

Aspectos atuais e perspectivas da vitivinicultura brasileira

José Fernando da Silva Protas

Introdução

A agroindústria do vinho nacional, centrada no Sul do país, assumiu historicamente a exclusividade da produção e abastecimento da demanda do mercado interno brasileiro.

Mais recentemente, especialmente a partir da década de 80, começaram a ocorrer investimentos com a implantação e/ou com a modernização das vinícolas (setor industrial), motivados por um mercado interno com potencial para produtos de melhor qualidade (vinhos finos) e de maior preço. No mesmo período a agroindústria de suco conseguiu se destacar pela qualidade e singularidade do produto elaborado, vindo a conquistar mercados internacionais exigentes.

Paralelamente, verificou-se um intenso processo de implantação e/ou modernização tecnológica das vinícolas e processadoras de suco. Porém, o setor de produção vitícola (produção agrícola) não participou desta mudança com a velocidade e objetividade necessários, embora já houvessem tecnologias disponíveis capazes de promoverem uma melhora significativa da produção. Como consequência deste quadro, a qualidade da matéria-prima nacional (uvas para processamento) tem apresentado potencial enológico inferior ao dos concorrentes, prejudicando sua capacidade competitiva no atual contexto de mercado globalizado.

Relativamente à estrutura produtiva e mercadológica, o setor vinícola brasileiro, concentrado no Estado do Rio Grande do Sul, apresenta uma característica atípica relativamente aos países tradicionais produtores de vinhos e derivados da uva e do vinho, pois enquanto naqueles são admitidos apenas produtos originários de variedades de uvas finas (*Vitis vinifera*), no Brasil, além destes, existem produtos originários de variedades americanas (*Vitis labrusca* e *Vitis bourquina*) e híbridas, que representam mais de 80% do volume total de produção desta cadeia produtiva, o que evidencia a existência de uma dualidade estrutural no setor. O segmento de vinhos finos, com o processo de abertura da economia brasileira, tem enfrentado uma forte concorrência registrando-se taxas significativas de crescimento das importações de vinhos de mesa. No período de 1994-2004 a participação dos vinhos importados no mercado brasileiro de vinhos finos passou de 31,6% para 63,9% (tabela 1). Este quadro se revela ainda mais preocupante quando confrontado com as estatísticas referentes à comercialização do vinho fino nacional (tabela 2) verificando-se, no período 1999-2004, uma queda no volume absoluto comercializado de 47%.

Tabela 1. Participação dos Vinhos Importados e Nacionais no Mercado Brasileiro de Vinhos Finos, 1994/2004 (1000 litros).

Produto/Ano	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nacional	46.542	40.195	40.696	40.442	32.456	37.097	34.196	28.702	25.439	23.211	19.859
Importado	21.457	28.102	22.632	24.018	22.765	26.415	29.288	28.015	24.184	26.799	35.217
Total Viníferas	67.999	68.297	63.328	64.460	55.221	63.512	63.484	56.717	49.623	50.010	55.076
Partic. Imp/Total (%)	31,6	41,1	35,7	37,3	41,2	41,6	46,1	49,4	48,7	53,6	63,9

Tabela 2. Comercialização de vinhos e sucos de uva do Rio Grande do Sul, 1999/2004 (1000 litros).

Produto/ano	1999	2000	2001	2002	2003	2004
VINHO DE MESA	200.578.746	221.023.603	221.518.224	227.447.392	217.040.188	224.750.461
Tinto	150.857.434	172.183.792	176.793.696	181.274.195	179.182.961	185.968.160
Rosado	13.221.934	9.150.927	7.283.912	8.434.812	6.945.807	5.478.602
Branco	36.499.378	39.688.884	37.440.616	37.738.385	30.911.420	33.303.699
VINHO ESPECIAL	234.696	249.345	492.272	270.364	205.270	67.030
Tinto	56.589	177.872	281.260	258.412	87.545	51.865
Rosado	112.392	-	12.833			
Branco	65.715	71.473	198.179	11.952	117.725	15.165
VINHO FINO	37.096.571	34.195.829	28.701.658	25.438.750	23.211.221	19.727.449
Tinto	14.706.398	15.119.076	12.112.495	12.109.658	12.555.968	10.832.094
Rosado	1.479.987	1.021.310	790.176	650.263	579.723	390.366
Branco	20.910.186	18.055.443	15.798.987	12.678.829	10.075.530	8.504.989
Suco de Uva	24.126.116	22.344.337	26.720.054	27.720.149	22.742.846	28.954.559
CHAMPAGNES	5.555.866	4.136.072	4.019.853	3.741.548	4.775.864	4.805.280
ESPUMANTES	50.670	194.723	474.162	525.996	594.038	671.874

