídos pelo conjunto de empresas de uma mesma indústria que apresentam estratégias competitivas distintas, ampliando assim a concorrência. Além disso, de acordo com FARINA et al. (1998), “... são definidos como *clusters* de firmas dentro da indústria que utilizam os mesmos ativos específicos e o mesmo conjunto de variáveis de concorrência” (FARINA et al., 1998, p. 13).

g) Estruturas de Governança

Uma estrutura de governança é um conjunto de instituições (regras) inter-relacionadas capazes de garantir a integridade de uma transação ou de uma seqüência de transações, segundo destacado por WILLIAMSON (1996), citado em SAES (2000, p. 179 e 180). O conteúdo destas regras incluiria mecanismos de incentivo para a atuação dos agentes de acordo com os objetivos das organizações, além de outros de controle para as ações dos mesmos. Assim:

“Mecanismos de incentivo são instrumentos para conciliar o auto-interesse dos membros com os objetivos da organização: ao perseguir suas próprias metas, não importa quais sejam, o membro acaba contribuindo para que a organização as atinja. Mecanismos de controle relacionam-se com o fluxo de informações concernentes ao desempenho de cada membro” (SAES, 2000, p. 180).

2.3 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO (ECT)

2.3.1 Principais pressupostos teóricos

De acordo com FIANI (2002), ao longo da história econômica o interesse no estudo e análise dos custos de transação nos processos econômicos ganhou grande impulso e divulgação a partir da publicação do artigo *The Nature of the Firm* (em português intitula-se “A natureza da firma”) de RONALD COASE no ano de 1937. Mesmo que se

reconhecesse a existência destes custos, a análise econômica tradicional partia do pressuposto de que os mesmos deveriam ser negligenciados devido ao fato de possuírem pouca importância ao longo das transações econômicas, fazendo com que os únicos custos levados em consideração fossem os relacionados aos custos de produção das firmas. A partir da abordagem de Coase, os custos de transação entrariam de vez nas discussões acerca das relações entre empresas e mercados. Neste sentido, FIANI (2002) destaca que:

“o artigo de Coase deu início, dessa forma, ao estudo das condições sob as quais os custos de transação deixam de ser desprezíveis e passam a ser um elemento importante nas decisões dos agentes econômicos, contribuindo para determinar a forma pela qual são alocados os recursos na economia” (FIANI, 2002, p. 268).

Buscando identificar uma definição do que seja uma empresa (e seu motivo de existência fundamental) dentro de um mundo econômico complexo, COASE destaca o ponto de partida para a visualização dos custos de transação, de acordo com as palavras de FIANI (2002):

“Em outras palavras, empresas, isto é, organizações que decidem hierarquicamente a alocação dos fatores de produção no seu interior, substituindo o mecanismo de mercado, existem porque os custos de transação, ou seja, os custos de recorrer ao mercado, são significativos entre as etapas do seu processo de produção” (FIANI, 2002, p. 268).

A partir desta perspectiva, uma empresa ou firma, de acordo com COASE, é muito mais do que uma simples relação mecânica entre um vetor de insumos e outro de produtos, associada a uma determinada tecnologia, mas é uma “relação orgânica entre agentes que se realiza através de contratos, sejam eles explícitos, como os contratos de trabalho, ou implícitos, como uma parceria informal” (ZYLBERSZTAJN, 2000, p. 24). Tratar-se-ia, desta forma, de um conjunto de contratos entre agentes especializados que trocam informações e serviços entre si com o objetivo de produzir um bem final, segundo destaca Zylbersztajn (2000).

Dentro desta lógica, ZYLBSERSZTAJN (2000) destaca que o funcionamento do mercado levaria a formação de custos para a sua operação, fato este que se contrapõe a análise dos teóricos neoclássicos, onde o mecanismo de preços funcionaria como um alocador eficiente dos recursos do sistema econômico. 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).

Para PONDÉ (1994), a ECT buscaria em relação a seus objetivos fundamentais, a análise das:

“... relações sociais que viabilizam a realização das transações, entre as quais acordos contratuais formalizados, confiança mútua e redes de compromissos tácitos, valores compartilhados e rotinas interdependentes, que configuram um conteúdo de organização presente, tanto nos mercados como no interior das firmas” (PONDÉ, 1994, p. 16).

Tendo em vista que qualquer transação (unidade básica de análise) envolve risco e os agentes estão cientes deste fato, dois são os pressupostos básicos e fundamentais para o reconhecimento da existência de custos de transação, os quais constituem os alicerces básicos de sustentação da ECT: a racionalidade limitada e a possibilidade de comportamento oportunístico por parte dos agentes econômicos.

O primeiro pressuposto consumou um afastamento explícito com a ortodoxia econômica neoclássica, que advoga da tese da racionalidade ilimitada dos agentes quando da tomada de decisões. Uma racionalidade limitada por partes dos agentes econômicos estaria relacionada à extrema complexidade do ambiente econômico e social que cerca a decisão dos agentes, fato este que caracterizaria a não possibilidade de uma racionalidade plena e absoluta. Assim, mesmo que o ser humano condicione o seu comportamento à razão, isto é feito de forma limitada. A aceitação deste pressuposto exprime a visão de que os contratos são incompletos, visto que seria impossível para os agentes uma previsão e processamento de todas as contingências futuras relativas aos mesmos.

Quanto ao segundo pressuposto, ou seja, o oportunismo por parte dos agentes, este estaria relacionado, assim como o pressuposto anterior, a possibilidade do surgimento de problemas de adaptação originados de contratos incompletos. ZYLBERSZTAJN (2000) destaca que o oportunismo “... implica no reconhecimento de que os agentes não apenas buscam o auto-interesse, que é um típico interesse neoclássico, mas podem fazê-lo lançando mão de critérios baseados na manutenção de informação privilegiada” (ZYLBERSZTAJN, 2000, p. 31) além de, em última análise, ferirem códigos de ética reconhecidos pela sociedade.

Já as características das transações seriam três, segundo destaca WILLIAMSON (1985) *apud* ZYLBERSZTAJN (2000): frequência, incerteza e especificidade dos ativos.

A primeira característica estaria relacionada ao número de vezes que os agentes realizam as transações, se uma ou várias vezes. Nesta situação importante é frisar o papel da reputação, onde a adoção de comportamentos oportunistas em uma determinada transação pode significar perda futura de renda nas outras transações que serão realizadas no futuro, caso estas sejam ainda necessárias.

A segunda característica, ou seja, a incerteza, está vinculada a impossibilidade de previsão de choques futuros, dificuldades do reconhecimento de informações relevantes ao contrato e a variância relacionada a uma certa distribuição de probabilidades. De acordo com FIANI (2002), a existência da incerteza “... dificulta definir e distinguir as probabilidades associadas aos diferentes estados da natureza que podem afetar a transação” (FIANI, 2002, p. 270).

Por fim, a especificidade dos ativos (terceira característica e a mais importante para WILLIAMSON) é caracterizada pelo autor “... como sendo a perda de valor dos ativos envolvidos em determinada transação, no caso desta não se concretizar, ou do rompimento contratual” (WILLIAMSON *apud* ZYLBERSZTAJN, 2000, p. 29). Cabe destacar que um ativo específico é aquele que sofre perda de valor quando utilizado pra outro fim. Assim, no caso de uma alta especificidade dos ativos, um ou ambos os agentes envolvidos terão perdas no caso da transação não se realizar, visto que não se encontra uso alternativo para a manutenção do valor; além disso, maiores serão os riscos e problemas de adaptação e, conseqüentemente, os custos de transação.

Dentre as principais fontes tradicionais de especificidades de ativos estão as relacionadas à localização, físicos, de capital humano, de marca ou qualidade e de ativos dedicados. A tabela 02 apresenta as características de cada uma das fontes, além de exemplos:

Tabela 02 – Fontes de origem de especificidades de ativos

Tipos	Características	Exemplos
Localização ou Geográfica	Ativos estabelecidos que podem se tornar de difícil ou impossível transporte, perdendo valor no caso de deslocamento físico	Construção de uma subestação de distribuição de energia elétrica
Físico	Característica física que pode reduzir o valor do ativo em aplicações alternativas	Equipamentos sob encomenda
Marca ou Qualidade	Ativos de qualidade superior ou padrões de marca conseguidos através de inversão de capital (não físico e não humano) que se materializa na marca da firma	Investimentos em P & D, marketing e propaganda
Capital Humano	Conhecimento acumulado pelos indivíduos em algumas atividades, cuja aplicabilidade em uma outra atividade ou empresa é limitada	Mão-de-obra de laboratórios de pesquisa
Ativos dedicados	Investimentos em um único cliente: o retorno depende de transações com agentes específicos	Fornecedores de autopeças

FONTE: Elaborado pelo autor a partir de FIANI (2002) e ZYLBERSZTAJN (2000).

Cabe destacar a existência de um sexto tipo de especificidade de ativo, tipo este que não é destacado por WILLIAMSON, mas que nem por isso deixa de ser relevante. De acordo com MASTEN (1991), a especificidade temporal é aquela cujo valor do ativo é totalmente dependente do tempo, possuindo assim um período limitado de perecibilidade. Como exemplos deste ativo, pode ser destacado o jornal ou um produto agrícola perecível.

Por fim, é necessário dizer que dependendo do grau de presença dos atributos das transações citadas acima (frequência, incerteza e especificidade dos ativos), são criadas formas capazes de garantir a continuidade da transação, além de diminuir comportamentos oportunistas por parte de alguns agentes. De acordo com HIRATUKA (1997), estas seriam as relacionadas aos mercados, as hierarquias (integração vertical) e as estruturas híbridas.

Organizar as atividades econômicas por meio do mercado é viável e eficiente quando não há a presença de ativos específicos significativos e as adaptações autônomas

são suficientes, ou seja, quando parte da transação pode atuar eficientemente sem consultar a outra. Este tipo de coordenação refere-se à análise da teoria neoclássica, onde produtores e consumidores possuem estímulos autônomos para responder às mudanças de preços. Assim, poderiam procurar novos parceiros para transações, sem que isso implicasse em perdas monetárias.

Com o maior desenvolvimento das atividades econômicas e, por conseguinte, das transações, o aumento de investimentos em ativos específicos acaba por tornar-se uma realidade. Essa realidade acaba por reduzir a autonomia das partes envolvidas nas transações. Assim, as interações entre os agentes deixam de ser impessoais e instantâneas, como as realizadas no mercado, para serem caracterizadas por laços de dependência mútua, onde as relações entre estes agentes pode emergir situações tanto de conflito como de cooperação, segundo destacado por PONDÉ (1994).

A partir deste momento surge a necessidade de criação de hierarquias, fazendo com que determinados estágios da cadeia produtiva, tanto a montante como a jusante, sejam internalizados na firma. Para HIRATUKA (1997):

“... a hierarquia cria uma estrutura de autoridade interna que proporciona a resolução de conflitos contratuais de maneira mais rápida e estabelece uma conduta mais unificada entre os agentes participantes, o que diminui comportamentos oportunistas, por meio de mecanismos de controle e incentivos” (HIRATUKA, 1997, p. 22).

A terceira e última forma apresenta-se como um “meio-termo” entre as formas organizacionais anteriores. Trata-se, neste sentido, de uma forma híbrida que combina elementos do tipo mercado e tipo hierarquia. De acordo com HIRATUKA (1997), elas aparecem quando as partes da transação, embora mantenham autonomia, estão em ambientes em que existem ativos específicos relevantes. Assim, trata-se de uma relação de dependência bilateral.

No tocante a realidade da cadeia viti-vinícola gaúcha, as três formas destacadas são importantes (principalmente na análise da relação entre viticultores e agroindústria), conforme será apresentado no capítulo quinto.

2.3.2 Conexões entre a ECT e a competitividade de cadeias produtivas

A importância da análise da ECT, conjuntamente com a competitividade das cadeias produtivas, reside no fato de a primeira constituir-se em relevante suporte teórico para estudos de coordenação e gestão entre os segmentos que compõem uma determinada cadeia produtiva agroindustrial. Assim, analisando-se os elementos principais nas relações entre os segmentos de uma cadeia produtiva que podem tornar os custos de transação consideráveis ou não e, também, dificultar ou auxiliar a coordenação entre os agentes, o uso da ECT em nossa pesquisa permitirá, conjuntamente com outros fatores, apresentar os principais aspectos referentes à competitividade da cadeia produtiva viti-vinícola do RS.

Desta forma, destacar-se-á, primordialmente, as principais estruturas de governança adotadas nas relações entre os segmentos da cadeia, buscando-se avaliar os principais atributos destas transações e suas conseqüências sobre a competitividade da cadeia.

Finalmente, outro aspecto que não pode ser desprezado é que os distintos ambientes que compõem uma cadeia produtiva são fatores fundamentais na determinação das estruturas de governança entre os segmentos que fazem parte da cadeia, com influência direta sobre a coordenação, gestão e adaptação dos mesmos, o que em última análise afeta a competitividade da cadeia como um todo.

CAPÍTULO 03 – PANORAMA GERAL DA CADEIA VITI-VINÍCOLA

O objetivo do presente capítulo é apresentar o cenário geral da cadeia viti-vinícola, tanto em termos mundiais como no Brasil. Neste sentido, o capítulo está dividido em duas partes. Primeiramente destaca-se o panorama da viti-vinicultura mundial, englobando aspectos relativos aos principais países produtores de uvas e vinhos, exportações, importações, consumo, áreas, etc. Na segunda, o objeto de exposição é a atividade em termos de Brasil, utilizando-se variáveis semelhantes aquelas usadas na análise mundial.

3.1 A VITI-VINICULTURA NO MUNDO

3.1.1 Origens históricas e atualidade da viti-vinicultura

De acordo com GIOVANNINI (1999) o provável centro de origem paleontológico das videiras atuais seria a Groenlândia, onde se encontrariam os fósseis mais antigos. Para este autor, a videira se dispersou em duas direções: para o lado américo-asiático e para o lado euro-asiático. Assim, a presença da videira em diferentes regiões do globo terrestre proporcionou o desenvolvimento de diversas espécies e variedades adaptadas às diversas situações de clima e solo, fazendo com que hoje o vinhedo seja cultivado em praticamente todas as regiões do mundo.

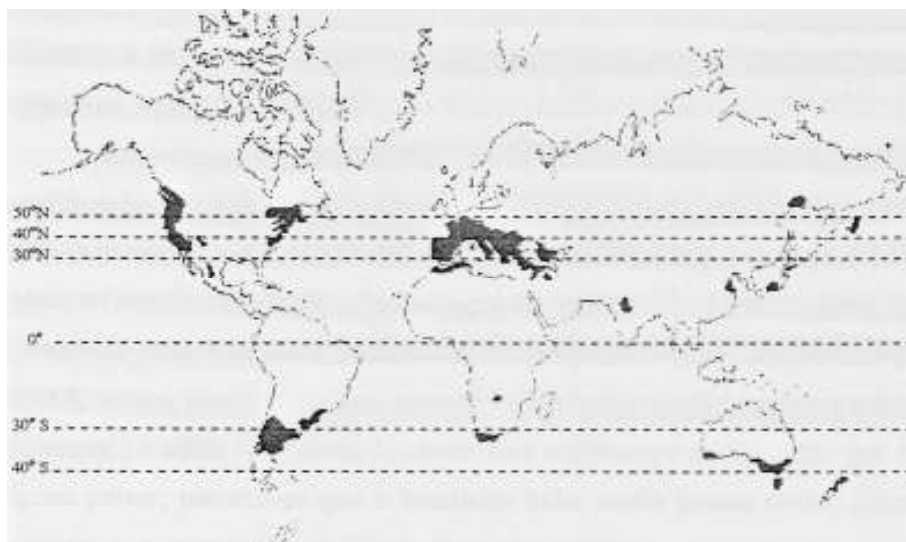
Segundo LAPOLLI et al. (1995) existem indicativos de que a uva era cultivada no Egito e nas ilhas do Mar Egeu ainda na Idade do Bronze (entre 1.500 a 3.000 a.c.); na Itália e em outras regiões da Europa seu cultivo é praticado desde a Idade do Ferro (entre 1.000 a 1.500 a.c.). Já o comércio de vinho representa uma atividade de grande relevância econômica desde a antiguidade. Segundo esse mesmo autor, os fenícios por volta de 1.500 a.c. percorriam o Mar Mediterrâneo transportando vinho nas regiões que hoje correspondem a Grécia, Itália e Espanha.

Atualmente, conforme dados de MARC & CASTILLO (2004), existem pelo menos cinquenta países produtores de vinho, sendo que quase todos eles exportam parte de suas produções. Um interessante aspecto a destacar é que o vinho sempre contém no seu rótulo,

além do país, a região de origem onde as uvas foram produzidas e, em muitos casos, até mesmo o nome dos vinhedos.

Como as condições climáticas ideais para o cultivo da videira são aquelas encontradas no clima temperado, entre os paralelos 30° e 50° norte e sul, observa-se que a Europa, Ásia e América do Norte (Hemisfério Norte) e América do Sul, África do Sul, Austrália e Nova Zelândia (Hemisfério Sul) são os lugares mais favoráveis ao cultivo das uvas. Tais regiões oferecem um equilíbrio adequado entre temperatura, chuva e exposição ao sol. Na figura 03 estão representadas as principais regiões vitícolas do mundo:

Figura 03 – Principais regiões vitícolas do mundo



FONTE: FERREIRA (2005).

3.1.2 Principais produtores e áreas de cultivo de vinhedos

a) Produção de uva

Levando-se em conta a análise do intervalo de 1995 a 2005, a produção mundial de uva apresentou crescimento expressivo. A tabela 03 apresenta os valores da produção mundial e dos principais países produtores:

Tabela 03 – Total mundial e principais produtores de uvas para o período de 1995 a 2005
(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
Austrália	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	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).

Comparando-se com os valores referentes a 1995, a produção mundial de uva em 2005 apresentou um crescimento de 18,9%, atingindo cerca de 66.500 milhões de toneladas. Além disso, neste último ano, os cinco maiores países produtores foram responsáveis por mais de 50% do total mundial da fruta.

A liderança na produção mundial coube, ao longo de todo período, a Itália, que produziu 9.256 milhões de toneladas no ano de 2005 (13,9% da produção mundial), vindo logo atrás a França, porém em valores razoavelmente menores, com 6.787 milhões em 2005, ou seja, 10,2% da produção global. Observando a evolução de seus percentuais, a Itália perdeu cerca de um ponto (possuía em torno de 15% no ano de 1995); já a França perdeu quase três, visto que tinha cerca de 13% do total mundial produzido de uvas em 1995. Isso é facilmente verificado quando se compara os valores dos dois países, que, ou

aumentaram pouco sua produção no período (Itália), ou perderam valores (França), num período em que a produção mundial teve crescimento em torno de 20%.

Depois de perder a terceira posição para a Espanha no ano de 2003, os Estados Unidos retomaram em 2004, permanecendo em 2005. Assim, os Estados Unidos são responsáveis por 9,6% do total (percentual que tinha também em 1995), tendo produzido 6.414 milhões no ano de 2005. Quanto à Espanha, este país apresentou comportamento não-uniforme ao longo dos anos, o que a colocou na quarta colocação, com 8,8% do total (5.879 milhões no ano de 2005). Mesmo assim, apresentou crescimento de cerca de três pontos na comparação com o ano de 1995, quanto tinha apenas 6% do total.

A quinta colocação é ocupada pela China, país que apresentou a maior evolução durante o período. Saindo de valores ao redor de 1,9 milhões de toneladas em 1995 (quando tinha cerca de 3,4% da produção global), o país asiático chegou a produção de quase 5,7 milhões no ano de 2005, produzindo atualmente 8,6% do total mundial da fruta. Estes números demonstram que o crescimento da China foi bem superior ao crescimento da produção total mundial.

Quanto aos países da América Latina, os maiores produtores de uva são a Argentina e o Chile. Apesar de uma redução inicial em relação aos valores de 1995 (neste ano ocupou a sexta colocação, possuindo cerca de 5,1% do total), a Argentina estabeleceu-se historicamente na oitava colocação entre os maiores produtores, com 2.365 milhões de toneladas no ano de 2005 (3,6% do total global). O Chile vem logo atrás, na nona posição, posição que ocupou nos sete anos apresentados do quadro, com 3,4% da produção mundial da fruta no ano de 2005, ou seja, 2,25 milhões de toneladas. Na comparação com os valores produzidos em 1995, este país apresentou grande evolução, visto que era responsável por pouco mais de 1,5 milhões de toneladas, o que correspondia a um percentual de 2,7%.

No que se refere ao Brasil, este produziu no ano de 2005 em torno de 1,8% da produção mundial, com pouco mais de 1,2 milhões de toneladas, estando na 13ª colocação do ranking dos maiores produtores mundiais. Em 1995 o Brasil estava apenas na 16ª posição, com cerca de 840 mil toneladas produzidas.

b) Produção de vinhos

A análise do desempenho ao longo dos últimos anos da produção global de vinhos mostra um comportamento não-uniforme. Entretanto, comparando-se os valores do período de 1996-1999 com os de 2004, houve um crescimento de quase 10%, com uma produção total no último ano de quase 29,5 bilhões de litros.

A tabela 04 contém a evolução ao longo dos anos de 1996 a 2004, além de destacar os principais países produtores mundiais de vinhos:

Tabela 04 – Total mundial e principais países produtores de vinhos para o período de 1996 a 2004 (em bilhões de litros)

Ano/País	1996-1999	2000	2001	2002	2003	2004
França	5,63	5,75	5,34	5,00	5,75	5,73
Itália	5,44	5,16	5,23	4,46	5,16	5,30
Espanha	3,42	4,17	3,05	3,66	4,17	4,31
Estados Unidos	2,04	2,15	1,92	2,03	2,33	2,01
Argentina	1,35	1,25	1,58	1,27	1,25	1,55
Austrália	0,74	0,81	1,03	1,15	0,80	1,38
Alemanha	1,00	0,99	0,90	0,99	0,98	1,00
África do Sul	0,78	0,69	0,65	0,72	0,69	0,93
Portugal	0,68	0,67	0,79	0,67	0,67	0,75
Chile	0,51	0,67	0,57	0,56	0,64	0,63
Sub-Total	21,59	22,31	21,06	20,51	22,44	23,59
Total Mundial	26,91	29,28	27,71	26,07	26,49	29,46

NOTA 01: Os valores de 1996 a 1999 foram colocados de acordo com uma média para cada ano.

NOTA 02: Todos os valores foram arredondados em duas casas para menos.

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

Países de tradição secular na viti-vinicultura mundial, França e Itália lideram com folga a produção mundial de vinhos, entretanto os mesmos apresentaram perdas percentuais ao longo dos últimos anos. No período entre 1996 e 1999, a produção francesa representava cerca de 21% do total mundial (5,63 bilhões de litros); em 2004 apenas 19,5% (5,73 bilhões), com um pequeno crescimento quantitativo, porém bem inferior proporcionalmente ao apresentado pela produção global. Já a produção italiana, que era responsável por 20,2%

do total mundial da bebida entre 1996 e 1999 (5,44 bilhões de litros), caiu para 18% deste total (5,30 bilhões) em 2004.

O terceiro maior produtor de vinho no mundo é a Espanha, com cerca de 4,3 bilhões de litros produzidos para o ano de 2004 (14,6% do total). Este país apresenta crescimento percentual de dois pontos em relação ao período 1996-1999, quando possuía 12,6% da totalidade, ou seja, cerca de 3,4 bilhões de litros produzidos.

Mesmo com as perdas percentuais francesas e italianas nos últimos anos, observa-se que a soma dos três maiores países produtores de vinho (França, Itália e Espanha) correspondiam a mais da metade da produção mundial (51% em 2004).

Com valores bem menores de produção, temos na seqüência, respectivamente, os Estados Unidos, com cerca de dois bilhões de litros produzidos em 2004 (equivalente a 6,8% do total), a Argentina com 1,55 bilhões (5,3%), a Austrália, que produziu 1,38 bilhões no mesmo ano (4,7%), Alemanha (um bilhão ou 3,4%), África do Sul (0,93 bilhões ou 3,2%) e, por fim, Portugal, com produção de 0,75 bilhões (2,5%). Comparando com os percentuais obtidos no período compreendido entre 1996 e 1999 com os de 2004, percebe-se que os Estados Unidos perderam cerca de um ponto percentual (tinha 7,6% anteriormente), a Argentina manteve quase intactos seus percentuais, a Austrália ganhou dois pontos (tinha 2,7%), e a Alemanha, África do Sul e Portugal mantiveram-se praticamente estáveis.

No que se refere à distribuição da produção por continentes, a Europa contribuiu com cerca de 70% da produção mundial de vinhos, a América em torno de 16%, a Oceania com 5,1 %, a Ásia 4,5% e a África teve 3,7% dos totais referentes ao ano de 2004 (OIV e FAO).

c) Principais áreas de cultivo de vinhedos

Em relação às áreas cultivadas, o comportamento das últimas décadas é de redução das áreas de vinhedos no mundo. Enquanto entre os anos de 1976 e 1985 o total de áreas plantadas se situava em torno de 10 milhões de hectares, entre 1986 e 2000 houve uma redução de 25%, chegando a aproximadamente oito milhões. Atualmente existiriam em torno de 7,9 milhões de hectares no mundo, segundo dados da OIV para o ano de 2005.

Entre os principais países, a Espanha possuía a maior superfície de vinhedos no ano de 2005, com cerca de 1,15 milhão de hectares (14,8% do total das áreas). A seqüência entre as grandes áreas de plantio (OIV) destaca a França (890 mil hectares ou 11,2% do total), Itália (847 mil ou 10,7%), Turquia (570 mil ou 7,2%), China (487 mil ou 6,1%), Estados Unidos (399 mil ou 5%), Irã (296 mil ou 3,7%) e Portugal (250 mil ou 3,2%).

Já entre os latino-americanos, destacam-se a Argentina, com 2,7% do total global (217 mil hectares), e o Chile, com 2,4% (191 mil hectares), segundo dados da OIV referentes a 2005.

Entre os continentes em que estão situadas as plantações de vinhedos destaca-se a Europa, com 59% do total das áreas e a Ásia, com 22%. Na seqüência aparecem, respectivamente, a América, com 12%, a África, possuindo 5% do total e a Oceania, dona de 2% do total mundial no ano de 2005.

Entre as principais variedades plantadas no mundo para vinhos finos estão, para a produção de vinhos tintos, a Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Gamay, Merlot, Syrah, Tempranillo, entre outras; já para a produção de vinhos brancos destacam-se as variedades Chardonnay, Riesling, Sauvignon Blanc, Semillon, etc. Para a produção de vinhos comuns, elaborados a partir de variedades americanas ou híbridas (mais resistentes a pragas e outras moléstias), estão as variedades Concord, Isabel, Niágara, Herbemont, entre outras.

3.1.3 Consumo global, perspectivas e consumo *per capita* de vinhos

O consumo global de vinho mantém-se razoavelmente estabilizado ao longo dos últimos anos. Após alcançar patamares de quase 30 bilhões de litros consumidos anualmente entre 1976 a 1985, estes valores começam a cair a partir de 1986, segundo dados da OIV. A partir de então os mesmos se mantêm estabilizados entre 22 e 24 bilhões de litros. No ano de 2003 o consumo total foi de 23,4 bilhões de litros de vinho; já em 2004 um pequeno acréscimo fez esse valor chegar a 23,6 bilhões. Comparando com os totais produzidos anualmente, constata-se que há excesso de estoques da bebida, com sérias conseqüências para o mercado mundial de vinhos.

De acordo com a OIV, a participação entre os continentes no total consumido no ano de 2004 apresentou a Europa, com 16,1 bilhões (68,4% do total); a América, com 4,77

bilhões (20,2%); Ásia com 1,58 bilhões (6,7%); África com 0,61 bilhões (2,6%) e a Oceania, absorvendo 0,52 bilhões de litros (2,2% do consumo global).

Os países com maior consumo de vinhos em 2004 eram a França, com cerca de 3,4 bilhões de litros por ano (14,4% do total); Itália, com cerca de 2,8 bilhões (11,9%); Estados Unidos, com aproximadamente 2,5 bilhões (10,6%); Alemanha, com dois bilhões de litros por ano (8,5%); Espanha que consumiu 1,4 bilhões (6%); China e Reino Unido, estes dois últimos com consumo em torno de 1,1 bilhões (4,7% do total cada um). Entre os latino-americanos o principal consumidor é a Argentina, com pouco mais de um bilhão em 2004.

Entre os fatores que foram importantes para a redução citada acima no consumo mundial de vinhos a partir de 1986 estariam as campanhas anti-alcoolismo (VITAL et al., 2004), além de mudanças nos hábitos dos consumidores mundiais, como uma redução do consumo em termos quantitativos e um aumento qualitativo (MELLO, 2002). Em relação a este último, isso significa dizer que o consumidor mundial de vinhos estaria buscando cada vez mais produtos com maior qualidade, ao invés de apreciarem a bebida somente pensando em sua quantidade. Claro que este último fator citado ainda é muito importante, mas a busca por vinhos qualificados aumentou muito nas últimas décadas, acompanhando a tendência mundial de busca cada vez maior de produtos elaborados com mais higiene, matérias-primas adequadas e selecionadas, entre outros.

Observando-se o consumo *per capita* dos países tradicionais, há uma tendência de retração no consumo. Tal constatação é feita por MARC & CASTILLO (2004) quando da análise da França, onde destacam que em 1954 o consumo *per capita*/ano situava-se em 154 litros, estando atualmente ao redor de 60 litros.

O país de maior consumo *per capita* de vinhos no mundo é Luxemburgo, com mais de 60 litros por pessoa para os anos de 2002 e 2003. Este país apresentou crescimento nos seus valores de cerca de cinco litros em relação aos valores de 2001.

Na seqüência aparecem, respectivamente, a França e Itália. Para o ano de 2003 o consumo *per capita* no primeiro foi de 58,2 litros por ano; já no segundo, de 53,4 litros. Entretanto, quando se compara os valores de 2003 com os obtidos em 1997, vê-se que a França perdeu cerca de 2,5 litros em seu consumo *per capita*/ano, enquanto a Itália apresentou um consumo da mesma ordem.

A tabela 05 apresenta, além dos já citados, outros países de grande consumo *per capita* de vinhos no mundo:

Tabela 05 – Principais países consumidores de vinhos para o período de 1997 a 2003 (em litros *per capita/ano*)

Ano/País	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Luxemburgo	-	-	-	-	58,0	63,4	63,3
França	60,6	61,8	59,9	58,2	56,9	56,1	58,2
Itália	53,7	55,4	54,9	53,5	52,4	48,2	53,4
Portugal	52,5	50,7	50,6	45,9	46,8	46,3	50
Croácia	48,7	48,1	46,2	45,4	44,7	48,2	47
Suíça	40,5	40,6	41,1	43,1	42,9	42	40,7
Espanha	36,2	36,6	35,1	34,5	34,8	34,1	34,6
Hungria	29	29,2	31,6	31,5	32,1	34,8	34,3
Argentina	37,5	35,1	34,3	33,7	32,1	31,6	33,7
Uruguai	33,1	34,4	32,8	28,3	29,2	24	32,6
Dinamarca	30,2	30,1	29,5	30,5	33,2	31,9	31,5
Eslovênia	50,1	40,1	27,4	34,3	30,2	30,2	31,1
Áustria	30,9	30,6	30,9	30,6	28,3	29,6	29,5
Alemanha	22,9	23,1	24	24,5	24,3	24,6	23,6
Grécia	25,2	27,2	28,2	26,2	26,9	22,1	23,3
Romênia	26,8	24	25,9	23,2	21	22,2	21,9
Chile	13,1	18,3	19	14,9	14,6	14,7	15

NOTA: Referente aos anos onde é grafado (-) os valores não foram calculados
 FONTE: UVIBRA e BRDE (2005).

A seqüência entre os grandes consumidores *per capita* tem Portugal (50 litros em 2003), Croácia (47 litros), Suíça (40,7 litros), Espanha (34,6 litros), Hungria (34,3), Argentina (33,7 litros e principal latino-americano consumidor *per capita* de vinhos) e Uruguai (32,6 litros), entre outros países. Todos estes países não apresentaram grandes alterações em relação ao seu consumo em 1997, com exceção da Hungria, que cresceu cerca de cinco litros, e a Argentina, que perdeu em torno de quatro litros.

Outro país latino-americano de grande consumo *per capita* de vinhos é o Chile, com 15 litros em 2003. Este país apresentou um crescimento de quase dois litros ao longo do período destacado.

Já o Brasil apresenta consumo *per capita* bem inferior aos três países latino-americanos citados, com valores históricos entre 1,5 e dois litros ao longo dos últimos anos, segundo Mello (2005 e 2006).

Entre os fatores que explicam os grandes diferenciais nas taxas de consumo *per capita* do Brasil com outros países latino-americanos, como Chile, Uruguai e a Argentina estariam, de acordo com o enólogo francês Michel Rolland (entrevista a Revista Amanhã - 2004), a cultura brasileira, onde destaca que o Brasil não tem uma cultura muito antiga de consumo (ao contrário dos países acima).

Referente a outras bebidas, destaca-se o elevado consumo *per capita* de cerveja (47 litros por pessoa ao ano) e cachaça (7,5 litros) no Brasil, o que confirma a tese do fator cultural estar por trás do baixo consumo de vinhos no país, ainda mais quando se sabe que cerca de 80% da produção nacional de vinhos são do tipo comum ou de mesa, que possuem preços semelhantes aos das bebidas citadas acima.

No tocante ao consumo de vinhos finos (produtos de maior valor agregado), este sofre efeitos da brutal concentração de renda no país, o que dificulta enormemente o acesso a esse tipo de vinho. Além disso, de modo geral, o consumo de vinhos finos nacionais é dificultado pela resistência do consumidor brasileiro a bebida de origem nacional, além de outros fatores que serão destacados ainda na presente dissertação.

3.1.4 Exportação e Importação

a) Exportação e Importação de uvas

Observando-se o período que vai de 1995 até 2004, a exportação mundial de uvas apresentou um crescimento percentual ao redor de 60%, saindo de valores em torno de 1,9 bilhão para mais de três bilhões no último ano, quando nove países foram responsáveis pela exportação de quase 80% deste total.

O maior país exportador de uvas é o Chile, com 22,6% do total mundial no ano de 2004 (quase 700 mil toneladas), tendo assumido esta posição da Itália no ano de 2002. Mesmo com um aumento da exportação total mundial de mais de um 1,1 bilhões de toneladas ao longo do período destacado acima, o Chile manteve-se com um percentual de

22,5 a 23% do total (em 1995 correspondia a 23,1% do total), motivado pelo crescimento de mais de 56% em suas quantidades exportadas no período 1995-2004.

Entre os fatores que explicam o grande crescimento dos valores chilenos na exportação da fruta está a produção de uvas sem sementes, condição preponderante para a inserção em mercados como a Europa e os Estados Unidos. Comparativamente ao Brasil, a produção e exportação de uvas sem sementes no Chile é mais antiga, visto que no primeiro os estudos para a produção de uvas deste tipo começaram a ser desenvolvidos pela Embrapa apenas em meados da década de 1990, com resultados nos valores exportados somente nos últimos anos. Outro aspecto relevante é a realização de acordos bilaterais por este país, que também contribuiu, entre outros fatores, para este crescimento em suas exportações.

A tabela 06 destaca a evolução do total exportado mundialmente, além dos principais países exportadores:

Tabela 06 – Total mundial e principais países exportadores de uvas no período de 1995 a 2004 (em toneladas)

	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Chile	442.818	676.474	630.771	654.932	888.483	693.206
Itália	470.561	624.783	667.500	480.562	513.278	465.593
Estados Unidos	264.186	345.993	346.031	370.949	366.174	391.398
África do Sul	101.923	186.413	180.104	207.491	198.264	237.110
Turquia	25.228	64.873	79.294	76.886	98.729	159.310
Holanda	64.025	91.059	67.469	92.381	128.838	136.718
México	79.375	115.414	97.739	129.011	166.757	120.010
Espanha	91.091	107.638	96.355	106.761	122.911	97.337
Uzbequistão	0	91.485	30.900	20.620	31.294	90.055
Sub-Total	1.539.207	2.304.132	2.196.163	2.139.593	2.514.728	2.390.737
Total Mundial	1.917.082	2.813.746	2.746.739	2.713.575	3.118.003	3.064.169

FONTE: FAO (2006).

Aparecendo em segundo lugar, a Itália exportou em 2004 cerca de 465 mil toneladas. Observando os percentuais italianos em relação ao total exportado, o país

Europeu perdeu quase dez pontos nos últimos dez anos, visto que em 1995 era responsável por cerca de 24,5% do total; já em 2004 apenas 15,2% do total global.

