

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

PANORAMA E PERSPECTIVAS DA COMERCIALIZAÇÃO DE ESPUMANTES NO BRASIL

Douglas André Würz, José Luiz Marcon Filho, Betina Pereira De Bem, Ricardo Allebrandt,
Marcus Outemane, Leo Rufato

RESUMO: A vitivinicultura é uma atividade importante para a economia de algumas regiões, principalmente daquelas localizadas no sul do país, onde se concentra o maior volume de produção de uva e vinho. Apesar de ser uma atividade consolidada em nosso país, a viticultura brasileira carece da divulgação de informações em relação ao mercado de vinhos e espumantes, e a partir dessas informações definir as tendências do mercado e buscar estratégias para o crescimento e desenvolvimento desse setor. O Brasil vem apresentando um cenário favorável à comercialização de vinhos finos e espumantes, merecendo destaque os valores comercializados de espumantes. O mercado vitícola brasileiro está em constante evolução, e é possível afirmar, de acordo com a evolução da comercialização de espumantes que o setor está em expansão. Os espumantes são os produtos com maior potencial mercadológico brasileiro, com destaque para os espumantes moscatéis, que ao longo dos últimos dez anos vêm apresentando aumentos significativos na sua comercialização. Os resultados desse estudo, feitos através de levantamento bibliográfico em instituições oficiais evidenciam a importância do setor vitícola no mercado brasileiro, e servem de subsídios para novos investimentos no setor, que devem considerar o estudo do mercado para obter sucesso na atividade.

Palavras-Chave: Moscatel; Vitivinicultura; Comercialização; Mercado vitivinícola.

1 INTRODUÇÃO

A vitivinicultura brasileira tem despertado interesse em vários segmentos da economia e tem sido objeto de muitos trabalhos acadêmicos, dissertações e teses, devido à importância que assume para a sustentabilidade da pequena propriedade de agricultura familiar, para o desenvolvimento do território onde está instalada, para a agregação de valor aos produtos, para o prestígio e para os aspectos culturais (MELLO, 2013).

A atividade ocupa uma área de aproximadamente 83.700 hectares, com uma produção anual variando entre 1.300 e 1.400 mil toneladas, na qual em torno de 40% da produção é destinada ao processamento, na qual podemos destacar a elaboração de vinhos e espumantes (MELLO, 2014).

A vitivinicultura tem sido uma atividade importante para a economia de algumas regiões, principalmente daquelas localizadas no sul do país, onde se concentra o maior

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

volume de produção de uva, vinho e demais derivados. A importância do setor para estas regiões está inteiramente relacionada à sustentabilidade das pequenas e médias empresas rurais, que produzem uva de mesa e uva para processamento, bem como daquelas que atuam no sistema de vinificação, no sentido de contribuir para a geração de emprego e renda para a economia de tais regiões (DUARTE, 2013).

A viticultura brasileira carece da divulgação de informações relevantes em relação ao mercado de vinhos e espumantes, e a partir dessas informações definir as tendências do mercado e posteriormente buscar estratégias para o crescimento e desenvolvimento desse setor. As publicações referentes à comercialização de vinhos e espumantes predomina ao Rio Grande do Sul, que possui o setor vitícola mais organizado, e representa em torno de 90% do volume comercializado de vinhos e espumantes (PROTAS et al, 2016).

O mercado consumidor é dinâmico, e é influenciado por diversos fatores. Assim, para obter sucesso no mercado, é preciso saber para quem vender, quanto compram, quais suas preferências, ou seja, quem é o comprador e o que ele deseja comprar (COPELLO, 2015).

Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar a comercialização de espumantes no Brasil, fazendo um levantamento do panorama desse setor e definir as tendências do setor vitícola.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A evolução da vitivinicultura brasileira se confunde com o desenvolvimento desta atividade econômica no estado do Rio Grande do Sul que é referência nacional no cultivo de uvas *vitis viníferas*, na produção de vinhos finos e na capacitação de mão de obra para este setor. A atividade de vitivinicultura teve grande importância para a fixação da cultura italiana no sul do Brasil e principalmente, para o desenvolvimento econômico da região da serra gaúcha, englobando os municípios de Bento Gonçalves, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha, Caxias do Sul, entre outros (AGUIAR, 2008).

O fato é que estes imigrantes italianos (provenientes em sua maioria do norte da Itália) tinham experiência no cultivo da vinha e na produção do vinho e trouxeram consigo sua expressiva tradição, tornando-se um elemento facilitador para a transição de uma produção doméstica para o estabelecimento do comércio do vinho no país (LOSSO, 2012).