Com base na tabela 2, chama a atenção o significativo incremento verificado na comercialização dos espumantes, sobretudo dos "tipo moscatel" que no período apresentou um crescimento no volume comercializado de 1.326%. Da mesma forma, a estabilidade verificada nos volumes comercializados dos Espumantes (Brut e Demi-Sec) também é significativo, podendo ser considerado fato raro, mesmo tratando-se de volumes relativamente pequenos em termos absolutos. Este, parece ser um dos segmento dentro da cadeia vitivinícola com grandes possibilidades de crescimento, pois, além do potencial de expansão do mercado interno, há o reconhecimento internacional quanto à qualidade dos espumantes brasileiros, que poderão, desde que hajam políticas específicas de apoio, fazer parte da pauta de exportação de produtos brasileiros. Ainda com relação as políticas setoriais, um dos aspectos mais críticos à competitividade do setor vitivinícola nacional está na tributação (em cascata) que incide sobre os produtos.

Diversos estudos têm mostrado que, enquanto no Brasil o conjunto das tributações incidentes sobre o vinho supera a 40% do preço ao consumidor, nos principais países concorrentes, como Argentina, Uruguai e Chile, este valor gira em torno de 20%. Com esta carga tributária a onerar os custos de produção, além de outros fatores também de ordem política (cotas com imposto de importação diferenciados para o Chile, isenção de tributação para os países do Mercosul, incentivos via subsídios por parte dos países exportadores, entre outros), criou-se um cenário onde o Brasil perdeu a capacidade competitiva, tanto para vender o produto nacional no exterior quanto para se manter competitivo no próprio mercado interno. É evidente que os gostos e preferências dos consumidores, aliados ao poder de compra, determinam a escolha dos produtos a serem consumidos. Entretanto, no caso do mercado brasileiro de vinhos finos, verifica-se que, independentemente de ainda haver quem valorize o "status" de produto estrangeiro, com freqüência os preços dos vinhos importados são inferiores aos dos similares nacionais. Portanto, o aumento da venda de importados no mercado interno brasileiro é absolutamente lógico.

Quanto aos produtos derivados das variedades de uvas americanas e híbridas, verifica-se que o Vinho de Mesa apresenta um crescimento equilibrado, com pequenas oscilações. Este comportamento do mercado consumidor dos vinhos de mesa em parte está

relacionado com o poder aquisitivo da população, pois, este tipo de vinho geralmente é comercializado a preços acessíveis. Outros aspectos, tais como: preferência pelas características de gosto e aroma “foxado” típico das variedades de *V. labrusca*, a simpatia dos consumidores por produtos tipo “colonial”, e a facilidade de encontrar os produtos mesmo nos locais mais remotos do país também explicam em parte a estabilidade verificada neste mercado. Relacionado com este último fator está o fato de que em torno de 60% da produção do vinho gaúcho é comercializado a granel e envasado em outros estados da federação (Figura 1). Outro fato importante observado no segmento dos vinhos de mesa está relacionado com o aumento significativo do volume que é envasado em garrafas em detrimento dos garrafões, este fato, provavelmente esteja relacionado, por um lado pela perda do poder aquisitivo dos consumidores brasileiros, que neste caso provavelmente estejam migrando do consumo do vinho fino, relativamente mais caro, para o consumo do vinho de mesa engarrafado. Neste particular é importante registrar que é significativo e crescente o número de vinícolas que estão dando especial atenção a este nicho do mercado nacional, apresentando os vinhos de mesa com uma ação de marketing similar ao dispensado aos vinhos finos.