Logo a seguir aparece os Estados Unidos, com exportações em 2004 de cerca de 391 mil toneladas. Este país apresentou uma pequena queda nos seus percentuais, visto que o crescimento de suas vendas foi um pouco menor que o crescimento apresentado pelo crescimento global das exportações. Assim, em 1995 a exportação norte-americana representava cerca de 13,8%; em 2004 atingiu 12,8% do total exportado. A quarta posição coube a África do Sul, que apresentou nível de crescimento das exportações superior ao do total global, exportando 7,7% do total mundial de uvas (cerca de 237 mil toneladas em 2004). Em 1995 o país havia exportado cerca de 5,3%.

O grande destaque na evolução das quantidades (e por conseqüência nos percentuais) é representada pela Turquia, atualmente na quinta colocação entre os maiores exportadores. Saindo de valores em torno de 25 mil toneladas no ano de 1995 (percentual de 1,3% neste ano), o país sextuplicou sua exportação no período, atingindo 160 mil toneladas de uva, o que correspondeu a um percentual de 5,2% do total exportado globalmente em 2004.

Em relação aos sul-americanos, destaca-se ainda a Argentina. Embora não aparecendo no quadro, cabe registrar que o país situa-se tradicionalmente entre a 10ª e a 15ª posição, tendo atingido a marca de 47.828 toneladas exportadas de uva em 2004 (1,6% do total). Na comparação dos valores de 2004 com o apresentado em 1995 há uma grande evolução, visto que o país exportava apenas 0,5% do total mundial neste último ano, com apenas 8.805 toneladas. Já o Brasil não se situa na lista dos vinte maiores exportadores mundiais de uva em relação às quantidades exportadas até 2004 de acordo com a FAO.

A importação mundial de uvas, comparativamente aos anos de 1995 até 2004, apresentou uma expressiva elevação em seus valores. Para o ano de 2004 chegou-se a um valor de quase três milhões de toneladas, valor este superior em mais de um milhão comparativamente a 1995. Em 2004, os cinco países principais países importadores foram responsáveis por cerca de 50% do total deste comércio.

O grande importador mundial de uvas é os Estados Unidos, com cerca de 16% do total importado em 2004 (pouco mais de 471 mil toneladas). Comparando com os percentuais de 1995, este país perdeu cerca de três pontos (naquele ano importou 18,9% do

total global). Mesmo que atualmente esteja em terceiro lugar no ranking do total de produção da fruta, de acordo com os dados referentes ao ano de 2005, este país encontra-se nesta posição devido ao fato de que sua população possui um elevado grau de consumo, além de a importação servir para o preenchimento de mercados onde a produção local não consegue atender a demanda existente, visto que este país se situa também como grande exportador mundial de uvas (terceiro colocado no ano de 2004). Assim, na entressafra este país importa a fruta do Chile e da África do Sul principalmente.

A tabela 07 destaca o total mundial importado, além dos principais importadores:

Tabela 07 – Total mundial e principais países importadores de uvas no período de 1995 a 2004 (em toneladas)

Anos/Países	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Estados Unidos	349.666	469.510	406.651	444.786	482.486	471.253
Alemanha	319.569	349.067	331.914	289.474	323.111	336.478
Rússia	28.170	71.542	97.787	99.746	154.468	257.547
Reino Unido	114.279	158.319	169.343	195.000	202.181	225.251
Canadá	147.050	157.823	142.320	163.721	167.201	170.225
Holanda	99.889	133.851	117.648	135.420	185.802	161.323
Bélgica	77.215	105.261	99.760	95.446	96.202	95.109
Hong Kong	54.691	97.633	86.583	110.398	88.452	86.910
Sub-Total	1.190.529	1.543.006	1.452.006	1.533.991	1.699.903	1.804.096
Total mundial	1.847.111	2.608.875	2.542.243	2.583.378	2.800.524	2.926.163

FONTE: FAO.

Logo atrás do líder histórico aparece a Alemanha, com importações razoavelmente mantidas estáveis ao longo do período, o que a fez perder cerca de seis pontos percentuais, visto que o crescimento do total das importações globais no período de 1995 a 2004 foi de mais de 58%. Neste sentido, para o ano de 2004, o país europeu foi responsável por cerca de 11,5% do total mundial importado da fruta (pouco mais de 336 mil toneladas).

Importante é constatar que a Alemanha, mesmo não se destacando entre os grandes produtores mundiais de uva, é um dos principais produtores de vinho do mundo (estando entre os 10 maiores produtores mundiais com cerca de um bilhão de litros por ano historicamente). Isto demonstra que, em parte, o país compra a fruta no mercado externo

para abastecer seu segmento de transformação (agroindústria). Além disso, é importante destacar que a importação de uva na Alemanha é relacionada também ao atendimento das necessidades de consumo *in natura* de seus habitantes.

A Rússia se destaca como o país que mais aumentou a importação nos últimos anos, saindo de pouco mais de 28 mil toneladas em 1995 (cerca de 1,5% do total mundial) para mais de 250 mil no ano de 2004, o que corresponde a 8,8% do total global, crescendo desta forma mais de sete pontos percentuais ao longo dos últimos dez anos.

Na seqüência aparece o Reino Unido, com crescimento de 1,5 pontos percentuais comparando 1995 e 2004, importando cerca de 225 mil toneladas (7,7% do total global em 2004), e o Canadá, na quinta posição, com 5,8% (pouco mais de 170 mil toneladas). Este último país apresentou reduções de dois pontos em seus percentuais, visto que em 1995 importava 8% do total mundial.

b) Exportação e Importação de vinhos

A exportação mundial de vinhos vem crescendo nos últimos anos de forma consistente, segundo destacam estatísticas da OIV e da FAO. Situadas em torno de 5,4 bilhões de litros no ano de 1995, no ano de 2004 foram exportados mais de 7,75 bilhões, o que representou um crescimento percentual de 43% em um período de apenas dez anos.

Itália e França são os grandes exportadores de vinhos no mercado mundial em volume de litros. Os dois países detiveram cerca de 18,5% do total de vinhos exportados no ano de 2004 (mais de 1.435 milhões de litros cada um). Entretanto, comparando com os valores de 1995, a Itália perdeu mais de dez pontos percentuais (possuía 29,2% do total), visto que reduziu seus valores totais exportados, além do comportamento do total global ter tido um grande crescimento, o que comprimiu ainda mais os valores percentuais italianos. Já a França também apresentou perdas percentuais, porém em patamares bem menores (tinha 21% em 1995). Assim, mesmo com a evolução do seu total exportado em quase 300 milhões de litros, não conseguiu acompanhar o percentual de crescimento global.

A tabela 08 destaca os principais exportadores mundiais de vinho no período de 1995 a 2004, além do total exportado globalmente:

Tabela 08 – Total mundial e principais países exportadores de vinhos no período de 1995 a 2004 (em milhares de litros)

Anos/Países	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Itália	1.583.203	1.467.532	1.537.064	1.518.682	1.280.200	1.435.898
França	1.139.634	1.482.513	1.551.660	1.536.883	1.496.243	1.435.043
Espanha	626.047	777.302	904.986	901.638	1.175.810	1.352.196
Austrália	114.080	310.885	376.154	471.505	536.467	646.121
Chile	128.962	402.351	486.717	344.227	391.000	468.207
Estados Unidos	132.874	276.943	284.356	266.239	323.330	387.382
Portugal	155.262	187.551	160.072	206.739	305.522	312.802
Alemanha	230.151	241.437	237.166	237.471	270.023	271.316
África do Sul	129.459	170.000	165.129	210.432	232.924	261.350
Sub-Total	4.239.672	5.316.514	5.703.304	5.693.816	6.011.519	6.570.315
Exportação Total	5.422.915	6.085.596	6.457.780	6.723.385	7.295.110	7.751.268

FONTE: FAO e OIV.

A terceira colocação na lista de grandes exportadores mundiais de vinhos cabe a Espanha, com 17,4% do total mundial, ou seja, pouco mais de 1,35 bilhões de litros em 2004. O país ibérico mais do que duplicou suas vendas externas ao longo dos últimos anos, o que o fez ganhar quase seis pontos percentuais. Em 1995 o país foi responsável por cerca de 11,5% das exportações mundiais, com 626 milhões de litros.

Logo na seqüência, porém em valores bem menores, aparecem, respectivamente, a Austrália, com crescimento espetacular no período (mais de 500 milhões de litros), o que a fez crescer mais de seis pontos percentuais, atingindo 646 milhões de litros exportados, o que correspondeu a 8,3% do total global no ano de 2004 e o Chile, com crescimento muito expressivo, porém inferior ao australiano, com quase 470 milhões de litros em 2004 (6% do total global). Em 1995 o Chile era responsável por apenas 2,4% do total mundial exportado.

Outro país sul-americano de destaque na relação dos maiores exportadores mundiais é a Argentina. Embora não presente no quadro, este país mantém-se, tradicionalmente, entre a 11ª e a 15ª posição entre os grandes exportadores. No intervalo dos anos de 2001 a 2004, o país exportou em média 135 milhões de litros de vinho por ano para o mercado

externo, segundo dados da FAO. Já o Brasil não constou na lista dos vinte maiores exportadores mundiais durante o mesmo período.

As exportações mundiais da bebida tornaram-se ainda mais concentradas no período: em 1995 nove países eram responsáveis por cerca de 78% do total, já em 2004 estes mesmos países detinham quase 85% das exportações, como pode ser observado.

De modo geral, um interessante aspecto a ser destacado na evolução das exportações de vinhos deve-se ao aumento da participação dos denominados “vinhos do Novo Mundo”, ou seja, de países de tradição mais recente. Segundo NOVAVOSKI & FREITAS (*apud* BRDE, 2005), enquanto as exportações dos vinhos europeus cresceram em torno de 20% nos últimos vinte anos, países não tradicionais na cadeia, como Estados Unidos, Austrália, Argentina e Chile tiveram um aumento de mais de 50% no mesmo período. Este movimento pode ser percebido também na análise do quadro anterior.

Quanto à importação de vinho no mercado mundial e seus principais países, a tabela 09 destaca sua evolução, ainda relacionada ao período de 1995 a 2004:

Tabela 09 – Total mundial e principais países importadores de vinhos no período de 1995 a 2004 (milhares de litros)

Anos/Países	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Alemanha	877.082	992.225	1.126.787	1.170.961	1.190.564	1.304.256
Reino Unido	639.415	887.803	994.339	1.027.038	1.133.991	1.297.578
Estados Unidos	275.331	447.940	468.794	552.140	608.245	641.477
Rússia	469.302	162.346	256.615	298.380	416.361	505.125
França	600.029	435.013	511.113	452.827	469.583	472.765
Holanda	188.308	201.365	244.920	281.686	325.884	318.844
Bélgica	-	255.236	244.616	276.281	266.973	280.094
Canadá	147.728	235.757	238.815	243.746	269.710	266.845
Sub-Total	3.197.195	3.617.685	4.085.999	4.303.059	4.681.311	5.086.984
Total Importado	4.482.259	5.687.214	6.118.247	6.501.009	6.946.850	6.460.700

NOTA: Onde está grafado (-) não foram encontrados os dados.

FONTE: FAO e OIV.

O crescimento no total importado de vinhos no mundo foi de 44% nos últimos dez anos, saindo de quase 4.500 milhões de litros em 1995 para 6.460 milhões no ano de 2004. Já a soma dos quatro maiores países importadores destaca que os mesmos são responsáveis por 58% do total importado globalmente.

A liderança entre os países importadores coube a Alemanha, com mais de 1,3 bilhão de litros em 2004, ou seja, cerca de 20,2% do total. Este país mantém-se em primeiro lugar em todos os anos de análise, aumentando ano a ano os volumes importados, com crescimento de quase 50% nos valores entre os anos de 1995 a 2004. Em 1995 a Alemanha importou quase 880 milhões de litros, o que correspondeu a 19,6% do total naquele ano.

A vice-liderança coube ao Reino Unido (com cerca de 20% do total), o que correspondeu a quase 1.300 milhões de litros em 2004. Comparativamente ao intervalo 1995-2004, este país cresceu seus volumes de forma superior a Alemanha, agregando mais de 600 milhões de litros, visto que tinha importado cerca de 640 milhões em 1995, o que correspondeu a 14,2% naquele ano.

A terceira colocação entre os grandes importadores de vinho é preenchida pelos Estados Unidos (641 milhões de litros em 2004 ou 10% do total), porém em valores que representaram pouco menos que a metade do país líder no mesmo ano. Este país também apresentou grande crescimento percentual no período (tinha apenas 6,1% em 1995), quando havia importado 275 milhões. Na quarta posição aparece a Rússia, porém com um pequeno crescimento quantitativo, acabou por perder valores percentuais: tinha 10,5% em 1995 (469 milhões de litros) e em 2004 apenas 7,8%, o que correspondeu a 505 milhões.

Finalmente, quanto ao total importado por continente, cabe registrar que a Europa é o principal mercado de destino das importações, englobando quase 80% do total mundial segundo dados da OIV do ano de 2004. Na seqüência temos a América, responsável por 15% das importações, a Ásia, com 4%, África, 3% e a Oceania, possuidora de apenas 1% do total importado de vinhos no mundo. Esses números demonstram que, em grande parte, o destino do vinho exportado pela Europa é ela mesma, pelo fato de que, como já citado, os europeus são responsáveis pela exportação de cerca de 73% das exportações globais.

3.2 A VITI-VINICULTURA NO BRASIL

3.2.1 Origens históricas e evolução no território brasileiro

Segundo GIOVANNINI (1999), a videira teria sido introduzida no Brasil por Martim Afonso de Souza no ano de 1532 na Capitania de São Vicente, atual Estado de São Paulo. A origem destas primeiras videiras seria a Ilha da Madeira. Em 1535 a videira teria sido plantada em Pernambuco e na Bahia; já em 1551 Brás Cubas teria produzido o primeiro vinho em território brasileiro, no planalto de Piratininga (São Paulo).

Entretanto, apesar do plantio em diversas áreas brasileiras ao longo dos séculos, é somente com a chegada dos imigrantes italianos, a partir de 1875, que começaria de forma evidente a atividade viti-vinícola no país, fazendo com que a produção sistemática de uvas e vinhos apresentasse uma maior escala de produção e comercialização ao longo dos tempos, ampliando os mercados consumidores e, conseqüentemente, as áreas de plantio e posteriormente da agroindústria em solo nacional.

Desta forma, TONIETTO (2003) propõe o seguinte período evolutivo para o desenvolvimento da atividade viti-vinícola no Brasil, contido na tabela a seguir:

Tabela 10 – Períodos evolutivos da viti-vinicultura brasileira

	1º período	2º período	3º período	4º período
Período	Décadas 1870-1920	Décadas 1930-1960	Décadas 1970-1990	Anos 2000 (fase de transição)
Geração dos vinhos	1ª geração	2ª geração	3ª geração	4ª geração
Estágio	Implantação da viti-vinicultura	Diversificação de produtos	Incremento de qualidade	Identidade para o vinho brasileiro
Vinhos	Vinhos de Americanas	Vinhos de Híbridos e de Viníferas	Vinhos Varietais	Vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas

FONTE: TONIETTO (2003).

Depois do período de implantação da atividade em termos comerciais, principalmente a partir da chegada dos imigrantes italianos, a viti-vinicultura nacional evoluiu em direção de um maior desenvolvimento econômico e técnico no decorrer do século XX. Os anos de 1930 a 1960 se caracterizariam pela diversificação dos produtos,

com plantio das vinhas híbridas e viníferas, estas últimas mais próprias para a produção de vinhos finos, produtos de maior valor agregado.

Já as décadas de 1970 até os anos 1990 se caracterizaram por um período de incremento de qualidade na viti-vinicultura nacional, com investimentos de grandes empresas estrangeiras na produção de uvas e vinhos, principalmente no Rio Grande do Sul. Neste período houve uma continuidade da tendência de aumentar a área cultivada com uvas viníferas, além da utilização de tecnologias mais modernas na elaboração do vinho, segundo destacado em BRDE (2005). Assim, houve uma maior profissionalização da viti-vinicultura brasileira, além da abertura de novos segmentos dentro do mercado nacional.

Após 2000, a viti-vinicultura nacional estaria passando por uma fase de transição, caminhando para a produção em maior escala de vinhos de qualidade fabricados em, por exemplo, áreas de procedência determinadas. Assim, estaria ocorrendo uma busca da identificação nacional para os produtos brasileiros. A filiação do Brasil a OIV em 1995 representou um dos passos dessa tendência, devido a busca cada vez maior de adequação constante das atualizações normativa, comercial e tecnológica vigente na cadeia internacional que este ingresso sujeitou ao país, de acordo com Dias (2003).

A busca de uma identificação maior do produto brasileiro viti-vinícola teve até o momento como um de seus principais pilares a primeira indicação de procedência geográfica (IPG) de vinhos do Brasil, reconhecida no ano de 2002 através da aprovação do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). O “Vale dos Vinhedos”, região de cerca de 81 quilômetros quadrados entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, no estado do Rio Grande do Sul, foi a primeira área. Outras regiões viti-vinícolas brasileiras começam a se articular na busca deste objetivo também, visto que a obtenção de uma distinção deste porte é interessante no sentido de que:

“A certificação de origem possibilita de um lado, o reconhecimento na esfera mundial do vinho brasileiro, posto que passa a ter maior prestígio e notoriedade nos mercados nacional e internacional. Evidentemente, há a abertura de novos mercados e, principalmente, a difusão da imagem positiva e qualitativa do vinho brasileiro. Com esta certificação, estamos identificando e valorizando um *terroir*¹ brasileiro, e em nível nacional, promovendo e estimulando que esta conquista se estenda para as demais regiões produtoras de vinhos finos do país” (MIOLO *apud* DAL PIZZOL, 2004, p. 96 e 97).

¹ De acordo com Souza, o termo *terroir* “... em viti-vinicultura significa a terra. Designa fatores geográficos, incluindo os fatores naturais (clima, relevo, etc) e humanos, como as técnicas da produção utilizadas no manejo do solo” (SOUZA, 2005, pág. 101).

No mês de fevereiro de 2007 a União Européia (UE) reconheceu a indicação geográfica de procedência do vinho produzido do Vale dos Vinhedos, tornando-se, neste sentido, no primeiro produto brasileiro a receber tal chancela. De acordo com o Jornal Correio do Povo (03 de fevereiro de 2007) a importância desta medida consiste no fato de que:

“... os vinicultores não dependem mais da interpretação de cada país europeu sobre o acordo anterior firmado na Organização Mundial do Comércio (OMC) para atestar a origem da produção. A chancela da UE dá as vinícolas do Vale a garantia de que seus vinhos serão aceitos sem questionamento. Além disso, poderão ser exportados para a UE com informações no rótulo como safra, variedade vinífera e localidade” (JORNAL CORREIO DO POVO, fevereiro de 2007).

Outro fato marcante do último período da viti-vinicultura brasileira são as novas áreas de plantio, com destaque principalmente para o forte pólo viti-vinícola instalado na Região Nordeste. Tendo como representantes os estados de Pernambuco e Bahia (Vale do São Francisco), as novas áreas já se destacam como o principal canal de exportação da uva de mesa nacional, além de mais recentemente estarem investindo no plantio de uvas viníferas, com bons resultados na produção de vinhos finos e espumantes.

De acordo com informação apresentada no 1º *Workshop* Fenavinho Brasil (Bento Gonçalves/RS – fevereiro de 2007), o Vale do São Francisco é responsável pela produção e exportação de 98% da uva de mesa brasileira (mais de quatro milhões de quilos em 2005), além de ter produzido no mesmo ano cerca de sete milhões de litros de vinhos finos, o que corresponderia a 15% da produção nacional deste tipo de vinho (valores estimados). Neste sentido, o pólo do Nordeste se consolidou como o segundo na produção de vinhos finos, ultrapassando estados tradicionais como Santa Catarina e São Paulo.

3.2.2 Áreas de plantio e estados produtores de uvas

Em virtude da grande diversidade ambiental do Brasil, inúmeros são os estados em que há o plantio de vinhedos. Neste sentido, a viti-vinicultura vem se desenvolvendo na maioria das regiões brasileiras nos últimos anos.

A tabela 11 mostra as principais áreas de plantio nos estados brasileiros:

Tabela 11 – Principais áreas plantadas nos estados e total brasileiro para o período de 1996 a 2005 (em hectares)

Estado / Ano	1996	1998	2000	2002	2003	2004	2005
Rio Grande do Sul	34.056	34.875	34.140	36.681	38.533	40.351	42.450
São Paulo	9.504	11.530	10.425	12.152	12.397	11.990	10.906
Paraná	4.264	5.259	5.758	6.405	5.652	5.817	5.603
Pernambuco	2.174	2.480	2.946	3.365	3.423	4.704	4.872
Santa Catarina	2.876	3.044	3.016	3.514	3.671	3.949	4.224
Bahia	2.221	2.414	2.238	2.732	3.356	3.407	3.685
Minas Gerais	527	717	804	950	907	917	936
Sub-Total	55.622	60.319	59.327	65.799	67.939	71.135	72.676
Total Brasil	55.916	60.721	59.788	66.300	68.461	71.640	73.222

FONTE: IBGE.

Em relação à área total de plantio de vinhedos no Brasil, há um aumento no período considerado, exceto entre os anos de 1998 a 2000. Possuindo em torno de 56 mil hectares no ano de 1996, em 2005 o Brasil contou com uma área plantada de pouco mais de 73 mil, o que representou um acréscimo 31% no tocante a novas áreas de plantio no período.

O Rio Grande do Sul é o estado-líder em áreas de vinhedos no país, apresentando crescimentos consideráveis em relação ao número de hectares desde o ano de 2002. Em 1996 o RS possuía cerca de 34 mil hectares (61% do total nacional); para o ano de 2005, mesmo com um total de 42,5 mil hectares, havia perdido cerca de três pontos percentuais, tendo desta forma 58% do total brasileiro de áreas. Este estado possui uma área bem superior ao segundo colocado, que é São Paulo, com quase 11 mil hectares no ano de 2005, correspondendo a 14,9% do total do país (perda de dois pontos percentuais em relação a 1996).

O terceiro maior estado brasileiro em relação a hectares plantados é o Paraná, com uma área total que corresponde a 7,7% (5.603 hectares em 2005). Este estado apresenta uma estabilidade em seus percentuais na comparação com 1996. Na quarta colocação aparece o estado de Pernambuco, que mais do que duplica suas áreas plantadas ao longo do período. No ano de 1996 o percentual de Pernambuco era de 3,9% do total brasileiro (2.174 hectares), contando atualmente com 6,7% das áreas brasileiras de plantio de vinhedos

(4.872 hectares). Esse comportamento demonstra que o crescimento pernambucano em áreas plantadas foi superior ao crescimento médio do Brasil.

Santa Catarina aparece na quinta colocação entre as maiores áreas, contando atualmente com 5,8% da totalidade nacional, pouco mais de 4,2 mil hectares, com um acréscimo de sete décimos percentuais em relação a 1996 (5,1%). Na seqüência aparece, respectivamente, a Bahia (3.685 hectares ou 5% do total em 2005), com crescimento na área plantada em torno de 66% no período e acréscimo considerável nos valores percentuais (possuía 4% do total do país em 1996); e Minas Gerais, com acréscimo de 78% em suas áreas na comparação 1996 e 2005, porém em valores bem inferiores aos baianos, apresentado 1,3% do total brasileiro de plantio de áreas em 2005. Este estado aumentou sua participação no período, visto que possuía apenas 0,9% em 1996.

Cabe destacar que, embora não sendo apresentados no quadro, a viticultura está sendo implementada em Estados como Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Distrito Federal, Espírito Santo, Paraíba, Ceará, Piauí, Rondônia e Tocantins. Oriundos de um processo recente na atividade, os valores das áreas plantadas nestes estados apresentaram-se bem inferiores aos mineiros. Para o ano de 2005 a soma das áreas nos estados acima somou, de acordo com o IBGE, apenas 546 hectares (0,7% do total nacional), pouco mais de 50% do valor de áreas de Minas Gerais.

Em linhas gerais, a observação dos dados e sua análise destacam um movimento relativo (percentual) em direção a novas áreas de plantio de vinhedos no Brasil, com redução percentual considerável no tradicional estado da cadeia, o Rio Grande do Sul. Apesar de o último ter se caracterizado pela implantação de novas áreas nas últimas duas décadas (na região da Campanha Gaúcha, Serras do Sudeste, entre outras), apresentou um crescimento proporcionalmente inferior ao total brasileiro no período entre 1996-2005, o que o fez perder pontos percentuais significativos. São Paulo também apresentou o mesmo comportamento do estado do RS.

Na contramão do movimento destacado acima, está o estado Pernambuco e, em menor escala, Santa Catarina, Bahia e Minas Gerais. Estes estados apresentaram crescimento proporcional nas suas áreas plantadas superior a média nacional no período.

A tabela 12 destaca a produção total de uva em toneladas no país, além dos principais estados brasileiros produtores, para os anos selecionados entre 1998 a 2005:

Tabela 12 – Produção de uvas nos estados e total brasileiro para o período de 1998 a 2005 (em toneladas)

Estado / Ano	1998	2000	2002	2003	2004	2005
Rio Grande do Sul	348.368	532.553	570.181	489.015	696.599	611.868
São Paulo	185.230	198.018	231.775	224.470	193.300	190.660
Pernambuco	49.973	86.078	99.978	104.506	152.059	150.827
Bahia	70.031	68.292	83.333	83.694	85.910	109.408
Paraná	70.929	80.407	99.118	102.974	96.662	99.253
Santa Catarina	35.419	40.541	41.093	41.709	46.007	47.971
Minas Gerais	10.585	12.549	16.184	13.464	13.068	14.389
Sub-Total	770.503	1.018.438	1.141.662	1.059.832	1.283.605	1.224.376
Total Brasil	774.352	1.024.482	1.143.664	1.067.422	1.291.382	1.232.564

FONTES: IBGE.

A produção total de uvas no Brasil atingiu a marca de um milhão de toneladas no ano de 2000, apresentando crescimentos em todos os anos seguintes, com exceção de 2003 e 2005. Nestes dois anos, a queda na produção brasileira foi puxada pela redução da quantidade produzida no Rio Grande do Sul, estado líder na produção da fruta. Mesmo assim, observando-se os valores referentes ao primeiro ano destacado (1998) e os do último (2005), a produção brasileira da fruta teve um crescimento expressivo de 59%.

A produção gaúcha é, historicamente, responsável por cerca de 45 a 54% da produção nacional de uva. Comparando-se os valores de 1998 e 2005, o Rio Grande do Sul apresentou um ganho de quatro pontos e meio percentuais, tendo produzido no último ano quase 612 mil toneladas (49% do total produzido no Brasil).

São Paulo situa-se na segunda colocação entre os estados produtores de uva, com volumes razoavelmente estáveis ao longo dos anos. Observando-se os percentuais, em 1998 a produção paulista representou em torno de 24% do total nacional; já em 2005 apenas 15,5%. Esta redução expressiva é puxada pela manutenção dos patamares de produção em um período de grande crescimento da produção total do Brasil, como já foi destacado.

O estado de Pernambuco coloca-se na terceira posição, com crescimento espetacular de mais de três vezes ao longo de 1998 a 2005: quase 50 mil toneladas no primeiro ano (representando em torno de 6,5% do total brasileiro) para mais de 150 mil nos dois últimos

anos (2004 e 2005), atingindo um percentual de 12,2% em 2005. Este crescimento nos valores percentuais de quase seis pontos deste estado assinala a formação um novo pólo vitícola no Vale do Rio São Francisco. Além disso, esse novo pólo já começa a ameaçar a posição do segundo colocado tradicional na produção da fruta (São Paulo), como pode ser observado pela evolução dos números apresentados.

Na seqüência aparece a Bahia, com crescimento nos valores em torno de 56% entre os anos de 1998 e 2005, crescimento semelhante ao total nacional, permanecendo desta forma com 8,9% da produção do Brasil, com quase 110 mil toneladas produzidas em 2005. O Paraná, com crescimento em torno de 40% na produção em quantidades para os valores de 1998 e 2005, perdeu um ponto percentual, tendo atualmente 8,1% da produção brasileira de uvas, equivalente a quase 100 mil toneladas no ano de 2005.

A observação dos números baianos e pernambucanos leva a conclusão de que o novo pólo vitícola situado no Vale do Rio São Francisco tem como força dinamizadora de seu desenvolvimento o estado de Pernambuco (impulsionado principalmente pela produção de uvas apirênicas), que apresentou aumento em sua produção de ordem superior ao aumento nacional. Além disso, observando os números para o primeiro ano apresentado (1998) vê-se que o nível da produção baiana é superior, mas no decorrer dos anos os pernambucanos superaram os valores baianos e avançam de forma incontestável.

Santa Catarina apresentou crescimento em torno de 35% entre os anos de 1998 a 2005. Mesmo assim, o estado teve uma queda de quase um ponto percentual, tendo produzido em 2005 em torno de 48 mil toneladas, equivalentes a 3,9% do total brasileiro. Já Minas Gerais foi responsável por 1% do total brasileiro em 2005 (14.389 toneladas), perdendo quatro décimos percentuais em comparação ao que possuía em 1998, visto que cresceu no período a uma taxa inferior a nacional (cerca de 36%).

Os estados não contidos no quadro (estados de produção mais recente) produziram conjuntamente apenas 8.188 toneladas de uvas no ano de 2005, o que equivale a 0,7% do total brasileiro.

Quando se observa a produção de uvas de acordo com as regiões vê-se que a Região Sul participou com cerca de 62% do total do país em 2005 de acordo com o IBGE (759.052 toneladas), seguido pela Região Nordeste, com 21,3% (262.776 toneladas), a Sudeste teve 16,7% (205.553 toneladas), Centro-Oeste participou com 0,04% do total brasileiro (4.843

toneladas) e, por fim, a Região Norte, que produziu apenas 300 toneladas da fruta em 2005, número estatisticamente irrisório.

Comparando os percentuais das áreas plantadas nas regiões em relação ao total nacional com suas respectivas produções de uvas, nota-se que a Região Sul, apesar de possuir mais de 70% das áreas nacionais de vinhedos (dados do IBGE para 2005), produz apenas cerca de 60% da fruta de origem brasileira. Já a Nordeste apresenta comportamento diferente; com uma área de 12% do total, essa região produz mais de 20% do total de uvas do país. A comparação destes dados demonstra que a viticultura praticada na Região Nordeste é bem mais produtiva que a realizada nos estados da Região Sul.

3.2.3 Produção de vinhos, sucos e espumantes

O vinho produzido no território brasileiro tem sua origem quase que totalmente no Rio Grande do Sul, estado que produz cerca de 90% da produção nacional, de acordo com diversos empresários, acadêmicos e membros de organizações da cadeia.

Levando-se em consideração um valor estimado do total de vinhos fabricados no país², a produção no ano de 2005 foi de quase 302 milhões de litros, o que demonstra uma perda de mais de 60 milhões comparativamente ao ano de 2000, quando a produção estimada foi superior a 366 milhões (os valores de 2005 representaram cerca do 82,3% dos valores de 2000).

A tabela 13 destaca os volumes totais estimados de vinho produzidos no Brasil entre os anos de 2000 a 2005, apresentando também a evolução da produção dos vinhos de mesa e dos finos:

² Devido à inexistência de dados satisfatórios ou confiáveis da produção de outros estados (com exceção do RS), o Brasil não conta com um valor do total anual da sua produção de vinhos. Entre os motivos que explicam a não existência de dados nos outros estados (existem apenas estimativas em alguns) estão a falta de cadastros estaduais. Em palestra proferida no 1º *Workshop* Fenavinho Brasil (Bento Gonçalves/RS, fevereiro de 2007), o presidente executivo do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN) falou da necessidade urgente da viti-vinicultura brasileira contar com um cadastro vitícola e vinícola nacional, visto a inexistência de metodologia de cálculo sobre a totalidade de vinhos produzidos no país.

Tabela 13 – Estimativa da produção de vinhos no Brasil para o período de 2000 a 2005 (em litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Finos	62.449.020	37.950.956	35.168.957	33.193.185	47.729.191	50.499.280
Vinhos Comuns	303.886.359	254.343.960	288.466.417	226.534.319	348.522.007	251.175.361
Total de Vinhos	366.335.379	292.294.916	323.635.374	259.727.504	396.251.198	301.674.641

NOTA: Em virtude da inexistência de dados da produção de vinhos nos estados (com exceção do RS), o valor total brasileiro foi calculado com base na produção gaúcha (estes dados são apresentados no capítulo 04), que corresponde atualmente em média a 90% do total nacional. Assim, mesmo que de forma rudimentar, fez-se uma multiplicação do valor da produção gaúcha pelo número fixo 1,111 para chegar a produção brasileira (0,90 ou 90% x 1,111 = 1 ou 100%).

FONTE: Cadastro Vinícola do RS.

O comportamento da evolução estimada do total produzido ao longo destes anos no Brasil foi alcançado em função da variação dos volumes produzidos de vinhos de mesa, visto que os vinhos deste tipo são predominantes na vinicultura brasileira (83 a 89% do total produzido nos anos apresentados). Assim, em 2000 foram produzidos (em valores estimados) pouco mais de 303 milhões de litros deste tipo de vinho, enquanto em 2005 cerca de 251 milhões, o que correspondeu a 82,7% do valor do primeiro ano.

O total de vinhos finos também apresentou reduções significativas no período: com um valor total de mais de 62 milhões de litros em 2000, no ano de 2005 foram produzidos cerca de 50,5 milhões, o que corresponde a apenas 78,4% dos valores de 2000.

A observação dos índices produzidos de vinhos finos no país, de acordo com os dados acima, demonstra que, apesar do interesse de diferentes segmentos cadeia viti-vinícola brasileira em produzir vinhos com maior valor agregado e aceitação no mercado externo, essa intenção esbarra em dificuldades, visto o comportamento totalmente não-uniforme na produção dos vinhos de viníferas. Uma destas dificuldades seria, de acordo com especialistas e empresários da cadeia, o fornecimento de matéria-prima para a produção destes vinhos. Outro aspecto a destacar é que historicamente a produção nacional sempre se caracterizou pela produção preponderante de vinhos comuns.

Em relação ao suco de uva, este produto vem aumentando significativamente sua produção no Brasil. Segundo o Anuário Brasileiro da Uva e do Vinho (2006), no ano de 2005 houve um acréscimo de quase 10% na produção da bebida em comparação com 2004,

atingindo quase 105 milhões de litros. Entre as causas da atual expansão e as possibilidades de manutenção da expansão no mercado de suco de uva brasileiro estão:

“... as características das cultivares utilizadas para a elaboração com tipicidade diferenciada no mercado externo e os investimentos realizados na obtenção de novas cultivares nacionais buscando a melhoria qualitativa e a competitividade, como a BRS Rúbea, a BRS Cora, Isabel Precoce e a recém lançada BRS Violeta” (MELLO, 2006, p. 03).

Finalmente, a produção brasileira de espumantes é outra atividade que apresentou crescimento nos últimos anos. Segundo dados da UVIBRA, entre 2000 e 2005 ocorreu aumento de 60% no volume produzido, chegando-se no ano de 2005 a um total de 6,7 milhões de litros de espumantes produzidos no país, comparativamente aos 4,2 milhões produzidos em 2000. Entretanto, de acordo com informações recolhidas nas entrevistas, este produto vem obtendo perdas relativas (percentuais) em sua participação no mercado interno nos últimos anos.

3.2.4 As diferentes “viti-viniculturas” nos estados brasileiros

De acordo com as distintas realidades da cadeia viti-vinícola nacional há uma percepção, por parte de estudiosos da mesma, de que existem diversas “viti-viniculturas” no país. Tal fator seria explicado pelas diferentes realidades climáticas, fundiárias, tecnológicas, humanas e mercadológicas existentes na sociedade brasileira, configurando inúmeras diversidades e complexidades quando do estudo da cadeia como um todo, segundo PROTAS et al. (2002). Assim, é relevante destacar as principais características dos estados brasileiros mais importantes da atividade viti-vinícola.

No estado de São Paulo a expressiva produção de uvas destina-se quase que exclusivamente ao consumo *in natura*, mas também há uma pequena elaboração de vinhos comuns. Já nos estados da Bahia e Pernambuco (Vale do Rio São Francisco) embora predomine o cultivo de uvas de mesa principalmente apirências (sem sementes) para a exportação, há uma expansão em menor escala dos produtores em direção ao mercado de uvas para vinhos finos. Nesta região o plantio iniciou-se há cerca de vinte anos e o grande volume apresentando de produção está também relacionado a possibilidade de obtenção de

mais de uma colheita por ano, visto as técnicas de manejo, controle de irrigação e épocas de poda realizadas no clima semi-árido da região.

