

# A política comercial brasileira e sua influência no setor vitivinícola

The Brazilian trade policy and its influence in the wine sector

**Paulo Henrique de Oliveira Hoeckel\***

PUCRS, Brasil  
ph.hoeckel@gmail.com

**Clailton Ataídes de Freitas\*\***

UFSM, Brasil  
lcv589@gmail.com

**Paulo Ricardo Feistel\*\*\***

UFSM, Brasil  
prfeistel@yahoo.com.br

---

**Resumo.** Este artigo tem por objetivo analisar o setor vitivinícola brasileiro, os principais países que possuem relações comerciais com o Brasil, quais são os principais instrumentos de política comercial adotados com os blocos comerciais, quais são as principais tarifas e quais são os efeitos desta política comercial frente à balança comercial deste setor. Nesse sentido, pode-se constatar que os instrumentos da política comercial brasileira não são capazes de conter as importações de vinhos, vindos principalmente da Argentina e Chile, que afetam o setor vitivinícola, causando um elevado déficit no balanço comercial, que é acompanhado pela redução de competitividade.

**Palavras-chave:** Setor vitivinícola, Política comercial, Balança comercial.

**Abstract.** This paper aims to analyze the Brazilian wine sector, the major countries that have trade relations with Brazil, which are the main commercial policy instruments adopted with commercial plates, which are the main rates, and what are the effects of this commercial policy towards trade balance in this sector. In this sense, Brazilian trade policy instruments seems not be able to contain imports of wines, mainly from Argentina and Chile, affecting the wine sector, causing a high deficit in trade balance, which is accompanied by a reduction in competitiveness.

**Keywords:** Wine sector, Trade policy, Trade balance.

---

\* Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Av. Ipiranga, 6681, Partenon, 90619-900, Porto Alegre, RS, Brasil.

\*\* Universidade Federal de Santa Maria. Rua Floriano Peixoto, 1750, Centro, 97015-372, Santa Maria, RS, Brasil.

\*\*\* Universidade Federal de Santa Maria. Rua Floriano Peixoto, 1750, Centro, 97015-372, Santa Maria, RS, Brasil.

---

## Introdução

A economia mundial vem sofrendo profundas alterações depois da Segunda Guerra Mundial e principalmente com o fim da Guerra Fria, sendo que o ambiente econômico mundial está se tornando cada vez mais global, contribuindo para o surgimento dos blocos econômicos e relações comerciais envolvendo quase todos os continentes. Essa globalização tem se tornado algo comum no dia a dia das pessoas e das organizações, interfere no cotidiano de todos. Ela fornece ao consumidor, cada vez mais, novas e melhores opções de compra, as empresas com novos concorrentes, devido ao acesso facilitado a tecnologia. O Brasil está englobado neste processo e hoje o seu mercado é disputado por empresas de várias partes do mundo.

Dentro desta dinâmica, o mercado brasileiro, que engloba o setor vitivinícola, possui diversas empresas que atuam em estruturas de mercado competitivas. A vitivinicultura é uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil, sendo que nos últimos anos também tem se tornado importante na geração de emprego em grandes empreendimentos, que produzem uvas de mesa e uvas para processamento.

Segundo dados do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), em 2012, a produção de uvas in natura é da ordem de 1,2 milhão de toneladas/ano, sendo cerca de 45% destinadas à elaboração de vinhos, sucos e outros derivados e 55% comercializadas como uvas de mesa. Do volume total de uvas destinadas ao processamento industrial, 77% são para a produção de vinhos de mesa, 9% são para sucos de uva e o restante é destinado a outros derivados. As variedades de uvas utilizadas nesse processamento são de origem americana, especialmente, cultivares de *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e híbridos interespecíficos diversos. Dessa forma, grande parte do vinho nacional utiliza matéria-prima não apropriada para a produção de vinhos de alta qualidade. Essa, talvez seja, a grande limitação do vinho fabricado no Brasil. Porém, é de se ressaltar um grande esforço

empreendido pelo setor, nos últimos anos, em busca da melhoria da qualidade do vinho nacional. Isso ocorreu, principalmente, a partir da década de 90, com a abertura da economia brasileira, o que fez a importação de vinho crescer substancialmente, especialmente, na última década.

De acordo com Rosa *et al.* (2006) o agronegócio do vinho vem sofrendo os efeitos do progressivo processo de globalização e internacionalização de mercados. Nota-se que no setor de bebidas brasileiro, mais diretamente no seguimento de vinhos, está ocorrendo um crescente incremento dos produtos importados, os quais estão se firmando no mercado brasileiro, juntando-se às marcas importadas já populares no mercado de vinho. Este fato é ainda mais significativo quando se trata dos vinhos considerados finos e de qualidade superior aos convencionais de mesa.

Conforme IBRAVIN e a União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA), em 2004, a quantidade importada de vinho representou 64,6% da oferta total. Em 2009, este valor superou os 75% da oferta total de vinhos finos. Os vinhos importados são oriundos, principalmente, do Chile e dos países que compõem o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), com destaque para Argentina. Em 2015, aproximadamente 61% dos vinhos importados pelo Brasil eram provenientes destes dois países. Também, é significativa a quantidade de vinho importado de alguns países europeus, com destaque para Portugal e Itália, que em 2015, responderam por aproximadamente 12% e 11%, respectivamente, do vinho que entrou no mercado brasileiro.

Diante dessa realidade conjuntural, as empresas que atuam em estruturas de mercado competitivas do setor vitivinícola, devem se tornar cada vez mais eficientes para fazer frente aos similares importados. Assim apesar da exposição desse mercado à competitividade internacional ser prejudicial à maioria das empresas, existe um fator positivo do processo de abertura do setor, pois, a competição dos vinhos nacionais aos similares importados força as vinícolas a buscarem aumentar qualidade

dos seus produtos através de aprimoramento tecnológico nos processos produtivos, bem como a busca de redução de custos capaz de garantir preços mais competitivos.

Segundo Sato (2006) os vinhos finos no Brasil, a partir dos anos 90, têm sido reconhecidos internacionalmente através de premiações em concursos nacionais e internacionais. Estes resultados indicam que as vinícolas brasileiras têm investido na busca da qualidade do produto, com objetivos de atingir um padrão internacional e competir com os vinhos importados que chegam às prateleiras do mercado brasileiro. O equilíbrio preço e qualidade apresentam dificuldades de gerenciamento devido à competitividade dos vinhos argentinos e chilenos que entram no mercado brasileiro com impostos inferiores aos dos vinhos brasileiros.

O incremento da presença do vinho estrangeiro no mercado brasileiro se deve a algumas variáveis que isoladamente ou conjuntamente, afetaram de alguma maneira o setor vitivinícola brasileiro. Entre tais variáveis cabe ressaltar: a redução das alíquotas de importação ocorrida após a abertura comercial, a taxa de câmbio valorizada e alta carga tributária. Assim, as vinícolas para permanecerem competitivas buscam adaptar-se à nova dinâmica do mercado. De acordo com Teruchkin (2007), num primeiro momento optam por cortar custos para os vinhos comuns e pela diferenciação dos vinhos finos. Para isto, adotam diversas medidas que variam de vinícola a vinícola. Dentre estas se destacam o investimento em novas técnicas de produção, marketing, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e diversificação da matriz produtiva, como exemplo, mais recente, o desenvolvimento do enoturismo<sup>1</sup>.