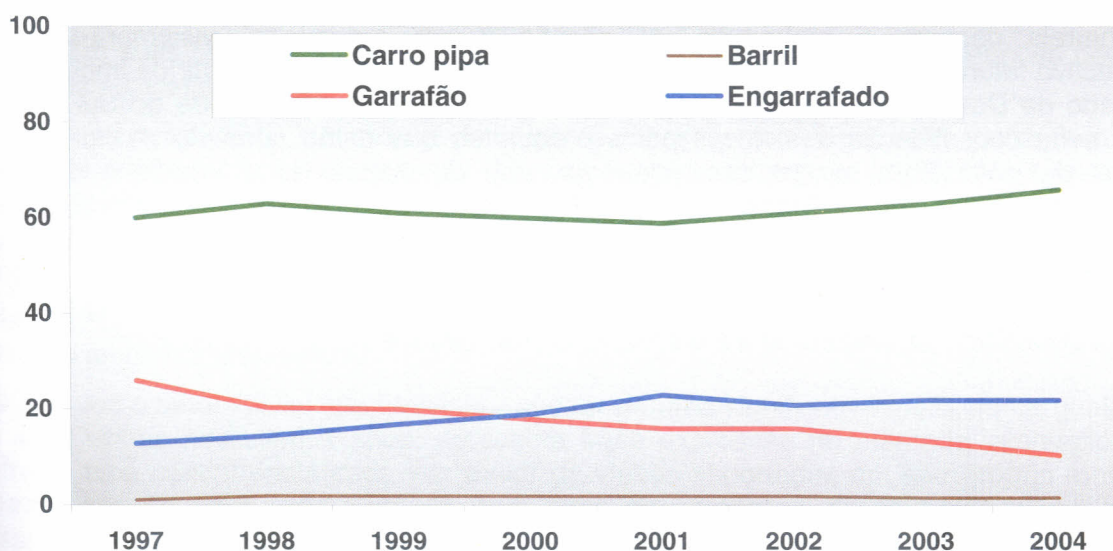


Figura 1. Comercialização de Vinho de Mesa no RS (1997/2004).

Por outro lado, um fator que vem causando um impacto negativo no mercado de vinho de mesa é o surgimento de bebidas compostas por sucos e fermentados diversos que contém algum percentual de vinho (1 a 5%). São produtos apresentados de forma tal, que induzem à confusão boa parte dos consumidores, uma vez que não se trata de vinho, mas de bebida mista. Ademais, estes produtos têm se beneficiado da tributação, já que pagam um I.P.I. de 10% (como se fossem vinho), quando o percentual deveria ser de 60%. Diante destas condições, estes produtos têm estabelecido uma competição desleal como o vinho de mesa, já que são ofertados no mercado a preços significativamente inferiores a estes.

Quanto ao segmento Suco de Uva, verifica-se, no período 1999-2004, um crescimento de 20% nos volumes comercializados. Embora este produto enfrente uma forte concorrência com outros sucos de frutas no mercado interno e dificuldades de competitividade no mercado externo, pela instabilidade da política cambial, a pouca variação verificada nos volumes comercializados no período, sugerem uma condição de relativa estabilidade, já que posições perdidas num ano são recuperadas no seguinte. A expectativa é de que, em não havendo maiores dificuldades em relação à política cambial, este segmento da cadeia

vitivinícola se expanda, entretanto é importante registrar que este segmento tem despertado o interesse de investidores de outros estados brasileiros. Atualmente encontra-se em fase de implantação e/ou produção de suco de uva os pólos produtores de Nova Mutum (MT), Rolândia (PR) e Petrolina (PE), o que, potencialmente, representa uma ameaça competitiva para a produção gaúcha, tanto no mercado interno quanto externo.

Diante deste cenário mercadológico, impõe-se a necessidade de uma análise quanto a estrutura produtiva do setor vitivinícola gaúcho como elemento referencial e orientador para o estabelecimento de políticas de desenvolvimento setorial.

Diversos aspectos da atual configuração do setor de vinhos no Brasil se originam de problemas estruturais existentes no segmento vitícola: a falta de organização setorial, a utilização de variedades nem sempre bem adaptadas, a falta de sanidade/controle do material vegetativo utilizado na implantação dos vinhedos, com repercussão sobre a produtividade e qualidade do produto final obtido. Uma análise, mesmo que superficial, em relação à dispersão do conjunto de variedades cultivadas comercialmente, ou quanto ao nível sanitário do material vegetativo utilizado na implantação dos parreirais e dos sistemas de condução utilizados é suficiente para evidenciar a gravidade da questão.

Entretanto, mesmo diante deste cenário, onde as dificuldades tanto estruturais quanto conjunturais definem a magnitude do desafio a ser enfrentado, vislumbra-se uma perspectiva futura positiva, no sentido de uma reestruturação setorial a partir da implantação do Plano de Desenvolvimento Estratégico da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul - Visão 2025, e da consolidação dos novos pólos produtores que estão surgindo nas diferentes regiões do país. Para ser ter uma idéia do grau de disposição e empenho do setor vitivinícola do Rio Grande do Sul, em desencadear um processo transformador/modernizante no sentido de atingir, a curto e médio prazo, a um patamar de competitividade que garanta a sua consolidação neste contexto de mercado globalizado, basta consultar o trabalho, também publicado neste anais, denominado "Programa de Desenvolvimento Estratégico da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul – Visão 2025.