No estado do Paraná predomina o plantio de uvas de mesa comercializadas no mercado interno; já em Minas Gerais, além da produção de uvas de mesa, são produzidos vinhos comuns. Em Santa Catarina, a maior parte da produção destina-se a elaboração de vinhos comuns (80% do total), embora a produção de variedades viníferas e posteriormente elaboração de vinhos finos comece a ganhar importância.

Por fim, no Rio Grande do Sul, está localizado o maior pólo de desenvolvimento da atividade no Brasil, com cerca de 95% de sua produção de uva destinada à agroindústria, com a produção de vinhos, sucos e outros derivados. Este estado possui as maiores e mais importantes vinícolas do país, além de concentrar quase a totalidade de empresas que atuam na vinificação no Brasil.

3.2.5 Exportação e Importação

a) Exportação e Importação de uvas frescas e secas

A tabela 14 apresenta a evolução do comércio exterior de uvas frescas para o período de 1999 a 2005:

Tabela 14 – Exportação e Importação de uvas frescas para o período de 1999 a 2005 no Brasil (em toneladas)

Ano	Exportação	Importação
1999	8.083	8.599
2000	14.343	9.903
2001	20.660	7.457
2002	26.357	11.003
2003	37.601	7.312
2004	28.815	7.072
2005	51.213	8.387

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

As relações do Brasil com o resto do mundo no tocante ao comércio de uva fresca é, para os anos de 1999 a 2005, emblemático: enquanto as exportações apresentam aumento em todos os anos (com exceção de 2004), as importações nacionais apresentam-se razoavelmente estáveis em seus volumes.

No período de sete anos as exportações de uvas frescas nacionais apresentaram um aumento extraordinário: sendo de pouco mais de oito mil toneladas em 1999, em 2005 atingiram cerca de 51,2 mil, o que representou um crescimento da ordem de 533%.

Uma das justificativas para o aumento da exportação brasileira é que o país começou a vender no mercado externo a partir dos anos 2000 uma variedade sem semente, condição fundamental para a entrada de uva na maioria dos mercados internacionais. Outro fato que favorece as exportações nacionais é que o Brasil tem capacidade para o fornecimento de uvas em períodos que o Hemisfério Norte não tem como produzir. Isto é possível pela produção em mais de uma safra realizada no Vale do São Francisco.

Quanto aos mercados (países) de exportação da uva fresca nacional, a tabela 15 apresenta a evolução da quantidade exportada nos anos de 1999 a 2005:

Tabela 15 – Principais destinos da exportação brasileira de uvas frescas no período de 1999 a 2005 (em toneladas)

Ano/País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Holanda	3.052	6.850	13.252	18.432	26.079	18.923	31.845
Reino Unido	192	991	1.789	4.863	6.623	4.907	9.929
Estados Unidos	39	306	69	323	547	1.397	5.419
Alemanha	173	778	966	908	1.121	838	889
Noruega	38	104	86	280	370	304	696
Suécia	6	0	72	285	374	497	572
Canadá	58	41	101	137	136	119	406
Argentina	3.908	3.927	3.774	388	640	637	299
Sub-Total	7.466	12.997	20.109	25.616	35.890	27.622	50.055
Total Exportado	8.083	14.343	20.660	26.357	37.601	28.815	51.213

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

O maior mercado de exportação da uva fresca nacional foi a Holanda, com crescimento de mais de dez vezes na quantidade exportada ao longo do período. Em 1999 as exportações para o país europeu representavam cerca de 38% da pauta nacional, já em 2005 esse percentual era de mais 60%, com quase 32 mil toneladas exportadas neste ano.

Na seqüência temos o Reino Unido e os Estados Unidos, com crescimentos percentuais superiores aos holandeses, porém com volumes bem menores. Em 2005 o primeiro foi o destino de quase dez mil toneladas de uvas nacionais, já o segundo cerca de 5,5 mil. Grandes acréscimos nas quantidades exportadas também tem destino em países como a Alemanha, Noruega, Suécia e Canadá no mesmo período, mas estes países ainda importam menos de mil toneladas do Brasil (valores de 2005).

No tocante às importações nacionais de uva frescas, ocorreu uma razoável estabilidade ao longo do período: as importações de 2005 representaram cerca de 97,5% do total importado em 2000, com um volume de pouco menos de 8.400 toneladas. O Chile é o principal país de origem da uva que entra no mercado nacional, com cerca de cinco mil toneladas no ano de 2005 (58% do total de 8,39 mil toneladas). Na seqüência temos a Argentina, com 40% (3,36 mil toneladas importadas em 2005).

b) Exportação e Importação de vinhos, sucos, espumantes e outros derivados

O volume total exportado dos principais derivados viti-vinícolas apresentou reduções significativas no período 2000-2005 de acordo com dados do Sistema Alice. Comparativamente a 2000, quando o total foi de mais de 15,3 milhões de litros exportados, os volumes de 2005 correspondem a 75,7% daquele valor, ou seja, pouco mais de 11,6 milhões de litros de vendas externas. Dentre os principais produtos exportados pelo país, destacam-se os sucos de uva e os vinhos.

O principal produto viti-vinícola exportado pelo Brasil é o suco de uva, consolidado na liderança em todos os anos da análise, bem a frente do segundo colocado. Entretanto, com reduções sistemáticas até o ano de 2003, o total exportado em 2005 foi de apenas 88% do total do ano de 2000, atingindo no último ano (2005) cerca de 7,71 milhões litros.

A exportação brasileira de vinhos, sucos, espumantes e outros derivados são destacados na tabela 16:

Tabela 16 – Exportações brasileiras de vinhos, sucos, espumantes e outros derivados no período de 2000 a 2005 (em litros)

Tipo/Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Comuns	4.997.468	2.870.706	504.550	605.580	864.530	949.281
Vinhos Finos	1.248.704	2.654.582	1.745.487	774.865	1.938.865	2.580.508
Total Vinhos	6.246.172	5.525.288	2.250.037	1.380.445	2.800.395	3.529.789
Espumantes tipo brut	263.947	66.471	44.173	69.457	191.819	72.260
Espumantes tipo moscatel	1.820	15.212	2.037	6.186	7.086	39.145
Total Espumantes	265.767	81.683	46.210	121.853	198.905	111.405
Sucos de uva	8.784.003	7.919.013	6.813.140	5.184.607	7.666.265	7.710.522
Filtrado doce	42.441	98.557	87.133	160.685	266.466	259.581
Total	15.338.383	13.624.541	9.196.520	6.847.590	10.932.031	11.611.297

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

Dentre os motivos que garantem esta liderança, segundo Dal Pizzol (2004), estão os investimentos elevados na implantação de novas estruturas de processamento e concentração do suco realizados nos últimos anos, consolidando de vez a capacidade produtiva brasileira como altamente tecnológica e de estrutura moderna, podendo assim oferecer o produto em maiores quantidades de acordo com as necessidades do mercado externo. Entretanto, é relevante destacar que este aprimoramento tecnológico não faria sentido se não fosse a elevada produção de uvas americanas e híbridas (principalmente no Rio Grande do Sul) para posteriormente ser processada.

Durante o período 2000-2005, as exportações de vinhos também apresentaram reduções significativas: em 2005 as exportações foram de apenas 56,5% do total do primeiro ano (2000), ou seja, cerca de 3,53 milhões de litros.

A redução nos valores exportados de vinhos foi puxada quase que exclusivamente pela queda das vendas de vinhos comuns que, após serem de quase cinco milhões em 2000, em 2005 foram de pouco menos de um milhão de litros (o que correspondeu a apenas 19% do valor do primeiro ano). Em movimento contrário, as exportações de vinhos finos

apresentaram crescimento de 107% no mesmo período, atingindo mais de 2,58 milhões em 2005.

O filtrado doce foi a bebida que apresentou o maior crescimento proporcional no período: cerca de 517%. Após serem vendidas no mercado externo cerca de 42 mil litros no ano de 2000, em 2005 foram quase 260 mil.

As exportações de espumantes no ano de 2005 representaram apenas 42% dos valores de 2000, o que correspondeu a cerca de 110 mil litros. A redução dos valores dos espumantes foi, em grande medida, decorrente do comportamento das vendas do tipo *brut*, que apresentaram perdas de quase 200 mil litros no período, atingindo cerca de 72 mil litros em 2005. Já as vendas do tipo moscatel atingiram quase 40 mil litros em 2005, valor extraordinário quando se verifica que em 2000 foram menos de dois mil litros exportados.

Entre os principais destinos das exportações viti-vinícolas nacionais (ainda de acordo com o Sistema Alice), destacam-se:

a) para os sucos: Japão, com 3,81 milhões de litros em 2005 (49,4% do total de 7,71 milhões), e os Estados Unidos, com 2,09 milhões (27,1% do total). Estes países tiveram acréscimos nas quantidades importadas de suco brasileiro no período 2003-2005.

b) para os vinhos: Paraguai, com cerca de 55,7% do total de 3,53 milhões de litros exportados em 2005 (o que corresponde a 1,97 milhões), Japão com 16% (0,56 milhões), Estados Unidos com 9,6% (0,34 milhões), Rússia com 5% (0,18 milhões) e a França com 2,6% (0,091 milhões). Todos estes países se caracterizam por acréscimos nos volumes importados de vinho brasileiros no triênio 2003-2005;

c) para o filtrado doce: Paraguai, com 111,6 mil litros em 2005 (43% do total de quase 260 mil vendidos) e a Colômbia, que comprou do Brasil quase 93 mil litros no mesmo, valor que corresponde a 35,8% do total. Ambos os países se caracterizam pela estabilização de valores comprados entre 2003-2005;

d) para os espumantes: Estados Unidos, com quase 34 mil litros em 2005 (30,5% do total de 111,4 mil litros), Bolívia com 30,6 mil litros (27,4% do total) e o Paraguai, com 30,1 mil litros (27%). Todos estes países tiveram acréscimos significativos nas quantidades importadas entre o período 2003-2005.

No que se refere as principais importações brasileiras de derivados da uva e do vinho, a tabela 17 destaca a evolução para o período de 2000 a 2005:

Tabela 17 – Principais importações brasileiras de derivados da uva e do vinho no período de 2000 a 2005 (em litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Comuns	55.419	100.884	99.552	608.295	829.197	559.356
Vinhos Finos	29.233.049	27.957.230	24.084.463	26.190.645	35.241.264	36.919.411
Total Vinhos	29.288.468	28.058.114	24.184.015	26.798.940	36.070.461	37.478.767
Espumante tipo brut	897.498	607.074	614.332	804.192	1.490.391	1.606.544
Espumante tipo moscatel	945.193	1.350.740	1.756.081	1.726.207	1.596.435	1.853.024
Total Espumantes	1.842.691	1.957.814	2.370.413	2.530.399	3.086.826	3.459.568
Suco de uva	2.052.993	2.807.315	2.094.566	2.245.942	870.206	1.009.286
Total Importado	33.184.152	32.823.243	28.648.994	31.575.281	40.027.493	41.947.621

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

A evolução dos valores importados dos principais produtos viti-vinícolas apresentou um crescimento de cerca de 26,4% no período de 2000 a 2005: sendo de pouco mais de 33 milhões de litros atingiu quase 42 milhões no último ano. O aumento consolidado das importações a partir de 2003 pode ser relacionado, entre outros fatores, a valorização do real que começa a se consolidar a partir deste ano (ainda mantida nos dias atuais), assim como a queda nas importações no período 2001-2002 tem como relação fundamental a desvalorização excessiva da moeda brasileira perante o dólar, relacionado em grande parte aos acontecimentos que antecederam as eleições presidenciais de 2002.

O principal produto viti-vinícola importado pelo Brasil é o vinho, representando cerca de 89,3% da pauta importadora nacional dessa cadeia (esse percentual praticamente se mantém nos anos anteriores). Comparativamente ao ano 2000, os valores totais importados em 2005 foram superiores em 28%, atingindo quase 37,5 milhões de litros.

Dentre os tipos de vinhos, os finos correspondem a maioria esmagadora das importações brasileiras da bebida, com um percentual de 98,5% do total de vinhos importados em 2005. Em relação a 2000, as importações de vinhos finos obtiveram acréscimo de 26,3%, atingindo quase 37 milhões de litros.

Assim como os vinhos, as importações de espumantes também apresentaram acréscimos significativos nos valores importados no período, porém em um percentual bem superior: 88%. Situadas em 1,84 milhões de litros no ano de 2000, em 2005 o Brasil importou cerca de 3,46 milhões. Quanto ao tipo de espumante, o moscatel apresentou um crescimento no período superior ao *brut*: 95,5 contra 79%.

Os principais espumantes que entraram no Brasil em 2005 foram os argentinos, com 1,135 milhões de litros, o que corresponde a 32,8% do total de 3,46 milhões, os italianos, com 1,11 milhões (32,1% do total), os franceses (0,93 milhões ou 26,9%) e os espanhóis (0,21 milhões ou 6,1%). Entre os tipos de espumantes, predomina o *brut* nos espumantes provenientes da Argentina e da França, enquanto o moscatel predominou nas bebidas importadas da Itália e Espanha.

O suco de uva apresentou redução significativa no período 2000-2005, saindo de 2,05 milhões de litros em 2000 para 1,01 em 2005, o que correspondeu a 49,3% do valor do primeiro ano do quadro. Este comportamento foi relacionado a queda nas importações provenientes da Argentina, país que era a origem quase que exclusiva dos sucos de uva que entraram no Brasil no período (96,5% do total importado em 2005, com percentuais semelhantes nos anos anteriores), de acordo com dados do Sistema Alice.

Finalmente, quando se verifica a origem dos principais vinhos que entraram no Brasil nos últimos anos, nota-se a predominância dos produtos oriundos dos países do Mercosul, com destaque principalmente para o Chile e a Argentina. Já o produto de origem uruguaia apresenta menor importância, situando-se apenas na sexta posição entre os principais fornecedores da bebida para o país. A tabela 18 destaca a evolução no período 2000-2005:

Tabela 18 – Procedência das importações brasileiras de vinhos no período de 2000 a 2005 (em litros)

Ano/País	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Chile	5.559.322	5.160.203	6.200.375	7.955.549	11.134.141	11.647.128
Argentina	2.724.940	2.585.537	3.867.336	5.720.024	10.202.602	10.845.213
Itália	8.261.193	8.113.437	5.878.925	5.237.027	6.190.395	5.994.200
Portugal	5.011.011	5.225.372	3.047.860	3.344.190	7.495.312	5.182.827
França	3.431.635	3.118.460	2.355.088	1.958.362	2.092.261	1.671.209
Uruguai	1.961.733	1.668.697	1.247.891	1.096.094	660.522	512.973
Espanha	531.425	624.644	435.422	410.133	603.666	508.494
Sub-Total	27.481.259	26.496.350	23.032.897	25.721.379	35.378.899	36.362.044
Total Importações	29.288.468	28.058.114	24.184.015	26.798.940	36.070.461	37.478.767

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

Com aumento significativo no volume, o Chile se destaca como o país de procedência de cerca 31% do total importado pelo Brasil da bebida (em 2000 o percentual foi de 19%), tendo atingido a liderança em 2002. Em 2005 foram cerca de 11,65 milhões de litros, num universo de quase 37,5 milhões. Independente do comportamento irregular apresentado pelo total de importações brasileiras de vinho, a bebida oriunda do país sul-americano continua a entrar em maiores quantidades no mercado nacional ano após ano.

A segunda colocação coube a Argentina, que, assim como o Chile, apresentou acréscimos expressivos nos volumes exportados para o Brasil. Saindo de cerca de 2,72 milhões de litros em 2000 (9,3% do total), em 2005 exportou quase 11 milhões, 29% do total de vinhos. Desta forma, a Argentina começa a ameaçar a liderança chilena em relação a procedência dos vinhos que entram no Brasil.

Entre os fatores que explicam o predomínio do Chile e da Argentina (sócios brasileiros do Mercosul), estariam as “facilidades” oriundas do tratado de comércio, visto que a competitividade dos dois primeiros países é bem superior a brasileira na cadeia vitivinícola mundial. Entre os fatores que demonstram essa superioridade em termos competitivos está a maior integração de suas cadeias produtivas (estruturas de governança historicamente mais adequadas a suas realidades), melhor potencial enológico (potencial na

produção de uvas) (PROTAS et al., 2002), além de uma carga de impostos para a atividade que é praticamente a metade que a brasileira (VITAL et al., 2004).

Isto tudo, ainda aliado a proximidade dos mercados entre os países e a atual valorização da taxa cambial brasileira desde o princípio de 2004, foram fatores fundamentais para aumentar os volumes exportados dos dois países vizinhos.

Na seqüência, entre os grandes exportadores de vinhos para o Brasil, aparecem, com valores bem menores que os chilenos e argentinos, a Itália (quase seis milhões de litros ou 16% do total de 2005) e Portugal (quase 5,2 milhões ou 13, 8%), entre outros. A Itália perdeu valores no período, enquanto Portugal manteve-se praticamente estável entre 2000 a 2005.

3.2.6 Consumo *per capita* e perspectivas

O consumo de produtos oriundos da viti-vinicultura encontra no Brasil um mercado que apresenta boas perspectivas para um maior crescimento, fato este corroborado pelo aumento do consumo nos últimos anos dos principais produtos oriundos da mesma: vinhos, sucos de uva e uvas de mesa ou frescas. De acordo com um dos entrevistados (Entrevista nº 06, 2007), a observação do mercado atual da viti-vinicultura brasileira e suas principais peculiaridades demonstram que a tendência é realmente de uma expansão do consumo. Além disso, há uma percepção por parte de analistas de que existe um grande mercado potencial para estes produtos, principalmente quando se observa o baixíssimo consumo *per capita* anual do principal produto derivado da uva, o vinho.

MIELE (2000) destaca três fatores que demonstrariam as possibilidades de crescimento potencial no consumo de vinhos no país: tamanho da população, crescente interesse pelo consumo de vinhos e os efeitos positivos do vinho tinto à saúde, principalmente em relação à arteriosclerose. Entretanto, para o mesmo autor, como fatores restritivos ao aumento do consumo de vinhos, estaria o forte apelo e o baixo preço das diferentes marcas de cerveja, somados ao hábito do brasileiro de apreciar destilados (cachaça, uísque, wodka, etc.).

A tabela 19 apresenta, para os anos de 1997 a 2005, a evolução das taxas de consumo *per capita* de vinhos, sucos e uvas (de mesa ou secas) no Brasil:

Tabela 19 – Consumo *per capita* de vinhos, sucos e uvas no Brasil para o período de 1997 a 2005

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos (L)	1,62	1,60	1,80	1,89	1,81	1,71	1,68	1,76	2,01
Suco de uva (L)	0,25	0,48	0,38	0,33	0,35	0,34	0,39	0,37	0,54
Uvas de mesa (Kg)	3,12	2,52	2,35	2,32	3,42	3,42	3,39	3,52	3,54
Uvas secas ou passas (Kg)	0,09	0,09	0,10	0,09	0,10	0,08	0,08	0,09	0,09

NOTA: Dados estimados pela autora para o ano de 2005.

FONTE: MELLO (2004, 2005 e 2006).

De acordo com os dados percebe-se que, historicamente, o consumo *per capita* de vinhos no Brasil situa-se entre 1,6 e 1,9 litros por ano. Mesmo com um acréscimo de 24% no consumo *per capita* no período de 1997 a 2005 (o valor chegou a 2,01 litros ao ano por pessoa em 2005), verifica-se, observando a tabela, que não existe uma tendência consistente de aumento no consumo desta bebida, visto o comportamento totalmente irregular nos últimos anos.

Quanto ao consumo *per capita* de suco de uva, este produto apresentou crescimento espetacular no período: 116%. Assim, após ser de 250 mililitros por pessoa em 1997, teve elevação para 540 em 2005.

Já o consumo de uvas de mesa ou frescas também apresentou crescimento no período, porém inferior ao apresentado percentualmente pelos sucos e pelos vinhos. Um crescimento de 13,5% colocou o consumo *per capita* nacional em 3,54 quilos, comparativamente aos 3,12 do ano de 1997.

Finalmente, destacando um produto de origem viti-vinícola não contido no quadro, destaca-se que o consumo de espumantes é extremamente baixo no Brasil, apresentando consumo *per capita* bem inferior ao dos vinhos. Mesmo que o consumo desta bebida venha crescendo acentuadamente nos últimos anos (fato este diagnosticado na elevação das vendas de espumantes tanto nacionais como importados), ainda há uma idéia de que seu consumo está associado a ocasiões especiais, como festas de fim de ano e outras comemorações, apresentando assim alta sazonalidade no consumo.

CAPÍTULO 04 – PANORAMA DA CADEIA PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA GAÚCHA

O objetivo deste capítulo é apresentar o panorama atual da cadeia produtiva viti-vinícola do Rio Grande do Sul. Neste sentido, o capítulo divide-se em três partes. Na primeira faz-se um breve histórico do desenvolvimento da cadeia, apresentando os principais aspectos relevantes da evolução da viti-vinicultura no referido estado. A segunda parte do capítulo apresenta as principais informações acerca da cadeia, destacando-se as principais áreas e os tipos de cultivares encontrados no solo gaúcho, além de dados econômicos, sociais, organizacionais, institucionais e tecnológicos. Por fim, a última parte do capítulo ressalta os principais gargalos existentes atualmente e seus impactos sobre a competitividade da cadeia.

4.1 BREVE HISTÓRICO

Dentro dos movimentos que resultaram na demarcação das atuais fronteiras gaúchas, a implantação da viti-vinicultura no Rio Grande do Sul sofreu influência das constantes disputas e lutas entre portugueses e espanhóis que duraram praticamente três séculos.

É neste sentido que em 1626 o Padre Roque Gonzáles de Santa Cruz, ao fundar a redução de São Nicolau (na margem esquerda do Rio Uruguai), teria sido o precursor da viti-vinicultura gaúcha, ao trazer cepas de origem espanhola. Buscando a fixação dos nativos a terra, os jesuítas buscavam viabilizar a agricultura nas novas terras; assim, cultivaram videiras (entre outras culturas) que tinham como objetivos a produção de vinhos para utilização em suas missas, de acordo com PAZ & BALDISSEROTTO (1997). Assim, todos os meios necessários teriam sido trazidos da Espanha para o início do plantio de vinhedos na região das Missões e adjacências. Posteriormente, com a destruição das missões jesuíticas pelos bandeirantes paulistas, o primeiro ensaio da atividade viti-vinícola no estado foi interrompido.

A retomada da viti-vinicultura no Rio Grande do Sul ocorreu entre o período de 1732 a 1773, com o início do movimento imigratório açoriano no litoral gaúcho,

movimento este que acabou por ser responsável pela criação da futura capital do estado (Porto Alegre). Nesta época foram introduzidas vinhas de origem portuguesa que, entretanto, não chegaram a constituir vinhedos de grande expressão. Já no século seguinte, a partir de 1824, com os imigrantes alemães, a produção de uva e de vinhos continuou a ser implementada, mas a produção era destinada quase que exclusivamente para o consumo doméstico, de acordo com DE PARIS (1999).

As diversas tentativas de implantação da atividade no estado acabaram por não se constituir nas décadas seguintes em atividades de importância social e econômica. É somente com a chegada dos imigrantes italianos, a partir de 1875, que a viti-vinicultura gaúcha ganha destaque econômico, social e cultural.

Ligado por tradição e vocação a viti-vinicultura, o imigrante de origem italiana logo iniciou o plantio de vinhedos em sua nova região de moradia, a Região Nordeste do Rio Grande do Sul. De acordo com PAZ & BALDISSEROTTO (1997):

“A chegada destes imigrantes à Serra Gaúcha e o processo de colonização criaram um desenvolvimento significativo, transformando áreas muitas vezes de tamanho reduzido e relevo desfavorável em áreas cultivadas. Devido as dificuldades de produzir culturas agrícolas de grande extensão, a viti-vinicultura tornou-se uma das únicas alternativas que apresentavam viabilidade econômica para o seu sustento. Mas a região mostrou-se inadequada para o cultivo de uvas viníferas, o que favoreceu a introdução das variedades americanas mais resistentes, dando um novo impulso a viti-vinicultura, mas segundo alguns autores significando também um atraso para a viti-vinicultura gaúcha” (PAZ & BALDISSEROTTO, 1997, p. 21).

Com o passar dos anos a produção de uvas e vinhos começou a apresentar razoáveis acréscimos quantitativos, aumentando assim o comércio de produtos desta origem. De acordo com MATUELLA & ROHR (1993), a importância do desenvolvimento acelerado da viti-vinicultura no estado reside no fato de que:

“... de uma atividade de subsistência, a viti-vinicultura tornou-se gradativamente num setor polarizador de desenvolvimento, pois propiciou o surgimento de inúmeras outras atividades de suporte que constituíram a base da industrialização nas regiões de seu cultivo” (MATUELLA & ROHR, 1993, p. 02).

Já em 1890 foram iniciados os primeiros embarques de vinhos para Porto Alegre e outras cidades maiores do estado. Em 1898, devido à insuficiência de demanda no estado para a absorção de toda oferta, o vinho gaúcho começou a ser enviado para outros estados,

constituindo assim a primeira grande expedição de comercialização e transporte do vinho gaúcho em direção aos mercados do centro do país, de acordo com DAL PIZZOL (1989).

Nas duas primeiras décadas do século XX, aparecem as primeiras cantinas de maior expressão, algumas delas existentes até os dias de hoje (Vinícola Salton, por exemplo). Na década de 1910, as castas européias (de uvas viníferas) foram reintroduzidas no estado. Entre 1911 e 1913, o cooperativismo vinícola surge no estado por iniciativa do governo estadual, em uma primeira fase que dura não mais do que quatro anos e não obtém êxito. O modelo seria retomado a partir de 1929, com a fundação, em um período de dez anos, de 26 cooperativas, muitas das quais ainda existentes nos dias atuais, entre elas a Aurora, Aliança e a Garibáldi, entre outras. A organização dos trabalhadores em cooperativas contribuiu para a redução dos custos de fabricação e comercialização de vinhos, de acordo com ROSA & SIMÕES (2004).

Entre outros fatores que também contribuíram para um maior desenvolvimento da atividade no estado na primeira metade do século XX está a ligação ferroviária entre Montenegro e Caxias do Sul, que possibilitou a expansão da área plantada e o envio do vinho de trem até Porto Alegre (antes o transporte era feito em lombo de burro); a chegada de enólogos estrangeiros (trazidos pelo Governo do Estado) para incentivar a atividade, buscando recursos humanos qualificados visando melhorias qualitativas na atividade que continuava a se desenvolver; e a criação dos primeiros laboratórios de análise para o vinho (em Carlos Barbosa, Caxias do Sul e Bento Gonçalves, entre outras cidades).

No que se refere à legislação da atividade no estado, esta tem origem no ano de 1922, com o Decreto nº 3.016 do então governador Borges de Medeiros, que visava uma reorganização do serviço de higiene pública estadual. Em 1927 o mesmo governador regulamentou a exportação de vinhos através do decreto 3.972; já em 1928 o Decreto 4.195 oficializou o Sindicato Viti-Vinícola, que passaria a partir deste momento a ter poderes para intervir na cadeia para regular oferta e demanda, além de manter a ordem de preços e qualidade, de acordo com DAL PIZZOL (2004). Esse sindicato teve suas atividades encerradas nos anos seguintes, sendo que seu substituto (o Instituto Rio-Grandense do Vinho), tornou-se o órgão normativo e controlador da cadeia gaúcha, porém de forma menos centralizada que o seu antecessor, visto a necessidade de uma independência maior nas decisões industriais e comerciais das empresas.

Ainda na primeira metade do século XX foram criadas as três primeiras estações experimentais de viticultura e enologia no Brasil (Decreto Lei de 1938), sendo que uma delas em Bento Gonçalves, com início de suas operações em 1943. Esta estação de enologia foi absorvida pela Embrapa em 1975, resultando na criação do Centro Nacional de Pesquisa da Uva e do Vinho (CNPUV-EMBRAPA).

A partir dos anos 1970 um fato relevante no histórico da viti-vinicultura gaúcha foi a entrada de empresas multinacionais na cadeia, entre elas a Almadén e a Santa Colina. Essas empresas começaram a determinar novas regras e padrões de mercado, visto que se caracterizavam por apresentarem marketing agressivo, incentivo ao plantio de uvas européias (a ênfase gaúcha era quase que total no plantio de americanas e híbridas) e tecnologia sofisticada, segundo destacado por AMARANTE (1986).

A partir dos anos 1980 e 1990, entre outros aspectos importantes, começou a se perceber um movimento de pequenos viticultores, que, a partir da experiência adquirida na condição de fornecedores de uva para as empresas, começaram a investir na qualificação de sua produção própria de vinhos. Para tanto, entre outras ações, encaminharam seus filhos para cursos de enologia e viticultura, de onde retornam aptos para assumir a direção técnica do estabelecimento da família. Muitos dos nomes de destaque no atual panorama vinícola brasileiro se inserem neste quadro (a Vinícola Miolo, por exemplo). Claro que a transformação do viticultor em vinicultor foi expressiva também em outras épocas, mas a partir deste período verificou-se uma maior ocorrência deste processo.

Como pode ser observado, o desenvolvimento da cadeia gaúcha foi gradual e constante. O desafio da nova inserção externa brasileira advinda da globalização econômica (abertura comercial e Mercosul, etc.) é a tônica do momento da viti-vinicultura rio-grandense, tema que será tratado com mais detalhes neste e no próximo capítulo.

4.2 CENÁRIO ATUAL

4.2.1 Principais tipos de cultivares e áreas produtoras de uvas

As principais cultivares híbridas plantadas no Rio Grande do Sul são, de acordo com o Cadastro Vitícola Gaúcho, a Isabel (9.914 hectares plantados em 2004) e a Seibel

1077 (1.414 hectares); para as americanas se destaca a Bordô (5.872 hectares plantados), Niágara Branca (2.598 hectares), Concord (2.375 hectares), Niágara Rosada (1.795 hectares) e a Jacquez (1.491 hectares). Já dentre as uvas viníferas o predomínio é do plantio da Cabernet Sauvignon (1.644 hectares plantados em 2004), vindo na seqüência a Merlot (968 hectares), Moscato Branco (767 hectares), Riesling Itálico (409 hectares) e Tannat (359 hectares), entre outras.

Quanto à evolução percentual das áreas plantadas ao longo do período de 1995-2004 a variedade Cabernet Sauvignon foi a que apresentou maior crescimento percentual (crescimento de 288% no período), vindo a seguir a Seibel 1077 (192% de crescimento), Merlot (174%), Tannat (164%) e a Bordô (133%).

Entre os destinos das principais uvas produzidas no estado, as variedades Isabel e Bordô são utilizadas tanto para a produção de vinhos de mesa e sucos, como para o consumo *in natura*; a Niágara Branca e a Rosada destinam-se principalmente para o consumo *in natura*; a Concord principalmente para a produção de sucos e as variedades viníferas são destinadas exclusivamente para a produção de vinhos finos.

A Isabel é a uva mais importante do estado, com mais de 257 milhões de quilos produzidos no ano de 2004 de acordo com o Cadastro Vitícola, quase a metade da totalidade de uvas de origem gaúcha. Na seqüência aparece entre a Bordô (78,5 milhões de quilos em 2004), Niágara Branca (48, 97 milhões), Jacquez (39, 31 milhões) e a Concord, com 37,7 milhões de quilos.

A variedade vinífera mais produzida no RS é a Moscato Branco (12,95 milhões de quilos em 2004), vindo a seguir a Cabernet Sauvignon (11,28 milhões), Merlot (10,36 milhões), Tannat (3,39 milhões) e a Riesling Itálico, com 3,08 milhões, entre outras variedades.

A principal área de plantio de uvas no estado do RS é, historicamente, a região de Caxias do Sul (conhecida como Serra Gaúcha), possuindo em torno de 84,30% do total de vinhedos do estado no ano de 2004 (29.725 hectares), de acordo com o Cadastro Vitícola, que apontam um total de 35.263 hectares no estado³.

Entre os municípios com áreas plantadas nesta região estão Antônio Prado, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Nova Pádua, São Marcos, Veranópolis e Vila Flores, entre outros. Essa região

apresentou crescimento de cerca de 35% em novas áreas plantadas no período 1995-2004. Apesar da preponderância da uva comum, o plantio de viníferas ganhou grande força nestas três regiões nos últimos anos.

As variedades mais plantadas nessa região foram, para o ano de 2004, a Isabel, com 9.478 hectares, a Bordô (4.568 hectares plantados), Niágara Branca (2.182 hectares), Concord (1.731 hectares), Jacquez (1.454 hectares), Niágara Rosada (1.452 hectares) e a Seibel 1077 (1.260 hectares) entre as americanas e híbridas. Dentre as uvas viníferas, destacam-se a Cabernet Sauvignon (1.022 hectares plantados no ano de 2004), Merlot (788 hectares), Moscato Branco (686 hectares) e Riesling Itálico (361 hectares).

Comparando com outras regiões gaúchas de produção de uva, a região de Caxias foi a maior produtora, com mais de 500 milhões de quilos no ano de 2004, de acordo com o Cadastro Vitícola. Evidência para a quase totalidade da produção gaúcha de Isabel nessa região (quase 252 milhões de quilos), vindo logo a seguir a Bordô, Niágara Branca, Jacquez e Concord, entre outras americanas e híbridas. Nas viníferas, a região destaca-se pela produção de Moscato Branco (11,49 milhões de quilos em 2004) e Merlot (9,5 milhões), além da Cabernet Sauvignon (7,95 milhões) e Cabernet Franc (3,48 milhões), entre outras.

Entre os municípios da região, Bento Gonçalves produziu 121 milhões de quilos de uvas em 2004 (tendo uma área de quase 5.700 hectares de vinhedos), Flores da Cunha quase 96 milhões (em pouco mais de 4.500 hectares), Caxias do Sul pouco mais de 64 milhões (área de quase 3.750 hectares também em 2004) e Farroupilha quase 63 milhões (possuindo 3.731 hectares). Com cerca de três mil habitantes, 2.180 hectares plantados e mais de 41 milhões de quilos da fruta produzidos em 2004, Monte Belo do Sul é a maior produtora de uvas *per capita* do Brasil.

Todas as cidades citadas acima apresentaram crescimento percentual significativo no tocante a novas áreas plantadas no período 1995-2004. Bento Gonçalves apresentou o crescimento menor (cerca de 23%); já Flores da Cunha o maior, ampliando sua área de vinhedos em cerca de 40% em apenas dez anos.

³ A diferença nos valores totais gaúchos (em hectares) entre o Cadastro Vitícola e os dados do IBGE consiste no fato de que enquanto o primeiro engloba o total de áreas em que a matéria-prima (uva) é posteriormente industrializada ou comercializada, o segundo leva em consideração todas as áreas disponíveis, independente da colocação ou não da uva no mercado. Assim, enquanto no Cadastro Vitícola o total de áreas leva em consideração um cadastro do produtor (este informando os dados), nos dados do IBGE as áreas são estimadas pelo órgão, com um parâmetro de variação estipulado previamente.

A segunda maior região com áreas vitícolas é a de Guaporé, compreendendo os municípios de Dois Lajeados, Guaporé, Nova Alvorada, Nova Araçá, Nova Bassano, Nova Prata, Parai, São Valentin do Sul e Vista Alegre do Prata, entre outros. Esta região respondeu por 3,8% do total estadual em 2004 (1.337 hectares), com um crescimento de quase 150% em novas áreas plantadas ao longo dos últimos dez anos. O principal município em áreas nessa região é Dois Lajeados, com cerca de 585 hectares no ano de 2004. Assim como na região de Caxias do Sul, há o predomínio do plantio de variedades híbridas e americanas. Com cerca de 14 milhões de quilos em 2004 e grande produção da uva Concord (mais de seis milhões), é a terceira maior região do estado em produção da fruta.

Na seqüência aparece a região de Vacaria, compreendendo os municípios de Bom Jesus, Campestre da Serra, Ipê, Jaquirana, Lagoa Vermelha, Muitos Capões, São Francisco de Paula e Vacaria, dentre outros, e contendo 3,7% da área total do estado (1.292 hectares), com crescimento de 76% no mesmo período. Campestre da Serra aparece como cidade pólo, com 587 hectares plantados no ano de 2004. Também a região de Vacaria se destaca pela preponderância de americanas e híbridas. Com mais de 18 milhões de quilos em 2004 e ênfase para a produção da uva Bordô (mais de 10 milhões no mesmo ano), a região se apresenta como a segunda maior produtora.

A região da Campanha Central (municípios de Santa Margarida do Sul e Santana do Livramento) é a quarta maior região gaúcha em termos de hectares e produção, com 1,95% da área vitícola gaúcha no ano de 2004 (689 hectares) e crescimento de 37% ao longo do período 1995-2004 em novas áreas. Nessa região o predomínio é da produção de uvas viníferas, com o município de Santana do Livramento possuindo mais de 450 hectares plantados de uvas finas no ano de 2004. Tendo produzido mais de seis milhões de quilos em 2004, destaque nesta região para a produção da uva Cabernet Sauvignon (1,03 milhões de quilos em 2004).

