

# A produção de vinhos finos: um flash do desafio brasileiro

José Fernando da Silva Protas<sup>1</sup>

## Aspectos da produção

No Brasil, a viticultura ocupa uma área de aproximadamente 71 mil hectares, com vinhedos estabelecidos desde o extremo sul do País, em latitude de 31° Sul, até regiões situadas muito próximas ao equador, em latitude de 5° Sul. Em função da diversidade ambiental, existem no País pólos vitícolas típicos de regiões temperadas, caracterizadas por um período de repouso hibernar; pólos em áreas subtropicais, onde a videira é cultivada com dois ciclos anuais, definidos em função de um período de temperaturas mais baixas, nos quais há risco de geadas; e pólos de viticultura tropical, onde é possível a realização de podas sucessivas, com a realização de dois e meio a três ciclos vegetativos por ano. Nos últimos anos, as estatísticas oficiais registram uma produção de uvas que varia em torno de 1,2 milhão de toneladas por ano. Deste volume, cerca de 45% é destinado ao processamento para a elaboração de vinhos, sucos e outros derivados, e 55% comercializado para o consumo *in natura* no mercado interno e exportação.

Relativamente ao segmento agroindustrial, a viticultura brasileira tem a sua história intimamente ligada à Região Sul do País, que detém praticamente a exclusividade da produção e abastecimento do mercado interno brasileiro de vinhos, suco e outros derivados da uva e do vinho. No entanto, a partir da metade da década de 90, a Região Sul vem perdendo espaços significativos do mercado interno de vinhos finos.

Um marco referencial da política do setor empresarial, no sentido de promover melhorias na estrutura

produtiva da vitivinicultura brasileira, é registrado a partir de meados da década de 80, quando começaram a ocorrer, com maior intensidade, investimentos, tanto na implantação e/ou modernização das vinícolas localizadas nas regiões tradicionais quanto nos novos pólos produtores. Como elemento motivacional básico deste movimento estava a percepção empresarial do potencial de crescimento do mercado interno tanto para o consumo dos produtos tradicionais (vinhos de mesa e suco de uva), quanto de produtos com padrão internacional (vinhos finos), capazes de serem comercializados com maior valor agregado. Como consequência deste cenário, verifica-se nos últimos anos, nos pólos emergentes e parcialmente nos tradicionais, o surgimento de uma nova viticultura, com forte base tecnológica e focada na produção de uvas de variedades de *Vitis vinifera*

para a elaboração de vinhos finos de qualidade, de que são exemplos as regiões da metade sul do Rio Grande do Sul, as de altitude de Santa Catarina e o Vale do Sub-Médio São Francisco, nos Estados de Pernambuco e Bahia.

A seqüência da nossa reflexão nos permite registrar que, relativamente à estrutura produtiva e mercadológica, o setor vitivinícola brasileiro, concentrado nos Estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina, apresenta uma característica atípica relativamente aos países tradicionais produtores. Enquanto naqueles são admitidos apenas vinhos produzidos com variedades de uvas finas (*Vitis vinifera*), no Brasil, além destes, são produzidos vinhos a partir de variedades americanas (*Vitis labrusca* e *Vitis bourquina*) e híbridas, que representam mais de 80% do volume total, evidenciando a dualidade



Exemplo de uma unidade produtiva dos vinhos de altitude de Santa Catarina

<sup>1</sup>Economista, Dr., Embrapa Uva e Vinho, assessor da Presidência da Epagri, C.P. 502, 88034-901 Florianópolis, SC, fone: (48) 3239-5531, e-mail: joseprotas@epagri.sc.gov.br.

estrutural desta cadeia produtiva. Por uma questão de oportunidade de explorar um tema novo que tem suscitado muita curiosidade e questionamentos, focaremos nossa abordagem na perspectiva da nova vitivinicultura catarinense voltada à produção de vinhos finos de altitude. Antes, porém, registramos o nosso entendimento quanto à necessidade urgente da implementação de um programa de modernização da vitivinicultura nas regiões tradicionais, capaz de resgatar a competitividade da agricultura familiar como produtora de uvas para o importante segmento dos vinhos de mesa e suco de uva.