Segundo Mello (2013), destaca-se na elaboração de vinhos finos e espumantes os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, que representam em torno 95% do volume elaborado e comercializado no país. O Brasil produz em torno de 1.400 toneladas de uva, em

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

uma área em torno de 80.000 hectares. Desse volume produzido, em torno de 45% é destinada ao processamento, entre os produtos beneficiados estão os vinhos finos e espumantes.

O Brasil é um mercado em ebulição no consumo de e espumantes, apesar do consumo *per capita* ainda ser muito baixo. Enquanto cada brasileiro consome em média cerca de 50 litros de cerveja e 6 de cachaça ao ano, o consumo de vinhos finos fica em torno de 2 litros *per capita* ao ano (COPELLO, 2015).

Os maiores crescimentos de comercialização registrados pelas vinícolas brasileiras são os espumantes, entre eles destacando-se o espumante *Moscatel*, segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN, 2015).

Estimativas indicam que em nossa população tem em torno de 30 milhões de consumidores regulares de vinho e 800 mil aficionados. O consumidor brasileiro prefere vinho tinto, seguido pelos espumantes. Os vinhos brancos possuem um nicho pequeno, mas crescente, enquanto os vinhos rosados têm consumo bastante restrito (COPELLO, 2015).

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho foram compilados trabalhos científicos e publicações nacionais referentes à comercialização de vinhos e espumantes nos últimos vinte anos no Brasil. Foram feitas consultas ao acervo bibliográfico da Universidade do Estado de Santa Catarina, bem como consulta em periódicos indexados.

Os dados foram coletados também em instituições responsáveis pela elaboração e divulgação de dados referentes à produção e comercialização de vinhos e espumantes no Brasil, sendo eles: Instituto Brasileiro do Vinho, IBRAVIN, Embrapa Uva e Vinho, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, MAPA e União Brasileira de Vitivinicultura, UVIBRA.

Cada trabalho foi catalogado e os dados foram organizados de tal forma que fosse possível fazer a elaboração dos gráficos e tabelas referentes à comercialização de vinhos e espumantes no Brasil.

Com os dados dos trabalhos, foram gerados tabelas e gráficos pelo programa Microsoft Excel 2010 com o objetivo de mostrar o panorama da comercialização de espumantes nos últimos dezoito anos no Brasil.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Uma das grandes dificuldades em discutir o setor vitícola nacional é a falta de informações confiáveis em relação à produção, elaboração e comercialização de vinhos e