A região de Frederico Westphalen (municípios de Alpestre, Ametista do Sul, Constantina, Liberato Salzano, Planalto, Rondinha e Trindade do Sul, entre outros) foi a de maior crescimento percentual nos últimos dez anos: praticamente não tendo áreas de vinhedos em 1995 (tinha cerca de um hectare), em 2004 apresentava 327. Nessa região há um razoável equilíbrio entre o plantio de híbridas ou americanas e viníferas. O município

que se destaca é Ametista do Sul, com 135 hectares plantados em 2004 e produção de 1,67 milhões de quilos.

Aparecem na seqüência entre as áreas gaúchas de plantio (por ordem de número de hectares): região das Serras do Sudeste (municípios de Encruzilhada do Sul e Pinheiro Machado - 270 hectares e quase um milhão de quilos produzidos em 2004), Montenegro (municípios de Alto Feliz, Barão, Bom Princípio, Feliz, Maratá e Vale Real, entre outros - 269 hectares e 3,12 milhões em 2004), Campanha Meridional (Bagé, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul - 249 hectares e 460 mil quilos), Lajeado e Estrela (Bom Retiro do Sul, Boqueirão do Leão, Estrela, Nova Bréscia e Vespasiano Corrêa, entre outras – 208 hectares e pouco mais de 1,6 milhões de quilos), Carazinho (Barra Funda e Sarandi – 203 hectares e cerca de 1,81 milhões) Gramado e Canela (Canela, Gramado, Picada Café e Rolante – 180 hectares e quase 1,6 milhões), Passo Fundo (112,5 hectares e cerca de um milhão em 2004), Sananduva (112 hectares e quase 600 mil) e Santa Maria (102 hectares e 620 mil), além de outras ainda menores (com menos de 100 hectares).

4.2.2 Dados Econômicos e Sociais

a) Produção e Comercialização na Cadeia Viti-Vinícola Gaúcha

Como já dito anteriormente, o estado do Rio Grande do Sul é o principal produtor de uvas do país, além de ser também o principal processador (transformador) da fruta em seus derivados entre os estados brasileiros.

Comparando-se os valores de 2000 com os de 2005 há uma perda razoável na produção gaúcha de uva: no primeiro ano foram produzidos 521,5 mil toneladas, enquanto no último este valor foi de 493,2 mil, o que representou um percentual de 94,6% dos valores do início do período analisado. A tabela 20 apresenta a produção de uvas (de acordo com os diferentes tipos) para o período de 2000 a 2005, além da evolução dos totais produzidos já destacados:

Tabela 20 – Produção total e classes de uvas no RS para o período de 2000 a 2005 (em toneladas)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mesa	616	142	124	144	123	9
Americanas e Híbridas	447.346	386.292	426.590	339.909	516.390	422.637
Viníferas	73.590	49.462	47.684	43.299	62.509	70.577
Total	521.552	435.896	474.398	383.352	579.022	493.223

FONTE: UVIBRA.

O grande predomínio é da produção de uvas americanas e híbridas, uvas tanto destinadas para a produção de vinhos comuns e sucos (entre outras bebidas), como também para o consumo *in natura*. No ano de 2005, as variedades americanas e híbridas representaram cerca de 86% do total de uvas produzidas no estado (mais de 422 mil toneladas), com uma perda de cerca de 25 milhões comparativamente aos valores produzidos em 2000. O comportamento não-uniforme dessas variedades ocorreu principalmente em função das geadas e secas dos últimos anos.

Entre os motivos que explicam a preferência do cultivo de uvas americanas e híbridas está a maior resistência a pragas e doenças em comparação as castas viníferas (as primeiras são mais produtivas), além de uma melhor adaptação destas plantas ao clima da região de Caxias do Sul, região historicamente responsável pela maior área gaúcha de vinhedos. Outro aspecto que explica estes números é que a tentativa de introduzir castas viníferas durante o século XIX e início do XX resultaram em iniciativas frustradas, pois o ataque de uma praga (pulgão conhecido como *filoxera*) praticamente inviabilizou o cultivo destas plantas na época. Além disso, o grande mercado consumidor de vinhos comuns no país é outro fator importante para a elevada produção das variedades americanas e híbridas.

As uvas viníferas apresentaram uma pequena redução nos valores produzidos no período 2000-2005: situadas em cerca de 73,6 mil toneladas em 2000, em 2005 ficaram em torno de 70,6 mil. Neste sentido, observa-se que as secas dos anos de 2004 e 2005 no Rio Grande do Sul não afetaram as quantidades produzidas destas cultivares.

A produção de uvas de mesa é insignificante no estado e praticamente deixou de existir ao longo dos anos do quadro. Entre os fatores que explicam este processo estariam, de acordo com agentes ligados a cadeia, o costume de consumir *in natura* a uva comum, uva muito mais barata que a de mesa. Outro aspecto fundamental nessa discussão é que as características do clima, do solo e a distribuição preponderante da viti-vinicultura no estado (plântio em pequenas áreas) seriam mais propícias a produção de uvas comuns, além da maior facilidade de produzir e de serem mais resistentes, requerendo menos cuidados e acompanhamentos por parte do viticultor.

No tocante a produção dos derivados da uva e do vinho, a tabela 21 destaca a evolução para o período de 2000 a 2005:

Tabela 21 – Produção de vinhos e outros derivados no RS no período de 2000 a 2005 (em mil litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Finos	56.210	34.159	31.655	29.877	42.961	45.454
Vinhos Comuns	273.525	228.932	259.646	203.901	313.701	226.080
Outros produtos	43.682	33.486	48.743	36.604	51.868	53.502
Total Derivados	373.417	296.577	340.044	270.382	408.530	325.036

FONTE: Cadastro Vinícola do RS.

A produção total dos principais derivados viti-vinícolas gaúchos apresentou uma redução de quase 50 milhões de litros no período considerado: situadas em mais de 373 milhões de litros em 2000, no ano de 2005 foram pouco mais de 325 milhões, o que correspondeu a 87% dos valores do primeiro ano da tabela. O comportamento totalmente irregular na produção de derivados neste período demonstra que a mesma é totalmente dependente das variações das safras de uvas, safras estas que demonstraram grandes oscilações em suas quantidades no período de seis anos destacados.

O grande destaque na produção gaúcha viti-vinícola são os vinhos comuns. Em 2005 foram produzidos mais de 226 milhões de litros (69,6% do total produzido de derivados), valores percentuais estes inferiores aos do ano de 2000, quando os vinhos comuns representaram cerca de 73,3% (273,5 milhões de litros naquele ano).

A produção gaúcha de vinhos finos apresentou uma redução considerável no período: em 2000 o total produzido de vinhos oriundos de variedades viníferas foi de pouco mais de 56 milhões de litros, enquanto em 2005 foram produzidos cerca de 45,45 milhões, representando um percentual de 81,2% dos valores do primeiro ano citado.

A liderança na produção de vinhos no estado recai, obviamente, na região de Caxias do Sul, tanto na produção de vinhos comuns como nos finos. De acordo com Dolabella (2006), somente o município de Bento Gonçalves é responsável pela produção de mais da metade dos vinhos finos produzidos pelo país.

Quanto à comercialização de vinhos e derivados no RS, a tabela 22 no período de 2000 a 2005 no mercado interno:

Tabela 22 – Comercialização no mercado interno de vinhos e derivados do RS para o período de 2000 a 2005 (em mil litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Comuns	221.024	221.518	227.447	217.083	225.022	271.248
Vinhos Especiais	249	492	270	205	67	286
Vinhos Finos	34.196	28.702	25.439	23.293	19.884	22.306
Espumantes	4.331	4.494	4.268	4.798	5.485	6.777
Suco de uva	22.163	26.203	25.640	22.743	28.024	37.897
Destilados	2.444	2.241	2.225	2.927	2.709	2.273
Outros produtos	24.177	22.556	21.116	21.131	23.376	23.434
Total	308.584	306.206	306.405	292.180	304.567	364.221

Fonte: UVIBRA.

A comercialização dos produtos da cadeia viti-vinícola do estado do RS apresentou um crescimento expressivo no período considerado: situando-se em cerca de 308,6 milhões

de litros no ano de 2000, em 2005 foram comercializados mais de 364 milhões, o que representou um acréscimo no total vendido na ordem de 18%.

O comportamento ascendente do total comercializado nos últimos anos é, em sua maior parte, puxado pelos acréscimos de vendas de vinhos comuns nos anos de 2004 e 2005. Este tipo de vinho apresentou crescimento extraordinário nas suas vendas no ano de 2005, quando atingiu cerca de 271 milhões de litros, valor bem superior as médias dos anos anteriores, que eram em torno de 220 milhões. Dentre o destino desse vinho, mais de 60% é comercializado a granel para outros estados (principalmente São Paulo).

Já a evolução do total comercializado de vinhos finos apresentou uma redução extremamente considerável no período, quando saiu de cerca de 34,2 milhões de litros em 2000 para atingir pouco mais de 22,3 milhões em 2005. Assim, o total comercializado em 2005 foi de apenas 65% do total do ano de 2000.

O vinho fino tinto assumiu a liderança na comercialização a partir do ano de 2003 neste segmento, sendo atualmente responsável por um percentual de 65% do total dos vinhos finos. Já os brancos apresentaram comportamento claramente descendente em sua comercialização, com perdas de mais de 50% nos seus valores no período entre 2000 e 2005 de acordo com a UVIBRA. Entre os aspectos que podem explicar esta tendência está o incentivo maior para a produção de uvas viníferas tintas por parte das vinícolas médias e grandes, além das pesquisas que atestam os benefícios a saúde advinda do consumo dos vinhos tintos.

O mercado de espumantes apresentou crescimento nos últimos anos, saindo de uma média em torno de 4,5 milhões de litros comercializados no período entre 2000 e 2003 para quase 6,8 no ano de 2005, com crescimento de mais de 50%. Destaque na evolução do mercado de espumantes foi, em percentuais, o moscatel, que saiu de pouco mais de 190 mil litros em 2000 para atingir quase 1,1 milhões comercializados no estado no ano de 2005 (crescimento de 480% no período). Entretanto, como já comentando anteriormente, vem perdendo espaço percentual no mercado nacional para os importados nos últimos anos.

Outro produto de grande expansão foi o suco de uva, que chegou a quase 38 milhões no ano de 2005, ante aos pouco mais de 22 milhões do ano de 2000 (crescimento de 71% em relação a 2000). Assim como os espumantes, a expansão do mercado de suco de

uva começou a ocorrer a partir de 2004. Tanto a comercialização de suco de uva integral como do suco concentrado apresentaram crescimentos percentuais consideráveis.

O total comercializado de outros produtos (aqui se inclui principalmente os néctares e as bebidas de uva, coquetel com vinho, *coolers*, filtrado doce e as sangrias, etc) obteve uma pequena queda no período 2000-2005: em 2005 foram comercializados no mercado interno cerca de 23,4 milhões de litros, valores um pouco inferiores aos do ano 2000 (24,1 milhões).

Entre os que apresentam aumento de comercialização neste item estão as bebidas de uva, os coquetéis com vinho e as sangrias. Colocados no mercado a partir de 2004, estes novos produtos já fazem parte importante da pauta de produtos da cadeia, tendo sido comercializados no ano de 2005, 4,5 milhões de litros de bebida de uva, 1,29 milhões de coquetel com vinho e 1,14 milhões de sangria de acordo com a UVIBRA. Entre os tradicionais produtos contidos neste item, estão, em ordem de importância (mesmo que tenham apresentado reduções em seus valores nos últimos anos), o filtrado doce (7,99 milhões de litros em 2005), o cooler (seis milhões de litros), vinho composto (1,1 milhões de litros) e o vinho licoroso (740 mil litros), entre outros.

b) Exportação e Importação na Cadeia Viti-Vinícola Gaúcha

O total exportado apresentou uma redução significativa no período: após atingir mais de 13,1 milhões de litros no ano de 2000, os valores de 2005 foram de apenas 10,3 milhões, o que representou 78,4% daqueles referentes ao ano 2000, de acordo com dados do Sistema Alice.

Contrariamente a Região do Vale do São Francisco, que se caracteriza pela grande exportação de uvas de mesa, o grande produto de exportação da viti-vinicultura gaúcha é o suco de uva.

As perdas no total exportado foram resultado, em parte significativa, do comportamento apresentado pela exportação de sucos de uva. Comparativamente ao ano de 2000, os valores de 2005 (quase 7,3 milhões de litros exportados), representaram cerca 84% dos valores do primeiro ano citado. Assim como os sucos, a exportação de vinhos também apresentou reduções nos últimos anos.

A tabela 23 demonstra a evolução dos principais produtos gaúchos destinados ao mercado mundial viti-vinícola:

Tabela 23 – Principais produtos que compõem a pauta exportadora viti-vinícola do RS para os anos de 2000 a 2005 (em mil litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Suco de uva	8.608	7.749	6.625	4.999	7.250	7.288
Vinhos finos	513	1.591	1.115	467	1.632	2.191
Vinhos comuns	3.844	1.857	140	157	420	603
Total Vinhos	4.357	3.448	1.255	624	2.052	2.794
Filtrado doce	36	78	8	40	128	136
Espumante tipo brut	129	23	40	65	22	53
Espumante tipo moscatel	0	0	1	2	7	26
Total Espumantes	129	23	41	67	29	79
Total	13.130	11.298	7.929	5.730	9.459	10.297

FONTE: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

A exportação gaúcha de vinhos apresentou perdas significativas no período 2000-2005: o valor de 2005, cerca de 2,8 milhões de litros, representou apenas 64,1% do total exportado em 2000 (4,4 milhões).

Um dado interessante apresentado no quadro é o fato de que, enquanto a exportação de vinhos comuns apresentou reduções substanciais ao longo do período (o valor de 2005, que foi de pouco mais de 600 mil litros, correspondeu a apenas 15,7% do valor de 2000), a exportação de vinhos finos apresentou comportamento contrário. No ano de 2000 os valores exportados em litros de vinhos comuns representavam 88,2% do total exportados de vinhos pelo estado (cerca de 3,85 milhões de litros); já em 2005 os vinhos finos representaram 78,4% do total gaúcho, ou seja, 2,19 milhões de litros (em 2000 foram exportados apenas 513 mil litros deste tipo de vinho).

Esse dado apresenta uma constatação simples e direta: apesar da perda nos volumes totais de vinhos exportados pelo RS, a exportação de vinhos gaúcha apresentou uma

evolução qualitativa ao longo do período 2000-2005, com uma ampliação significativa dos valores destinados ao mercado externo de vinhos finos, vinhos estes de maior valor agregado e muito melhor aceitos nos mercados viti-vinícolas mundiais. Dentre os motivos desta expansão, destaca-se, dentre outros, a atuação do consórcio de exportação *Wines from Brazil*, como será destacado ainda no presente trabalho.

Um dos produtos a apresentar grande crescimento nos volumes exportados nos últimos anos foi o filtrado doce. Esta bebida apresentou um extraordinário crescimento da ordem de 277% no período 2000-2005, com exportações de mais de 136 mil litros no último ano (em 2000 tinham sido de apenas 36 mil).

A exportação de espumantes apresentou perdas no período, sendo que os valores referentes a 2005 (cerca de 80 mil litros) corresponderam a apenas 61% do que representaram no ano de 2000, quando foram de 129 mil litros.

O comportamento reducionista nos valores exportados de espumantes ocorreram devido as perdas das vendas do tipo *brut*, que reduziram seus volumes a mais da metade no período. Já o moscatel, apesar de ter começado suas exportações apenas a partir de 2003 (de acordo com os dados do Sistema Alice), apresentou excelente evolução a partir de 2004 e 2005, tendo sido exportados no último ano cerca de 26 mil litros da bebida. A exportação pelas vinícolas gaúchas do espumante moscatel, de acordo com especialistas da cadeia, deve continuar com uma trajetória ascendente nos próximos anos, o que pode ser observado em parte pelos crescentes prêmios internacionais que vem recebendo.

No que se refere às importações gaúchas viti-vinícolas, o comportamento do total importado no período 2000-2005 apresentou uma pequena redução (de acordo com o Sistema Alice): sendo de quase 6,8 milhões em 2000, em 2005 foi de 6,1 milhões de litros, o que representou cerca de 90% dos valores do primeiro ano.

Acompanhando a viti-vinicultura brasileira, a cadeia gaúcha também se caracteriza por apresentar o vinho como principal bebida importada. Entretanto, enquanto no Brasil os valores só aumentaram ao longo dos últimos anos, no RS mantiveram-se praticamente estáveis: em 2005 foram cerca de 3,6 milhões de litros, pouco menos de 28 mil litros a mais do que no ano de 2000. Entre os tipos de vinhos importados preponderância absoluta (100%) para os vinhos finos, com exceção de 2005, quando um valor irrisório (perto de sete mil litros) de vinhos comuns foi importado.

A tabela 24 destaca o comportamento das principais importações gaúchas no período 2000-2005, além do total importado:

Tabela 24 – Principais produtos que compõem a pauta importadora viti-vinícola do RS no período de 2000 a 2005 (em mil litros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Vinhos Finos	3.596	3.482	3.496	3.320	3.328	3.617
Vinhos Comuns	0	0	0	0	0	7
Total Vinhos	3.596	3.482	3.496	3.320	3.328	3.624
Espumante brut	649	394	376	585	1.193	959
Espumante moscatel	139	16	8	14	7	4
Total Espumantes	788	410	384	599	1.200	963
Suco de uva	2.022	2.768	2.083	2.237	850	975
Uvas frescas	144	63	431	536	335	347
Uvas secas	245	225	209	267	159	191
Total	6.795	6.948	6.603	6.959	5.872	6.100

Nota: Uvas frescas e Uvas secas estão contabilizadas em toneladas e o restante dos produtos em mil litros.
Fonte: Secretaria de Comércio Exterior (Sistema Alice).

As importações de espumantes apresentaram um pequeno acréscimo ao longo dos anos analisados. Comparativamente a 2000, em 2005 os valores foram superiores em 22%, totalizando cerca de 963 mil litros. Entre os espumantes importados pelo estado, destaque para o *brut*.

O suco de uva é o terceiro maior produto viti-vinícola importado, mas apresentou uma redução significativa nos volumes: em 2005 foram cerca de 975 mil litros, o que representou apenas 48,2% do valor do ano 2000 (pouco mais de dois milhões). O elevado valor importado é conseguido devido a importação no sistema *draw-back*, onde a empresa líder na produção de sucos do Brasil importa a granel quantidades de mosto da uva para misturar com o produto nacional, visando melhorias nos teores de açúcares, de acordo com informações colhidas com representantes organizacionais da cadeia. A variação nas

quantidades importadas leva em consideração, neste caso, a qualidade da safra de uva nacional, que acaba requerendo ou não grandes quantidades do produto concentrado importado conforme os diferentes anos e safras.

Finalmente, em valores bem menos significantes que os produtos acima, aparece as uvas frescas e as uvas secas: as primeiras apresentaram crescimento de 143% no ano de 2005 comparativamente a 2000, atingindo 347 toneladas, e a segunda perdeu valores, tendo importado apenas 78% dos valores de 2000, contabilizando 191 toneladas em 2005.

c) Importância econômica e social da cadeia viti-vinícola para o RS

De acordo com estimativas de profissionais vinculados a entidades organizacionais, a cadeia viti-vinícola gaúcha emprega ao redor de 100 mil pessoas. São profissionais vinculados à produção e comercialização de insumos, produtores de uva, vinicultores, além de segmentos que produzem além do vinho outros produtos, profissionais vinculados à distribuição dos produtos, entre outros.

A maior parte dos profissionais que trabalham na cadeia estão ligados a produção de uva (viticultores), onde se estima que no estado existam atualmente entre 15 e 16 mil propriedades com plantio de vinhedos, distribuídas em cerca de 150 municípios. Esse número extremamente elevado será responsável, entre outros motivos, por colocar a uva como a principal cultura frutífera do estado, tanto em nível de hectares plantados como nos totais produzidos.

De acordo com dados do IBGE, a área plantada de videiras é superior a segunda colocada (laranja) em mais de 15 mil hectares (42 mil contra 27 mil hectares). Além disso, a produção de uva é superior a 500 mil toneladas, estando bem a frente da segunda colocada (melancia, com 422 mil toneladas) e da terceira (laranja, com cerca de 360 mil toneladas). Assim como os dados do IBGE, números da EMATER/RS também apontam a liderança da uva nos quesitos mencionados acima.

Já a agroindústria viti-vinícola gaúcha envolve atualmente cerca de 700 estabelecimentos, aqui incluídos tanto as vinícolas, como as cooperativas, vinagrarias, cantinas familiares, entre outras. Quanto ao tamanho destes empreendimentos, destacam-se

a grande maioria de micro e pequenas empresas, algumas médias e três empresas que podem ser consideradas como grandes, de acordo com DOLABELLA (2006).

Quanto aos valores monetários gerados pela cadeia gaúcha, estimativas do IBRAVIN destacam que a cadeia apresente um faturamento ao redor de 1,5 bilhões de reais por ano.

Quando se observa a importância da viti-vinicultura para as diversas regiões produtoras gaúchas, importantes peculiaridades e diferenças são apresentadas. Na região Nordeste do Rio Grande do Sul (aqui se inclui as três maiores regiões em quantidade de hectares, ou seja, Caxias do Sul, Guaporé e Vacaria) a produção de uva é baseada em pequenas propriedades rurais, com média de 15 hectares por área total, onde se dispõe em média de quatro pessoas por propriedade.

Devido à topografia acidentada dessas regiões, o emprego de grande mecanização nos parreirais é dificultado, contribuindo assim para o uso de mão-de-obra familiar, fato este que remonta ao período da chegada dos italianos a estas regiões até os dias atuais. A possibilidade de fixação do homem ao solo (evitando o êxodo rural), proporcionada por esta modalidade de viti-vinicultura caracterizada por pequenas propriedades e uso de mão-de-obra familiar, acabou por contribuir, dentre outros fatores, para o alto padrão de desenvolvimento social (melhor distribuição de renda) destas regiões na comparação com outras regiões gaúchas.

Na região de Caxias do Sul, o município que possui o maior número de propriedades com plantio de vinhedos (e por consequência do estado) é Bento Gonçalves. De acordo com dados do Cadastro Vitícola, o município possuía, no ano de 2004, 1.781 propriedades com plantio de vinhedos. Logo a seguir aparece Caxias do Sul (1.742 propriedades), Flores da Cunha (1.452), Farroupilha (1.337), Garibaldi (1.175), Antônio Prado (698) e Monte Belo do Sul (594), entre outras.

A importância da atividade para Bento Gonçalves consiste no fato de que, entre as seis maiores empresas do município em termos de faturamento e lucro operacional, duas são vinícolas: a Cooperativa Vinícola Aurora e a Vinícola Salton, de acordo com a revista Bento em Dados 2006. Além disso, o município é palco da Fenavinho Brasil, maior evento viti-vinícola do país, que completou 40 anos na edição de 2007.

A maior parte da uva produzida na região de Caxias do Sul tem como destino a venda para terceiros, visando neste sentido a posterior vinificação. Em Bento Gonçalves, 95,14% do total da uva teve este destino em 2004, 72,44% em Flores da Cunha, 93,19% em Garibaldi, 97,79% em Monte Belo do Sul, 75,34% em Caxias do Sul e 84,47% em Farroupilha.

Mesmo com os percentuais elevados de vendas de uvas para terceiros, um movimento interessante começa a ser percebido, ao adquirir maior importância nos últimos anos: a destinação da uva para a cantina rural da própria família. Com relevância principalmente nos municípios de Caxias do Sul (11,36% do total da uva produzida no município em 2004) e Flores da Cunha (13,84% do total), este movimento é interessante porque demonstra que uma parte dos viticultores da região não apenas estão plantando e colhendo a uva, mas também estão se integrando ao segmento agroindustrial da cadeia viti-vinícola, visando produzir seu próprio vinho e aumentar suas fontes de rendimento.

Na região de Guaporé o destaque é para o município de Dois Lajeados, com 205 propriedades com plantio de vinhedos, e Guaporé, com 93. Na região de Vacaria o município de maior número de propriedades vitícolas é Campestre da Serra (320), vindo logo após Ipê, com 308 propriedades no ano de 2004. Ambos os municípios reservam quase a totalidade de sua produção de uvas para vinícolas de terceiros, mas um pequeno percentual é destinado para a vinificação que visa ao consumo do próprio viti-vinicultor: 2,22% do total em Dois Lajeados e 2,05% em Campestre da Serra.

Nas áreas mais recentes de plantio de uva no RS, a produção destaca-se por utilização de pouca mão-de-obra (com exceção das regiões de Uruguaiana e Quaraí), visto que a exploração empresarial nestes casos é caracterizada pelo uso de grandes áreas de parreirais de variedades viníferas, o que acaba por requerer processos intensivos de mecanização. Neste caso destacam-se as regiões da Serra do Sudeste, Campanha Meridional e Campanha Central.

Mesmo que utilize pouca mão-de-obra, a viti-vinicultura nestas regiões (inserida dentro da chamada “Metade Sul” do RS) é um fator de dinamização das economias locais, visto se tratar de regiões com os piores índices de desenvolvimento econômico do estado, com uma indústria pouco dinâmica e um setor agropecuário pouco diversificado. Assim, a

atividade acaba sendo uma das alternativas para buscar a retomada do crescimento e desenvolvimento econômico nestas regiões.

O que caracteriza essas novas regiões são os plantios de uvas viníferas, muitas vezes sendo este plantio realizado por vinícolas da Serra Gaúcha, que acabaram comprando terras nessas regiões visando este fim específico. Esta realidade é comprovada quando se observa o destino das uvas produzidas nas cidades destas regiões: Encruzilhada do Sul destinou cerca de 41% do total de sua produção de 2004 para a própria indústria (vicultor e vinicultor nesse caso são a mesma pessoa), já em Santana do Livramento este percentual chegou a 79,21% no mesmo ano.

Outro aspecto fundamental que demonstra a importância da viti-vinicultura para as regiões gaúchas (neste caso a Serra Gaúcha) é verificado quando se observa o dinamismo correlato proporcionado pelas atividades da cadeia, principalmente aquelas referentes ao enoturismo. De acordo com a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), o enoturismo é “um segmento da atividade turística que se fundamenta na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e das tradições e tipicidade das localidades que produzem esta bebida” (APROVALE, 2007). Vinculado em grande parte ao gastroturismo baseado na origem italiana, o enoturismo é uma atividade de grande crescimento no estado nos últimos anos, especialmente na região de Caxias do Sul.

Entre as novidades que se desenvolveram em maior escala nos últimos anos destacam-se, neste sentido, a ampliação de serviços que visam a recepção adequada de turistas dos mais diferentes lugares, como a criação de roteiros de vinícolas dos municípios, onde é possível conhecer as instalações das mesmas, além de ter também acesso a varejos, restaurantes, museus e outros estabelecimentos que colaboram para a permanência dos mesmos.

Para se ter uma idéia da importância que é dada ao enoturismo na região de Caxias do Sul, nota-se que esta conta com os Caminhos de Pedra (roteiro que inclui vinícolas, restaurantes, arquitetura italiana e estabelecimentos diversos no interior de Bento Gonçalves), o Vale dos Vinhedos (visitação a mais de 20 vinícolas e ao Memorial do Vinho, além da realização de trilhas e visita a capelas), Vinhos de Montanha (visitação a vinícolas e gastronomia no distrito de Pinto Bandeira, pertencente a Bento Gonçalves),

Caminhos de Faria Lemos (visita a viticultores de uvas finas e pequenas cantinas no Vale Aurora, região de Bento Gonçalves) e o Roteiro dos Vinhos dos Altos Montes (visitação a vinícolas e restaurantes dos municípios de Flores da Cunha e Nova Pádua), entre outras iniciativas que visam o incentivo das atividades deste tipo.

Um investimento de grande porte que exemplifica o desenvolvimento acelerado do enoturismo na região de Caxias do Sul é um complexo que envolve hotel e um spa do vinho (para a prática da vinoterapia⁴), além de uma vinícola própria e um centro de convenções, tudo em um mesmo empreendimento, com inauguração prevista para o ano de 2007 no Vale dos Vinhedos. O spa será o primeiro com essa característica em toda a América e o quinto do mundo, sendo o mesmo uma franquia de uma empresa francesa que é referência mundial em vinoterapia.

A viabilização das atividades do enoturismo acaba sendo importante devido a dois aspectos fundamentais: torna-se mais uma alternativa de renda para viticultores e vinicultores tradicionais das regiões onde estão inseridos (além de outros profissionais que não estavam diretamente ligados à produção de uva, vinhos e seus derivados) e colabora para dinamização das regiões produtoras de vinho demarcadas, ou seja, aquelas onde existem associações de produtores que visam obter indicação de procedência (e posteriormente denominação de origem) para seus vinhos.

4.2.3 Dados Organizacionais

Agrupando representantes dos produtores de uva, da indústria vinícola, cooperativas, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, entidades de ensino e pesquisa, além de outras associações de profissionais ligadas à cadeia, o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN) é o foro máximo da viti-vinicultura gaúcha e, por consequência, da nacional. De acordo com seu estatuto, o IBRAVIN tem por objetivo único promover e ordenar institucionalmente o setor produtor de uvas, de vinhos, de sucos de uva e qualquer outro produto derivado da uva e do vinho, em qualquer de suas áreas, produtiva, de elaboração, técnica, comercial, de consumo, organizativa, cultural, de meio ambiente, normativa, legal,

⁴ De acordo com o *site* www.spadovinho.com.br (2007), a vinoterapia se caracteriza pelo uso terapêutico dos produtos provenientes da uva ou do processo de vinificação.

etc., promovendo, conseqüentemente, toda a cadeia viti-vinícola (IBRAVIN, 2007).

Domiciliado em Bento Gonçalves/RS, o IBRAVIN (criado em outubro de 1997 e com início de seu funcionamento no fim de 1999) é, juntamente com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), a instância representativa da cadeia produtiva viti-vinícola nacional perante a OIV, organismo maior da viti-vinicultura mundial em termos técnicos e científicos. Assim, tanto o IBRAVIN quanto o MAPA recebem cópias das correspondências e documentos enviados ao país pela OIV (IBRAVIN, 2007).

A implementação dos projetos definidos através do debate no IBRAVIN - bem como a própria manutenção do Instituto - é realizada com recursos de um fundo específico, o Fundo de Desenvolvimento da Viti-Vinicultura do Rio Grande do Sul (FUNDOVITIS), criado pela Lei número 10.989, de 13 de agosto de 1997. A principal origem da receita é pública: trata-se de taxa recolhida junto às vinícolas conforme o volume de uva industrializado e creditada no pagamento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). O Fundo é gerenciado pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento do estado do Rio Grande do Sul (SAA/RS).

Entre os integrantes do Conselho Deliberativo do IBRAVIN (conselho que define as estratégias a serem implementadas pelo Instituto) destacam-se diversas organizações que fazem parte (ou se relacionam) com a cadeia viti-vinícola gaúcha e nacional. São elas:

- Associação Gaúcha de Vinicultores (AGAVI): criada em agosto de 1981 em Flores da Cunha e contando atualmente com 71 associados que produzem cerca de 40% do total de vinhos produzidos no Rio Grande do Sul, a associação tem entre seus objetivos a congregação dos produtores de vinho do estado e a atuação direta nas principais decisões que envolvem a cadeia (AGAVI, 2007). Historicamente, caracterizou-se por contar com uma grande maioria de produtores de vinhos comuns, mas nos últimos anos também ampliou a participação de produtores de vinhos finos em sua composição;
- Associação Brasileira de Enologia (ABE): fundada em Bento Gonçalves em outubro de 1976, a ABE tem como objetivo principal de sua atuação a promoção da Viticultura e Enologia nos planos científico, tecnológico, artístico, didático e de

cultura geral, estabelecendo desta forma uma relação harmônica entre os enólogos e os consumidores (ABE, 2007);

- União Brasileira de Viti-Vinicultura (UVIBRA): a UVIBRA está situada em Bento Gonçalves e foi fundada por empresários vinicultores em setembro de 1967, tendo por objetivo a representação e defesa dos interesses da cadeia viti-vinícola junto a organizações nacionais e internacionais, além do aprimoramento e difusão de intercâmbio de conhecimentos técnicos sobre a produção de vinhos (Triches et al., 2004). Dentro de uma visão direta, é a entidade representante da maioria dos produtores de vinhos finos do RS;
- Governo do Estado do Rio Grande do Sul, através da Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA/RS);
- Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul (FECOVINHO): criada em novembro de 1952, tem como objetivo a congregação e defesa do interesse das cooperativas vinícolas nos cenários econômico e político, tanto em nível nacional como estadual. Atualmente contando com 19 cooperativas associadas, tem atuação direta em relação aos interesses de pouco mais de cinco mil famílias de pequenos viticultores (Triches et al., 2004);
- Comissão Interestadual da Uva (COMIUVA): representante dos produtores de uvas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a Comissão é formada por cerca de 20 sindicatos de trabalhadores rurais que representam em torno de 16 mil famílias nestes dois estados. Sua atuação é na elaboração de diretrizes para a atuação dos produtores, com ações, por exemplo, relacionadas a discussão do preço mínimo da uva.

Já o Conselho Consultivo do IBRAVIN (dividido nas áreas de Economia e Mercado, Viticultura, Enologia e Legislação) é integrado por entidades de assistência técnica, ensino e pesquisa representativas da cadeia viti-vinícola, cuja atuação específica se dá conforme as demandas de projetos e pesquisas encaminhadas pelo instituto aos mesmos. Além das já citadas acima (entidades que fazem parte do Conselho Deliberativo), destacam-se no Conselho Consultivo:

- Centro Nacional de Pesquisa da Uva e do Vinho da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (CNPUV/EMBRAPA): tendo como origem a Estação de Enologia de Bento Gonçalves (datada de 1941), o presente nome do Centro foi-lhe atribuído em 1985, através da Deliberação 008/85. Vinculado ao MAPA, tem como visão ser um centro de referência nacional e internacional na área da uva e do vinho, com foco de atuação na pesquisa e aprimoramento para o desenvolvimento sustentável do espaço rural brasileiro visando a eficiência e a competitividade do agronegócio da viticultura e da fruticultura de clima temperado (CNPUV-EMBRAPA, 2007);
- Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves (CEFET/BG): criado em outubro de 1959 (Lei nº 3.646) recebendo o nome de Escola de Viticultura e Enologia de Bento Gonçalves, no ano de 1985 foi transformado em Escola Agrotécnica Federal (autarquia do governo federal). Em 2002 passou a ser um CEFET. Entre os cursos que oferece estão os técnicos em Enologia, Agropecuária (habilitações em Agricultura, Agroindústria e Zootecnia) e Informática, além do curso de Nível Superior de Tecnólogo de Viticultura e Enologia, único no Brasil (CEFET/BG, 2007).
- Associação dos Engenheiros Agrônomos da Região dos Vinhedos (ASARVI): associação representativa que visa a defesa e aperfeiçoamento técnico dos engenheiros agrônomos dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi, Veranópolis e Monte Belo do Sul, contando atualmente com cerca de 45 associados;
- Associação dos Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Rio Grande do Sul (EMATER/RS): responsável pela execução das políticas públicas do Governo do Estado do RS para o setor primário, a EMATER tem como missão a promoção e desenvolvimento de ações de assistência técnica e extensão rural vinculadas aos agricultores familiares gaúchos, mediante processos educativos (EMATER/RS, 2007);
- Universidades locais: entre as principais universidades que atuam conjuntamente com o IBRAVIN, destacam-se principalmente a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a Universidade de Caxias do Sul (UCS) e a Universidade da Região da Campanha (URCAMP).

A viabilização no fim da década de 1990 de uma entidade que visa ao ordenamento da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha e nacional (IBRAVIN) serviu de referência para a criação do moderno Laboratório de Referência em Enologia (LAREN), construído com recursos do FUNDOVITIS e inaugurado em dezembro de 2001. Com estrutura adequada para análises de verificação da genuinidade do vinho, o Laboratório funciona junto a sede da Divisão de Enologia do Departamento de Produção Vegetal (DPV) da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS, na cidade de Caxias do Sul. De acordo com o Anuário Brasileiro da Uva e do Vinho (edição de 2006), este é o único laboratório que faz a análise de vinhos no Brasil, atuando em três frentes: fiscalização, prestação de serviços e pesquisas.

De acordo com informações do IBRAVIN, no LAREN estão instalados equipamentos para determinação isotópica de carbono, através de exame em espectrometria de massa, e mensuração automática dos níveis de álcool, acidez total e dióxido de enxofre, entre outros testes. Além disso, podem ser feitos também análises quantitativas de diglicosídeo (para detecção de fraude por adição de vinho comum em produto declarado como fino) e exames de definição de elementos em até parte por bilhão (p.p.b.), através de cromatógrafos a gás e líquido.