## O contexto do mercado interno de vinhos finos

Com o processo de abertura da economia brasileira, o segmento de vinhos finos (vinhos tranquilos e espumantes) tem enfrentado uma forte concorrência externa, registrando-se taxas significativas de crescimento das importações. No período de 2001 a 2007, o crescimento das importações de produtos vitivinícolas (vinhos tranquilos, vinhos espumantes, vinhos licorosos, etc.) pelo mercado brasileiro foi de aproximadamente 103%, ou seja, o volume de importações neste período evoluiu de 30.015.928L, para 60.875.073L. Desagregando-se estes valores e tomando apenas aqueles relativos aos vinhos tranquilos, que representa o principal mercado no segmento dos vinhos finos, verificaremos que em 2001 o produto nacional detinha 48,1% do mercado interno, com um volume comercializado de 25.910.072L, contra 27.957.230L do produto importado, que correspondia a 51,9%. Já em 2007, os volumes comercializados do produto nacional recuaram para 24.760.713L, enquanto que os volumes dos importados evoluíram para 57.405.833L, o que corresponde, respectivamente, a 30,13% e 69,87% do mercado brasileiro. Com base nas estatísticas disponíveis, evidencia-se o caráter inexorável do comportamento desta conjuntura, já que, no comparativo dos volumes comercializados, enquanto os vinhos importados aumentaram a sua fatia do mercado interno, os nacionais

diminuíram. Numa visão panorâmica de como está estruturada a oferta do mercado brasileiro de vinhos finos (vinhos tranquilos, vinhos espumantes, vinhos licorosos, etc.), verifica-se que o mesmo é disputado por quatro blocos produtores/ofertantes: Chile, Argentina, demais países (Europa, Oceania, África) e produto nacional, destacando-se os dois primeiros que em 2007 detiveram, respectivamente, 20% e 17% do mercado brasileiro.

## O porquê do desafio

Muito se tem discutido relativamente às causas da pouca competitividade dos vinhos finos brasileiros. Questões relacionadas com a elevada carga tributária incidente sobre os produtos vitivinícolas, a falta de política creditícia específica e adequada, a isenção de imposto de importação para insumos, máquinas e equipamentos (de modo

---

**Enquanto os vinhos importados aumentaram a sua fatia do mercado interno, os nacionais diminuíram.**

---

semelhante aos países concorrentes) e a equiparação do ICM para os produtos vitivinícolas entre os Estados têm sido temas recorrentes nos pleitos feitos junto às autoridades federais e estaduais através da Câmara Setorial de Viticultura, Vinhos e Derivados e outros fóruns. Por outro lado, há evidências que nem todos os produtos da cadeia produtiva apresentam a mesma performance. Por exemplo, os espumantes brasileiros, mesmo sofrendo uma forte pressão, têm apresentado um bom desempenho fren-



*Parreiral típico da região produtora de vinho de altitude de Santa Catarina*

te à concorrência. Depois de uma forte ameaça verificada em 2006, provocada pelos espumantes argentinos<sup>2</sup>, em 2007 o produto nacional apresentou um crescimento de vendas de 8,4%, enquanto os importados diminuíram 29%. Portanto, depreende-se que, além dos aspectos relacionados com a política setorial (ou com a falta dela), outras questões relacionadas com a própria organização setorial, tanto na dimensão dos processos produtivos (da uva e dos produtos derivados), quanto, e em especial, na dimensão do mercado, com toda a sua complexidade e diversidade de atores, tenham grande importância na definição e eventual reversão do cenário até aqui esboçado. O simples fato de jamais ter havido uma campanha de promoção institucional do vinho brasileiro que esclarecesse questões básicas, como, por exemplo, a diferença entre vinho fino e vinho de mesa, parece suficiente para ratificar a nossa reflexão. E, neste caso, não se trata de decretar o que é melhor ou pior, já que estamos tratando de produtos diferentes, tanto no aspecto sensorial quanto mercadológico (envolvendo aí os níveis de preço e os nichos preferenciais de mercado), mas sim de educação e orientação ao consumidor que acaba por ser bombardeado, por “formadores de opinião”, que, com frequência, de forma preconceituosa, não fazem as distinções devidas prejudicando

<sup>2</sup>Para mais detalhes ver o artigo: O Mercado Brasileiro de Espumantes: Um Sinal de Alerta – Revista Vinho Magazine, Edição n. 71, janeiro de 2007.