Outros problemas que afetam o desenvolvimento da vitivinicultura brasileira é o restrito mercado interno, com consumo de aproximadamente apenas 2 litros de vinho *per capita* por ano segundo

dados da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV)<sup>2</sup>. Isso se deve, conforme Hoeckel e Freitas (2016), a fatores culturais, ao baixo poder aquisitivo do brasileiro e ao preço do vinho nacional, relativamente mais caro vis-à-vis ao importado.

Viegas (2006) ressalta que em um cenário competitivo a existência de imperfeições de mercado e variáveis que distorcem os custos de produção, como carga tributária elevada, acaba por afetar a eficiência produtiva das empresas comprometendo o setor como um todo.

Desta maneira, torna-se preciso compreender e analisar quais são os principais elementos que oneram o setor vitivinícola, e de que forma que estes afetam o mesmo, sendo de extrema importância o conhecimento da conjuntura político comercial do país. Neste sentido, delineia-se como objetivo principal deste artigo, analisar o setor vitivinícola brasileiro, quais são os principais países que possuem relações comerciais com o Brasil, analisar quais são os principais instrumentos de política comercial que são adotados com os blocos comerciais, quais são as principais tarifas, e quais são os efeitos desta política comercial frente à balança comercial. Diante desse pano de fundo, pode se encerrar essa problemática com o seguinte questionamento: Qual é a política comercial adotada pelo Brasil e como esta influencia as relações comerciais do setor vitivinícola? Quais são os principais países que possuem relação comercial com o Brasil, no âmbito do setor vitivinícola? Qual é o resultado comercial deste setor?

Para responder tais questionamentos, o presente trabalho divide-se em quatro seções, além desta primeira na qual são apresentados os objetivos do estudo e uma introdução ao tema de pesquisa, na segunda seção, apresenta-se os fundamentos teóricos e analíticos utilizados; a terceira seção apresenta uma análise do setor vitivinícola; na quarta e última seção, delineiam-se as

<sup>1</sup> O enoturismo, ou turismo do vinho, é um segmento da atividade turística que se baseia na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e nas tradições e cultura das localidades que produzem esta bebida.

<sup>2</sup> Conforme a OIV, em 2016, o Brasil se manteve na 20ª colocação mundial, quanto ao consumo *per capita*, mantendo o padrão estável ao longo da última década.

considerações finais a respeito das discussões propostas e da análise realizada.

## Referencial teórico e analítico

### *Política comercial brasileira*

Segundo Fonseca (2004), as negociações internacionais dos anos 80 e 90 e o surgimento de novos blocos comerciais levaram o Brasil a intensificar as discussões para a participação de acordos com vistas a ampliar suas relações comerciais. Com a implementação do Plano Collor em 1990 e do Plano Real em 1994, o país sofreu alterações quase que diárias nas políticas cambial e tarifária, que repercutiram sobre a demanda de importações provocando deterioração do saldo comercial a partir de 1995.

De acordo com Oliveira (2012), no Brasil, as mudanças na estrutura econômica ocorridas com a abertura dos anos 1990 engendram mudanças na produtividade e, por conseguinte, na capacidade e no interesse exportador de alguns setores. A política comercial externa do Brasil passa a estruturar-se, desde então, levando em consideração as novas possibilidades de ação internacional na busca por mercados e os impactos competitivos de importações nos mais diversos setores. Nas estratégias brasileiras, identifica-se a confluência de vetores de negociações com foco tanto multilateral quanto em acordos regionais de comércio, observando-se tempos distintos entre a integração no continente sul-americano e a formação de acordos com países de fora da região.

Para Fonseca (2004), as explicações para o processo de abertura para o exterior da economia brasileira apresentam várias nuances, mas certamente uma com forte grau de aceitação, centra-se na hipótese de que, com a liberalização, o Brasil esperava realinhar os preços relativos através do

ingresso das importações e controlar a tendência explosiva da inflação, provocando efeitos dinâmicos, como o crescimento da produtividade por especialização dada à exposição à competitividade externa. O objetivo então era que este processo trouxesse consigo a inserção do país num contexto globalizado, graças à difusão tecnológica e científica trazida com a abertura comercial. Ademais, o processo de integração regional, ou seja, as negociações com o MERCOSUL e países de outros blocos implicaram em ampliação do mercado e um incentivo maior à exportação de commodities.

Conforme Abreu (2002), entre 1947 e o início da década de 90, a crônica instabilidade macroeconômica no Brasil, em certos períodos combinada com sobrevalorização cambial, levou ao uso contínuo de controle quantitativo das importações, de acordo com as regras então bastante frouxas do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT)<sup>3</sup>, e incerteza quanto à capacidade de limitar importações levou também à baixa incidência de consolidações tarifárias brasileiras até a “Rodada Uruguai”<sup>4</sup>.

Com o processo de abertura comercial nos anos 1990, ocorreu uma liberalização<sup>5</sup> e estabilização da economia brasileira, pois esses dois processos andaram atrelados e foram realizados *pari passu* devido à grave crise econômica que o país enfrentou na década anterior. O processo de estabilização teve fortes efeitos sobre o aumento da demanda de importações nos anos 90. Durante o Governo Collor, com o processo de abertura comercial em pleno curso, foram eliminados incentivos fiscais às exportações, regimes especiais de isenção de impostos, e ampliou-se a tributação sobre o lucro dos exportadores. Fonseca (2004) destaca que a Lei 8.032/90 revogou os regimes especiais de

<sup>3</sup> Com base no artigo XVIII:B (GATT).

<sup>4</sup> Esta Rodada de negociações multilaterais, iniciadas em 1986, serviu para intermediar as negociações entre os mais de 120 países signatários do GATT tendo como resultado a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC). O objetivo era viabilizar a prática do livre comércio, evitando o protecionismo exagerado. Essas negociações influenciaram a mudança de

comportamento das autoridades brasileiras em função do livre comércio e da integração regional. O resultado foi um grande impulso em vários setores da economia e especialmente no setor agroexportador brasileiro (Fonseca, 2004).

<sup>5</sup> Redução gradativa do nível e da variação, do grau de proteção às atividades competitivas com as importações.

importação, com exceção do *drawback*<sup>6</sup> e da Zona Franca de Manaus (ZFM)<sup>7</sup> e, em uma medida de forte apelo psicológico, a Medida Provisória (MP) 56/90 revogou o chamado “Anexo C”<sup>8</sup>.

Pela nova política comercial, as únicas barreiras às importações passariam a ser as alíquotas do Imposto de Importação, que foram reduzidas para todas as mercadorias e zeradas para produtos sem similar nacional, e o IPI. Para diminuir ainda mais as barreiras, continuaram as negociações iniciadas com a Argentina desde os protocolos de 1986, firmando-se em 06/07/90 a Ata de Buenos Aires, um acordo com pretensões de aumentar o volume de comércio entre os dois países, através de medidas de redução tarifária e do tratado de empresas binacionais. Em fevereiro de 1991, foram implementados a Reforma Tarifária Aduaneira e o cronograma de reduções tarifárias do imposto de importação, atingindo cerca de 13.500 itens. Silber (1999) considera que esta reforma teve como objetivo atribuir ao sistema tarifário o papel de principal instrumento de controle das importações.