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

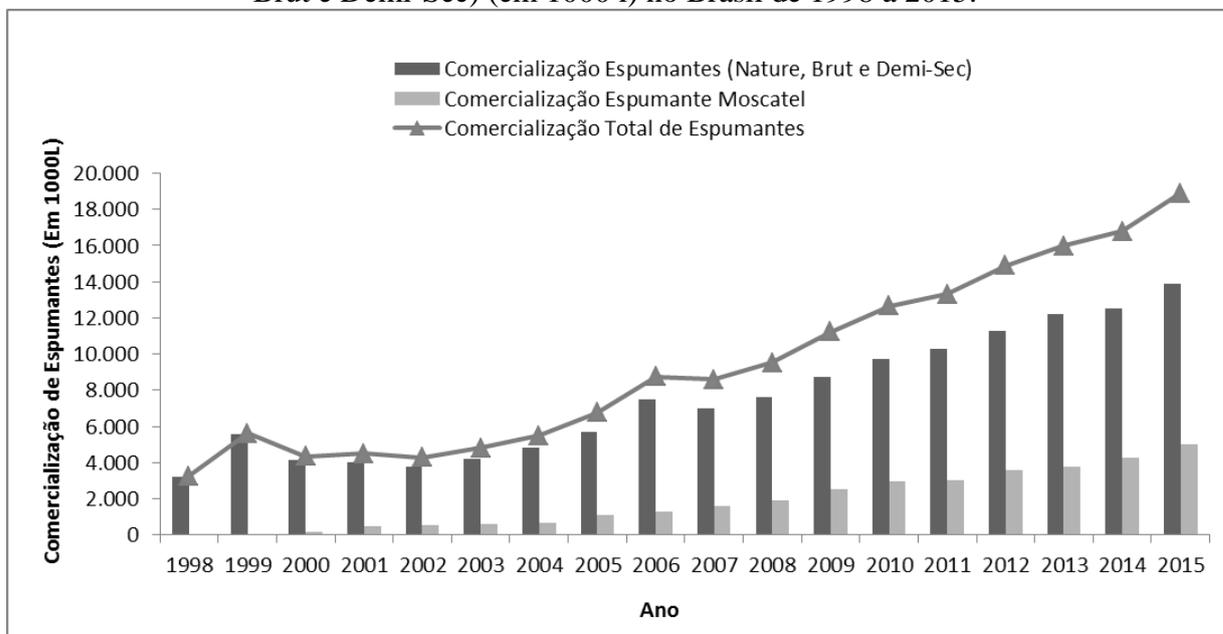
26 e 27 de agosto

espumantes. Faltam muitos dados, e aqueles disponíveis são referentes ao estado do Rio Grande do Sul, que representa de 90% do setor vitícola nacional.

O Brasil vem apresentando um cenário favorável à comercialização de vinhos finos e espumantes, merecendo destaque os valores comercializados de espumantes. A comercialização de espumantes vem apresentando desde 1998 aumentos nos volumes comercializados (Figura 01), verificando-se um cenário extremamente favorável para esses produtos. Ao longo de 18 anos (1998 – 2015) verificou-se um incremento de 619% no volume total de espumantes comercializados no Brasil. Em 1998, apenas 29.000 litros de espumante moscatel eram comercializados no Brasil, atualmente são comercializados 5.010.704 litros, representando 26% do mercado de espumantes no Brasil.

Independente dos estilos dos espumantes (Nature, Brut, Demi-Sec ou Moscatel) verifica-se aumento da sua comercialização. No entanto devemos destacar os *Moscatéis*, de 2004 á 2015 apresentou um acréscimo de 715% na comercialização de espumante Moscatel no Brasil, com as vendas passando de 0,7 milhões de litros para 5,01 milhões de litros.

Figura 01- Comercialização Total de Espumantes, Espumante Moscatel e Espumante (Nature, Brut e Demi-Sec) (em 1000 l) no Brasil de 1998 a 2015.



Fonte: Adaptado de UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura. 2016.

De acordo com Mello (2015) do total de vinhos tranquilos (aqueles que não apresentam gás carbônico) comercializados no Brasil, 76,01% são vinhos importados. Em

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

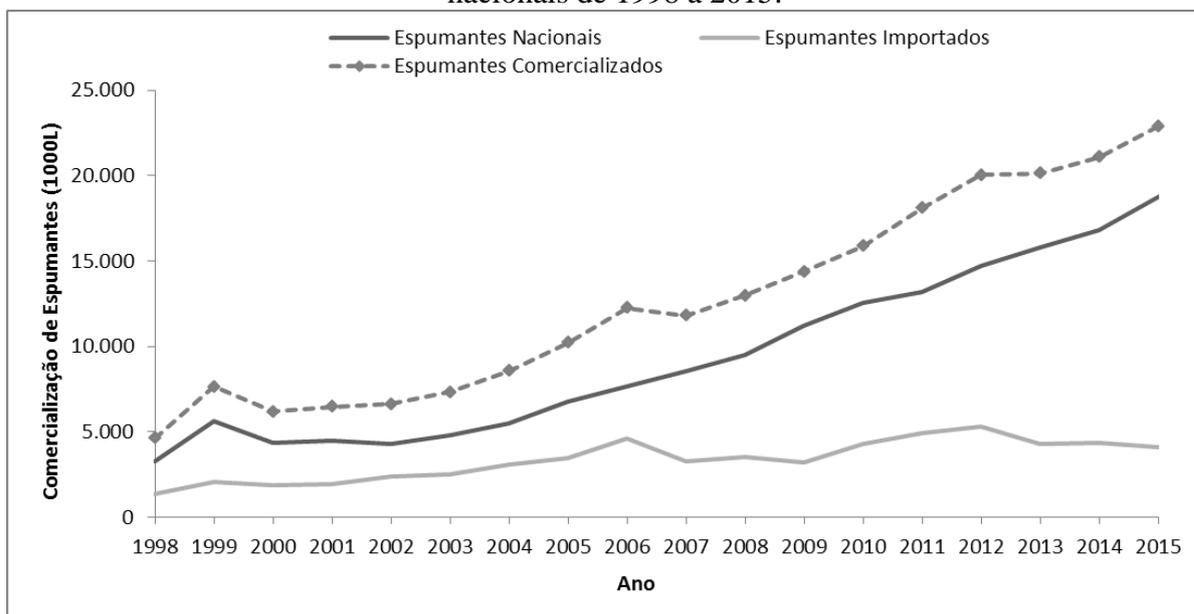
Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

1993, os vinhos importados representavam apenas 19% do mercado de vinhos finos no Brasil. De acordo com Protas (2002) o segmento de vinhos finos, com o processo de abertura da economia brasileira ao exterior, enfrentou uma forte concorrência registrando-se taxas significativas de crescimento das importações de vinhos.