Outro movimento recente que visa à adoção de políticas e estratégias integradas de atuação na cadeia é a Câmara Setorial da Viticultura, Vinhos e Derivados, criada no ano de 2003. A Câmara compõe a estrutura funcional do Conselho Nacional do Agronegócio (vinculado ao MAPA) e seus membros são nomeados pelo Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, entre representantes das entidades empresariais e de trabalhadores, bem como órgãos públicos vinculados a cadeia viti-vinícola. As suas atribuições (competências) estão contidas no artigo segundo de seu regimento interno e são as seguintes:

“I - promover o diagnóstico sobre os múltiplos aspectos envolvendo a atividade, seja no curto, médio ou longo prazo; II - estabelecer um calendário anual de reuniões tendo em vista apoiar áreas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento nos temas referendados no Decreto 5.351 de 21 de janeiro de 2005, quanto à formulação de política agrícola, do plano de safra, do plano plurianual e das demais áreas previstas nesse Decreto; III - propor e encaminhar soluções ao MAPA que visem ao aprimoramento da atividade, considerando a expansão dos mercados interno e externo, bem como a geração de empregos, renda e bem-estar, por intermédio da Coordenação Geral de Apoio às Câmaras Setoriais e Temáticas e IV - acompanhar junto aos órgãos competentes a implementação das propostas e sugestões emanadas da própria Câmara, assim como os impactos decorrentes das medidas tomadas” (REGIMENTO INTERNO DA CÂMARA SETORIAL DE VITICULTURA, VINHOS E DERIVADOS, 2007).

Outro aspecto relevante no ambiente organizacional viti-vinícola gaúcho recai sobre as associações de produtores que visam a obtenção de indicações geográficas (IG's) para seus vinhos, ou seja, “o nome de um país, da região ou do lugar utilizado para designar um produto originário deste país, desta região, deste lugar ou da área definida para este fim sob este nome, e reconhecido pelas autoridades competentes do respectivo país” (REGULAMENTO VITI-VINÍCOLA DO MERCOSUL, 2007). A obtenção de uma indicação geográfica é o primeiro passo para futuramente obter uma denominação de origem para a produção de vinhos.

Entre as iniciativas neste sentido destacam-se a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), situada entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, na região conhecida como “Vale dos Vinhedos”. Como já citado anteriormente, esta região foi a primeira no Brasil a obter esta distinção. Atualmente a APROVALE conta com 25 vinícolas associadas, além de mais de 15 instituições associadas, entre hotéis e restaurantes, por exemplo.

Destacam-se mais recentemente novas iniciativas que visam ao mesmo fim, com estudos sobre a viabilidade destas novas regiões sob coordenação do Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho (CNPUV/EMBRAPA). Para o Centro, estas iniciativas visam a consolidação do desenvolvimento regional com base na produção de vinhos de qualidade de origem controlada (EMBRAPA UVA E VINHO, 2007). As associações a seguir se encaixam nesta nova realidade, entre outras:

- Associação dos Viti-Vinicultores de Monte Belo do Sul (APROBELO): criada em novembro de 2003, reúne 12 vinícolas do município, além de produtores de uva;
- Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes (APROMONTES): associação de dez vinícolas dos municípios de Flores da Cunha e Nova Pádua, teve sua criação datada em janeiro de 2002;
- Associação de Produtores de Vinho de Pinto Bandeira (ASPROVINHO): união das vinícolas instaladas neste distrito da cidade de Bento Gonçalves, cuja origem é o ano de 2001.

A formação de cooperativas também representa, por si só, importante elemento organizacional da cadeia gaúcha, tanto histórica como atualmente. Diversas são as cooperativas vinícolas que atuam na cadeia, muitas delas ainda originadas do período áureo de desenvolvimento cooperativista do início dos anos 1930, como a Cooperativa Vinícola Aurora. Esta é a maior cooperativa gaúcha (e já foi considerada a maior da América Latina), contando atualmente com cerca de 1.300 famílias cooperativadas, que forneceram em 2005 cerca de 50 milhões de quilos de uva para processamento, de acordo com informações colhidas ao longo das entrevistas.

Os sindicatos de trabalhadores rurais dos municípios também exercem importante papel, entretanto sua atuação específica (dentro do IBRAVIN) ocorre no âmbito da Comissão Interestadual da Uva, como já foi dito anteriormente. Isso decorre do fato de que os sindicatos de trabalhadores rurais não atuam somente com trabalhadores vinculados a produção de uva, mas da totalidade dos trabalhadores (diferentes tipos de culturas agrícolas) encontrados no seu respectivo município. No âmbito estadual os sindicatos são ligados a Federação dos Trabalhadores na Agricultura do estado do Rio Grande do Sul (FETAG/RS).

Quanto aos trabalhadores das vinícolas e cooperativas da cadeia, estes estão de maneira geral vinculados a sindicatos de trabalhadores na indústria da alimentação, cuja representação em nível estadual fica a cargo da Federação dos Trabalhadores da Indústria da Alimentação do estado do Rio Grande do Sul (FTIA/RS).

Por fim, o Sindicato das indústrias do vinho do Rio Grande do Sul (SINDIVINHO), fundado em dezembro de 1948, é responsável pela celebração dos contratos coletivos de trabalho, além de elaboração dos dissídios.

4.2.4 Dados Institucionais

Dentro das possibilidades de um desenvolvimento maior ou menor de uma cadeia produtiva, fundamental importância recai sobre as ações institucionais tomadas pelo poder público, tanto no que se refere ao modelo de relacionamento com outros países (nesse caso fala-se de políticas de comércio exterior, por exemplo), bem como suas relações internas,

como a formatação tributária, os processos de estabilização econômica, a política de fiscalização e a legislação que regulamenta as atividades da cadeia, dentre outras.

No tocante a inserção externa brasileira, o país tem passado por inúmeras modificações nas últimas três décadas, as quais que criaram toda uma série de novas relações e modos de inserção no mercado, tanto por parte dos vicultores como das vinícolas, fornecedores de insumos, segmentos distribuidores e os consumidores. A intensificação dos processos de globalização e regionalização (neste último caso fala-se no estabelecimento do Mercosul em 1991) levou a uma série de mudanças nos hábitos dos consumidores brasileiros dos produtos viti-vinícolas (acompanhando a tendência de consumo mundial), que acabaram por alterar a atuação mercadológica de todos os segmentos da cadeia. Assim, ao mesmo tempo em que novas oportunidades eram apresentadas, grandes desafios ficavam cada vez mais aparentes.

A abertura comercial brasileira iniciada no início dos anos 1990, movimento que resultou em reduções significativas das barreiras tarifárias nacionais de importação de todos os tipos de produtos, aliada à formação de uma união aduaneira no Mercosul no ano de 1995 (que levou a isenção tarifária nas relações intrabloco) e aos acordos comerciais com o Chile no ano de 1996 (tornando este um país associado do bloco) consolidou esta tendência, com fortes influências sobre a economia do Rio Grande do Sul e, especificamente, sobre a cadeia viti-vinícola gaúcha. Cabe lembrar que pelas características climáticas semelhantes do estado rio-grandense com os países do bloco, o RS acaba sendo mais sensível a essa integração econômica que outros estados brasileiros, visto que grande parte dos produtos agrícolas do estado também são encontrados nos países vizinhos pertencentes ao Mercosul.

É neste sentido que a nova inserção externa brasileira realizada a partir dos anos 1990, caracterizada pela abertura comercial (advinda em grande parte do estágio mundial da economia que é caracterizada pela globalização) e pela regionalização econômica, aliada à política governamental na área do câmbio (câmbio extremamente valorizado até 1999), além da política no que se refere ao crédito (financiamento), resultou em inúmeras conseqüências e novas realidades à cadeia viti-vinícola gaúcha, como o aumento dos valores e quantidades importadas (sobretudo nos vinhos finos e espumantes), necessidade

de investimentos tecnológicos na área vitícola e vinícola ainda maiores aos que vinham sendo feitos, entre outros.

No que se refere à atuação das três esferas de poder público na área de tributos, inúmeros são os impostos que incidem ao longo das atividades da cadeia viti-vinícola (assim como na grande maioria das atividades econômicas neste país), o que acaba por trazer enormes dificuldades a todos os segmentos da cadeia, como será discutido com maiores detalhes no próximo capítulo. A tabela 25 destaca os principais impostos que atingem as atividades econômicas ao longo da cadeia viti-vinícola gaúcha:

Tabela 25 – Sujeito ativo e tributos incidentes ao longo da cadeia viti-vinícola do RS

	União	Estado	Municípios
Produtor rural (viticultores)	Imp. de Renda (IR), FUNRURAL e Imp. Territorial Rural (ITR)	X	X
Agroindústria	Imp. de Importação (II), Imp. s/ produtos industrializados (IPI), Programa de Integração Social (PIS), COFINS, IR, Contribuição social s/ lucro líquido (CSLL), INSS trabalhador e empregador, ITR, SENAI, SESI, SEBRAE, Salário Educação, CPMF, SAT e FUNRURAL	Imp. s/ circulação de mercadorias e serviços (ICMS)	Imp. Predial e Territorial Urbano (IPTU) e ISSQN
Distribuição	IPI, PIS, COFINS, FUNRURAL, CPMF, INSS trabalhador e empregador, SESC, SENAC, SEBRAE, SAT, Salário Educação, ITR, CSLL e IR	ICMS	ISSQN e IPTU
Varejo	IPI, PIS, COFINS, FUNRURAL, CPMF, INSS trabalhador e empregador, SESC, SENAC, SEBRAE, SAT, Salário Educação, ITR, CSLL e IR	ICMS	ISSQN e IPTU

NOTA 01: O sujeito ativo da obrigação tributária é, segundo o artigo 119 do Código Tributário Nacional (CTN), a pessoa jurídica de direito público titular da competência para exigir o cumprimento da obrigação tributária, segundo destacado por Bruch & Fensterseifer (2005).

NOTA 02: Imp. = Imposto.

FONTE: BRUCH & FENSTERSEIFER (2005), adaptado pelo autor.

O governo do estado do Rio Grande do Sul, como já comentado anteriormente, tem atuação no sentido de creditar os valores do ICMS para as vinícolas, de acordo com a taxa recolhida junto a elas sobre o volume de uva que tem destino a agroindústria. É esse fundo que será a fonte de recursos para o funcionamento do IBRAVIN.

Já entre as regulamentações mais importantes que norteiam a atividade viti-vinícola gaúcha e brasileira, além da própria Constituição Brasileira e do Código de Defesa do Consumidor, estão, entre outras:

- Lei Federal nº 8.918, de 14 de julho de 1994, “Lei de bebidas em geral”: destaca os padrões de padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas no país;
- Lei Federal nº 7.678, de 08 de novembro de 1988, ”Lei do Vinho”: dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho no país;
- Regulamento Viti-Vinícola do Mercosul (criado em 1996 e aprovado pelo Congresso Nacional Brasileiro em 2004): regulamento que visa a harmonização das legislações e condições sob as quais a circulação dos produtos viti-vinícolas se fará no âmbito do Mercosul, criando neste sentido normas entre estes países;
- Lei Estadual nº 10.989, de 13 de agosto de 1997: dispõe sobre a produção, circulação e comercialização de uva, do vinho e dos derivados da uva e do vinho e cria o Fundo de Desenvolvimento da Viti-Vinicultura do Rio Grande do Sul (FUNDOVITIS), cuja finalidade é custear e financiar as ações, projetos e programas da política de desenvolvimento da cadeia no estado.

4.2.5 Dados Tecnológicos

Fundamentais ao longo do desenvolvimento do homem nos séculos, os avanços tecnológicos exercem influência em todos os segmentos representativos da sociedade, tanto no que se refere à mudanças nas relações econômicas, sociais e culturais, como na própria atuação dos indivíduos, empresas e sistemas econômicos.

Com o advento do processo de globalização ganha papel ainda mais preponderante a tecnologia e suas implicações. O uso da internet e a integração quase que total dos sistemas financeiros nacionais demonstram essa nova realidade da economia mundial, onde a inserção em qualquer esfera é dominada cada vez mais pela utilização dos processos de tecnologia avançada.

Tendo em vista a evolução tecnológica da economia mundial ao longo dos tempos, o desenvolvimento da cadeia viti-vinícola gaúcha também sofreu conseqüências desta esfera, passando lentamente por diferentes estágios de aprimoramento tecnológico. A comprovação desta realidade é observada na evolução histórica da cadeia já apresentada neste capítulo, onde o desenvolvimento das atividades econômicas viti-vinícolas começou a gerar, desde o seu princípio, a necessidade de melhorias nos processos de produção da matéria-prima (uva), produção de vinhos e outras bebidas e nos diferentes insumos indispensáveis à produção dos citados produtos.

É neste sentido que são percebidos movimentos como a criação dos primeiros laboratórios de análise e controle das bebidas, o início do desenvolvimento de entidades de ensino da prática vitícola e enológica e a criação das primeiras estações experimentais de Viticultura e Enologia, entre outras ações que visavam melhorias nos processos produtivos, inserindo nestes qualificação tecnológica cada vez maiores.

Com grande importância na modernização da cadeia, destaca-se na área de formação de recursos humanos o Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves (CEFET/BG) e na área de pesquisa a Embrapa Uva e Vinho.

Já a entrada no mercado brasileiro de multinacionais, a partir dos anos 1970, também representou avanços nos níveis tecnológicos da cadeia como um todo, decorrente em grande parte de mudanças nos sistemas de produção, transporte e acondicionamento de uvas vigentes até então, que acabou por moldar uma nova estrutura industrial, onde a produção de vinhos finos é cada vez mais importante.

Atualmente a atualização tecnológica constante permanece ainda mais como uma peça central do desenvolvimento/aprimoramento da cadeia viti-vinícola, ainda mais em uma atividade onde muitas vezes a produção qualificada é confundida com a produção que utiliza elevado grau tecnológico em seus processos. Assim, mesmo com as enormes dificuldades que a cadeia enfrentou e enfrenta, o desenvolvimento tecnológico dos segmentos da cadeia continua a crescer, oferecendo assim oferta razoável de insumos vitícolas (mudas, por exemplo), produção de matéria-prima com mais qualidade e níveis de processos de vinificação comparados a países de “primeira linha” da viti-vinicultura internacional, com a utilização de equipamentos mais modernos e atualizados as novas tendências mundiais.

4.3 PRINCIPAIS GARGALOS NA CADEIA VITI-VINÍCOLA GAÚCHA ATUALMENTE

Os principais gargalos que afetam a competitividade atual da cadeia viti-vinícola gaúcha foram divididos em cinco níveis distintos de análise, visando desta forma elencá-los de acordo com determinados padrões de distribuição. Os principais gargalos observados foram, em maior ou menor grau (unânicos ou não), destacados nas entrevistas com profissionais ligados a cadeia (além de em trabalhos de autores sobre o tema) e são divididos em tecnológicos, institucionais, organizacionais, de governança e empresariais.

Uma avaliação da importância e das consequências que estes gargalos exercem será feita no capítulo seguinte, que versará sobre a análise da competitividade atual da cadeia viti-vinícola gaúcha. Dentre os principais gargalos destacam-se:

a) Gargalos Tecnológicos

- Carência de mudas de uvas viníferas apresentando qualidade e sanidade adequada;
- Resistência por parte de alguns viticultores para a introdução de métodos de plantio e práticas de gestão mais modernas;
- Indefinições e informações parciais sobre quais são os tipos de uvas adequados as diferentes regiões;
- Evolução tecnológica vitícola nas últimas décadas inferior a evolução apresentada nos processos de vinificação (agroindústria);
- Pesquisas para o desenvolvimento de novos produtos e processos não é incentivado pela maioria das vinícolas.

b) Gargalos Institucionais

- Elevada e desorganizada carga tributária: elevada tributação principalmente no “custo seco” de engarrafamento (relacionado aos insumos da agroindústria: garrafa, rótulo, cápsula, embalagem, rolha, etc.), nos custos de distribuição, além de impostos cobrados em cascata e diferenças nas alíquotas entre os estados;

- Elevada concorrência internacional nos mercados de vinhos e espumantes;
- Vinhos contrabandeados apresentam cada vez mais importância no total de vinhos finos consumidos no país;
- Ausência de uma cultura nacional caracterizada por um consumo regular e de forma moderada: a maior parte das compras dos consumidores de vinhos e espumantes são realizadas apenas de forma sazonal (determinadas épocas determinam aumento nas compras dos produtos);
- Fiscalização da qualidade dos produtos (tanto os nacionais como os estrangeiros) pelo MAPA e SAA ainda é pouco atuante e eficiente, devido a escassez de recursos humanos e financeiros destas entidades.

c) Gargalos Organizacionais

- A atuação do órgão público responsável pela assistência técnica (EMATER/RS), apesar de representar um papel relevante, ainda não consegue cobrir todas as regiões do estado onde a viticultura está instalada;
- Falta de promoção do vinho nacional no exterior e, principalmente, no mercado interno, onde a viti-vinicultura gaúcha e brasileira está cada vez mais perdendo espaços relativos;
- Apesar de avanços dos diversos segmentos da cadeia no apontamento de ações estratégicas conjuntas percebe-se ainda uma atuação completamente isolada dos segmentos;
- Não-viabilização plena do funcionamento do IBRAVIN: a falta de um suporte adequado em termos financeiros (garantia de recursos) faz com que o órgão de governança maior da cadeia gaúcha e nacional apresente dificuldades para sua operacionalização efetiva;
- Escassa participação da Universidade de Caxias do Sul (UCS) nas atividades da cadeia: falta de integração técnica e tecnológica dessa universidade pólo da Região de Caxias do Sul com a cadeia viti-vinícola gaúcha;
- Pequeno número de viveiros de mudas no estado;

- Predomínio do sistema de condução de latada fechada⁵, que favorece a produção de uvas com uso de pouca mecanização.

d) Gargalos de Governança

- Carência de informações sobre o vinho: pouca divulgação das principais características do produto para o consumidor;
- Baixa escala de abastecimento por parte das vinícolas para o segmento distribuidor;
- Concentração excessiva de poder no segmento distribuidor (elevado poder de barganha das grandes redes de supermercados): imposição de inúmeras garantias e condições de pagamento para colocação do vinho nacional em suas prateleiras;
- Elevado poder dos segmentos produtores de insumos da agroindústria: presença de oligopólios e monopólios, como, por exemplo, na produção de garrafas;
- Falta de estruturas adequadas de logística de distribuição, apesar das melhorias nos últimos anos.

e) Gargalos Empresariais

- Foco excessivo, por parte de alguns vinicultores, nas margens de lucros ao invés de qualificação do seu produto;
- Visão, por parte de alguns vinicultores, do acesso ao mercado externo como um marketing, não como estratégia consolidada de aumento das vendas;
- Desconhecimento da realidade do mercado nacional viti-vinícola por parte da maioria dos empresários;
- Venda de mais de 60% da totalidade produzida no RS de vinhos comuns (ou de mesa) a granel, não gerando agregação de valor (engarrafamento na origem) e com falta de controle de genuinidade da bebida.

⁵ Um sistema de condução de latada é definido, a grosso modo, como aquele que possui uma grade de ripas, varas ou canas para sustentação de videiras ou outras plantas trepadeiras, conforme destaca TERSARIOL (1996).

CAPÍTULO 05 – ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA VITI-VINÍCOLA GAÚCHA

O objetivo deste capítulo é analisar a competitividade atual da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha. Para tanto, a primeira parte destaca o ambiente institucional, ressaltando-se a importância deste para o desempenho das atividades, que englobam as políticas de comércio exterior, tributária, de financiamento, entre outros aspectos. A segunda parte destaca o ambiente tecnológico, observando-se o desenvolvimento nos últimos anos dos segmentos produtores de insumos, dos viticultores e da agroindústria. Na terceira parte o objeto de análise é o ambiente organizacional, analisando-se a avaliação da evolução das principais entidades que compõem esta cadeia, com ênfase nas entidades de classe, centros de pesquisa e ensino, entre outros. O quarto item analisa as principais estratégias das empresas vinícolas, considerando-se o porte das empresas e os tipos de produtos. Por fim, a quinta e última parte do capítulo destaca as principais estruturas de governança ao longo dos segmentos da cadeia, buscando apresentar as principais características dos mesmos e o seu desenvolvimento.

5.1 AMBIENTE INSTITUCIONAL

De fundamental importância para o desenvolvimento ou não de uma cadeia produtiva, as principais características que compõem o ambiente institucional da cadeia viti-vinícola gaúcha foram divididas em três tópicos principais para uma melhor visualização: o primeiro trata da importância das políticas governamentais; o segundo discute o estágio e as consequências da legislação; e o último apresenta a importância dos costumes e tradições no desenvolvimento das atividades da cadeia.

5.1.1 Importância das Políticas Governamentais

Considerando-se que toda política de origem governamental tem importância fundamental no aumento ou redução da competitividade de uma cadeia produtiva, a seguir será destacada a atuação governamental em algumas áreas políticas específicas, buscando

assim apresentar de que forma estas políticas afetam a viti-vinicultura gaúcha.

a) Política de Comércio Exterior

A política de comércio exterior do governo federal, ou seja, a inserção externa brasileira na economia mundial afetou e continua afetando a competitividade da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha. Assim, a abertura comercial do país iniciada nos anos 1990 e a efetivação do Mercosul, aliada a outros fatores, foram responsáveis pela ampliação dos níveis de importações de produtos viti-vinícolas, com destaque para os vinhos e espumantes, como já destacado nos capítulos 03 e 04, sendo considerado neste sentido um aspecto negativo para o aumento da competitividade, visto a perda de mercado gerada.

Entretanto, aspectos positivos podem ser encontrados na inserção externa nacional dominante até o momento, fazendo com que a viti-vinicultura nacional e gaúcha se adaptasse de uma forma ou de outra a nova realidade, crescendo de forma qualitativa (desenvolvimento relacionado principalmente a produção de vinhos finos e espumantes). É deste modo que são destacados melhorias nos processos tecnológicos de produção vitícola e na vinificação; maior ênfase nas estratégias empresariais; ampliação de políticas de marketing e promoção de produtos, além do começo de uma sintonia maior entre viticultores e agroindústria.

Como um balanço da atual inserção externa nacional com suas conseqüências para a viti-vinicultura nacional e gaúcha, o presidente executivo do IBRAVIN destaca que:

“... essa inserção é mais desafiadora do que uma fonte de oportunidades, sendo mais preponderante dentro do modelo que ela impõe a busca de sobrevivência do que o crescimento, apesar de todo o grande espaço que o país tem para crescer devido ao baixo consumo de produtos da cadeia” (Entrevista nº18, 2007).

Dentro desta lógica, consideramos que a inserção externa brasileira, com suas conseqüências para a cadeia de uvas, vinhos e outros derivados do RS, pode ser avaliada tanto como negativa como também positiva, dependendo do ângulo da análise. Se por um lado é responsável por maior acirramento comercial via perda de mercados interno e externo, com conseqüências diversas para os variados segmentos da cadeia, por outro gestou uma nova configuração empresarial, organizacional e de governança, mais adequada

aos novos tempos, que tenta de uma forma ou de outra superar os enormes desafios lançados e em menor escala ampliar oportunidades percebidas, como destacado na análise do entrevistado acima.

Por fim, outro aspecto negativo para a competitividade da cadeia gaúcha são os acordos bilaterais feitos pelo governo brasileiro com o Chile e outros países, sendo que na relação com os chilenos, em troca de favorecimentos para uma maior exportação de produtos do complexo metal-mecânico nacional, a viti-vinicultura gaúcha tem sido usada “como moeda de troca” pelo governo federal, que dá garantia cada vez maior para que o vinho fino daquele país invada o mercado nacional em maiores quantidades.

b) Política Tributária

A elevada carga de tributos no Brasil é um fator que prejudica praticamente todas as atividades econômicas, não sendo diferente com a viti-vinicultura gaúcha. Além disso, a desorganização tributária (cobrança de impostos em cascata, diferenças de alíquotas de impostos entre os estados, entre outras) acaba por prejudicar ainda mais o desenvolvimento das atividades da cadeia gaúcha em questão. É neste sentido que a atividade é afetada negativamente por este instrumento de política pública, sendo considerado por muitos dos entrevistados como o principal gargalo que afeta a competitividade da cadeia viti-vinícola, sendo mais importante do que as conseqüências advindas da inserção externa brasileira.

Em informação verbal destacada por um representante do IBRAVIN durante uma palestra no 1º *Workshop* Fenavinho Brasil (Bento Gonçalves/RS, fevereiro de 2007), diversas são as distorções tributárias que afetam a cadeia, ainda mais visíveis quando se compara a estrutura tributária e os custos de produção das atividades viti-vinícolas brasileiras com aquelas de outros países concorrentes, como Chile e Argentina. Através de uma comparação com outros países, busca-se aqui apresentar uma confirmação técnica de como uma carga tributária elevada pode ser um fator de perda de competitividade para um país como o Brasil e, particularmente, para a viti-vinicultura do RS.

Entre o número de obrigações tributárias que afetam as atividades viti-vinícolas nos países, o Chile se destaca por um sistema tributário que contém apenas três impostos, enquanto no Brasil, ao longo das três esferas, são mais de vinte tipos diferentes,

subdivididos em impostos, taxas, contribuições sociais, entre outras modalidades.

A menor tributação incidente sobre as atividades viti-vinícolas no Chile em comparação ao Brasil é devida em grande parte ao país possuir uma tributação simplificada, visto que o vinho chileno em seu mercado interno sofre apenas a incidência do imposto sobre valor agregado (IVA), com alíquota de 19%, um imposto adicional às bebidas (com alíquota de 15%) e o imposto de renda. Quando o vinho chileno é exportado o IVA gera créditos tributários, além de também receber uma isenção do imposto adicional às bebidas. Já na Argentina ocorreu a assinatura do Convênio da Competitividade entre governo federal, governos das províncias e representantes viti-vinícolas, que resultou em diversas isenções de impostos que diminuíram a carga tributária sobre o vinho argentino ainda nos primeiros anos deste século.

Outro aspecto interessante que deve ser considerado também é o encarecimento ainda maior dos produtos nacionais gerado por tributos como o PIS e COFINS, que representam em torno de 9 a 10% do valor final do vinho (BRUCH, 2004). Para essa autora, Chile e Argentina não possuem tributos semelhantes a estes, visto que:

“... no Chile não há nenhuma contribuição social, posto que a seguridade social é financiada de forma privada. Na Argentina a contribuição social se limita a contribuições sobre a folha de pagamento. Mesmo neste caso, a tributação brasileira é maior: enquanto o empregador paga a alíquota de 20% sobre a folha de pagamento no Brasil, esta porcentagem cai para 16% na Argentina” (BRUCH, 2004, p. 85).

No que se refere à importação de insumos para atender a agroindústria, uma vantagem competitiva dos vinicultores chilenos e argentinos é que os mesmos recebem isenção de impostos para alguns insumos que compõem o “custo seco”, contrariamente aos segmentos da cadeia brasileira, que pagam impostos de importação nos insumos não-produzidos no país. De acordo com SCHUMACHER (2006), no Brasil paga-se cerca de 10% de imposto de importação (II) nas rolhas de cortiça (insumo de importância fundamental para as vinícolas), não fabricadas no país.

Esta discussão acerca da isenção de impostos de importação, todavia, pode ter outro fator complicante, uma vez que isentando-se as empresas que importam livremente, não se criará condições para o aparecimento de empresas de origem nacional que poderiam vir a ocupar este espaço de forma competitiva. Desta forma, tal isenção é boa apenas para os

vinicultores, mas é um fator negativo quando se imagina um desenvolvimento da competitividade de forma integrada na cadeia, favorecendo os diversos segmentos que fazem parte da mesma e não apenas um deles.

Ainda do ponto de vista da carga tributária nacional, nota-se que muitas vezes essa carga acaba sendo distinta para produtos similares. Isto decorre, principalmente, por causa dos diferentes estados de destino do produto, tipo de produto, valor agregado a este e a taxa de lucro da empresa. Referente às alíquotas de ICMS, deve-se aqui considerar que o país possui 27 alíquotas diferentes.

Outra consequência do modelo de tributação existente na cadeia viti-vinícola é que ele gera a falta de estímulos para engarrafar os vinhos em seu local de origem, sendo a bebida vendida a granel para outros estados, não gerando agregação de valor ao produto. De acordo com dados relatados por um entrevistado (Entrevista nº 03, 2007), que citou uma pesquisa realizada pela entidade ao qual é representante (a AGAVI), no RS paga-se sete centavos de real de ICMS por cada litro de vinho comum vendido a granel, enquanto o engarrafado pagaria um valor cerca de quatro vezes maior. Cabe aqui lembrar que, infelizmente, não é somente a viti-vinicultura gaúcha que é afetada por este tipo de distorção, mas diversas outras atividades econômicas no país.

Esta distorção tributária é um dos fatores que acabou determinando que, em 2005, cerca de dois terços dos vinhos comuns comercializados pelo RS fossem vendidos a granel, principalmente para grandes engarrafadoras do estado de São Paulo, onde estão situadas estruturas de produção e distribuição tradicionalmente consolidadas. Assim, a venda de vinhos a granel acabou se tornando um importante meio de venda de vinhos pelas empresas gaúchas, sendo que algumas vinícolas se especializaram nesta modalidade de venda, enquanto outras destinam apenas uma parcela de sua produção para este fim, como é o caso da Aurora.

Entre as tentativas de determinar o início de um processo de redução nos níveis de tributação no país e no RS nos últimos anos, de acordo com informações do presidente executivo do IBRAVIN, destacam-se a redução do valor do IPI para os espumantes de 30% para 20% por decreto e de 20% para 10% por um ato normativo, o que enquadrou o produto na categoria do vinho, e a conquista do crédito presumido de ICMS no RS de 5% para o produto vendido internamente (de 17 para 12%). Já a tentativa de redução da carga

tributária via projeto que enquadrava o vinho como alimento no RS no ano de 2006, acabou não tendo êxito, devido à reação da opinião pública, principalmente do Sindicato dos Médicos, com o veto ao projeto pelo governador da época, cuja aprovação tinha sido unânime entre os 55 deputados da Assembléia Legislativa do RS.

Em síntese,

“... a tributação incidente na cadeia produtiva do vinho é elevada e a forma de tributação é bastante complexa, o que pode resultar em produtos caros, baixo consumo de vinho, elisão fiscal e um aumento da procura por vinhos importados, que são relativamente mais baratos que os nacionais. Conhecer esta tributação também se torna importante para a cadeia produtiva que, comprovado o alto valor incidente, poderá, com dados concretos, buscar a redução destes tributos” (BRUCH & FENSTERSEIFER, 2005, p. 18).

c) Políticas de financiamento ou creditícia

As políticas de financiamento para os produtores de uva e para a agroindústria, conforme observações obtidas na pesquisa podem ser consideradas satisfatórias, embora não foram obtidas informações acerca de financiamentos específicos à atividade vitivinícola no RS. Mesmo assim, grande parte dos entrevistados destacam a existência do que consideram juros elevados em diversos programas de financiamentos.

A grande maioria dos viticultores gaúchos se encaixa nas condições do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), com grande destaque para os produtores da principal região produtora, a Serra Gaúcha, onde predominam as pequenas propriedades agrícolas eminentemente familiares. Assim, a grande maioria dos viticultores acaba utilizando este programa para investimento e custeio de suas propriedades.

Entre as vantagens que levam a maioria destes viticultores optarem pelas linhas do PRONAF estão os juros menores (entre 3 a 4% ao ano) comparativamente as outras possibilidades de financiamento, como o Programa de Desenvolvimento da Fruticultura (BNDES PRODEFRUTA), que apresentam juros anuais de mais do que o dobro do que o PRONAF. Dentre os principais bancos que operam essas linhas de crédito do governo federal estão o Banco do Brasil (BB), Banco do estado do Rio Grande do Sul (BANRISUL) e o Sistema de Crédito Cooperativo (SICREDI).

Com menor importância que os programas do governo federal (PRONAF e PRODEFRUTA), nota-se que também o governo do estado do RS tem um programa

destinado a criar alternativas econômicas e sociais para os agricultores, principalmente os que praticam agricultura familiar. Mesmo com recursos bem inferiores aos primeiros, esse apoio teve papel considerável desde a sua criação em 2003. Trata-se do Programa Estadual de Fruticultura (PROFRUTA/RS), que está sendo executado pela EMATER/RS e tendo foco a implantação de novos pomares; projetos de custeio e de manutenção de pomares já existentes; assistência técnica e capacitação aos fruticultores; além do desenvolvimento de mudas frutíferas, segundo Relatório de Atividades Desenvolvidas (2006).

Ainda relativamente aos produtores vitícolas, estes tem a possibilidade de contar com o seguro agrícola estadual, criado no Governo Olívio Dutra em 2001. Este seguro atua no gerenciamento de riscos da ação dos fenômenos meteorológicos, cobrindo, no caso da produção da uva, sinistros gerados pela ação do granizo. Conforme informações do coordenador do programa de seguro agrícola da SAA/RS (Entrevista nº 24, 2007), atualmente são cerca de 2.000 viticultores que contam com este seguro no estado.

Para a compra de maquinário e outros investimentos por parte das vinícolas destacam-se a possibilidade de obtenção de financiamentos via BB, BANRISUL e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), com as seguintes possibilidades:

- Programa de Incentivo à Irrigação e à Armazenagem (MODERINFRA): possibilidade de financiamento de pequenas cantinas rurais que possuem seus vinhedos e a cantina na mesma propriedade. Entretanto, é pouco utilizado porque os juros cobrados são considerados elevados (8,75% ao ano) e devido ao pouco conhecimento dos pequenos vinicultores;
- Linha Especial de Financiamento Agrícola (FINAME – LINHA ESPECIAL): utilizado em sua maior parte como possibilidade de financiamento para as cooperativas, porém também tem juros considerados elevados (12,35% ao ano), o que dificulta sua maior utilização;
- Linhas do BNDES: utilizado mais comumente por vinícolas maiores.

Com menor atuação que as instituições financeiras citadas acima, o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) também atua no fornecimento de

financiamento à agroindústria da cadeia viti-vinícola, concedendo empréstimos focados, principalmente, nas cooperativas de produtores rurais vitícolas.

Uma peculiaridade interessante no financiamento da atividade vitícola é que a mesma é amparada por uma política de garantia de preços mínimos (PGPM), instituída através do Decreto-Lei nº 79 do ano de 1966. Este decreto atribuiu à União o estabelecimento de normas para a fixação dos preços mínimos e a execução das operações de financiamento e aquisição de produtos agropecuários, tendo como órgão gestor a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), vinculada ao MAPA. Além da fixação dos preços mínimos (estabelecido em 46 centavos ao quilo da uva para a safra 2007), destacaram-se historicamente como instrumentos da PGPM os Empréstimos do Governo Federal (EGF) e as Aquisições do Governo Federal (AGF).

O EGF é utilizado para a compra da matéria-prima pelas vinícolas, tendo como base o preço mínimo da uva no ano. Quanto aos recursos do empréstimo, estes são fornecidos pelo MAPA e administrados pelo BB. Assim, como considerado nos financiamentos anteriores, uma das principais críticas apontadas pelos entrevistados ao EGF é que suas taxas de juros ainda são elevadas (entre 8 a 12% ao ano).

Um dos principais argumentos que justifica este tese destacada pelos entrevistados é que a taxa Selic teria tido diversas quedas nos últimos anos, movimento este que não foi acompanhado pelos juros cobrados pelo EGF. Entretanto, dentro dos propósitos científicos do presente trabalho, estes juros não são aqui considerados extremamente fora dos padrões financeiros tradicionais, ainda mais quando se considera o valor anual das taxas do mercado financeiro e a inflação anual brasileira. Claro que estes juros poderiam ser menores devido à importância de um mecanismo como o EGF, que tem diversas influências em vários extratos sociais (como produtores agrícolas e a agroindústria em geral), mas considerar os valores dos juros atuais como totalmente aviltantes constitui-se num exagero.

No que se refere às políticas de escoamento de estoques, destaca-se o AGF, embora o mesmo tenha sido abandonado no início da década de 1990. De acordo com alguns entrevistados, a política de compra de estoques vinícolas por parte do governo federal teria resultado em uma desestabilização do mercado de vinhos nacional, devido à venda posterior da bebida em preços muito baixos. Além disso, LAPOLLI et al. (1995) destacam mais dois fatores que colaboraram para o abandono do AGF: a restrição de recursos

orçamentários e as prioridades institucionais voltadas ao abastecimento de produtos essenciais de alimentação.