Porém, ainda conforme Fonseca (2004), os esforços do governo, tendo em vista o controle da inflação, para impedir o aumento da demanda doméstica e a busca das empresas produtoras de bens comercializáveis para mercados externos garantiram um superávit na balança comercial, que se manteve até que a ancoragem cambial do Plano Real deteriorasse a balança comercial brasileira. A elevação da taxa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) no segundo semestre de 1993, de 4,2%, já sob a vigência do Plano de Ação Imediata (PAI) que abriu caminho para a adoção do Plano Real pode, em grande parte, explicar o aumento do valor importado. Some-se a isto a redução do nível médio das tarifas de importação

para 14,2%, de acordo com o cronograma definido em 1990, além das reduções intratarifárias no âmbito do MERCOSUL.

Segundo Oliveira (2012), a criação do MERCOSUL, em 1991, foi um marco político e econômico no processo de integração do Brasil com seus vizinhos do Cone Sul. Significou a confirmação e a definição em termos econômico-comerciais da importância da integração regional para a estratégia de política comercial externa brasileira. O interesse nas negociações multilaterais, seja na implementação dos acordos resultantes da Rodada Uruguai, seja nas tratativas para o lançamento da Rodada Doha, esteve presente ao longo das últimas décadas de forma clara na agenda da política comercial externa brasileira, constituindo o primeiro vetor de sua estratégia comercial.

Mesmo com essas medidas liberalizantes adotadas e cumpridas pelo governo, no sentido de uma maior abertura, e do bom desempenho da economia a partir do segundo semestre de 1993, a inflação ainda representava para o Brasil um problema para a estabilização. Nesse sentido, como destacado por Fonseca (2004), a implementação do Plano Real, em 1994, prevalecendo a tese da moeda indexada, tornou-se, do ponto de vista do controle dos preços até agora, a mais bem-sucedida experiência brasileira de política anti-inflacionária. Como resultado o Plano Real gerou a apreciação da moeda nacional, crescimento do nível de atividade econômica e uma grande ampliação dos financiamentos externos, fatores que junto com a liberalização comercial podem ser identificados como influenciadores do crescimento de mais de 34,6% das importações totais.

No entanto, com o Plano Real, os importadores além de verem diminuído o risco cambial, pois os preços internos encontravam-se atrelados ao câmbio

<sup>6</sup> O *drawback* é um benefício fiscal, normatizado pela Portaria de número 594 de 25/08/92, concedido às empresas importadoras de insumos utilizados na produção de mercadorias destinadas à exportação, sendo restituído total ou parcialmente os tributos que tenham incidido sobre os insumos importados.

<sup>7</sup> A ZFM foi criada em 1967 com o objetivo de atrair para a região Amazônica, indústrias ligadas ao setor eletrônico avançado, que se beneficiariam com facilidades para importação de equipamentos e

insumos utilizados na fabricação dos produtos e isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) nas vendas destinadas ao mercado externo.

<sup>8</sup> Esta foi uma lista de produtos cujas importações eram proibidas. Foi estabelecida pela extinta Carteira de Comércio Exterior (CACEX), em 1957, contendo mais de 4000 produtos, que na prática significava mais um instrumento de suspensão da emissão das guias de importação.

controlado dentro de bandas, podiam comprar mercadoria, endividando-se em moeda estrangeira e, aplicando o valor das vendas no mercado financeiro interno, obtendo lucros financeiros. As tentativas de estabilizar preços via âncora cambial quase sempre acabam criando sérios problemas na balança comercial e, como se viu, no caso do Plano Real não foi diferente. Em janeiro de 1999, menos por decisão estratégica do que por imposição dos acontecimentos, a âncora cambial findou-se dramaticamente, mudando-se o regime das bandas cambiais para o sistema de câmbio flutuante, não sem antes ter alterado profundamente a balança comercial brasileira.

Dentro desse contexto, como apontado por Saraiva (2007), durante a gestão de Cardoso, em 1999, o MERCOSUL viveu uma grave crise em função da desvalorização da moeda brasileira e dos efeitos negativos desta medida sobre a economia argentina. A falta de mecanismos institucionais capazes de solucionar os problemas intra-bloco abriu espaços para que problemas nacionais criassem obstáculos para sua evolução e tornassem claros os conflitos em seu interior. O investimento brasileiro na integração sul-americana e na construção de uma liderança regional provocaram reações contrárias no governo argentino. Assim, a diplomacia brasileira buscou manter um baixo perfil para não comprometer o eixo bilateral. A partir do final de 2005, a Argentina adotou um comportamento mais conciliador e a crise foi superada.

Contudo, Oliveira (2012) destaca que a política comercial externa do Brasil, entre 1995 e 2002, foi articulada com base em três caminhos de estratégia de negociação (OMC, acordos regionais na América do Sul e acordos comerciais com países de fora da região), de forma a articular o binômio autonomia-desenvolvimento em novo contexto internacional e segundo as necessidades internas, determinadas pela própria mudança na economia política doméstica ao longo dos anos 1990.

Em termos gerais, a política externa brasileira durante o período, buscou aproximação maior com as consideradas potências médias de grande porte, com destaque para Índia, China, África do Sul e Rússia. De acordo com Saraiva (2007), durante o governo de Franco e na política externa de Lula, esta prática se fez mais presente. Desde 1993, a cooperação sul-sul com estes países assume dois modelos distintos, ainda que caminhem juntos. Desta forma, esta cooperação foi levada adiante pela diplomacia brasileira através de negociações comerciais nos marcos do MERCOSUL<sup>9</sup>. O G-20, formado em 2003 por países como Índia, China e África do Sul, tornou-se e seguirá sendo um foro importante de atuação da diplomacia brasileira logrando condicionar os avanços das negociações da OMC à inclusão do tema agrícola, assim como possibilitou ao Brasil ocupar um lugar de *global player* nestas negociações. Logo, em termos comerciais, o governo reforçou questões político-estratégicas adotando um comportamento pró-ativo na área e empreendeu uma política incisiva de busca de mercados.

Conforme Oliveira (2012), a articulação da política comercial externa ao desenvolvimento nacional perdurou e marcou a atuação internacional do Brasil entre 2003 e 2010. A estratégia de negociação comercial foi implementada com vista a ampliar o acesso a mercados externos e projetar interesses econômicos de empresas brasileiras mundo afora. Ademais, a estratégia caminhou de forma articulada e sincronizada com vetores da política externa mais geral, que sinalizaram para a consolidação do papel do Brasil enquanto articulador de consensos entre fracos e fortes e pobres e ricos, destacando a aproximação com países em desenvolvimento.

<sup>9</sup> Neste caso, o Brasil buscou a assinatura de acordos comerciais do bloco com países considerados do Sul em termos individuais ou em grupo. Por outro lado, o Brasil buscou aproximar-se desses países em termos

individuais tanto na arena internacional (com destaque para as negociações da OMC) quanto com vistas a estabelecer com estes a chamada “parceira estratégica” (Saraiva, 2007).