Quando comparamos os valores comercializados de espumantes importados e espumantes nacionais verifica-se um comportamento inverso dos vinhos tranquilos. Para o segmento de espumantes, em 2015, apenas 17,9% do volume comercializado são de produtos importados (Figura 02).

Figura 02. Valor Total Comercializado (em 1000 l) de espumantes importados e espumantes nacionais de 1998 a 2015.



Fonte: Adaptado de UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura (2016).

Nesse contexto, verifica-se uma consolidação dos espumantes no mercado vitícola brasileiro. Muito se deve à qualidade do espumante brasileiro, que ao longo dos anos vem evoluindo em qualidade e conquistando o consumidor. Além disso, campanhas institucionais em prol do espumante brasileiro contribuem para a consolidação do espumante nacional, como o projeto Vinhos do Brasil, promovido pelo IBRAVIN (Instituto Brasileiro do Vinho), que tem como objetivo promover a ampliação do consumo de vinhos, espumantes e demais derivados de uva no mercado brasileiro.

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

A vitivinicultura brasileira tem relevância socioeconômica crescente, por todo seu entorno, potencializando outros setores, como o turismo e a gastronomia. Os dados referentes à comercialização de vinhos finos e espumantes no Brasil mostram um mercado em crescente expansão, com potencial de novos investimentos. O consumo brasileiro de vinhos é em torno de dois litros/ano. Esse valor é muito baixo se compararmos com outros países, como por exemplo, a Argentina, que possui um consumo per capita de 30 litros/anos (COPELLO, 2015).

Por apresentar um consumo baixo *per capita* de vinhos finos, o mercado brasileiro de vinhos finos, principalmente o dos espumantes precisa ser visto com um grande potencial para as empresas vitícolas nacionais e internacionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do objetivo do estudo, que foi analisar a comercialização de espumantes no Brasil, conclui-se que o mercado vitícola brasileiro está em constante evolução, e é possível afirmar, de acordo com os dados apresentados, que o setor está em expansão. O brasileiro está tendo acesso a uma grande quantidade de informações e aliado à alta qualidade dos espumantes nacionais vem fazendo com que aumente o interesse pelos espumantes.

Atualmente, os espumantes são os produtos com maior potencial mercadológico brasileiro, com destaque para o espumante *Moscatel*, que ao longo dos últimos dez anos vêm apresentando aumentos significativos na sua comercialização. Esses dados servem de subsídios para novos investimentos no setor, que devem considerar o estudo do mercado para obter sucesso na atividade, considerando os espumantes como produto de maior potencial de aumento de comercialização do setor vitícola brasileiro.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, M. **O vinho na era da técnica e da informação: um estudo sobre Brasil e Argentina**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

COPELLO, M. Brasil, mercado em ebulição. **Revista Vinhos do Brasil**. Rio de Janeiro. p.34-37. 2015.

DUARTE, V.N. Estudo da Cadeia Produtiva do Vinho em Santa Catarina: Características e estágio atual. **Evidências**, Joaçaba v.13 n.1 p.45-56. Janeiro/junho 2013.

II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio

Programa de Pós-Graduação em Administração e Campus Universitário de Vacaria -
Polo de Inovação Tecnológica Campos de Cima da Serra

26 e 27 de agosto

IBRAVIN. **Comercialização de Espumantes** – Empresas do RS. 2015. Disponível em <<http://www.ibravin.org.br/dados-estatisticos.php>> Acesso em: 27 de julho de 2016.

LOSSO, F.B. PEREIRA, R.M. O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na região de São Joaquim (SC, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, pp. 181-200. Maio/ago. 2012.

MELLO, L. M. R. **O Brasil no Contexto do Mercado Vitivinícola Mundial: Panorama 2014**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2015.

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura Brasileira: panorama 2013**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2014.

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura Brasileira: panorama 2012**. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2013.

PROTAS, J. L. CAMARGO, U.A. MELLO, L.M. **A vitivinicultura Brasileira: realidade e perspectivas**. Disponível em: < <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/>> Acesso em: 25 de julho de 2016.

UVIBRA. **Comercialização de Vinhos e Derivados** – Empresas do RS. 2015. Disponível em <http://www.uvibra.com.br/dados_estatisticos.htm> Acesso em: 20 de julho de 2016.