Entre as alternativas à substituição do AGF, destaca-se a realização do primeiro Programa de escoamento da Produção (PEP) no final de 2006. O leilão do governo federal foi realizado somente para a venda de vinhos finos, mas com 10% de vinhos comuns, bebida oriunda das cooperativas vinícolas gaúchas. Dentre os fatores que teriam levado o MAPA e a CONAB a enquadrarem somente o vinho proveniente das cooperativas no leilão estão, de acordo com o diretor executivo da CENECOOP e da FECOVINHO (Entrevista n° 25, 2007), o fato das cooperativas serem formadas, em grande parte, por agricultores familiares, visto que o PEP é direcionado exclusivamente aos produtores rurais. Quanto aos resultados, o leilão gerou uma comercialização de mais de 5,5 milhões de litros de vinho, que foram vendidos a um preço médio de vinho comum com adição de R\$ 0,65 por litro. Este valor adicionado foi colocado pelo governo federal a fundo perdido, gerando gastos com o PEP de quase 3,6 milhões de reais.

d) Política de Fiscalização

A política de fiscalização dos produtos nacionais e importados, operada através do convênio entre o MAPA e a SAA/RS, foi um dos pontos que gerou mais polêmica e controvérsias ao longo das entrevistas. Uma parte dos entrevistados com atuação empresarial ou membros de organizações de classe destacaram que a fiscalização é praticamente inoperante e inexistente no país; já outros destacam que apesar das deficiências, a fiscalização tem aumentado. Por parte de funcionários entrevistados do MAPA ou da SAA/RS houve uma defesa da atuação fiscalizatória destes órgãos.

As críticas mais veementes de membros de organizações da cadeia e empresários se basearam na percepção de que a fiscalização do MAPA e da SAA/RS é praticamente inexistente, tanto no que se refere à verificação da qualidade dos produtos nacionais como em relação à qualidade dos produtos importados que entram no país. Além disso, quando a fiscalização do MAPA é feita, a reclamação é que ocorre apenas no RS, sem dar atenção aos outros estados brasileiros.

No tocante aos produtos nacionais, a crítica principal é em relação as novas bebidas

que tiveram autorização para serem produzidas no país nos últimos anos, principalmente as sangrias e os coquetéis. Dentro desta perspectiva, destaca-se que uma parte destas bebidas, pelo fato de não serem fiscalizadas pelos órgãos públicos citados, chega ao mercado não preenchendo os requisitos mínimos delimitados pela legislação. Além disso, considera-se que estas bebidas muitas vezes acabam sendo vendidas como vinho, o que na verdade não são, visto que não são produzidas com 100% de composição de vinho. Em menor grau, estes segmentos destacaram também a pequena fiscalização sobre a qualidade dos vinhos e espumantes, por exemplo.

Quanto à fiscalização dos produtos viti-vinícolas importados que entram no Brasil (principalmente vinhos e espumantes), os segmentos mais críticos à atuação dos órgãos governamentais destacam a entrada de produtos sem registro (o que poderia causar doenças a população), não recebendo nenhum tipo de laudo por parte do MAPA. Essa informação foi contestada por parte dos funcionários dos órgãos públicos, que afirmam que é muito mais fácil de ser encontradas irregularidades nos produtos nacionais do que nos importados, além do que praticamente nenhum produto entra no país de forma legal sem ser registrado e receber laudo atestando suas condições adequadas.

Em maior número que os primeiros, outros membros de organizações da cadeia destacaram que, apesar das dificuldades, a fiscalização é nos dias de hoje superior a que era realizada em períodos anteriores. As dificuldades estão relacionadas, principalmente, à falta de recursos humanos e financeiros por parte da SAA/RS e do MAPA. Entretanto, estes segmentos destacam que esta maior fiscalização estaria ocorrendo devido a pressão do setor produtivo e não por iniciativas próprias dos órgãos responsáveis, onde algumas vezes o setor privado e suas organizações teriam disponibilizado recursos financeiros para estes órgãos realizar suas funções, o que demonstraria a real importância dada pela maioria dos segmentos da cadeia à fiscalização adequada dos produtos.

Já os funcionários entrevistados da SAA/RS e do MAPA destacaram os avanços nos processos metodológicos para o reconhecimento de adulterações nos produtos nos últimos anos, o que começou a facilitar o trabalho destes órgãos, que a partir dos períodos recentes tiveram instrumentos para fazer a fiscalização, analisar as amostras coletadas e verificar possíveis fraudes nos produtos. Dentre as novas metodologias destacam-se:

- Metodologia do isótopo de carbono: determina a origem do álcool encontrado no vinho. Posteriormente foi descoberto um meio de burlar este teste, o que acabou deixando um pouco de lado esta metodologia;
- Metodologia do oxigênio: identifica a água exógena no vinho. Este teste ainda é considerado como seguro contra formas de burlar seus resultados.

Cabe aqui destacar que, de acordo com estes funcionários vinculados a órgãos públicos responsáveis pela fiscalização entrevistados, existem bebidas que estão liberadas para produção no país que ainda não contam com metodologias que possam realizar avaliações acerca de sua verdadeira composição (percentuais de uva e suco de uva utilizado). Dentre estas bebidas estão os néctares, sucos e bebidas de uva.

Outro aspecto relativo à quantidade de fiscalizações realizadas (ainda de acordo com os funcionários dos órgãos responsáveis) diz respeito ao comportamento dúbio (ambíguo) do setor produtivo: quando o MAPA e a SAA/RS realizam poucas fiscalizações são criticados e cobrados; já quando fazem mais do que o normal são alvo de manifestações também. Quanto à evolução nas fiscalizações realizadas no LAREN, único laboratório do estado autorizado (é o braço auxiliar da fiscalização), o coordenador do laboratório e chefe da divisão de Enologia da SAA/RS (Entrevista nº 26, 2007) destacou que o número de amostras coletadas e analisadas pelos órgãos tem aumentado ano a ano, além da prestação de serviços às vinícolas (as empresas encaminham amostras de seus produtos para verificar se eles apresentam problemas ou não), o que demonstra o início de um processo de enquadramento do segmento produtivo da cadeia, através de percepção de que é preciso trabalhar com qualidade e honestidade.

Em linhas gerais, o que se percebeu é que houve melhorias na fiscalização da qualidade dos produtos nacionais e importados nos últimos anos, apesar de todas as dificuldades enfrentadas pelos órgãos responsáveis por este trabalho. Essa tese é embasada pela percepção da maioria dos entrevistados, independente do motivo que os mesmos considerem a origem desta melhoria (se pela introdução de novas metodologias, se por iniciativas próprias dos órgãos públicos ou se estes órgãos sofreram pressão do setor produtivo da cadeia). Com certeza a política de fiscalização do comércio legal está ainda muito longe do que realmente seria o necessário, mas houve uma evolução significativa,

principalmente após a criação e atuação do LAREN, que foi responsável pelo fechamento dos antigos laboratórios, que operavam sem as condições necessárias.

Por fim, no que se refere ao comércio ilegal, este vem avançando de forma incontestável e cada vez mais expressiva no país e no RS nos últimos anos, principalmente no que se refere ao contrabando de vinhos cuja origem são os países do Mercosul, sendo este mais um fator de perda de competitividade para a cadeia gaúcha, visto que os produtos contrabandeados não pagam impostos. É por isso que o comércio ilegal de vinho foi apontado por diversos entrevistados como um fator de muita preocupação para a cadeia, uma vez que se trata de uma forma de concorrência desleal, tanto que um dos entrevistados chegou a afirmar que:

“... o Mercosul é um problema sério não somente pelo aumento da concorrência, mas principalmente pelo elevado contrabando de vinhos argentinos e chilenos, onde considera-se que cerca de 60 a 70% do total de vinhos destes países que entram no Brasil não tem nota fiscal” (Entrevista nº 19, 2007).

É neste sentido que urge a necessidade de atuação imediata dos órgãos responsáveis, visando reduzir estas práticas que prejudicam o andamento legal das atividades da cadeia viti-vinícola gaúcha, assim como inúmeras outras pelo Brasil.

5.1.2 Estágio e conseqüências da legislação sobre a cadeia

A legislação que regulamenta a elaboração de produtos viti-vinícolas no país e no RS pode ser considerada como coerente e atualizada de acordo com os princípios que operam nos principais países e mercados de uva e vinho do mundo. Mesmo assim, apresenta algumas lacunas e imperfeições, de acordo com a opinião de diversos entrevistados.

Entre as diretrizes que garantiram uma maior normalidade e determinação de padrões adequados para a legislação destas atividades econômicas, podem ser destacadas a criação da Lei do Vinho em 1988, que deu clareza as diferentes classificações e normas para a elaboração de produtos viti-vinícolas no país; e o Regulamento Viti-Vinícola do Mercosul, que determina imposições de regras para a comercialização dentro do bloco econômico, cuja aprovação ocorreu em 2004 no Brasil.

Mais recentemente destaca-se também a regularização normativa de produtos que ainda não estavam regularizados, ou seja, ainda não possuíam ordenamento jurídico, apesar de já serem produzidos no país. Entre estes produtos destacam-se as sangrias, os coquetéis, além de bebidas e néctares de uva, entre outros.

Mesmo que se considere importante esta normalização para os novos produtos, o presente trabalho destaca a incongruência gerada pela regularização de um produto que tem dificuldades para uma posterior fiscalização de sua composição, como os néctares e as bebidas de uva, devido à falta de uma metodologia que avalie suas composições. Assim, não existem garantias nenhuma quanto ao que realmente está sendo tomado, apenas ficando-se com a esperança de que a empresa que elaborou o produto seja honesta.

Esta liberação para produzir estes produtos acaba gerando a impressão por alguns segmentos de que isto é feito de forma isolada pelo MAPA, enquanto outros destacam a forte influência de setores lobistas para a aprovação dos mesmos. A resposta a estas críticas sobre a liberação destas novas bebidas é destacada por um fiscal agropecuário do MAPA:

“... a discussão acerca da composição adequada para os diferentes produtos e sua posterior liberação é discutida com o setor produtivo da cadeia e as aprovações são deliberadas somente com a concordância da grande maioria. Desta forma, quem não gosta das atuais legislações sobre a viti-vinicultura brasileira deve lutar por mudanças, através da proposição de novas legislações, e não apenas ficar reclamando e jogando a culpa no MAPA” (Entrevista n° 08, 2007).

Essa tese do fiscal é ratificada por alguns segmentos empresariais e organizacionais, os quais confirmam que, algumas vezes as entidades de classe não se mobilizam para a busca de seus pleitos nas discussões sobre atualizações e liberações dos produtos, atuando de forma conjunta e buscando objetivos comuns. Essa cizânia foi percebida pelo pesquisador ao longo das entrevistas, onde membros de organizações destacaram pouco as questões referentes à legislação, sendo que quando destacaram o assunto se posicionaram de diferentes formas, mostrando desarmonia quanto ao que realmente deveria ser feito. Tal aspecto demonstra que há grandes diferenças de interesses entre os segmentos da cadeia, simplesmente pelo fato de ela ser segmentada em diversos produtos que muitas vezes possuem realidades mercadológicas bem diferentes umas das outras.

Outro importante episódio dos últimos anos na discussão da legislação brasileira viti-vinícola é sobre a denominação que deve levar a bebida gaseificada de vinho elaborada

a partir de variedades híbridas ou americanas, o que poderia ter diversas conseqüências para a competitividade da cadeia nacional. Atualmente somente são considerados espumantes as bebidas elaboradas com variedades de uvas viníferas, de acordo com uma instrução normativa publicada pelo MAPA.

Como ainda não foi resolvida a questão pelo MAPA através de um consenso, produtores continuam a produzir a bebida com variedades híbridas ou americanas, com denominação no rótulo de “espumante”. A questão está na Câmara Setorial e a discussão deve-se prolongar, com diversas expectativas sobre as conseqüências das possíveis decisões futuras tomadas pelo governo.

Por fim, cabe destacar que atualmente estão em andamento, de acordo com o presidente executivo do IBRAVIN (Entrevista nº18, 2007), discussões acerca da atualização da Lei dos Vinhos e Lei das Bebidas, cuja meta seria agregar novos temas que surgiram nos últimos anos, especialmente as questões referentes às indicações geográficas (procedência do produto).

5.1.3 A importância dos costumes e tradições

Os costumes e tradições brasileiros sempre tiveram grande influência no desempenho da cadeia produtiva viti-vinícola gaúcha. É desta forma que diversos autores, além da maioria dos entrevistados da pesquisa, destacam que a preferência pela cerveja, além de outras bebidas como os destilados, são fatores relevantes que explicam o pequeno consumo de vinhos e espumantes no Brasil.

Referentemente aos custos financeiros dos produtos viti-vinícolas, mesmo que possam ser adquiridos atualmente vinhos comuns de boa qualidade, o consumo de destilados e cervejas mantém sua preferência nas classes populares e médias, ainda mais quando se sabe que os canais de distribuição destas bebidas são bem mais eficientes que os canais dos vinhos e espumantes.

Outra questão interessante que caracteriza a importância dos costumes e tradições é que tradicionalmente acreditou-se na idéia de que o espumante é uma bebida para ser degustada em ocasiões específicas, como as festas de fim de ano. Quanto ao vinho, esta bebida também acompanhou historicamente a tendência do espumante, com a associação

do mesmo também à ocasiões especiais, mas em menor medida.

No entanto, alguns fatores começaram recentemente a alterar o cenário acima, destacando-se:

- Descoberta de benefícios à saúde: benefícios comprovados do consumo regular de vinhos tintos para a saúde humana;
- Ampliação dos canais de distribuição de vinhos (principalmente os finos) e espumantes: apesar de este ser um gargalo muito importante da cadeia gaúcha, percebe-se o início de um processo de melhorias nos últimos anos;
- Aumento da promoção da imagem dos produtos no país: ampliação das ações de marketing e propaganda por parte de vinícolas, organizações e outros segmentos interessados;
- Desenvolvimento do enoturismo: atividade econômica que proporciona novas possibilidades de geração de renda, aliada ao desenvolvimento turístico, especialmente nas regiões produtoras de vinhos e espumantes.

Por fim, no que se refere ao consumo de suco e outras bebidas não-alcoólicas de uva, as dificuldades também residem na preferência pelo consumo de refrescos e, principalmente, de refrigerantes. Estes últimos, além de realizar massivas campanhas de marketing, também apresentam estruturas de distribuição bem superiores aos produtos da cadeia não-alcóolicos, sendo encontrados acondicionados em frízeres de praticamente todos os bares, restaurantes, postos de conveniência, supermercados e outros estabelecimentos comerciais de bebidas no país, o que não ocorre com os sucos, bebidas e néctares de uva.

5.2 AMBIENTE TECNOLÓGICO

O ambiente tecnológico da cadeia viti-vinícola gaúcha apresentou, de acordo com todos os entrevistados e outras fontes de pesquisa bibliográficas utilizadas, inúmeros aprimoramentos técnicos nos últimos anos, sendo que as melhorias nos processos tecnológicos dependem de cada segmento específico da cadeia.

5.2.1 Desenvolvimento e estágio tecnológico dos segmentos produtores de insumos

O desenvolvimento tecnológico dos segmentos produtores de insumos, tanto para os viticultores como para a agroindústria, está em expansão, o que acabou gerando diversas melhorias nos processos produtivos dos segmentos a montante da cadeia, como será visto no próximo item.

Relativamente aos insumos para os viticultores, o que se percebeu foi uma maior oferta de produtos por parte das empresas, mostrando neste sentido que o aprimoramento tecnológico constitui cada vez mais metas das mesmas. Assim, os insumos para os viticultores gaúchos encontram-se de forma satisfatória nos segmentos distribuidores dos mesmos. Mesmo assim, ainda encontram-se relatos sobre dificuldades na tecnologia das mudas, que algumas vezes chegam a apresentar problemas fito-sanitários.

De acordo com FERREIRA (2005):

“Embora exista tecnologia para a produção de mudas livres de doenças desde o final dos anos 80, a pouca oferta de mudas nacionais deve-se, principalmente, à dificuldade de se produzir mudas sadias com preços acessíveis aos produtores. Além disso, a contaminação causada por diferentes tipos de viroses nos vinhedos existentes nas regiões tradicionais, como a Serra Gaúcha, dificulta a multiplicação de materiais livres destas doenças. Com isso, era muito difícil produzir mudas com a certeza de que elas teriam as condições fitossanitárias desejadas” (FERREIRA, 2005, p. 26).

Uma iniciativa relevante para a superação deste problema foi a fundação, em 2004, da Associação Gaúcha de Produtores de Mudanças de Videiras (AGAPROVITIS), criada conjuntamente por instituições de pesquisa (entre elas a Embrapa Uva e Vinho), vinícolas e viveiristas. Entre seus objetivos fundamentais está a superação do gargalo representado pela falta de mudas de videira e de material vegetativo de origem brasileira com sanidade comprovada, visando assim o fomento da autonomia da produção local e reduzindo a influência dos fornecedores interacionais.

Dentre os principais associados da AGAPROVITIS estão a Cooperativa Vinícola Aurora e a Vinícola Salton, que produzem mudas, respectivamente, para atender uma parte da demanda de seus cooperativados e de fornecedores de uva tradicionais, além de uma universidade (Universidade da Região da Campanha - URCAMP) e viveiristas particulares. No ano de 2005, os associados contaram com uma área de 27,5 hectares para este fim

específico.

Atualmente as importações de mudas foram bastante reduzidas no país, de acordo com informações colhidas em entrevista com um pesquisador da Embrapa Uva e Vinho (Entrevista n° 27, 2007). De acordo com o mesmo, dentre os fatores responsáveis por esta redução está, além da atuação da AGAPROVITIS (com produção de mais de 500 mil mudas selecionadas e certificadas por ano), o aumento da fiscalização por parte do MAPA da qualidade do material que entra no país, motivado em grande parte pelos problemas gerados por mudas importadas da África do Sul, quando mais de 600 mil mudas tiveram que ser queimadas por estarem contaminadas por bactérias.

Assim como os insumos para os viticultores, os insumos para a agroindústria (nesse caso fala-se principalmente de insumos enológicos e insumos para o engarrafamento), também apresentaram grande desenvolvimento nos últimos anos, não se constituindo em um gargalo para o desenvolvimento da cadeia, pelo menos no que se refere a uma disponibilização em termos de quantidade (oferta) e padrões tecnológicos adequados para as empresas que necessitarem dos mesmos.

Entretanto, cabe destacar que diversos entrevistados citaram que muitos dos insumos utilizados pela agroindústria permanecem sendo importados. Isto ocorre devido à nova forma inserção externa brasileira, que acabou facilitando a importação desses produtos, a despeito da pouca tecnologia nacional existente para produção dos mesmos.

5.2.2 Desenvolvimento e estágio tecnológico dos viticultores

Os viticultores gaúchos apresentaram nos últimos anos inúmeros avanços no que se refere às técnicas de manejo do solo, visando neste sentido melhorar a qualidade da uva produzida. Assim, desenvolveu-se em maior escala a realização de poda verde, maior mecanização ao invés do trabalho somente manual, aumento percentual dos sistemas de condução de espaldeira, entre outros aprimoramentos técnicos.

Quanto à poda verde, a mesma se caracteriza como:

“... toda operação de poda efetuada durante o período vegetativo da videira. (...) Esta poda tem por objetivo eliminar a vegetação mal situada ou inútil, com o propósito de obter melhor aeração e insolação no vinhedo, além de facilitar os tratamentos fitossanitários, sempre visando a melhoria da qualidade da uva. As operações mais comuns numa poda verde são a desbrota, a desponta, a desfolha, o desbaste e o raleio de cachos” (KUNH et al., 1996, p. 41).

Sobre os sistemas de condução, a tabela 26 apresenta a tendência atual da viticultura gaúcha:

Tabela 26 - Evolução do total e porcentagem das áreas dos principais sistemas de condução no RS para o período de 2001 a 2004 (em hectares)

	2001		2002		2003		2004	
	Área	%	Área	%	Área	%	Área	%
Latada	28.549	95,28	28.935	94,54	30.582	93,63	32.805	93,03
Espaldeira	1.270	4,24	1.487	4,86	1.807	5,53	2.084	5,91
Lira	144	0,48	168	0,55	179	0,54	187	0,53
Y	0	0	16	0,05	96	0,29	187	0,53
Totais	29.963	100	30.606	100	32.664	100	35.263	100

Fonte: Cadastro Vitícola RS (adaptado pelo autor).

A grande predominância no estado é do tradicional sistema de latada, mas este vem perdendo participação percentual nos últimos anos. Assim, em 2001 mais de 95% das videiras eram plantadas neste sistema (28,5 mil hectares), enquanto que em 2004 este percentual caiu para 93% (32,8 mil).

Contrariamente a latada, o sistema de condução por espaldeira ampliou seu percentual no estado. Em 2001 representava cerca de 4,2% do total (1.270 hectares); já em 2004 quase 6%, o que correspondeu a pouco mais de dois mil hectares. Este sistema é considerado por muitos especialistas como o mais eficiente, porque proporciona mais luminosidade e ventilação do que o tradicional sistema de latada fechada, tradicional na Serra Gaúcha. Nas novas regiões onde a viticultura está se inserindo ou nas áreas tradicionais cujo plantio é eminentemente empresarial (focado nas demandas do mercado de qualidade e quantidade), a espaldeira tem a preferência quase exclusiva, aparecendo em menor escala a latada aberta, a lira e o sistema Y.

De acordo com um extensionista rural da EMATER/RS (Entrevista n° 10, 2007), grande parte dos viticultores da Serra Gaúcha faz adubação química com análise do solo

(movimento que se inicia mais fortemente na década de 1990), preocupando-se cada vez mais também com os micronutrientes necessários a adubação, ao invés de levar em consideração somente os macronutrientes. Neste sentido, há um aumento importante, por parte dos viticultores, da utilização de adubos de forma muito mais racional (observando quantidades corretas a colocar no solo, por exemplo) comparativamente a outras épocas, quando muitas vezes essas práticas não levavam em consideração critérios técnicos, mas também fatores como a intuição do viticultor e a imitação dos manejos feitos por viticultores vizinhos. Além disso, a utilização de tratores pulverizadores para o tratamento fito-sanitário também cresceu nos últimos anos.

Em movimento contrário aos avanços no manejo com a terra, entrevistados ligados a sindicatos de trabalhadores rurais destacaram que nos últimos anos a viti-vinicultura gaúcha sofreu um aumento quantitativo do número de pragas que afetam os vinhedos, tanto daquelas que já existiam como de novas pragas que apareceram. Foi destacado, neste sentido, a preocupação com a “pérola-da-terra”, praga que suga a seiva da videira através das raízes, sendo que ainda não foi desenvolvido nenhum produto para combatê-la.

Apesar de ainda existir certa resistência cultural à implantação de novos processos de manejo dos parreirais (principalmente na principal região produtora de uva do estado, a região da Serra Gaúcha), um dos fatores que estaria colaborando para os avanços tecnológicos dos viticultores seria os incentivos por parte da agroindústria viti-vinícola para este fim, visto que a qualidade da matéria-prima ainda é uma preocupação grande por parte das cantinas. Neste sentido, destacam-se avanços principalmente na produção de uvas viníferas e, em bem menor escala, nas americanas e híbridas.

Mesmo com os avanços técnicos nos processos produtivos dos viticultores nos últimos anos (principalmente naqueles que produzem variedades viníferas), a grande maioria dos entrevistados destacou que o estágio deste segmento ainda é inferior ao que seria necessário para melhor desenvolvimento da cadeia, tanto que chegaram a apontar este como o principal gargalo tecnológico da mesma. Assim, os maiores esforços em termos de tecnologia atual da cadeia estão na melhoria da qualidade da viticultura. Somente assim seria possível reduzir os custos de transações e aumentar a competitividade. De acordo com um dos entrevistados, esta defasagem tecnológica da viticultura em relação à vinificação teria ocorrido porque:

“A cadeia fez o processo contrário na viti-vinicultura: primeiro investiu na vinificação – isto ainda nos anos 1970 e 1980 – e formou uma excelente condição na cantina para dentro. Mas no que se refere a cantina para trás, tecnologicamente ainda estamos muito atrasados, e isso requer um trabalho que só apresentarão resultados no médio e longo prazo” (Entrevista n° 17, 2007).

Por fim, cabe destacar que as novas áreas de plantio do estado desde o princípio começaram a ser equipadas com as mais modernas técnicas de plantio de vinhedos, movimento que em certo sentido começou a ter influências nas áreas produtoras tradicionais, como, por exemplo, nos movimentos de reconversão de vinhedos. Conforme um dos entrevistados (Entrevista n° 09, 2007), um movimento de reconversão já foi iniciado no estado, visando uma produção cada vez maior de variedades com qualidades adequadas às características do clima e do solo das regiões onde estão inseridas.

5.2.3 Desenvolvimento e estágio tecnológico da agroindústria

A agroindústria viti-vinícola gaúcha de médio e grande porte foi, desde meados da década de 1970, considerada como um segmento avançado tecnologicamente no que se refere aos processos de vinificação. Este período se caracterizou como um período de introdução de novas tecnologias, em sua maioria advindas com a chegada das empresas multinacionais.

A partir dos anos 1990, a agroindústria viti-vinícola do estado voltou a entrar em um período de grande desenvolvimento tecnológico, quando a abertura comercial e o Mercosul começaram. Assim, mesmo as empresas de micro e pequeno porte apresentaram avanços, porém esses avanços estão mais presentes nas empresas de médio e grande porte, que possuem equipamentos e máquinas com processos produtivos comparados àqueles dos países da “primeira linha” da viti-vinicultura mundial, como França, Itália e Espanha.

Entre os avanços na utilização de novas tecnologias mencionados destacam-se, quando do processo de transformação da uva em vinhos e outros produtos: utilização de prensas pneumáticas mais modernas; substituição das pipas de madeira por outras feitas de aço inoxidável para a conservação; desengançadeiras (esmagadeiras) mais modernas; realização de controle de temperatura no vinho (sistemas de refrigeração) e uso de fermentadores automáticos, entre outros.

Dentre as vantagens da utilização destas novas tecnologias, como é o caso do aço

inoxidável na conservação, destaca-se a inexistência de interação entre o meio ambiente e os vinhos estocados (não ocorrendo oxigenação), além de uma maior facilidade de limpeza e assepsia. Entrevistados também relataram que o processo de chaptalização, ou seja, a adição de açúcar para a correção do grau alcoólico do vinho, sofreu redução na maioria das vinícolas gaúchas nos últimos anos (independente do tipo de vinho produzido, se fino ou comum), o que com certeza é um incremento de qualidade. Conforme observado, o avanço tecnológico não se restringiu somente à esfera dos maquinários de produção e de conservação da bebida, mas também nos equipamentos de engarrafamento e etiquetamento da maioria das vinícolas.

Quanto às técnicas produtivas nos diferentes produtos, pode-se dizer que os avanços tecnológicos não somente aconteceram nos segmentos de produção de vinhos finos, mas também na produção de sucos de uva e vinhos comuns, entre outros produtos que tiveram melhorias qualitativas. Os vinhos comuns, que tradicionalmente tinham uma imagem ligada à baixa qualidade, tiveram melhorias tanto em seus processos produtivos (utilização de máquinas mais modernas, produtivas e higiênicas), como também em suas embalagens e na qualidade da uva colocada.

Informações do IBRAVIN referentes aos anos de 2002 a 2004 com 64 empresas que são responsáveis por mais de 60% da totalidade de vinhos produzidos no RS, apontaram investimentos de cerca de 130 milhões de reais, englobando aqui aqueles gastos relacionados tanto para a compra de máquinas e equipamentos como aqueles com recursos humanos que visam a elevação da produtividade, entre outros.

Os avanços tecnológicos, aliados à preocupação com maior higiene nos processos produtivos, levou a primeira conquista por parte de uma vinícola gaúcha do certificado ISO 14001:2004, que atesta a responsabilidade no Sistema de Gestão Ambiental, distinção obtida pela Cooperativa Vinícola Aurora em julho de 2006.

Por fim, cabe lembrar que esta evolução tecnológica não apresentou apenas resultados positivos para a cadeia como um todo, mas também têm efeitos perversos sobre determinados segmentos. Assim, inúmeras foram as demissões de trabalhadores ocorridas em vinícolas gaúchas tradicionais nas décadas de 1990 e 2000, devido ao aprimoramento tecnológico das mesmas. De acordo com o presidente do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria da Alimentação de Bento Gonçalves (Entrevista nº 14, 2007), este sindicato

perdeu cerca de 50% de seus trabalhadores filiados desde a sua fundação (1989), quando tinha em torno de 4.000. Essa redução, de acordo com o mesmo, foi originada principalmente por demissões nas indústrias vinícolas deste município.

5.3 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

O ambiente organizacional da cadeia viti-vinícola gaúcha apresentou enorme desenvolvimento nos últimos anos, com destaque para a criação do IBRAVIN, que representou um marco histórico. Entretanto, apesar da maior atuação dos diferentes segmentos, inúmeros são os desafios e deficiências que marcam a atuação das entidades organizacionais.

Um destes desafios é que diversas vezes essas organizações tem que tratar com interesses conflitantes dentro da própria cadeia, como, por exemplo, a segmentação existente dentro da mesma, que é dividida em três produtos principais, cada um com interesses e metas que podem ser mutuamente desconexos e contrários: os vinhos comuns, os vinhos finos e o suco de uva. Assim, um equilíbrio de posições e ações requer grande engenharia política muitas vezes extremamente delicada, visando não focar um segmento (produto) em específico em detrimento de outro.

Outro aspecto interessante é a percepção de que há um esforço por parte das organizações de classe visando atuar de forma mais independente e separada do governo, buscando-se soluções que passam mais pelas estratégias de mercado e organização setorial do que pela simples “choradeira” em relação à busca de favores governamentais, tão presente em períodos anteriores.

5.3.1 Desenvolvimento e atuação das principais entidades de classe

A atuação das principais entidades de classe (destacam-se aqui as organizações patronais e de trabalhadores) obtiveram grandes modificações e avanços nos últimos anos, tanto nas atividades desempenhadas pelas já existentes como também pela criação de novas entidades, que visavam atender determinadas necessidades específicas. Assim, a atuação das organizações é baseada, principalmente, na busca de uma melhor coordenação e

entendimento entre os diferentes segmentos da cadeia, visando sempre a busca do fornecimento de produtos que terão aceitação pelo consumidor final.

A criação do IBRAVIN no fim da década de 1990 representou a criação de uma entidade que congrega os diferentes segmentos que compõem a representatividade da cadeia, buscando neste sentido perspectivas e parâmetros que pudessem levar em conta os mais diferentes interesses, atuando assim como o instrumento de governança maior que visa responder pelos interesses dos diversos segmentos que compõem a cadeia viti-vinícola gaúcha e brasileira.

Com o advento do IBRAVIN, destacou-se a possibilidade de efetivação e manutenção do LAREN, laboratório de referência em análises enológicas no país, tendo recebido credenciamento do MAPA como seu laboratório oficial em 2006. Entre outras iniciativas importantes oriundas da atuação do instituto (ou de sua participação), destacam-se a promoção e divulgação do vinho nacional em feiras e eventos nacionais e internacionais, assessoramento jurídico para a uma melhor organização da legislação da cadeia, apoio a projetos de P&D e Ciência & Tecnologia, o Zoneamento Vitícola do estado e o consórcio de exportação.

Entre as críticas a atuação do IBRAVIN foram destacadas, em maior ou menor grau, a sua utilização política ou apropriação por membros da UVIBRA (isto pode ser demonstrado pela sua recente ameaça de abandonar o instituto caso seu pedido de destituição do presidente-executivo não fosse aprovada pelos outros membros) e divergências quanto às diretrizes e linhas de atuação que o mesmo deve focar (se deve focar mais ou menos a promoção dos produtos no exterior, apoio às políticas de fiscalização da genuinidade dos produtos, dentre outras), além da criação de um suposto “cabide de empregos” no instituto, que teria acabado por prejudicar a operação de seus propósitos maiores.

Para a operacionalização plena do instituto, diversos entrevistados citaram que isto poderia ser feito através de uma mudança na Lei do FUNDOVITIS, que estabelece que “até 75% dos recursos deveriam ser destinados ao instituto” (neste caso fala-se do fundo para a viabilização da viti-vinicultura gaúcha destacado em maiores detalhes no capítulo 04). Atualmente tramita na Assembléia Legislativa um projeto que visa determinar que 25% do total arrecadado pelo fundo seja encaminhado diretamente ao instituto, visto que com a

legislação atual muitas vezes o Governo do Estado não estaria repassando valor algum, segundo informações coletadas com a maioria dos entrevistados, além de este ser um assunto recorrente na mídia gaúcha.

Entre os motivos que estariam levando ao não-envio do fundo por parte do governo estaria o fato de o dinheiro arrecadado com o mesmo entrar no caixa único do estado, sendo muitas vezes utilizado para outros fins. Assim, do total arrecadado pelo fundo em 2006, que foi de cerca de 8,4 milhões de reais, apenas 800 mil foram repassados ao IBRAVIN, de acordo seus representantes.

Além da proposta de alterar a lei do FUNDOVITIS, outra iniciativa lançada recentemente para resolver este impasse seria a criação de um novo fundo para a viti-vinicultura gaúcha, conforme destacado pela governadora Yeda Crusius durante a Fenavinho Brasil 2007. Outra opção seria a possibilidade de obtenção de recursos privados, opção que não é possível nos dias de hoje de acordo com a legislação do fundo.

Outra novidade que demonstra um maior aprimoramento organizacional da cadeia viti-vinícola foi a criação da Câmara Setorial da Viticultura, Vinhos e Derivados, entidade que agrega praticamente todas as entidades e outras organizações ligadas a cadeia, buscando desta forma a centralização das demandas (ações) privadas necessárias para serem apresentadas ao setor público, neste caso o MAPA. Assim, tratar-se-ia de um elo entre o segmento privado (dentro dos mais diferentes atores) com o setor público. A Câmara, neste sentido, já vem tendo um papel importante para a busca de melhorias competitivas para a cadeia.

Entre as organizações já existentes, destaca-se a ampliação de ações nos últimos anos como a criação de um Planejamento Estratégico para as cooperativas vinícolas gaúchas, além de uma central de negócios para a compra de insumos e vendas externas (CENECOOP), dentro do âmbito da FECOVINHO. A AGAVI se destaca pela sua ampliação de associados nos últimos anos, que começaram a focar também a produção de vinhos finos (historicamente caracterizou-se pela produção de vinhos comuns), além de ser uma entidade de grande atuação no âmbito das discussões ocorridas no IBRAVIN.

Já a UVIBRA, entidade máxima antes do IBRAVIN, não pareceu ter um papel relevante no que se refere a novas iniciativas, estando mais em voga na atuação da mesma o revezamento de cargos entre seus principais representantes, movimento este que aparece

em menor proporção nas outras organizações de classe.

A ABE é uma associação com importante papel no desenvolvimento da cadeia vitivinícola gaúcha, com participação expressiva na apresentação do vinho nacional no mercado externo (principalmente ao lado do IBRAVIN), participando constantemente dos concursos mundiais, além da realização das edições da Avaliação Nacional de Vinhos. Como novidades da atuação da ABE nos últimos anos destacam-se a criação do Concurso Internacional de Vinhos e do Concurso Nacional de Espumantes do Brasil, eventos reconhecidos pela OIV.

Já os sindicatos de trabalhadores rurais têm atuação mais intensa e combativa nos últimos anos na defesa dos interesses dos viticultores, movimento acompanhado pelos sindicatos de trabalhadores das vinícolas, de acordo com diversos entrevistados. Além disso, de acordo com a presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Santa Tereza (Entrevista nº 22, 2007), estes sindicatos têm realizado diversas parcerias com a EMBRAPA Uva e Vinho, o CEFET/BG e o IBRAVIN, entre outras, o que muitas vezes tem resultado em melhores saídas para os pleitos dos viticultores gaúchos, demonstrando um amadurecimento e uma maior qualificação por parte de seus representantes.

Também foi apontado ao longo das entrevistas a ampliação da oferta de cursos para o aprimoramento dos conhecimentos técnicos dos viticultores, cursos estes que apresentaram uma maior procura nos últimos anos. Esses cursos, em grande medida, são freqüentados por viticultores mais jovens, produtores estes que se adequam mais facilmente a novos modos de plantio e produção comparativamente aos mais antigos.

Dentre as novas organizações existentes (além do já citado IBRAVIN) destacam-se positivamente a atuação de produtores de vinhos de regiões específicas, visando estratégias no mercado oriundas da possibilidade de obtenção de uma indicação de procedência, como a APROVALE, criada em 1995 e única ainda no país a conseguir esta distinção para a produção de vinhos. Neste sentido, novas iniciativas continuam a se desenvolver com o mesmo fim (além das já citadas anteriormente, como a APROMONTES, APROBELO e ASPROVINHO), destacando-se mais recentemente o município de Garibaldi, com seus tradicionais produtores de espumantes, no que se denominou Rota dos Espumantes.