## *A política comercial para o setor vitivinícola*

A política comercial adotada pelo Brasil na qual o setor vitivinícola está englobado, tem onerado a vitivinicultura. Um reflexo disso é o aumento da presença do vinho estrangeiro no mercado brasileiro, como já destacado anteriormente, que ocorre devido a alguns fatores de forma isolada, mas também a outros elementos que afetam de forma conjunta o setor. Entre tais variáveis as mais determinantes são a redução das alíquotas de importação ocorrida após a abertura comercial do Brasil, a taxa de câmbio valorizada e alta carga tributária que incidem sobre os principais produtos do setor, como é o caso do vinho.

Segundo Teruchkin (2007), houve redução das alíquotas de importação de vinhos a partir de 1988, a qual passa de 82,3%, no período 1980/87, para 19% no biênio 1994/95. A partir de 2000, essa alíquota foi fixada em 20% para as transações entre os países que compõem o MERCOSUL e 21,5% nas transações com os demais países. Com relação à carga tributária incidente sobre o vinho, Bruch e Fensterseifer (2005) salientam que essa varia entre 36% e 56% do preço do vinho nacional, dependendo do valor do ICMS<sup>10</sup> cobrado em cada estado. Esse custo tributário é muito alto, vis-à-vis, a tributação, em torno de 20%, incidente sobre o vinho produzido no Chile e Argentina, o que distorce a competitividade do vinho produzido no País, deixando-o em desvantagem em relação ao similar importado. Outro fator importante a ser considerado é a taxa de câmbio, pois tem-se o efeito negativo do câmbio que se manteve apreciado, considerando o período de análise (2007-2015), de 2007 a agosto de 2008, havendo depreciação cambial, em decorrência da crise financeira internacional, até junho de 2009. Após este curto período de depreciação cambial, o câmbio volta a apreciar-se a partir de julho de 2009,

mantendo-se apreciado até fevereiro de 2012, passando a partir de março a uma tendência de depreciação, que se manteve até o final de 2015, segundo dados da Funcex<sup>11</sup>.

Brito (2007) destaca que o mercado nacional de vinhos passou por importantes transformações a partir de dois períodos, a saber: da abertura da economia nacional nos anos 1990, durante o governo do presidente Fernando Collor de Mello, e com a implantação do chamado Plano Real em meados do ano de 1994. No primeiro instante, houve maior liberalização para a importação de vinhos. No segundo momento, como resultado da estabilização da economia, houve um aumento do poder aquisitivo da população brasileira que passou desde então a gastar mais com *commodities* como os vinhos de mesa e outros derivados da uva.

Dentro deste contexto, no âmbito do MERCOSUL, como previsto no Tratado de Assunção, a partir de 01/01/95, os quatro Estados Partes adotaram a Tarifa Externa Comum (TEC)<sup>12</sup>, com base na Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), com os direitos de importação incidentes sobre cada um desses itens. Segundo as diretrizes estabelecidas, desde 1992, a TEC deve incentivar a competitividade dos Estados Partes e seus níveis tarifários devem contribuir para evitar a formação de oligopólios ou de reservas de mercado. Também foi acordado que a TEC deveria atender aos seguintes critérios: a) ter pequeno número de alíquotas; b) baixa dispersão; c) maior homogeneidade possível das taxas de promoção efetiva (exportações) e de proteção efetiva (importação); d) que o nível de agregação para o qual seriam definidas as alíquotas era de seis dígitos.

A aprovação da TEC também incluiu alguns mecanismos de ajuste das tarifas nacionais, através de lista de exceções, com prazos definidos para convergência aos níveis da TEC. A partir de 01/01/2012, entrou em vigor no Brasil a nova versão da NCM adaptada à V Emenda do Sistema

<sup>10</sup> Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS).

<sup>11</sup> Taxa de Câmbio Real - em relação a cesta de 13 moedas (deflator: IPC/FGV) – Funcex (2016), a partir de dados do Bacen, FGV e IFS/IMF.

<sup>12</sup> A TEC foi implantada no Brasil pelo Decreto 1.343, de 23/12/94, e a legislação que efetuou alterações no Brasil.

Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias, aprovada pelo Conselho de Cooperação Aduaneira (SH-2012)<sup>13</sup>. O setor vitivinícola esta englobado dentro da TEC, e

as tarifas impostas sobre os produtos da vitivinicultura podem ser observados na Tabela 1.

**Tabela 1.** Tarifa Externa Comum - setor vitivinícola - Brasil - posição da NCM em 01/01/2012 (Atualizada até a Resolução CAMEX Nº 86, de 30/11/2012).

**Table 1.** Common External Tariff – wine sector - Brazil - position of the NCM on 01/01/2012 (Updated to CAMEX Resolution No. 86 of 30/11/2012).

NCM	Descrição	TEC (%)
08.06	Uvas frescas ou secas (passas).	
0806.10.00	Frescas	10
0806.20.00	Secas (passas)	10
2009.60	Suco (sumo) de uva (incluindo os mostos de uvas):	
2009.61.00	Com valor Brix não superior a 30	14
2009.69.00	Outros	14
22.04	Vinhos de uvas frescas, incluindo os vinhos enriquecidos com álcool; mostos de uvas, excluindo os da posição 20.09.	
2204.10	Vinhos espumantes e vinhos espumosos	
2204.10.10	Tipo champanha ( <i>champagne</i> )	20
2204.10.90	Outros	20
2204.21.00	Em recipientes de capacidade não superior a 2 litros	20#
2204.29	<b>Outros</b>	
2204.29.10	Vinhos	
2204.29.11	Em recipientes de capacidade não superior a 5 litros	20
2204.29.19	Outros	20
2204.29.20	Mostos	20
2204.30.00	Outros mostos de uvas	20
22.05	Vermutes e outros vinhos de uvas frescas aromatizados por plantas ou substâncias aromáticas.	
2205.10.00	Em recipientes de capacidade não superior a 2 litros	20
2205.90.00	Outros	20
2307.00.00	Borras de vinho; tártaro em bruto.	6
2208.20.00	Aguardentes de vinho ou de bagaço de uvas	20

Fonte: Elaborado pelos autores com base em informações de MDIC/SECEX. Nota: (#) Códigos pertencentes à Lista de Exceções à TEC.

As tarifas cobradas sobre os produtos vitivinícolas não são capazes de conter os avanços sobre a fronteira brasileira de vinhos advindos principalmente da Argentina e do Chile<sup>14</sup>, isso devido não só a esta questão, mas também a fatores edafoclimáticos que prejudicam a vitivinicultura brasileira em comparação com os países vizinhos, como já mencionado anteriormente, além de diferentes regimes fiscais que têm implicações muito diferenciadas sobre a política comercial, especialmente em situações de transição, como a que atualmente atravessa o país, nas quais critérios subótimos podem prevalecer na escolha da estrutura de taxaço, com consequências indesejáveis sobre a

competitividade externa. Um exemplo, no caso brasileiro, é o uso persistente de tributos que incidem sobre o valor da produção e são, portanto, de difícil desoneração nas exportações.