principalmente a imagem dos vinhos finos nacionais. Diante das reflexões e estatísticas até aqui apresentadas, pode-se deduzir, preliminarmente, que investir na produção de vinhos finos no Brasil é realmente uma aventura. Entretanto, por mais paradoxal que a esta altura possa parecer, afirmamos que não necessariamente. Para sustentar esta nossa afirmação, vejamos alguns fatos relacionados com a conjuntura da vitivinicultura mundial e seus desdobramentos. Segundo o Relatório 2006 da Organização Internacional da Vinha e do Vinho – OIV –, a produção mundial de vinho naquele ano foi de 28,40 bilhões de litros e o consumo de 24,12 bilhões de litros, gerando um excedente de 4,28 bilhões de litros. Naquele mesmo ano a União Européia acionou um dos seus mecanismos de regulação do mercado, chamado Destilação de Crise, financiando, ao custo de 500 milhões de euros, a destilação de 1,4 bilhão de litros de vinho, transformado-os em álcool para ser usado como combustível pelas indústrias e veículos. Embora não se disponha do quantitativo, sabe-se que, no ano de 2007, o mesmo mecanismo voltou a ser utilizado. Sabe-se, por outro lado, que a principal causa dos elevados excedentes da produção de vinhos europeus é a forte concorrência proveniente da Austrália, dos Estados Unidos, do Chile, da Argentina e da África do Sul, ou seja, à afluência de vinhos mais baratos, assentes numa produção mais industrial e fortemente apoiados num competitivo marketing. Diante deste cenário e dos elevados custos das chamadas Destilações de Crise, a União Européia optou por redefinir a sua estratégia política para o setor vitivinícola, devendo implantar, a partir do mês de agosto de 2008, um programa de erradicação e/ou reconversão de vinhedos. As estimativas são de que o programa abranja cerca de 200 mil hectares em toda a Europa em 5 anos. Res-salvando-se as proporções e considerando que a fundamentação do programa europeu, quanto ao objetivo principal, é adaptar sua oferta de vinhos à concorrência, rejeitando a produção de vinhos de qualidade medíocre, entendemos que aquele cenário, bem como suas causas e efeitos, tem algumas semelhanças ao nosso. Senão vejamos. Temos o mesmo fato gerador da crise: perda

de competitividade no mercado. Recorremos a mecanismos semelhantes para regular a oferta: Destilação de Crise (Europa) e Programa de Escoamento da Produção – PEP – Conab/Mapa (Brasil), onde, apenas em 2006, foram vendidos a granel, para ser misturado ao vinho de mesa pelos engarrafadores do centro do País, cerca de 5.580.000L de vinho fino tinto, sendo que para 2008 a demanda do setor junto às autoridades do Conab/Mapa é para que este volume seja aumentado para cerca de 12 milhões de litros. Agora o pleito é para que o vinho seja destilado e utilizado, em subs-

---

### Na vitivinicultura não há mais lugar para amadorismo e para produtos de qualidade medíocre.

---

tituição ao açúcar de cana, na correção alcoólica do vinho da nova safra. Subjacente a esta questão, há uma causa estrutural, pois, além do vinho de qualidade, ainda são produzidos volumes significativos de vinhos medíocres que, por questões de políticas setoriais e/ou outras desvantagens comparativas, chegam aos mercados (no nosso caso principalmente no mercado interno), com preços pouco competitivo comparativamente aos também medíocres de terceiros países. Quanto às probabilidades de eficácia e a conveniência de recorrermos à receita europeia para a melhoria da competitividade dos nossos vinhos finos seria pretensioso e precipitado fazer qualquer juízo, até porque, além da dimensão e da organização setorial, na questão de políticas públicas voltadas ao setor vitivinícola, as condições são totalmente diferentes. Como síntese dos fatos e das reflexões desenvolvidas neste texto, fica

evidente a grande pressão concorrencial a que estão submetidos todos os países produtores do mundo, independentemente de tradição e dimensão, derivando daí uma lição que alguns já aprenderam, tomaram providências e saíram na frente; outros começam a aprender e se adequar para sobreviver e há, ainda, outros, os retardatários. Na vitivinicultura, em qualquer parte do mundo, resguardando-se as características e tipicidade dos produtos, não há mais lugar para amadorismo e para produtos de qualidade medíocre. Neste setor, o sucesso e a sustentabilidade dos empreendimentos dependem da sua real capacidade competitiva, a qual é obtida, no mínimo, com: a) organização e fortalecimento das entidades representativas, como forma de viabilizar políticas públicas adequadas; b) foco na qualidade e credibilidade dos produtos como principal bandeira de promoção e projeção de uma imagem positiva e de confiança do produto e, c) boa relação do setor produtivo com as instituições públicas e privadas de ensino, pesquisa, extensão, fomento, promoção, etc. Aliás, estas são as bases que têm orientado o Programa Catarinense de Vinhos Finos de Altitude, liderado pela Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude – Acavitis – que a partir deste ano será reforçado, com a implantação operacional do Instituto Catarinense de Tecnologia Vitivinícola – ICTV.



*Uvas de qualidade que geram vinhos diferenciados*