De modo geral, o que se percebeu é que, mesmo que cada organização lute por seus

interesses individuais no dia-a-dia, há um maior diálogo atualmente entre as diferentes entidades e associações, mesmo que ainda falte muito para que a concertação entre os atores possa ser considerada adequada. Esta concertação provém após o advento do IBRAVIN e, posteriormente, da Câmara Setorial. Conforme um dos entrevistados, esta nova realidade pode ser vista no fato de que atualmente “... as discussões sobre o preço mínimo da uva são mais civilizadas e organizadas; além disso, os sindicatos de trabalhadores e vinicultores não vão isoladamente ao MAPA sugerir e pleitear valores” (Entrevista nº 09, 2007).

Dentre as percepções obtidas, diversos foram os entrevistados que utilizaram termos como “integração”, “cooperação” e “somar forças”, demonstrando que esta é, em última análise, umas das metas dos diferentes segmentos organizacionais comentados acima, constituindo-se um meio potencial para superar as dificuldades advindas do acirramento da concorrência externa na viti-vinicultura gaúcha.

5.3.2 Desenvolvimento e atuação das entidades de assistência técnica, extensão rural e centros de pesquisa

O Centro de Pesquisa da Uva e do Vinho da EMBRAPA, localizado em Bento Gonçalves, foi destacado pela quase totalidade de entrevistados, com um mecanismo de apoio importante para a cadeia, contando neste sentido com um quadro técnico qualificado.

Com uma maior inserção na cadeia nos últimos anos, o centro destaca-se pelo desenvolvimento de novas variedades de uva e pelas pesquisas e estudos sobre condições climáticas, tipos de uvas e produtos adequados que posteriormente serviram como base para a obtenção da indicação de procedência do Vale dos Vinhedos (atualmente a empresa continua realizando este trabalho em outras regiões de produtores que também visam ao mesmo fim).

Mesmo assim, entre as críticas apontadas sobre a atuação da EMBRAPA está o fato de que algumas vezes a empresa realiza pesquisas que somente são de interesses dos próprios pesquisadores, não tendo assim foco nas demandas do mercado.

Entretanto, de acordo com uma pesquisadora da EMBRAPA Uva e Vinho entrevistada, a explicação para isto ocorrer em alguns casos:

“... decorre não somente por culpa somente dos pesquisadores, mas também dos próprios empresários, que muitas vezes tem receio de trabalharem conjuntamente com o centro. Assim, acabamos tendo parcerias apenas com as grandes vinícolas, mas de modo geral a iniciativa privada da cadeia não investe em pesquisa” (Entrevista n° 06, 2007).

Independente da discussão acima, a empresa cumpre papel relevante para o aumento da competitividade da cadeia, apresentando-se também como um elo participativo nas principais discussões que envolvem a mesma, além de estar presente na maioria dos eventos ligados a viti-vinicultura gaúcha, como a Fenavinho e a Fenavindima.

Já a EMATER/RS tem atuação importante na assistência técnica e extensão rural aos viticultores, embora com dificuldades operacionais e financeiras advindas de muitos anos. Isso tem sido minimizado em parte pela atuação conjunta da mesma com as prefeituras gaúchas, que muitas vezes auxiliam a pagar os extensionistas rurais do órgão público estadual.

5.3.3 Desenvolvimento e atuação dos centros de ensino e universidades gaúchas

Em linhas gerais, o interesse por temas referentes a viti-vinicultura gaúcha foram bem superiores nos últimos anos em relação a períodos anteriores, fator este que é comprovado, entre outros, pelo aumento da produção científica de artigos, teses, dissertações, monografias e outros trabalhos que discorrem acerca do tema, independente das áreas: direito, economia, biologia, administração, engenharia e outras.

Independente do maior interesse pelo tema, o que se observou é que a quantidade de cursos de formação de profissionais na área de viticultura, enologia e de atuação mercadológica no RS ainda é extremamente pequeno para acompanhar as demandas exigidas pela cadeia, mesmo que se considere no presente que o número destes cursos tenha aumentado.

Cabe aqui destacar que a importância dos cursos de viticultura está no fato de que ela é base de todo processo posterior da cadeia (a agroindústria); já a enologia é a ciência da produção do vinho, e este requer cada vez mais em sua produção a presença de um enólogo qualificado, requisito fundamental para a garantia de sua qualidade. Também são cada vez mais importantes os profissionais que trabalham nas áreas de marketing, vendas e elaboração de estratégias das vinícolas, tanto que muitos chegam a comentar que este é o

principal gargalo da cadeia: a comercialização, ao invés da produção de vinhos e outras bebidas.

No que se refere ao envolvimento das universidades gaúchas com as organizações de classe, centros de pesquisa e assistência técnica, este também tem se desenvolvido mais nos últimos períodos. Entre as principais universidades que atuam na cadeia gaúcha, destacam-se:

- Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS): através do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios (CEPAN) participou da elaboração do Programa de Desenvolvimento Estratégico (Visão 2025) e também da coordenação do projeto de Zoneamento Vitícola, através de seu Centro de Ecologia;
- Universidade de Caxias do Sul (UCS): a crítica fundamental à atuação da UCS é que a universidade, mesmo que inserida na principal região produtora de uvas e vinhos do RS, não tem ligação forte com a cadeia, não apresentando políticas efetivas de pesquisa na área. Entretanto, lançou recentemente um curso de especialização em Viti-Vinicultura;
- Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI): através de estudos e pesquisas ajudou na viabilização e expansão da viti-vinicultura na região da metade oeste do estado;
- Universidade da Região da Campanha (URCAMP): desenvolvimento de viveiros em Bagé.

Já o Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves (CEFET/BG) destaca-se pela criação nos últimos anos do único curso superior de Tecnólogo em Viticultura e Enologia do país, além de se manter como um centro importante de realização de pesquisas na área vitícola e enológica, apesar de todo desmonte que tem passado o ensino público do país nas últimas décadas.

Dentre os fatos relevantes no ano de 2007 na questão educacional relacionada à cadeia viti-vinícola gaúcha, destaca-se a criação de um curso inédito no país pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM): a pós-graduação de Marketing do Vinho, antiga reivindicação de entidades de classe e segmentos empresariais.

5.3.4 Desenvolvimento e atuação de organizações de consumidores

Normalmente ignoradas quando da análise das principais entidades organizacionais de uma cadeia produtiva, as associações de consumidores merecem menção relevante dentro dos objetivos do presente trabalho, tendo em vista a importância da atuação das mesmas observada ao longo do trabalho de campo.

Assim, pode-se afirmar que as associações de consumidores apresentaram evolução quantitativa e qualitativa nos últimos anos, ampliando o papel que historicamente sempre representaram na divulgação e valorização do consumo das bebidas viti-vinícolas. Dentro desta evolução, aparecem como exemplo as confrarias dos “amigos do vinho”.

Além de estimularem a cultura viti-vinícola, estas associações ainda participam em ações como eventos ligados à cadeia, mostrando que estão cada vez mais inseridas nas atividades referentes à mesma.

Entretanto, no que se refere às críticas a atuação destas organizações, está o fato de que algumas vezes as mesmas acabam se constituindo em um importante foco de resistência aos produtos nacionais e gaúchos (principalmente os vinhos), visto a valorização excessiva dos importados e o preconceito aos produtos nacionais.

5.3.5 Desenvolvimento e atuação de organizações antes não inseridas na cadeia

O despertar das organizações tradicionais, como aquelas ligadas aos produtores rurais, vinicultores, centros de pesquisa e assistência técnica, entre outras, além do maior desenvolvimento das viti-vinicultura nacional, fez com que nos últimos anos novas entidades se inserissem nas atividades da cadeia. Entre elas, o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS), com atuação direta nas atividades da atividade viti-vinícola gaúcha.

De acordo com a gestora do projeto do Arranjo Produtivo Local (APL) da Viti-Vinicultura da Serra Gaúcha (Entrevista nº 28, 2007), a atuação do SEBRAE dá-se através de convênios com as associações de produtores vinícolas existentes (atualmente já existem convênios com 13 grupos de produtores, envolvendo desta forma entre 230 a 240 vinícolas), através de dois pontos específicos:

- Apoio financeiro para micro e pequenas empresas;
- Oferecimento de cursos e consultorias para as vinícolas nas áreas de vendas, custos e recursos humanos.

Mesmo que tenha uma atuação recentíssima (o projeto foi estruturado em 2004 e a sua operação começou em 2005), o SEBRAE foi lembrado por muitos entrevistados como uma entidade que vem prestando relevantes serviços ao desenvolvimento da cadeia, tratando-se assim de um novo ator proeminente nas questões principais.

5.4 ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS

Dada a elevada concorrência internacional enfrentada pela cadeia gaúcha, concorrência esta advinda em grande parte dos vizinhos do Mercosul, os empresários viti-vinícolas gaúchos buscaram intensificar suas estratégias empresariais, tanto em termos de estratégias defensivas, como atuando na busca de novos mercados. Dependendo do tamanho da empresa e do tipo de produto específico, inúmeras foram as estratégias empresariais adotadas, muitas delas podendo ser consideradas como extremamente ousadas.

Mesmo com o visível aumento da importância dada pelas empresas à busca de variadas estratégias e um maior planejamento de suas ações no mercado, percebeu-se que a maior parte das vinícolas gaúchas ainda primam pela falta de estruturas profissionais para a idealização das mesmas, motivo este que acaba formatando uma ação estratégica muita vezes baseada na irracionalidade, com exceção somente das empresas maiores e algumas micro e pequenas vinícolas. A seguir são destacadas as principais estratégias empresariais percebidas ao longo do estudo analítico da cadeia.

5.4.1 Estratégias de preço e custo

As estratégias baseadas, principalmente, em preço e custo foram e continuam sendo relacionadas à produção de vinhos comuns, independente do tamanho da vinícola. Assim, mesmo com o avanço tecnológico dos processos de produção deste tipo de vinho nos

últimos anos, preços e custos ainda são fundamentais para a fabricação e distribuição destes produtos posteriormente no mercado.

É neste sentido que essas estratégias continuam sendo importantes, tendo em vista que praticamente todas as vinícolas não abrem mão de ter uma linha de produtos mais populares, exceções apenas para aquelas que não produzem vinhos comuns. Isso decorre, em grande parte, de uma valorização ascendente da importância do vinho comum por parte da maioria das vinícolas gaúchas, ainda que se perceba um enorme preconceito por parte de alguns empresários e membros de organizações a este tipo de vinho.

5.4.2 Estratégias de segmentação

Entre as principais estratégias de segmentação observadas, percebe-se que estes movimentos são realizados praticamente apenas pelas vinícolas grandes, como a Aurora, Miolo, Garibáldi e a Salton. Quanto aos exemplos destes tipos de estratégias, percebem-se produtos para segmentos específicos, como para adolescentes (jovens), mulheres, consumidores preocupados com a saúde, além de processos de produção mais naturais. De acordo com DAL PIZZOL (2004):

“O mercado consumidor é que induz o comportamento das vinícolas através de informações repassadas pelos distribuidores. Assim, vem ocorrendo um aumento do número de produtos desenvolvidos especialmente para determinados nichos de mercados, como os sucos e vinhos orgânicos, vinhos sem álcool, *coolers*, etc” (DAL PIZZOL, 2004, p. 32).

Um dos destaques atuais neste tipo de estratégia é a Cooperativa Vinícola Garibáldi, que desde o início dos anos 2000 investe na produção de vinhos, sucos e espumantes elaborados com uvas orgânicas (dentro das variedades americanas ou híbridas), ou seja, produzidas sem o uso de agrotóxicos. De acordo com o presidente da cooperativa, em entrevista ao Jornal Pioneiro (Caxias do Sul, dezembro de 2006), os produtos orgânicos já atingem 3% do total fabricado pela vinícola, além de contar com 18 cooperativados produzindo uvas orgânicas (de um total de pouco mais de 300). Já a certificação dos produtos orgânicos da cooperativa é realizada pela Eccocert Brasil, entidade que nasceu dos movimentos de agricultura orgânica na França em 1991.

5.4.3 Estratégias de diferenciação

As estratégias de diferenciação pareceram ser as mais importantes para a produção de vinhos finos e, em menor importância, para os vinhos comuns, independente do tamanho das vinícolas que os produzem. Assim, praticamente todas as vinícolas gaúchas adotam este tipo de estratégia mercadológica.

A preocupação com a diferenciação dos produtos reside no fato de que as vinícolas “... buscam passar a imagem ao consumidor de que o produto da minha vinícola é diferente dos outros” (Entrevista nº 20, 2007), tentando desta forma construir sua imagem perante os consumidores. Trata-se, neste sentido, da obtenção de diferenciais dentre os vinhos produzidos, principalmente, com as cultivares viníferas mais conhecidas e utilizadas.

Mesmo que a diferenciação seja predominante nas estratégias das vinícolas médias e grandes, observou-se que vinícolas pequenas que trabalham com uma quantidade anual limitada de produção de vinhos finos também utilizam este tipo de estratégia, buscando ano a ano melhorias qualitativas em sua produção ao invés do aumento quantitativo.

Também podem ser caracterizadas como vinícolas que adotam estratégias de diferenciação as chamadas “cantinas-boutique”, que, além de trabalhar com produção limitada, possuem distribuição de produtos em locais bem específicos, como, por exemplo, lojas especializadas em vinhos, free-shops, além de possuir cadastro de clientes. Destaca-se nesta modalidade a Lídio Carraro, de Bento Gonçalves, única vinícola escolhida para fornecer os vinhos que serão degustados nas cerimônias oficiais dos Jogos Pan-Americanos deste ano no Rio de Janeiro.

Segundo TERUCHKIN (2003), dentre os principais fatores que caracterizam um vinho como diferenciado estão o fato de o mesmo ser produzido com uma matéria-prima de melhor qualidade, ser mais envelhecido que os outros, ter uma relação preço/qualidade muito boa ou uma identidade própria da vinícola bastante consolidada.

5.4.4 Estratégias de inovação

Embora menos representativas na cadeia viti-vinícola gaúcha que as outras, estratégias de inovação também apresentaram relevância nos últimos anos.

Dentre estas estratégias, destacam-se os novos formatos utilizados para o armazenamento de vinhos. Assim, destacam-se as garrafas de 375 mililitros e a introdução da comercialização de vinhos no sistema de *bag-in-box*, que permite um armazenamento que possibilita um maior tempo de conservação da bebida após aberto o recipiente, além de ser mais prático no manuseio do que o modelo convencional de garrafas. Neste sentido, diversas são as vinícolas que já disponibilizam estes novos modelos de envase, principalmente o *bag-in-box*, disponibilizado em caixas de três ou cinco litros.

5.4.5 Estratégias de diversificação

Embora em menor importância que as estratégias de diferenciação e segmentação, estratégias de diversificação começaram a ganhar importância nos últimos anos. Assim, vinícolas de médio e grande porte começaram a ampliar seu leque de opções de produtos, com a produção de vinhos de diferentes uvas, por exemplo, antes não oferecidos pela empresa. Já as pequenas não costumam utilizar este tipo de estratégia, focando-se na diferenciação, para a produção de vinhos finos, ou nos custos e preços, para os vinhos comuns.

5.4.6 Estratégias de mercado externo

O maior esforço exportador da viti-vinicultura gaúcha é realizado através do consórcio exportador *Wines from Brazil*, criado em 2002 e que engloba mais de 20 empresas, das quais 14 já exportam.

De acordo com o presidente executivo do IBRAVIN, em informação verbal destacada no 1º Workshop Fenavinho Brasil, o consórcio conta com recursos da Agência de Promoção às Exportações (APEX), do SEBRAE, IBRAVIN e das próprias vinícolas, tendo como resultados até o momento o incremento do total das exportações das empresas participantes, além da abertura de novos mercados. Em 2006 os novos mercados para a exportação do vinho nacional foram o Suriname, Estônia, Inglaterra e Emirados Árabes Unidos, entre outros. Dentre as principais maneiras de atuação do consórcio está a participação nas principais feiras viti-vinícolas internacionais.

Outro aspecto que tende a colaborar para o aumento das exportações gaúchas de vinhos foi o reconhecimento, por parte da União Européia, da indicação geográfica do Vale dos Vinhedos, ocorrido em fevereiro de 2007. Com a possibilidade de a partir desta safra estampar no rótulo todas as informações relativas ao produto (variedade da uva, ano de fabricação e procedência), o reconhecimento, além de garantir maior respeito por parte dos consumidores europeus ao produto do Vale, deverá aumentar as exportações em até quatro vezes nos próximos cinco anos, segundo aposta o presidente da APROVALE, em entrevista ao Jornal Zero Hora de Porto Alegre/RS (Fevereiro de 2007).

Finalmente, destaca-se que, mesmo com os fatos positivos acima mencionados, ainda são raras as empresas que dão um tratamento diferenciado a esta questão. É neste sentido que se observou que muito mais do que uma nova possibilidade de distribuição de seus produtos, a exportação é vista, em muitos casos, como uma possibilidade de fazer marketing interno. Assim, busca-se exportar porque se imagina que isto trará uma boa imagem perante o consumidor nacional, fato este que é percebido pela massiva publicidade destas exportações na mídia gaúcha.

5.4.7 Estratégias integradas

A formação de associações de produtores de vinhos finos de regiões específicas também pode ser considerada como uma estratégia empresarial; só que neste sentido tratar-se-ia de estratégias empresariais integradas. Iniciativas como a APROVALE, APROBELO e APROMONTES e outras representam a possibilidade de existência de estratégias conjuntas de crescimento no que se refere às questões fundamentais, mesmo que no dia-a-dia cada vinícola tenha dificuldades e projetos diferentes. Entretanto, a busca de uma indicação de procedência por parte destas associações representará um ganho para todos os associados, ganhos estes advindos da possibilidade de colocação de um selo que comprova a procedência do produto.

5.4.8 Diferenças nas estratégias das três maiores vinícolas gaúchas

As três maiores vinícolas gaúchas apresentam diferentes estratégias empresariais

que advém, principalmente, de seus históricos e razões sociais.

A Cooperativa Vinícola Aurora, fundada em 1931, trabalhou e trabalha com a produção de um enorme leque de produtos, realidade advinda de sua característica de ser uma cooperativa, que depende da produção dos vinhedos de seus cooperativados, não podendo fazer como algumas vinícolas que têm seus próprios vinhedos. Assim, a cooperativa produz sucos, espumantes, vinhos de mesa e finos, coolers e vende vinho a granel para o estado de SP, além de produzir e engarrafar espumantes para vinícolas menores que não possuem o maquinário necessário para a confecção deste tipo de bebida.

A Vinícola Salton, fundada em 1910, se caracteriza pela grande produção de uma bebida que não leva uva ou vinho em sua composição: trata-se do Conhaque Presidente, produzido no estado de São Paulo e que representa (de acordo com alguns entrevistados) a maior parte do faturamento da empresa. Entretanto, também é uma tradicional produtora de vinhos comuns e finos, além de ter alcançado a liderança na produção de espumantes no país nos últimos anos, com uma produção de mais de 730 mil litros da bebida em 2005, de acordo com a UVIBRA.

Por fim, a Vinícola Miolo, empresa de atuação bem mais recente que as anteriores (foi fundada em 1989), caracteriza-se pela produção somente de vinhos finos e espumantes, com estratégias embasadas quase que exclusivamente na diferenciação de produtos. Com foco expressivo no mercado externo (além de uma política agressiva no mercado interno), tem realizado alianças com empresas de outros países para colocação de seus produtos em mercados estrangeiros. Desta forma, destaca-se a formação de uma *joint-venture* entre a mesma e uma vinícola chilena.

5.4.9 Estratégias da empresa líder na produção de sucos de uva

A Tecnovin do Brasil, sediada em Bento Gonçalves, é a empresa líder no país na produção de suco de uva concentrado (cerca de 90% de toda produção brasileira do produto semi-industrializado), tendo atuação tanto no mercado interno como externo. Esse elevado percentual é vendido para outras empresas de todo país, que utilizam para a produção de sucos, bebidas ou néctares de uva prontos para beber.

Outra estratégia da empresa é a venda direta ao consumidor de bebida e néctares de

uva prontos para beber, utilizando a marca *Suvalan*. Entretanto, faz uso apenas de uma distribuição regional de seu produto (Supermercados Angeloni em SC, Zaffari e supermercados menores no RS), preferindo atuar prioritariamente com a venda semi-industrializada, além da exportação deste produto.

As vendas externas da empresa sofrem grande influência da política cambial brasileira, além de ter a entrada de seus produtos dificultada nos Estados Unidos e na Europa, devido aos subsídios e barreiras de importação.

Para o atendimento das variadas demandas de produção e distribuição destacadas acima, a empresa recebeu cerca de 90 milhões de quilos de uva no ano de 2005, o que correspondeu a cerca de 15% da totalidade da fruta produzida no RS naquele ano.

5.5 ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA

Neste item procura-se analisar as relações entre os principais segmentos da cadeia viti-vinícola, ressaltando-se as principais características e modificações nas relações entre os mesmos. Esta análise permite constatar que, contrariamente a maior integração ocorrida entre os viticultores e a agroindústria, os segmentos produtores de insumos, os distribuidores e os consumidores parecem não ter uma conexão com os interesses dos elos de produção da matéria-prima e do produto final, o que gera problemas de diversas ordens, com efeitos consideráveis sobre a competitividade da cadeia. Entretanto, mesmo com este quadro problemático, diversos foram os avanços observados nos últimos anos, como será destacado a seguir.

5.5.1 Análise das transações entre os segmentos produtores de insumos e os viticultores e a agroindústria

Em linhas gerais as transações nestes segmentos podem ser caracterizadas como puramente mercantis, com um elevado poder de influência dos segmentos produtores de insumos tanto vitícolas como aqueles utilizados pelas vinícolas.

Isso decorre, em grande parte, do fato da cadeia viti-vinícola gaúcha enfrentar problemas de escala, principalmente em comparação a outras cadeias de bebidas. Por

exemplo, em relação à cerveja, verifica-se que os custos de insumos como rótulos e garrafas, entre outros, são bem superiores, visto que a viti-vinicultura é um mercado efetivo de compra bem menor que o da outra bebida citada, devido a sua menor escala de produção. Mesmo em relação às compras de insumos da viti-vinicultura de outros países (neste caso fala-se principalmente em relação à Argentina, Chile e os países europeus tradicionais), a produção vinícola nacional e gaúcha também apresenta custos maiores, comparativamente aos primeiros, devido ao mesmo problema de escala.

Além do problema de escala destacado, deve-se considerar que a grande maioria das compras de insumos vitícolas e agroindustriais são feitas de forma isolada, o que dá um maior poder aos segmentos de venda destes produtos. Iniciativas que começam a buscar uma redução de preços destes insumos, com uma conseqüente diminuição do poder de barganha destes segmentos, serão destacadas ainda neste item.

As transações de compra de insumos por parte dos viticultores são feitas, principalmente, em casas agrícolas e também através de fornecedores autônomos, que se deslocam até as casas dos viticultores com os produtos. Já a compra de tratores, de acordo com um dos entrevistados, é feita de forma monopolística no estado, pois existe apenas um vendedor que disponibiliza as três marcas existentes.

Os insumos de maquinário e equipamentos utilizados pelas vinícolas são oferecidos em larga escala no mercado, sendo importados, embora em alguns casos a produção nacional já abasteça uma parte deste mercado. Os insumos enológicos (para a produção dos vinhos) também tiveram ampliação de oferta nos últimos anos, mas permanecem em sua maior parte importados.

Já os insumos do chamado “custo seco” (garrafas, rótulos, cápsulas, rolhas, etc.) de engarrafamento apresenta outra peculiaridade: apesar da importância dos importados, empresas nacionais apresentam elevado poder de barganha, aliadas em menor escala a pequenas empresas produtoras destes insumos, com pouco poder no mercado.

De acordo com informações obtidas no trabalho de campo, a garrafa é produzida no Brasil por apenas uma empresa, o que fez com que em alguns anos vinícolas gaúchas tenham importado este vasilhame da Argentina, por apresentar custo mais baixo. As rolhas de cortiça natural (dominante nos vinhos finos) são importadas em sua maior parte da Espanha e de Portugal, fazendo com que as vinícolas sofram as conseqüências das

variações cambiais sobre seus custos no mercado interno, além do elevado imposto de importação. Já as cápsulas e rótulos utilizados são quase todos de origem nacional.

Visando superar os gargalos no fornecimento de insumos, novas iniciativas começam a despontar visando aumentar as relações de parceria para a compra dos mesmos, além de vendas conjuntas, mesmo que ainda pouco tenha sido realmente efetivado. Assim, destacam-se, entre outras, a Associação Gaúcha dos Engarrafadores de Vinho (AGEVIN) e a Central de Negócios Cooperativados (CENECOOP).

A AGEVIN é formada por 14 vinícolas de Flores da Cunha associadas que visam atuar de forma conjunta na compra de insumos, buscando a efetivação de negociações coletivas com fornecedores, melhores preços e melhorias na qualidade dos insumos, de acordo com material eletrônico contendo seu perfil institucional (AGEVIN, 2006). Criada no início de 2006, a associação faz parte do programa “*Juntos para Competir*”, do SEBRAE/RS, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e a Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL).

Já a CENECOOP foi constituída em outubro de 2006, com a participação de nove cooperativas da Serra Gaúcha. De acordo com o diretor executivo da FECOVINHO e da CENECCOP, a constituição da central é consequência do Planejamento Estratégico da FECOVINHO, como uma das estratégias para dar sustentabilidade às unidades familiares de produção cooperativadas. Sua atuação consiste na compra conjunta de insumos enológicos (enzimas, leveduras, açúcar, etc.), vitícolas (adubos, por exemplo) e industriais (rolhas, rótulos, etc.), além da venda de vinhos a granel (vendas de uma parte dos vinhos das cooperativas sendo realizadas pela central, objetivando uma centralização do negócio que impeça a elevada barganha dos engarrafadores do centro do país) e posteriormente o engarrafamento em uma única planta industrial para envasamento, com o lançamento de uma marca coletiva das cooperativas vinícolas gaúchas, a exemplo da experiência argentina de sua federação de cooperativas, a FECOVITA.

Mesmo com pouca representatividade no momento, estas iniciativas de compras e vendas conjuntas devem crescer ainda mais em importância nos próximos anos, porque a compreensão do momento atual da viti-vinicultura gaúcha e brasileira, criou uma consciência entre agentes produtores de uvas, vinhos e outros produtos de que somente a ação conjunta poderá torná-los mais competitivos, reduzindo o poder de mercado dos

distribuidores de insumos e rebaixando assim os preços dos principais ítems necessários a suas produções.

Incluídas como um dos objetivos do Programa de Desenvolvimento Estratégico, estas iniciativas são vitais para a obtenção de melhorias competitivas na cadeia viti-vinícola do RS.

5.5.2 Análise das transações entre os viticultores e a agroindústria

Conforme destacado pela totalidade dos entrevistados, as relações entre os produtores de uva e a agroindústria viti-vinícola se destacaram por uma maior associação e cooperação nos últimos anos, criando assim cada vez mais relações de parceria estáveis no fornecimento de matéria-prima (sobretudo das variedades viníferas), com redução considerável das transações via mercado.

Entre os fatores que explicam esta tendência estão a necessidade de manutenção dos mesmos fornecedores ao longo das safras por parte das vinícolas, visando assim uma maior homogeneização na qualidade da uva por ela utilizada, principalmente para a produção de vinhos finos. Além disso, as vinícolas sentem a necessidade de garantir um fluxo razoável de matéria-prima ao longo dos anos, garantindo assim as diferentes variedades para a produção de seus vinhos e outros produtos. De acordo com MIELE (2000):

“Na viti-vinicultura, em particular nos vinhos finos, é fundamental que se estabeleça uma relação de longo prazo entre os viticultores e vinícolas para se desenvolver um vinho típico da região, de características constantes ao longo dos anos e cujas quantidades e qualidade ofertadas permitam o desenvolvimento de políticas coerentes de distribuição junto aos estabelecimentos de varejo e frente ao consumidor” (MIELE, 2000, p. 84).

Quanto aos viticultores, estes tendem a ganhar com as relações de parceria porque, de modo geral, garantem a distribuição de sua uva, o que com o acompanhamento técnico das vinícolas durante a produção, tende a melhorar seus rendimentos recebidos. Assim, a maioria dos viticultores gaúchos produtores de variedades viníferas fornecem uvas sempre para as mesmas vinícolas; já dentre os produtores de americanas e híbridas esta relação aparece em menor quantidade.

Desta forma, constata-se de que somente através de uma melhoria contínua na

relação viticultor-agroindústria que será solucionado o problema de fornecimento de matéria-prima em quantidade e qualidade adequadas para os segmentos transformadores da cadeia, tanto que estas relações duradouras são apoiadas tanto pelas organizações vinculadas às vinícolas (IBRAVIN, AGAVI, entre outras), como também pelos sindicatos de trabalhadores rurais. Isso parte da noção de que o sucesso do segmento produtor de matéria-prima é relacionado ao sucesso da agroindústria e vice-versa, ou seja, a melhoria de um garante também a do outro.

Além do fornecimento da uva, os vínculos entre viticultores e vinícolas também incluem, em alguns casos, o fornecimento de insumos para adubação e tratamentos químicos, com acompanhamento e orientação de um engenheiro agrônomo da própria vinícola ao longo do plantio e maturação da uva, visando assim a produção de uma matéria-prima adequada e condizente com as necessidades empresariais.

Quanto aos cooperativados, estes são produtores que têm deveres estatutários de garantirem a entrega de sua produção de uva a cooperativa a qual são associados, visto que por isso mesmo são considerados sócios da cooperativa. De acordo com o presidente da FECOVINHO (Entrevista nº 07, 2007), as cooperativas gaúchas após serem atingidas por uma crise de grandes proporções na década de 1990, causada entre outros fatores por adulterações de produtos, má-gestão administrativa e as conseqüências referentes a baixa qualidade da uva recebida, começaram a ensaiar uma recuperação nos últimos anos, com melhorias nas relações entre cooperativado e cooperativa. Entre elas estão:

- a) Diminuição dos comportamentos oportunistas por parte dos cooperativados: isto foi conseguido pelo maior controle por parte das cooperativas do seu cadastro de cooperativados, com punições ou expulsões para quem desvia parte ou a totalidade da produção;
- b) Incentivo ao aumento da qualidade da matéria-prima: maiores estímulos à produção de uvas com mais qualidade e com variedades adequadas ao solo e clima, o que tende a gerar retornos maiores a todos.

As transações via mercado, apesar da perda de espaço comentada, continuam a ter importância nas relações entre os segmentos produtores e transformadores, ainda mais em

períodos de grandes problemas climáticos, como secas, estiagens ou chuvas prolongadas, quando o comportamento oportunista por parte de viticultores ou das vinícolas tende a ser mais relevante. Além disso, percebeu-se um maior número de transações via mercado nas vendas de uva para outros estados, com destaque para viticultores de Santa Catarina.

Mesmo com a maior associação mútua entre viticultores e vinicultores, percebeu-se, ao longo das entrevistas, um novo movimento nas relações de governança consolidado nos últimos anos. Assim, algumas empresas vinícolas de médio e grande porte, cujo foco é a produção de vinhos finos e espumantes, iniciaram o plantio de seus próprios parreirais, visando a produção de uva de acordo com as variedades e qualidades que desejam, mesmo que ainda optem por parcerias com os viticultores, feitos através de cadastros.

Além da obtenção da variedade, qualidade e quantidade desejada, outra explicação para o aumento deste processo residiu na ausência de uvas viníferas tintas em alguns anos, o que acabou forçando as vinícolas a plantar seus próprios vinhedos, que se localizam vinhedos principalmente nas Serras do Sudeste e na Fronteira Gaúcha, regiões com características climáticas e topográficas adequadas para estes plantios. Entre estas iniciativas, destacam-se a Vinícola Salton (implantação de vinhedos no município de Bagé), a Miolo (em Candiota) e a Angheben, Lídio Carraro e a Casa Valduga, com plantios na cidade de Encruzilhada do Sul, entre outras.

Outra nova realidade percebida ao longo das entrevistas é o fato de que alguns produtores de uva, principalmente a partir dos anos 1990, começaram a se tornar vinicultores, ou seja, criaram sua própria cantina. Isto confirma-se no aumento do número de estabelecimentos de vinificação observado nos relatórios das entidades organizacionais do estado, além de notícias em meios de comunicação da Serra Gaúcha e relatos de pessoas próximas. Em menor proporção, uma parte destes viticultores também se tornou dono de pequenas agroindústrias produtoras de suco de uva. Esses novos vinicultores e produtores de suco se aproveitam, em grande parte, do enoturismo para a venda de seus produtos.

Finalmente, destacando novamente as principais diferenças apresentadas nas transações de fornecimento de uvas comuns ou viníferas (finas) por parte dos viticultores para a agroindústria, MIELE (2000) destaca que a presença maior de relações de mercado na distribuição de uvas comuns para as vinícolas deriva do fato de os produtores deste tipo de uva terem mais opções de venda do que o produtor de uva fina: o primeiro pode vender

tanto para uma vinícola que produza vinhos comuns como para uma agroindústria de sucos e também para o mercado consumidor da fruta *in natura*, opções estas não possíveis para o segundo, visto que só podem destinar suas produções para a agroindústria produtora de vinhos finos.

Já as principais diferenças entre as vinícolas produtoras de vinhos comuns ou finos estariam, entre outras, com vantagem para a agroindústria de vinhos finos, na maior especificidade de capital das segundas (a produção de vinhos finos emprega tradicionalmente mais tecnologia que a produção de comuns), maior especificidade de capital humanos (investimentos em recursos humanos como enólogos e agrônomos) e na maior especificidade de marca na produção de vinhos finos (maiores gastos em promoção).

5.5.3 Análise das transações entre a agroindústria e os segmentos de distribuição

No segmento de distribuição de vinhos, o varejo tem mais importância que o atacado, fator decorrente em grande parte de sua proximidade com o consumidor. Entre os principais canais de comercialização de vinhos finos gaúchos destacam-se as redes de super e hipermercados, as lojas de especialidades, os chamados “pontos de dose” (restaurantes, bares e boates), vendas em varejo das próprias vinícolas (venda direta ao consumidor), além do mercado externo. Para os vinhos comuns destaca-se principalmente a distribuição a granel (como já comentado anteriormente), além dos mesmos canais dos vinhos finos e também aqueles relacionados aos pequenos comércios familiares de produtos agrícolas, como carnes, pães e bebidas, entre outros.

O grande problema verificado ao longo das transações entre a agroindústria e a distribuição é o elevado poder de barganha do principal distribuidor de vinhos finos do país: as grandes redes de super e hipermercados. Estes segmentos distribuidores possuem grande barganha porque, entre outros motivos, podem encomendar diretamente os vinhos importados, não realizando contratos com os distribuidores internacionais de vinhos, que muitas vezes são as próprias vinícolas estrangeiras. Além disso, notou-se que a política de comércio exterior brasileira favorece (beneficia) as importações por estas grandes redes, principalmente aliada a excessiva valorização da moeda nacional nos últimos anos.

Com isso, nota-se que a entrada de vinhos finos brasileiros nas grandes redes de

supermercados é muito mais difícil. Dentre as explicações para estas dificuldades, encontram-se as exigências feitas pelos grandes supermercados, que muitas vezes pedem contratos de longo prazo na distribuição dos vinhos, além de exigir outros aspectos; como degustações gratuitas, determinação das quantidades colocadas, condições de pagamento e até o “enxoval completo”, ou seja, quando uma nova loja da rede de supermercados é inaugurada as vinícolas que querem garantir um espaço de venda no mesmo tem que destinar um primeiro estoque inteiro gratuitamente para esta loja vender.

Outro aspecto relevante na distribuição de vinhos finos no mercado nacional é que os agentes importadores possuem estruturas bem mais ágeis e organizadas de comercialização do que os produtores brasileiros. Esta forte logística de distribuição de produtos importados, aliada aos custos elevados da produção nacional, torna a realidade da venda do vinho nacional nestes locais ainda mais difícil. Mesmo com o aumento dos canais de distribuição de vinhos gaúchos, com a criação de diversos centros de distribuição para o restante do país, a cadeia ainda tem este importante gargalo que ganha maior dimensão quando se verifica que uma distribuição conjunta por parte das vinícolas do estado praticamente inexistente atualmente.

A difícil realidade destacada acima leva a constatação que não existe uma noção de cadeia produtiva entre os segmentos produtores de vinhos finos e os distribuidores destes tipos de vinhos na cadeia viti-vinícola gaúcha. Assim, apesar da associação crescente entre os produtores de uva e o segmento agroindustrial (transformação), o segmento distribuidor (neste caso em maior destaque as grandes redes de supermercados) não apresenta conexão com os interesses dos segmentos a jusante destacados, configurando assim um relevante gargalo que afeta enormemente a competitividade e até a sobrevivência futura da cadeia gaúcha.