Em relação a realidade da última década da cadeia, Mattei e Triches (2009) destacam que, do ponto de vista das mudanças institucionais ocorridas no Brasil nas últimas décadas, muitas foram as dificuldades e desafios criados pela nova realidade econômica nacional, caracterizada pela abertura econômica, desregulamentação dos mercados, reformulação da política agrícola e estabilização econômica. Dentre as principais consequências desse “novo modelo” pode-se destacar o aumento da

<sup>13</sup> A adaptação à V Emenda do Sistema Harmonizado, assim como a correspondente TEC, foi aprovada pelo Grupo Mercado Comum, por sua Resolução 05/11, e publicada no Brasil pela Resolução CAMEX 94, de 08/12/2011. Esta Resolução da CAMEX incorporou

também as modificações da NCM e da TEC decididas no âmbito do MERCOSUL pelas Resoluções GMC 33/10, 13/11, 17/11 e 32/11.

<sup>14</sup> Este assunto será discutido com maior respaldo na próxima subseção.

concorrência com o produto de origem estrangeira (principalmente nos vinhos finos e espumantes), além da ampliação do leque de opções de investimentos na direção de produtos diferenciados ou segmentados na cadeia gaúcha e nacional. Assim, ocorreu uma formatação de novos padrões de plantio, produção e comercialização dos principais produtos da cadeia, levando a uma configuração nas últimas duas décadas de uma “revolução” no mapa produtivo e técnico das atividades vitivinícolas gaúcha e brasileira.

Cabe destacar ainda, conforme Vital (2009), referente aos efeitos externos sobre o setor vitivinícola, que o avanço das importações, oriundos de excedentes vindos principalmente da União Europeia (UE), Chile e Argentina, tem deixado o setor em alerta. Nesse sentido, a UVIBRA, órgão nacional que representa a indústria do vinho, tem atuado de modo a reivindicar junto ao governo a aplicação de medidas que possam minimizar esses efeitos. Entre as medidas estão: redução de impostos – IPI, Programa de Integração Social (PIS)/Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e ICMS; e aprovação no Congresso Nacional da MP n. 413, que aumenta a taxa sobre produtos importados, incluindo os vinhos. Outra questão a ser considerada é a entrada irregular de vinhos importados pelas fronteiras do país, o que tem ampliado a competição assimétrica com o vinho nacional.

A nível mundial, vem ocorrendo um aumento dos plantios de uvas viníferas, da produção de vinhos e do consumo, traçando uma dinâmica de crescimentos que vai definir o comportamento do setor no futuro próximo. Diante deste contexto Triches (2007), realizou algumas sugestões de políticas privadas e públicas que podem ser apresentadas com o objetivo de aumentar o

desenvolvimento competitivo da produção vinícola no Brasil. Entre as iniciativas destacam-se: o aumento da promoção da imagem dos produtos brasileiros no exterior; a consolidação cada vez maior das parcerias para a compra de insumos; a melhoria da logística de distribuição dos produtos; um melhoramento contínuos na viticultura; e a consolidação da atuação operacional do IBRAVIN.

A partir de 2004, várias vinícolas brasileiras se associaram para promover o vinho brasileiro através do *Wines of Brasil*<sup>15</sup>, projeto integrado de exportação de vinhos, que reúne a APEX Brasil, o IBRAVIN e a Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul. O projeto atua de forma global, mas três mercados internacionais são considerados prioritários: Estados Unidos, Reino Unido e China. Esse esforço por parte das vinícolas brasileiras demonstra que as mesmas vêm procurando unir esforços através de ações conjuntas em redes de cooperação de empresas, especificamente os consórcios de exportação, para se inserirem ao mercado internacional. Esse acesso se torna possível devido as tecnologias modernas utilizadas na produção do vinho brasileiro que permite obter uma bebida de boa qualidade. Porém, o investimento em novas tecnologias acarreta em aumento dos custos de produção que somente podem ser reduzidos com a produção em larga escala, que só se torna viável com a ampliação da demanda.

---

<sup>15</sup> A principal missão do projeto *Wines of Brasil* (2017) é promover a qualidade dos vinhos brasileiros no mercado internacional. Para isso, desenvolve um trabalho que começa dentro das vinícolas, orientando os produtores no caminho que leva à exportação, e resulta em ações de divulgação em diferentes partes do mundo, como a participação em feiras enológicas e o contato direto com agentes do comércio e formadores de opinião. Criado em 2002, é mantido por meio de uma

parceria entre o IBRAVIN e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX Brasil). Também conta com o apoio de instituições como Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério de Relações Exteriores (MRE) e Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento do Rio Grande do Sul (SDPI).

## O setor vitivinícola

### *A vitivinicultura brasileira: ambientes e principais características*<sup>16</sup>

*O setor vinícola no Brasil: origem e evolução recente*

A viticultura brasileira nasceu com a chegada dos colonizadores portugueses no século XVI, permanecendo como cultura doméstica até o final do século XIX. Tornase uma atividade comercial a partir de 1875, por iniciativa dos imigrantes italianos estabelecidos no Sul do País (Protas; Camargo; Mello, 2006).

Segundo Protas, Camargo e Mello (2006), a viticultura brasileira possui vinhedos estabelecidos desde o extremo sul do País até regiões situadas muito próximas à linha do equador. Em função da diversidade ambiental, existem polos com viticultura característica de regiões temperadas<sup>17</sup>, com um período de repouso hibernar, polos em áreas subtropicais, onde a videira é cultivada com dois ciclos anuais, definidos em função de um período de temperaturas mais baixas, no qual há risco de geadas e polos de viticultura tropical, onde é possível a execução de podas sucessivas, com a realização de dois e meio a três ciclos vegetativos por ano. A área plantada com videiras no Brasil, em 2015, atingiu aproximadamente 79 mil hectares, de acordo com as estimativas do IBGE.

Atualmente, conforme Guerra *et al.* (2009), a vitivinicultura brasileira de vinhos finos<sup>18</sup> é desenvolvida como atividade economicamente importante nas Regiões Sul e Nordeste. Na Região Sul, colhe-se uma safra por ano, como na clássica viticultura mundial. Já no Nordeste, as colheitas se

sucedem ao longo do ano. As diferentes regiões, com distintas características de clima, solo, variedades de uvas, sistemas de produção e de vinificação e envelhecimento, possibilitam a produção de vinhos com ampla diversidade de características, ou seja, com sabor e aroma peculiares. Esse conjunto de características constitui uma das qualidades da vitivinicultura brasileira atual. Os quatro estados brasileiros produtores de vinhos finos são o Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Pernambuco e Bahia.

De acordo com a Academia do Vinho (2013), apesar da extensão de seu território, o Brasil não reúne as condições edafoclimáticas apropriadas à produção de vinhos de qualidade. O clima tropical do norte e o subtropical do centro-sul do país, com chuvas abundantes e temperaturas altas, não favorece o bom desenvolvimento das uvas viníferas. A maior parte da produção brasileira é de vinhos de mesa, feitos com uvas comuns ou americanas (mais de 80%).

Com base na Tabela 2, pode-se observar que, em 2010, houve redução na produção de uvas na maioria dos estados brasileiros, de aproximadamente 4%, em relação ao ano de 2009, refletindo os problemas vividos pelos produtores em 2010, com relação a fatores climáticos desfavoráveis, especialmente nas áreas de produção de uvas para vinhos. Em 2010, a maior redução percentual ocorreu na Bahia (-13,51%), seguida por Minas Gerais (-10,05%). Os estados da Região Sul: Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, apresentam queda na produção de uva de 6,06%, 1,97% e 0,18%, respectivamente. Pernambuco foi o único estado que apresenta aumento da produção (6,13%), porém, este ainda não se recuperou em relação ao montante registrado em 2007.

<sup>16</sup> Ressalta-se que a análise de caracterização do setor realizada a partir das informações apresentadas nesta seção é limitada pela disponibilidade de informações.

<sup>17</sup> Como zonas de viticultura temperada destacam-se as Regiões da Fronteira, Serra do Sudeste e Serra Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul; a Região do Vale do Rio do Peixe, no Estado de Santa Catarina; a Região Sudeste do Estado de São Paulo e, a Região Sul do Estado de Minas Gerais. A Região Norte do Paraná é tipicamente subtropical. As Regiões Noroeste do Estado de São Paulo, Norte do Estado de Minas Gerais e Vale do Submédio São Francisco caracterizam-se

como zonas tropicais. Além desses, novos polos produtores estão surgindo em diferentes regiões do País, seja sob condições temperadas (Região de São Joaquim, no Estado de Santa Catarina), tropicais (Santa Helena de, Goiás e Nova Mutum no Mato Grosso) ou subtropicais (Rolândia, Norte do Paraná) (Protas; Camargo; Mello, 2006).

<sup>18</sup> No Brasil, mais de uma dezena de regiões produz vinhos finos e/ou vinhos de consumo corrente. Os vinhos finos são aqueles elaborados exclusivamente a partir de uvas de variedades europeias (*Vitis vinifera*) (Guerra *et al.*, 2009).

**Tabela 2.** Produção de uvas no Brasil (toneladas) - 2007 a 2015.**Table 2.** Grape production in Brazil (tonnes) – 2007-2015.

Estados\Anos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Rio Grande do Sul	705.228	776.027	737.363	692.692	829.589	840.251	808.267	812.537	876.286
Pernambuco	170.326	162.977	158.515	168.225	208.660	224.758	228.727	236.767	237.367
São Paulo	193.023	184.930	177.934	177.538	177.227	176.902	172.868	146.790	142.063
Santa Catarina	54.554	58.330	67.546	66.214	67.767	70.909	53.153	66.106	69.189
Paraná	99.180	101.500	102.080	101.900	105.000	70.500	79.052	80.910	80.000
Bahia	120.654	101.787	90.508	78.283	65.435	62.292	52.808	77.504	77.401
Minas Gerais	11.995	13.711	11.773	10.590	9.804	10.107	12.734	11.557	12.615
Brasil	1.354.960	1.399.262	1.345.719	1.295.442	1.463.481	1.455.809	1.412.854	1.436.074	1.499.353

Fonte: IBGE.

Esse desempenho desfavorável na produção de uvas, de acordo com Mello (2013b), é reflexo, em parte, da perda do dinamismo das exportações brasileira de uva, devido à crise mundial; ao ingresso de novos concorrentes no mercado internacional de vinhos e aumento da renda *per capita* no Brasil, que favorece a demanda por vinhos importados.

Em 2011, é registrado um aumento de 12,97% na produção total de uvas no Brasil, em comparação com o ano anterior, com destaque para os Estados de Pernambuco e Rio Grande do Sul, os quais responderam pelo maior aumento na produção, respectivamente. No ano de 2012, houve redução de 0,5% no montante total de uvas produzidas. Entre os anos de 2011 a 2015 a produção de uvas manteve um padrão de oscilação, mas girando em torno de cerca de 1,4 milhões de toneladas produzidas, chegando na casa de 1,5 milhões no ano de 2015.

Pode-se verificar, também, conforme Tabela 3, que ao longo do período (2007-2015), não houve uma variação significativa nos padrões da área total plantada, podendo-se perceber uma pequena tendência de queda nos anos recentes, com o ano de 2015 tendo a menor área plantada no período em análise. Cabe ressaltar que o Estado de Pernambuco, em 2010, teve sua área plantada ampliada em 23,89%, comparando com o ano anterior. No entanto, em 2011, a área diminuiu em 20,88%, ou 1.830 hectares de área plantada de videiras deixaram de existir. Na Bahia, em 2011, a redução é de 12,11%, chegando esta, na casa dos 15,61% no ano de 2011, comparado com o ano anterior. Pode-se observar, para os demais estados, que as áreas permaneceram inalteradas ou apresentaram pequena redução.

**Tabela 3.** Área plantada de videiras no Brasil, em hectares - 2007 a 2015.**Table 3.** Land planted vines in Brazil, hectares - 2007-2015.

Estados\Anos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Rio Grande do Sul	48.428	49.819	50.415	50.389	50.646	51.152	51.450	51.005	50.743
São Paulo	11.039	10.717	9.750	9.750	9.750	9.750	9.526	8.308	7.821
Pernambuco	7.137	7.083	7.104	8.801	6.963	6.813	6.817	6.833	6.833
Paraná	5.700	5.800	5.800	5.800	6.000	6.202	5.824	5.580	4.800
Santa Catarina	4.915	4.836	4.937	5.052	5.009	5.176	4.474	4.989	4.940
Bahia	4.096	4.376	3.724	3.273	2.762	2.624	2.395	2.864	2.861
Minas Gerais	878	911	854	853	785	762	849	834	925
Brasil	84.220	83.542	82.584	83.718	81.915	82.507	81.607	80.576	79.094

Fonte: IBGE.

*O setor vinícola do Rio Grande do Sul*<sup>19</sup>

Segundo Paz e Baldisserotto (1997), os primeiros vitivinicultores em terras gaúchas foram os jesuítas, seguidos pelos açorianos. As correntes imigratórias do século XIX, com os alemães à frente, igualmente cultivaram a videira e produziram os vinhos, mas foi com os italianos que a vitivinicultura mais prosperou. Os vinhedos gaúchos, nos seus primórdios, foram organizados com variedades europeias e, a partir da segunda metade do século XIX, as variedades americanas (*Isabel*, *Herbemont*) foram substituindo as europeias por sua facilidade de cultivo. Os italianos foram os que incrementaram o cultivo da uva e a produção de vinho.

Neste sentido, Protas e Camargo (2011) afirmam que a história da vitivinicultura do Rio Grande do Sul possui uma estreita relação com a colonização italiana estabelecida no estado, sobretudo na Serra Gaúcha e na região Central, a partir de 1875. Condicionada pelo isolamento, em relação às principais regiões vitivinícolas do mundo, e pressionada pelas condições ambientais, por vezes inóspitas à videira, principalmente das cultivares de *Vitis vinifera*, esta vitivinicultura pioneira se manteve até meados dos anos de 1970, sem investimentos externos significativos e produzindo, quase que exclusivamente, uvas e elaborando derivados a partir de variedades americanas e híbridas interespecíficas. Apesar disso, naquela ocasião, algumas vinícolas tradicionais da Serra Gaúcha já se empenhavam na produção de uvas viníferas e na elaboração de vinhos finos.