Outra forma de distribuição que vem ganhando cada vez mais importância no mercado nacional de vinhos finos são as lojas de especialidades, principalmente nos grandes mercados consumidores, como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e o próprio RS. Entre os fatores que explicam este avanço estão a abertura comercial, que facilitou a importação de vinhos e o crescente interesse que o vinho e outras bebidas provenientes da uva e do próprio vinho vêm despertando nas últimas décadas. Mesmo com o predomínio dos importados, este é um canal relevante para a distribuição de vinhos finos gaúchos.

Os chamados “pontos de dose” se constituem também em importante canal de distribuição de vinhos finos nacionais, principalmente de pequenas vinícolas, que muitas vezes não tem como destinar os volumes exigidos pelas grandes redes supermercadistas, além dos já citados problemas citados acima para a colocação nestes locais.

Referente aos vinhos comuns, a venda deste tipo de vinho a granel para o centro do país também é marcada pelo grande poder de barganha do segmento distribuidor, representado por um número seletivo de engarrafadores com estruturas consolidadas para uma distribuição posterior, que se misturam as inúmeras agroindústrias gaúchas que desejam vender seu produto. Como comentado anteriormente, iniciativas que visam reduzir este poder excessivo de um dos elos desta relação já estão sendo colocadas em prática, principalmente na venda deste tipo de vinho.

Por fim, a venda direta ao consumidor pelas vinícolas gaúchas é outra forma que vem se desenvolvendo bastante nos últimos anos, acompanhando uma prática generalizada dos países tradicionais. Este movimento é realizado aproveitando-se do enoturismo e da enogastronomia, com a venda em varejos das próprias vinícolas. Entretanto, uma dificuldade que se apresenta nesta forma de distribuição é que a mesma se restringe às regiões produtoras, distantes da maioria dos principais centros consumidores brasileiros.

CAPÍTULO 06 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo analisou-se a competitividade de uma cadeia produtiva agroindustrial (segmentando-a principalmente a partir dos diversos produtos que compõem a mesma) através dos principais ambientes da estrutura analítica adotada (institucional, tecnológico e organizacional), além das estruturas de governança e as estratégias empresariais realizadas pelas empresas, estas últimas moldadas de acordo com as possibilidades proporcionadas pelo ambiente competitivo. Assim, foi visando identificar as principais características e peculiaridades da atividade viti-vinícola no estado do RS, que se utilizou o aparato teórico descrito acima para a análise da competitividade da cadeia produtiva em questão.

Sobre o ambiente institucional da cadeia, verificou-se que a mesma sofre intensa influência das políticas governamentais vigentes no Brasil e no RS. Essas conclusões decorrem da análise das políticas de comércio exterior, tributária, de financiamentos e fiscalizatória.

A atual inserção externa brasileira no mercado mundial é uma das políticas que afetaram e afetam enormemente as atividades da cadeia, tanto acirrando a concorrência no mercado nacional de vinhos finos e espumantes, como também pela constatação da necessidade da cadeia de se adaptar aos novos tempos, buscando avanços nas relações entre os segmentos, nas estratégias adotadas para se inserirem no mercado, na utilização de processos produtivos mais modernos tecnologicamente, entre outros. Assim, essa inserção teve e tem um papel dúbio para a cadeia: tanto pode apresentar-se como um fator de risco para sua sobrevivência, como também ser um veículo de propagação cada vez maior da necessidade de evolução técnica, organizacional e empresarial-mercadológica. Cabe aqui destacar que este aprimoramento mercadológico, tecnológico, de governança e nas estratégias empresariais citado é bem superior nos segmentos ligados a produção de vinhos finos e espumantes (estes enfrentam forte concorrência externa) do que na produção de vinhos comuns e outros derivados, cuja concorrência é somente do mercado interno (outros estados do país), onde a liderança do RS é incontestável tanto histórica como atualmente.

Em contrapartida, a política tributária afeta negativamente a cadeia viti-vinícola gaúcha, visto que a tributação é elevada comparativamente aos principais concorrentes

externos, tanto para a compra de insumos importados, como para a produção e venda de vinhos e espumantes. É também esta elevada tributação que cria enormes incentivos para a venda de vinho comum a granel para outros estados, ao invés de ser engarrafado na origem, ainda mais quando aliada as eficientes estruturas de engarrafamento e distribuição localizadas nos estados do centro do país.

No que se refere à política de financiamentos, verificou-se a presença de diversos instrumentos para a viabilização das atividades de custeio e investimento dos viticultores e da agroindústria, além da possibilidade de os primeiros contarem com seguro agrícola. Assim, destacam-se principalmente o PRONAF e o EGF, além de outros menos utilizados. Quanto às taxas de juros cobradas na maioria destes financiamentos, observou-se que poderiam ser menores, embora não possam ser consideradas aviltantes. Merece destaque também neste item o leilão de vinhos realizados pelo governo federal no fim de 2006, leilão este que serviu para a redução dos estoques de vinhos finos das cooperativas gaúchas.

A fiscalização da qualidade dos produtos nacionais e importados, por parte do MAPA e da SAA/RS, apesar de ainda não atender as necessidades crescentes da cadeia, é considerada como melhor do que em períodos anteriores. Para isso contribuiu a criação do LAREN (em 2001) e o desenvolvimento das novas metodologias que verificam a genuinidade dos vinhos, além de uma melhoria na consciência da maioria dos segmentos produtivos e organizacionais de que devem atender aos padrões legais na fabricação de seus produtos. Entretanto, no que se refere à fiscalização do comércio ilegal de produtos, destaca-se que a invasão de vinhos importados contrabandeados sobretudo do Chile e da Argentina aumentou muito nos últimos anos, com uma pequena ou quase nula atuação dos órgãos responsáveis pela mesma, o que pode ser considerado como um fator de enorme perda competitiva dos produtos gaúchos.

Ainda relativamente ao ambiente institucional, considera-se que a legislação que regulamenta a produção e comercialização de produtos da cadeia no país é adequada, mesmo que apresente algumas deficiências. Assim sendo, diversas são as discussões nos últimos anos sobre a legislação em vigor e sua atualização, principalmente em relação aos novos produtos liberados recentemente pelo MAPA (bebidas, néctares, sangrias, etc.).

Referente à importância dos costumes e tradições no consumo dos produtos da cadeia, verificou-se que, apesar dos importantes fatores restritivos para o acesso a vinhos

(independente do tipo) e espumantes no país, nos anos 1990 ocorreram melhorias ou descobertas que podem significar um maior consumo no futuro, como, por exemplo, a valorização do enoturismo, a descoberta dos benefícios a saúde dos vinhos tintos, entre outros.

O ambiente tecnológico da cadeia caracterizou-se, ao longo dos anos 1990, por um elevado desenvolvimento. O segmento produtor de insumos desenvolveu-se expressivamente, podendo oferecer produtos de melhor qualidade para os viticultores e para a agroindústria, mesmo que ainda uma parte deles seja importado. A evolução tecnológica dos viticultores gaúchos (principalmente aqueles que produzem variedades finas) também foi importante, com melhorias nos processos de manejo, evolução gradual dos sistemas de condução por espaldeiras, etc. Já a agroindústria viti-vinícola aperfeiçoou-se tecnologicamente ainda mais nos últimos anos, independente do tamanho das empresas, mantendo essa evolução técnica que já vem desde a década de 1970.

Entretanto, mesmo com o aprimoramento tecnológico destacado, percebeu-se que a evolução técnica dos viticultores ainda é inferior à demandada pela agroindústria. É neste sentido que se nota que a maioria das pesquisas ou trabalhos direcionados que estão sendo realizados pelas entidades de classe, centros de ensino e pesquisa ou pelas próprias vinícolas tem como foco quase que exclusivo a viticultura, ainda mais quando se sabe que melhorias nas práticas de produção visando controle da produtividade e do manejo das plantas resultarão em uma melhor matéria-prima e, conseqüentemente, em um melhor produto proveniente da mesma.

Quanto ao ambiente organizacional, este também se desenvolveu muito nos últimos anos, tanto com a consolidação da atuação das entidades de classe, dos centros de ensino e universidades, órgãos de assistência técnica, extensão rural e centros de pesquisa, como pelas novas organizações que passaram a se inserir nas atividades da cadeia, tanto em áreas já antigas como também em outras que se apresentaram relevantes mais recentemente.

Dentre as entidades de classe destacam-se positivamente a criação do IBRAVIN, uma entidade que agrega tanto os segmentos produtores de uva como também aqueles da agroindústria, além dos centros de pesquisa, ensino, etc. Com certeza este é um avanço considerável nas relações entre os diversos elos da cadeia, avanço este inédito em seu

histórico. Na mesma linha, merece menção mais recentemente a criação da Câmara Setorial da Viticultura, Vinhos e Derivados.

Também recentes na cadeia e consideradas como iniciativas positivas, destacam-se as associações de produtores de regiões que visam a obtenção de indicações de procedência. Estas ações tendem a se ampliar cada vez mais no estado do RS nos próximos anos, valorizando desta forma a imagem dos produtos gaúchos. Cabe aqui novamente citar a APROVALE, primeira a obter esta indicação na viti-vinicultura brasileira, além de recentemente ter sido reconhecida pela União Européia.

As entidades de classe já existentes também se desenvolveram bastante nos últimos anos, com destaque para a FECOVINHO, a AGAVI e a ABE. Esta última é uma das principais responsáveis pela divulgação dos produtos nacionais, tendo consolidado este papel fundamental a partir da criação dos concursos nacionais de vinhos e espumantes, além da participação em concursos internacionais. Já os sindicatos de trabalhadores rurais (viticultores), bem como aqueles que representam os trabalhadores das vinícolas, também tiveram grande destaque, fato este que pode ser constatado pela ampliação de suas atuações na busca da defesa dos interesses de seus associados, além do aumento da oferta de cursos para melhor qualificação dos mesmos.

O principal centro de pesquisa da cadeia viti-vinícola gaúcha (EMBRAPA Uva e Vinho) também se aprimorou qualitativamente, tendo atuação essencial nas pesquisas referentes às indicações geográficas e também no desenvolvimento de novas variedades de uvas. Já a EMATER/RS, apesar de suas deficiências, tem papel ainda relevante na prestação de assistência técnica e extensão rural. Os centros de ensino e universidades também prestam relevantes serviços, mesmo com as dificuldades financeiras do CEFET/BG e a falta nas universidades gaúchas de cursos de acordo com as demandas da viti-vinicultura.

As conclusões da análise das principais estratégias adotadas pelos empresários da cadeia apontaram que as mesmas se ampliaram muito nos últimos anos, independente do tamanho das vinícolas. Assim, diante da ampliação da concorrência interna e externa, desenvolveram-se principalmente estratégias de custo e preço (relacionadas quase que exclusivamente para a venda de vinhos comuns), de diferenciação (adotadas principalmente na produção e venda de vinhos finos) e de mercado externo (apoiadas principalmente pela

criação e desenvolvimento do consórcio de exportação *Wines from Brazil*). Mesmo que a adoção de estratégias tenham avançado quantitativa e qualitativamente, percebeu-se que diversas vinícolas ainda as adotam através de formas consideradas um tanto irracionais, sem grande embasamento mercadológico, ou seja, desconhecem as principais peculiaridades dos mercados em que buscam se inserir.

Quanto às estruturas de governança observou-se aumento nas relações de parcerias, busca de reduções de custos via compras em conjunto, entre outras, mesmo que a maioria das relações ainda apresentem diversas deficiências que comprometem a competitividade dos principais produtos da cadeia.

No tocante às relações entre produtores de insumos e viticultores e a agroindústria percebe-se que os primeiros ainda possuem grande poder de barganha, oriundo em grande parte do fato destes serem segmentos monopolísticos ou oligopolísticos, bem como pela pequena escala dos segmentos produtores de derivados. Na relação viticultor-agroindústria, destaca-se o aumento das relações de parceria (principalmente no fornecimento de variedades viníferas), visando o abastecimento de matéria-prima em quantidade e qualidade adequadas as necessidades da agroindústria, como também uma garantia maior da compra da uva produzida pelos viticultores. Também se verificou que diversas vinícolas começaram a plantar seus próprios vinhedos, visando a produção de uvas de acordo com suas necessidades específicas, assim como um movimento interessante de transformação de viticultores em produtores de vinhos e sucos nos últimos anos. Mesmo com essas modificações, ressalta-se que as transações de mercado (via preços) ainda são relevantes no fornecimento de uva às cantinas.

Quanto à relação agroindústria-distribuição, dois aspectos fundamentais podem ser elencados. O primeiro é o elevado poder das grandes redes supermercadistas distribuidoras, que exigem enormes garantias para a colocação do vinho fino gaúcho em suas prateleiras, barganha esta que esta relacionada, dentre outros fatores, aos elevados estoques de vinhos no mundo. Além disso, a atual legislação brasileira permite a importação direta por parte destas redes das bebidas de outros países. Assim, percebe-se uma desconexão entre os interesses do segmento produtor de vinhos finos e os segmentos distribuidores. O segundo aspecto é que outros meios de distribuição tiveram grande desenvolvimento nos últimos anos, se constituindo em boas possibilidades para a colocação de vinhos e outros derivados

gaúchos. Destacam-se desta forma os chamados “pontos de dose”, as vendas diretas e as lojas especializadas. Quanto aos vinhos comuns, destaca-se a venda a granel para os estados do centro do país, com grande poder de barganha dos segmentos engarrafadores e distribuidores lá localizados.

Conforme as informações apresentadas ao longo deste capítulo, constata-se efetivamente que o atual estágio da competitividade da cadeia viti-vinícola gaúcha deve ser considerado a partir das diferentes realidades mercadológicas dos diversos produtos da mesma, não sendo possível considerar a competitividade da cadeia como um todo.

No tocante à produção e comercialização de vinhos comuns ou de mesa a competitividade pode ser considerada elevada no mercado interno mesmo que esta não enfrente concorrência significativa, tanto de outros países como de outros estados do país. Entretanto, diversas melhorias foram apresentadas nos últimos anos, tanto nos processos técnicos de produção desta bebida, como também na qualidade da matéria-prima utilizada, dentre outras. Esse diagnóstico pode ser aplicado também a produção e comercialização do suco de uva.

Já o segmento relacionado à produção e comercialização de vinhos finos e espumantes é considerado como não-competitivo, mesmo com o grande desenvolvimento tecnológico nos processos produtivos nas últimas duas décadas, melhorias na qualidade da matéria-prima, ampliação dos canais de comercialização, etc. Isto é decorrente do fato de que esses produtos continuam a perder espaço (participação percentual) no mercado interno, além de apresentarem um comportamento pífio no que se refere a inserção nos mercados externos.

A seguir destacam-se diversas sugestões de políticas públicas e privadas para um melhor desenvolvimento competitivo da cadeia gaúcha, sugestões estas derivadas da observação dos seus principais gargalos, que em parte já estão sendo atacados pelos diferentes segmentos da mesma. Também é relevante mencionar que a grande maioria destas sugestões já foram encaminhadas ou estão em discussão na Câmara Setorial. Dentre as sugestões de políticas privadas, podem ser citadas:

- Aumento da promoção da imagem dos produtos brasileiros no exterior: busca de reputação e criação de uma identidade, o que já começou a ser realizado pelo consórcio de exportação *Wines from Brazil*;
- Consolidação de uma infra-estrutura adequada para a viabilização do enoturismo e da enogastronomia: isto é importante porque estas atividades tornaram-se importantes canais de vendas dos produtos;
- Continuidade das melhorias das relações entre viticultores e agroindústria no fornecimento da matéria-prima: consolidação da fidelidade na relação;
- Aumento da logística de distribuição de produtos: viabilização de mais pontos de venda através de vendas conjuntas nas diferentes regiões do país;
- Consolidação das associações ou parcerias para a compra de insumos para os viticultores e a agroindústria, além criação de novas;
- Consolidação cada vez maior da viticultura gaúcha: melhorias constantes na qualidade da matéria-prima;
- Fortalecimento dos viveiristas de mudas: isto é importante por causa do desenvolvimento de tecnologia nacional certificada para atender as reais demandas da cadeia, visando a auto-suficiência nacional. Iniciativa pioneira neste sentido foi a AGAPROVITIS;
- Aumento das campanhas de promoção ao consumo moderado de vinhos e outras bebidas: ampliação das ações de marketing, mídia institucional e realização de degustações, por exemplo;
- Estimular as verdadeiras competências das regiões gaúchas: fortalecimento das potencialidades ou vocações regionais visando a produção de uvas e derivados com melhor qualidade e adaptadas ao clima e topografia, processo que este que foi iniciado com a elaboração do Zoneamento Vitícola do estado;
- Continuidade nas melhorias das relações entre os segmentos empresariais e organizacionais: atuação conjunta que visa a obtenção de melhores resultados aos pleitos da cadeia;
- Ampliação da parceria entre os viticultores e a agroindústria com a EMBRAPA Uva e Vinho, CEFET/BG e universidades: aproximação das entidades geradoras de conhecimento com os segmentos produtores;

- Criar possibilidades de venda de produtos em recipientes menores que os tradicionais: isto poderia estimular a ampliação do consumo de vinhos e espumantes.

Já dentre as políticas públicas sugeridas destacam-se:

- Consolidação da atuação operacional do IBRAVIN: garantia de recursos, tanto podendo ser privados e/ou públicos, que viabilizem seus principais projetos e objetivos;
- Aumento das políticas de fiscalização da qualidade dos produtos legais de origem nacional e importada: estímulo maior para a coibir a adulteração dos produtos;
- Equalização da carga tributária brasileira aos níveis de tributação dos principais países concorrentes do Mercosul: redução da tributação no “custo seco” e ao longo do engarrafamento dos produtos;
- Reforma Tributária que priorize o fim da tributação em cascata e a desorganização tributária;
- Ampliação de recursos públicos para as atividades da EMATER/RS, EMBRAPA Uva e Vinho e CEFET/BG: incentivo maior à pesquisa, ensino, assistência técnica e extensão rural na cadeia;
- Combate ao contrabando de vinhos proveniente principalmente de países do Mercosul: diminuição da concorrência desleal;
- Reconhecimento efetivo das prefeituras da Serra Gaúcha da importância da viti-vinicultura: criar novos mecanismos de apoio e suporte para melhor desenvolvimento regional e estadual.

Acreditamos que através da adoção, ou mesmo manutenção em alguns casos das políticas citadas acima, além de diversas outras não mencionadas, é que se pode ampliar a competitividade da cadeia viti-vinícola gaúcha, visando desta forma valorizar e manter esta atividade econômica, social, cultural e histórica do povo gaúcho, atividade que remonta há mais de quatro séculos no Brasil Meridional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABE. Associação Brasileira de Enologia. Disponível em www.enologia.org.br (acesso em novembro de 2006).

AGAVI. Associação Gaúcha de Vinicultores. Disponível em www.agavi.com.br (Acesso em janeiro de 2007).

AGEVIN. Associação Gaúcha de Engarrafadores de Vinho. Material institucional de divulgação da entidade (disponível em CD-ROM, 2007).

APROVALE. Associação dos produtores de vinhos finos do Vale dos Vinhedos. Disponível em www.valedosvinhedos.com.br (acesso em janeiro de 2007).

AMARANTE, José Osvaldo Albano. Vinhos e vinícolas do Brasil: guia completo. Editora Summus, São Paulo/SP, 1986.

ANUÁRIO BRASILEIRO DA UVA E DO VINHO 2006. Editora Gazeta Santa Cruz, Santa Cruz do Sul/RS, 2006.

BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL (BRDE). Viti-Vinicultura em Santa Catarina: situação atual e perspectivas. Agência de Florianópolis - Gerência de Planejamento, BRDE, Florianópolis/SC, 2005.

BATALHA, Mário Otávio. Gestão Agroindustrial. São Paulo/SP, Atlas, 1997.

BATALHA, Mário Otávio & SILVA, Andréa Lago da. Gestão de cadeias produtivas: novos aportes teóricos e empíricos. In: BATALHA, M. O. (org.) Gestão Agroindustrial, São Paulo/SP, Editora Atlas, 2001.

BENTO EM DADOS – PESQUISA SÓCIO-ECONÔMICA. Publicação anual do Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves/RS. Elaborado pela Faculdade Cenequista de Bento Gonçalves, Edição 2006 (34ª edição), Bento Gonçalves/RS, 2006.

BRUCH, Kelly Lissandra. Análise da tributação incidente na cadeia produtiva do vinho. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios (CEPAN), Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Dissertação (Mestre em Agronegócios), Porto Alegre/RS, 2004.

BRUCH, Kelly Lissandra & FENSTERSEIFER, Jaime Evaldo. Análise da tributação incidente na cadeia produtiva do vinho brasileiro. XLIII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (SOBER), Ribeirão Preto/SP, julho de 2005.

CADASTRO VINÍCOLA DO RIO GRANDE DO SUL. Dados divulgados pela UVIBRA, 2006.

CADASTRO VITÍCOLA DO RIO GRANDE DO SUL Elaborado pela Embrapa Uva e Vinho (CNPUV/EMBRAPA), Coordenação de Loiva Maria Ribeiro de Mello, 2005 (disponível em CD-ROM).

CÁRIO, Silvio Antônio Ferraz, PEREIRA, Laércio Barbosa & SOUZA, José Paulo de. Características do padrão produtivo e determinantes da competitividade: requerimentos para a construção de vantagens competitivas. In: PEREIRA, Laércio Barbosa, CÁRIO, Silvio Antônio Ferraz, & KOEHLER, Márcio. Padrão produtivo e dinâmica econômica competitiva: estudo sobre setores selecionados em Santa Catarina. Florianópolis/SC, Imprensa Universitária da UFSC, PPGE/UFSC, 2001.

CEFET/BG. Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves. Disponível em www.cefetbg.gov.br (acesso em janeiro de 2007).

CNPUV/EMBRAPA. Embrapa Uva e Vinho (Centro Nacional de Pesquisa da Uva e do Vinho). Disponível em www.cnpuv.embrapa.br (acesso em janeiro de 2007).

COUTINHO, Luciano. A terceira revolução industrial e tecnológica: as grandes tendências de mudanças. Revista Economia e Sociedade / Instituto de Economia da Unicamp, n° 01, Campinas/SP, 1992.

CUNHA, C. J. C. A competitividade da agricultura brasileira no Mercosul: estudo de caso. Brasília/DF, IPEA, Série Estudos de Política Agrícola, n° 03, 1994.

DAL PIZZOL, Rinaldo. A história da uva e do vinho no Rio Grande do Sul. Revista do Vinho, n° 14, Bento Gonçalves/RS, 1989.

DAL PIZZOL, Vinicius Schenato. As transformações do setor viti-vinicola na Serra Gaúcha. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Departamento de Ciências Econômicas, Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas), Porto Alegre/RS, 2004.

DE PARIS, Assunta. Memórias: Bento Gonçalves – 109 anos. Arquivo Histórico Municipal, Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves, Bento Gonçalves/RS, 1999.

DIAS, Henry Paulo. Vinhos do Brasil: um enfoque de tradição e qualidade. Revista da FSG (Faculdade da Serra Gaúcha), Caxias do Sul/RS, 2001.

DOLABELLA, Rosemirtes Vasconcelos Martins. A consolidação das competências organizacionais da viti-vinicultura brasileira: um estudo de caso da Vinícola Miolo. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Programa de Pós-Graduação em Administração. Dissertação (Mestrado em Administração), São Leopoldo/RS, 2006.

EMATER/RS. Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de assistência técnica. Disponível em www.emater.tche.br (acesso em janeiro de 2007).

FAO. Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. Disponível em www.fao.org (acesso em janeiro de 2007).

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

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação dos sistemas agroindustriais: a base conceitual. In: JANK, M. S., FARINA, E. M. M. Q., GALAN, V. B. O agribusiness do leite no Brasil. São Paulo/SP, IPEA, USP, PENSA, FIA, 1999.

FARINA, E. M. M. Q. & ZYLBERSZTAJN, D. Competitividade no Agribusiness Brasileiro (Volume I). Realização PENSA/FIA/FEA/USP, São Paulo/SP, 1998.

FERRAZ, João Carlos, KUPFER, David & HAGUENAUER, Lia (Ed.). Made in Brazil. Rio de Janeiro/RJ, Campus, 1995.

FERREIRA, Felipe Gutheil. Estratégias de produção das empresas viti-vinícolas da Serra Gaúcha investidoras em viti-vinicultura na metade sul do Rio Grande do Sul. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Dissertação (Mestre em Agronegócios), Porto Alegre/RS, 2005.

FIANI, Ronaldo. Teoria dos Custos de Transação. In: Kupfer, D., HASENCLEVER, L. (org.). Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil, Rio de Janeiro/RJ, Editora Campus, 2002.

GIOVANNINI, E. Produção de uvas para vinho, suco e mesa. Porto Alegre/RS, Renascença, 1999.

GRASSI, Robson Antonio. Comentários sobre a aplicação empírica do conceito estrutural de competitividade. Revista Leituras de Economia Política / Instituto de Economia da Unicamp, Campinas/SP, 1997.

GUERRA, Celito Crivellaro et al. Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos. Embrapa Uva e Vinho, Documentos n° 48, Bento Gonçalves/RS, 2005.

HAGUENAUER, L. Competitividade: Conceitos e medidas. Instituto de Economia Industrial / Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/RJ, 1989.

HIRATUKA, Célio. Estruturas de coordenação e relações interfirmas: uma interpretação a partir da teoria dos custos de transação e da teoria neo-schumpeteriana. Revista Econ. Empresa, volume 04, n° 01, São Paulo/SP, 1997.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em www.ibge.gov.br (acesso em janeiro de 2007).

IBRAVIN. Instituto Brasileiro do Vinho. Disponível em www.ibravin.org.br (acesso em janeiro de 2007).

JORNAL CORREIO DO POVO. União Européia reconhece vinho gaúcho. Porto Alegre/RS, 03 de fevereiro de 2007.

JORNAL PIONEIRO. A guerra do espumante: produtores gaúchos e catarinenses disputam uso da expressão para bebida. Caderno de Economia, Caxias do Sul/RS, fevereiro de 2007.

JORNAL ZERO HORA. Reconhecimento internacional: indicação geográfica garantirá mais competitividade no exterior para os produtos do Vale dos Vinhedos. Seção Campo e Lavoura, Porto Alegre/RS, fevereiro de 2007.

JORNAL ZERO HORA. Um brinde natural. Seção Campo e Lavoura, Porto Alegre/RS, dezembro de 2006.

KUHN, Gilmar Barcelos et al. O cultivo da videira: informações básicas. Circular Técnica do CNPUV/EMBRAPA, Bento Gonçalves/RS, 1996, 2ª edição.

KUPFER, David. Padrão de concorrência e competitividade. Texto para discussão. IE/UFRJ, n° 265, Rio de Janeiro/RJ, novembro de 1991.

LAPOLLI, J.N. et al. A competitividade da viticultura brasileira: análise setorial e programa de ação com destaque para o Rio Grande do Sul. Porto Alegre/RS, Bannisul / Embrapa – CNPUV / SEBRAE – RS, 1995.

MASTEN, Scott. Transaction cost economics and the organization of agricultural transactions. World Food Systems Project Symposium, Chicago (IL-USA), 1991.

MARC, C. & CASTILLO, R. Larousse do Vinho. São Paulo/SP, Larousse do Brasil, 2004.

MATUELLA, J.L. & ROHR, E.J. A produção de uva no contexto do Mercosul. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural (anais), Ilhéus/BA, 1993.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Produção e comercialização de uvas e vinhos – Panorama 2005. Extraído de www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos (acesso em 23/08/2006), 2006.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Produção e comercialização de uvas e vinhos – Panorama 2004. Extraído de www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos (acesso em 23/08/2006), 2005.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Produção e comercialização de uvas e vinhos – Panorama 2003. Extraído de www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos (acesso em 23/08/2006), 2004.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Tendência de consumo e perspectivas do mercado de vinhos no Brasil. Extraído de www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos (acesso em 23/08/2006), 2002.

MIELE, Marcelo. Análise da transação entre produtores de uva e agroindústria vinícola: o caso dos vinhos finos no sistema agroindustrial viti-vinícola do Rio Grande do Sul. Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Departamento de Administração, Dissertação (mestrado), São Paulo/SP, 2000.

MONTIGAUD, J. C. *Les filières fruits et légumes et la grande distribution: méthodes d'analyse et résultats*. Montpellier: Centre International de Hautes Études Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM)/Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier, 1991.

NORTH, Douglass. Custos de Transação, instituições e desempenho econômico. Rio de Janeiro/RJ, Instituto Liberal, 1994.

OIV. Organização Internacional da Uva e do Vinho. Disponível em www.oiv.int (acesso em dezembro de 2006).

PAZ, Ivoni Nör & BALDISSEROTTO, Isabel. A estação do vinho: história da estação experimental de viticultura e enologia – EEVE – 1921-1990. EDUCS, Caxias do Sul/RS, 1997.

PONDÉ, João Luiz. Coordenação, custos de transação e inovações institucionais. Texto para discussão nº 38. Campinas/SP, UNICAMP, 1994.

PROCHNIK, Victor & HAGUENAUER, Lia. Cadeias produtivas e oportunidade de investimento no nordeste brasileiro. In: Congresso Brasileiro de Economistas, Recife/PE, 2001.

PROTAS, José Fernando da Silva. Programa de desenvolvimento estratégico da viti-viticultura do Rio Grande do Sul. Disponível em www.ibravin.org.br (acesso em março de 2007), 2005.

PROTAS, José Fernando da Silva, CAMARGO, Umberto Almeida & MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. A Viti-Vinicultura Brasileira: realidade e perspectivas. Artigos técnicos. Extraído de www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos (acesso em março de 2007), 2002.

REGULAMENTO VITI-VINÍCOLA DO MERCOSUL (2007). Extraído de www.ibravin.org.br (acesso em janeiro de 2007).

REVISTA AMANHÃ. O Brasil na reserva. Porto Alegre/RS, junho de 2004, edição 200.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA/RS). Programa Estadual de Fruticultura (PROFRUTA/RS): relatório de atividades desenvolvidas 2006. SAA/RS e EMATER/RS. Porto Alegre/RS, 2006.

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. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Tese (Doutorado), Florianópolis/SC, 2001.

ROSA, Eduardo Silveira da & SIMÕES, Pedro Martins. Desafios da Viti-Vinicultura brasileira. In: BNDES Setorial, Rio de Janeiro/RJ, n° 19, março de 2004.

SCHUMACHER, Werner. O vinho nacional é caro? Artigos ABE. Extraído de www.enologia.org.br (acesso em março de 2007), 2006.

SISTEMA ALICE. Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Disponível em <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/default.asp> (acesso em janeiro e fevereiro de 2007).

SOUZA, Flávio Abreu de. Mudanças promovidas no setor viti-vinícola do RS pela inserção de profissionais especializados nas áreas de Viticultura e Enologia. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação, Instituto de Agronomia, Dissertação (Mestrado em Educação Profissional Agrícola), Rio de Janeiro/RJ, março de 2005.

TERSARIOL, Alpheu. Minidicionário da Língua Portuguesa. Indústria Gráfica e Editora Edelbra, Erechim/RS, 1996.

TERUCHKIN, Sônia Rejane Unikowsky. As estratégias empresariais para os vinhos finos no Brasil e no Uruguai: uma análise comparada. Teses FEE, Porto Alegre/RS, 2003.

TONIETTO, Jorge. Indicações Geográficas para vinhos brasileiros. Disponível em www.cnpuv.embrapa.br (acesso em novembro de 2006), Sistemas de Produção (versão eletrônica de julho de 2003).

TRICHES, Divanildo, SIMAN, Renildes Fortunato & CALDART, Wilson Luis. A identificação e análise da cadeia produtiva da uva e vinho da Região da Serra Gaúcha. Extraído de www.hermes.ucs.br/ccea/ipes (acesso em 14/09/2006).

UVIBRA. União Brasileira de Viti-Vinicultura. Disponível em www.uvibra.com.br (acesso em novembro de 2007).

WILLIAMSON, Oliver. The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting, New York (NY-EUA), The Free Press, 1989.

VITAL, Tales Wanderley, MORAES F^o, Rodolfo Araújo de & FERRAZ F^o, Zildo Ernesto. Viti-Vinicultura no Nordeste do Brasil: um arranjo produtivo em expansão. XLII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (SOBER), Área temática: Administração Rural e Gestão do Agronegócio, 2004.

ZYLBERSZTAJN, Décio & NEVES, Marcos Fava (orgs.). Economia & Gestão dos negócios agroalimentares. São Paulo/SP, Pioneira, 2000.

APÊNDICE – LISTA DE ENTREVISTADOS

- 1 Adoralvo Antonio Schio - Diretor do Departamento de Produção Vegetal (DPV) da SAA/RS.
- 2 Alceu Dalle Molle - Presidente da FECOVINHO e da Cooperativa Vinícola Aliança.
- 3 Antônio Czarnobay - Gerente Técnico da Cooperativa Vinícola Aurora e Diretor de Enologia da ABE.
- 4 Carlos Raimundo Paviani - Presidente Executivo do IBRAVIN.
- 5 Daniel Basile - Diretor Industrial da Tecnovin do Brasil Ltda. e Diretor Técnico da UVIBRA.
- 6 Darci Dani - Diretor executivo da AGAVI.
- 7 Deonir de Toni - professor da UCS e da FACEBG (Faculdade Cenicista de Bento Gonçalves) nas áreas de Marketing e Estratégias – Doutor em Administração de Empresas pela Escola de Administração da UFRGS (ênfase em Marketing).
- 8 Dirceu Pedrotti - Secretário Adjunto de Desenvolvimento da Agricultura do município de Bento Gonçalves / RS.
- 9 Eduardo Giovannini – professor adjunto do CEFET/BG no Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia – Doutor pelo IPH / UFRGS.
- 10 Gilberto Luiz Salvador - Engenheiro agrônomo e Extensionista Rural da EMATER/RS.
- 11 Gilmar Barcelos Kuhn – Pesquisador na área de Virologia do CNPUV/EMBRAPA.
- 12 Giselle Ribeiro de Souza – professora assistente do CEFET/BG no Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia – Mestra em Eng. da Produção pela UFRGS.
- 13 Hélio Luiz de David Marchioro - Diretor Executivo da FECOVINHO e do CENECOOP.
- 14 Inês Fagherazzi Bettoni - Presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Santa Tereza.
- 15 Ismar Pasini - Gerente Administrativo da Cooperativa Vinícola São João.
- 16 Ivo Antônio da Rold - Secretário de Turismo do município de Bento Gonçalves.
- 17 Jaime Evaldo Fensterseifer - Professor da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (EA/UFRGS) e do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CEPAN/UFRGS) e

- Coordenador Técnico do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Viti-Vinicultura do RS – Visão 2025.
- 18 Jaime Milan – Diretor executivo da APROVALE.
 - 19 José Fernando da Silva Protas - Secretário Executivo da Câmara Setorial, Pesquisador CNPUV/EMBRAPA cedido atualmente para atuar no IBRAVIN na função de Coordenador Geral do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Viti-Vinicultura do RS – Visão 2025.
 - 20 José Fernando Werlang - Engenheiro Agrônomo e Fiscal Agropecuário do MAPA.
 - 21 José Inácio Pereira da Silva - Coordenador do Programa Estadual de Seguro Agrícola da SAA/RS.
 - 22 Loiva Maria Ribeiro de Mello – pesquisadora do CNPUV/EMBRAPA.
 - 23 Oclair Sanches - Presidente do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Alimentação de Bento Gonçalves e Secretário de Políticas Públicas da Federação dos Trabalhadores da Indústria da Alimentação do estado do Rio Grande do Sul.
 - 24 Olir Schiavenin - Presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Flores da Cunha e Nova Pádua, Coordenador da Comissão Interestadual da Uva (abrange os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina) e Membro participante das Comissões de Organização da Produção, Hortigranjeiros e Auto-Sustentação do Movimento Sindical da Federação dos Trabalhadores na Agricultura do estado do Rio Grande do Sul (FETAG/RS).
 - 25 Plínio Manosso - Chefe de Divisão de Enologia da Secretaria da SAA/RS e coordenador do LAREN.
 - 26 Raquel Rohden – gestora do projeto de APL da Viti-Vinicultura da Serra Gaúcha do SEBRAE/RS.
 - 27 Rinaldo Dal Pizzol - Diretor Geral da Vinícola Monte Lemos.
 - 28 Sônia Rejane Unikowsky Teruchkin - Técnica da Fundação de Economia e Estatística do estado do Rio Grande do Sul (FEE/RS) e professora das disciplinas de *Blocos Econômicos* e *Marketing Internacional* do MBA do Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios (IBGEN).