Com o aporte de empreendimentos estrangeiros, materializados na implantação de vinícolas de grupos empresariais vitivinicultores internacionais, na segunda metade da década de 1970, inicia-se na Região da Serra Gaúcha e, na sequência, na Região da Campanha, a consolidação de um novo segmento na vitivinicultura gaúcha,

voltado à produção de vinhos finos e espumantes.

Com a globalização da economia brasileira, a partir dos anos 1980 e pressionada pela forte concorrência internacional, esta nova vitivinicultura, estabelecida numa base tecnológica moderna, diferentemente daquela tradicional (parte da Serra Gaúcha e Região Central), vem concentrando seus investimentos em regiões que apresentam vantagens comparativas relativamente àquela tradicional. Neste contexto, destacam-se como regiões já consolidadas: a Serra do Sudeste e a Campanha e, em fase inicial, mas com grande potencial, a Região dos Campos de Cima da Serra<sup>20</sup> (Protas; Camargo, 2011).

O Rio Grande do Sul, conforme informações da Academia do Vinho (2013), é o estado com condições climáticas mais favoráveis para a vinicultura de qualidade, estando sua parte centro sul inserida na faixa teoricamente mais adequada para esse fim. Entretanto, o regime de chuvas reinante no estado é geralmente mais volumoso que o desejado, levando, por vezes, os vinhedos a um excesso de umidade, justamente no final da maturação das uvas. Apesar das adversidades, o Rio Grande do Sul responde por cerca de 90% da produção nacional do vinho, conforme já sinalizado. Assim, ao analisar a dinâmica dessa produção, tem-se uma boa aproximação do desempenho da agroindústria vinícola do país como um todo.

A região produtora mais tradicional do estado é a Serra Gaúcha, lar dos imigrantes italianos e principal polo produtor de vinhos finos do país. A fria região da Campanha, na fronteira com o Uruguai, recebeu projetos multinacionais em 1980, passou por um declínio e hoje retomou sua produção. As regiões de exploração recente, Serra do Sudeste e Campos de Cima, apresentam resultados muito promissores na produção de vinhos de alta qualidade.

A Tabela 4 apresenta a produção de vinhos finos e de mesa e derivados do vinho

<sup>19</sup> Devido a sua importância no cenário nacional o Rio Grande do Sul foi escolhido como uma *proxy* para representar o setor vitivinícola, visto que, conforme Hoeckel *et al.* (2013) representa aproximadamente 90%

da produção nacional vinícola, outro fator importante é a disponibilidade de dados.

<sup>20</sup> Para mais informações sobre esta questão, ver Protas e Camargo (2011).

do Rio Grande do Sul. Pode-se observar a redução na produção desses produtos ocorrida em 2010, já citada anteriormente. Comparando o ano de 2010 com o anterior, os vinhos de mesa (vinhos comuns) apresentaram queda de produção de cerca de 5% e os vinhos finos, redução de 30,20%. Este cenário mudou substancialmente no ano seguinte, já que a produção de vinhos de mesa aumentou, aproximadamente, 32%, enquanto que, para os vinhos finos, esse incremento supera os 85%. Apesar da produção oscilante verificada no período analisado, o ano safra de 2011 mostrou-se o

mais favorável ao setor vitivinícola, no período analisado. A partir de 2011, houve uma redução no montante produzido de vinhos finos (vinhos viníferos), tendo no ano de 2015 a menor quantidade produzida dos últimos cinco anos da análise. Levando em consideração uma oscilação com tendência de queda também na elaboração de vinhos comuns, pode-se evidenciar que apenas outros derivados tiveram substancial aumento neste período, destaca-se entre estes o suco de uva, como pode ser observado na Tabela 6 dado o aumento na sua comercialização.

**Tabela 4.** Elaboração de vinhos e derivados no Rio Grande do Sul (milhões de litros) - 2007 a 2015.

**Table 4.** Elaboration of wines and derivatives in Rio Grande do Sul (million liters) - 2007-2015.

Ano	Vinhos Viníferas	Vinhos comuns	Outros derivados*	Total
2007	43,18	275,25	70,89	389,32
2008	47,33	287,44	93,19	427,97
2009	39,90	205,42	96,50	341,82
2010	27,85	195,25	98,96	321,21
2011	52,20	258,73	151,15	461,07
2012	48,60	213,10	167,28	428,98
2013	45,78	196,90	128,95	371,63
2014	38,46	196,17	139,63	374,26
2015	37,15	210,31	195,24	442,70

Fonte: IBRAVIN/MAPA/SEAPA-RS - Cadastro Vinícola. Nota: (\*) Da uva e do vinho.

Com relação à comercialização do vinho, nota-se, conforme a Tabela 5, retração de, aproximadamente, 2% no volume comercializado quando se compara 2011 com 2010. Apesar de no ano safra 2013 o montante comercializado de vinhos aumentarem aproximadamente 11% em relação ao ano anterior, nos anos seguintes tem-se uma redução na comercialização (cerca de 10% em 2014), comparado a 2013.

Estas informações retratam que a atividade vinícola conviveu, no período analisado, com persistente oscilação no volume comercializado, devido à concorrência dos vinhos importados. O ano de 2013 mostrou-se o mais positivo para o setor no período analisado, com um montante de 27,9 milhões de litros de vinho fino e 221,6 milhões de litros de vinho de mesa sendo comercializados.

**Tabela 5.** Comercialização de vinhos (finos e de mesa) das empresas do Rio Grande do Sul - milhões de litros - 2007 a 2015.

**Table 5.** Sales of wine (thin and table) of the Rio Grande do Sul companies - million liters - 2007-2015.

Ano	Vinhos finos	Vinhos de mesa	Total
2007	20,0	225,8	245,8
2008	17,0	197,6	214,6
2009	18,0	222,1	240,1
2010	18,4	215,1	233,5
2011	19,5	230,0	249,5
2012	18,8	205,5	224,3
2013	27,9	221,6	249,5
2014	20,4	206,4	226,8
2015	21,2	210,2	231,4

Fonte: IBRAVIN/MAPA/SEAPA - Cadastro Vinícola.

Outro produto que vem aumentando a sua participação dentro do setor vinícola é o suco de uva. Isso decorre da conjunção de três fatores, a saber: trata-se de um derivado da uva que possui um custo de produção menor *vis-à-vis* o vinho; tem importante agregação de valor, tornando-se atraente para os empresários, e tem grande

aceitabilidade, tanto no mercado consumidor externo quanto no interno. No período analisado (2007-2015), o volume comercializado aumenta cerca de 240% e vem ganhando força, principalmente, no mercado interno, como pode ser observado na Tabela 6.

**Tabela 6.** Comercialização de sucos de uva - empresas do Rio Grande do Sul - suco concentrado (milhões de litros) - 2007 a 2015.

**Table 6.** Sales grape juices - the Rio Grande do Sul companies - concentrated juice (million liters) - 2007-2015.

Ano	Mercado Interno	Exportação	Total
2007	37,6	6,6	44,2
2008	43,4	6,0	49,4
2009	55,4	5,6	61,0
2010	62,9	3,1	66,0
2011	75,8	4,3	80,1
2012	85,4	1,9	87,3
2013	110,9	3,5	114,4
2014	122,9	4,5	127,4
2015	148,0	2,2	150,2

Fonte: UVIBRA/SEAPA-RS.

Em linhas gerais, esse setor já centenário no Brasil vem se modernizando e se adaptando aos constantes desafios apresentados pelo mercado, especialmente, à competição dos vinhos chilenos e argentinos. Isso pode ser percebido através da busca de uma identidade para o vinho brasileiro, através da produção de vinhos de alta qualidade, como os que visam o mercado externo, onde o Brasil, tido como exótico nesse mercado, vem crescendo em volume e prestígio.

Mello (2013b) destaca que, no Rio Grande do Sul, os excedentes de uvas *Vitis vinifera*, em decorrência do aumento das importações de vinhos, estão sendo reduzidos através do Programa de Escoamento da Produção (PEP), ligado ao Governo Federal. Está havendo, ainda, um esforço para melhor qualificar a produção de vinhos, inclusive com o aumento de indicações geográficas delimitadas<sup>21</sup>.

Desta forma, o desafio atual do setor no estado é a busca de uma identidade para o vinho brasileiro e o desenvolvimento de barreiras para a entrada de vinhos importados baratos em nosso mercado, os quais prejudicam a dinâmica do setor.

### *Balança comercial do setor vitivinícola*

No cenário internacional, de acordo com Mello (2013a), a vitivinicultura brasileira ocupou em 2011, o 19º lugar em área cultivada com uvas, o 11º em produção de uvas e o 13º em produção de vinhos, segundo dados da *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO). No que se refere às transações internacionais, dados da mesma fonte revelam as seguintes posições do Brasil, para o ano de 2010, em relação às quantidades: o 14º colocado com relação às uvas exportadas; 17º maior exportador de suco de uvas; 31º maior exportador de vinho; 32º maior importador de uvas e o 21º maior importador de vinhos.

A balança comercial do setor vitivinícola nacional (balanço das exportações e importações de uvas, sucos de uvas, vinhos e derivados) é apresentada na Tabela 7. As exportações brasileiras do setor vitivinícola somaram aproximadamente, em 2015, 82 milhões de dólares, o que representa uma redução de 47,6% ao comparar-se com o ano de 2011, e muito aquém das verificadas em

<sup>21</sup> Para mais informações, ver Identidade Demarcada, em IBRAVIN (2016).

2008 (194,35 milhões de dólares). As exportações de uva de mesa, em 2012, situaram-se em cerca de 122 milhões de dólares, mostrando-se inferior ao ano de 2011, em 10,24%, e muito inferior ao volume exportado em 2008, aproximadamente 171 milhões de dólares. A partir de 2011 acentuou-se a tendência de queda das

exportações do setor vitivinícola, caindo, em 2015, para cerca de 72 milhões de dólares a de uvas de mesa e aproximadamente 82 milhões o montante total das exportações, sendo este o menor valor ao longo do período analisado.

**Tabela 7.** Balanço das exportações e importações de uvas, sucos de uvas, vinhos e derivados: valores em US\$ 1.000,00 (FOB) - Brasil - 2007 a 2015.

**Table 7.** Balance of exports and imports of grapes, grape juices, wines and derivatives values at \$ 1,000.00 (FOB) - Brazil - 2007-2015.

Discriminação	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Exportações</b>									
Uvas frescas	169.704	171.456	110.574	136.649	135.791	121.891	102.995	66.791	72.307
Suco de uva	12.207	15.174	12.621	8.048	15.737	7.719	12.428	12.866	5.866
Vinhos*	3.557	7.723	10.123	6.821	4.545	6.851	23.674	9.582	3.638
Total	185.468	194.353	133.318	151.518	156.073	136.461	139.097	89.239	81.811
<b>Importações</b>									
Uvas frescas	14.961	14.849	21.697	36.075	51.370	54.381	59.581	62.338	49.965
Uvas passas	24.447	34.973	32.648	50.664	51.647	56.696	53.285	53.062	40.603
Suco de uva	1.403	226	60	3.212	720	670	754	91	201
Vinhos*	175.222	185.836	196.049	251.527	294.662	300.446	290.218	324.514	291.840
Total	216.033	235.884	250.454	341.478	398.399	412.193	403.838	440.005	382.609
Balanço	-30.565	-41.531	-117.136	-189.960	-242.326	-275.732	-264.741	-350.766	-300.798

Fonte: Elaborada pelos autores com base em informações de MDIC/SECEX, Sistema ALICEWEB. Nota: (\*) Vinhos de uvas frescas, incluídos os vinhos enriquecidos com álcool; mostos de uvas, excluídos os da posição 2009 (Posição - SH 4 dígitos: 2009 (MDIC - Sistema ALICEWEB) - Sumos de frutas (incluídos os mostos de uvas) ou de produtos hortícolas, não fermentados, sem adição de álcool, com ou sem adição de açúcar ou de outros edulcorantes).

Em 2015, houve redução de aproximadamente 54% na quantidade de suco de uva exportado, em comparação ao ano anterior. Esta queda está associada, em parte, à redução na produção de uvas (nos anos safra de 2013 e 2014) e ao aquecimento do mercado interno, sendo a maior parte do suco produzido comercializado no mercado interno, o qual tem sido mais atrativo nos últimos anos.

O volume exportado de vinhos apresentou bom desempenho em 2009, quando comparado aos demais anos da série, devido ao PEP. Entretanto, as exportações recuaram no ano de 2010, em 32,62%. No ano de 2013, o valor de vinhos exportados foi de aproximadamente 24 milhões de dólares, o que representa um aumento de cerca de 245% em relação ao ano anterior, sendo este o ano que representou o maior montante exportado de vinhos. O aumento das exportações de vinhos se deve, conforme Mello (2015), em parte, a políticas do governo federal no PEP, especialmente

quando exportados para a Rússia e, também, ao programa de exportação *Wine of Brasil*. A partir de 2014 houve uma redução na exportação de vinhos, sendo que no último ano safra analisado o montante total de exportações de vinhos representou pouco menos de 4 milhões de dólares.

Apesar de as importações de uvas de mesa representarem uma pequena parcela da uva consumida no país, verifica-se um aumento significativo nos últimos anos. Em 2015, as importações chegaram a cerca de 50 milhões de dólares, representando um crescimento de 234% em relação ao período de análise (2007-2015). Também houve aumento nas importações de uvas passas até 2012, e a partir de então uma tendência de queda, porém com valores de importação muito superiores a 2007, representando um crescimento no período analisado de aproximadamente 66%. Nos segmentos de vinhos e suco, é possível diagnosticar que as importações se comportaram de maneira distinta ao longo do período considerado.

Enquanto o volume de importações de vinho se apresenta ascendente, chegando a incrementar em 66,55%, as importações de suco de uva são eventuais e oscilantes.

A balança comercial do setor vitivinícola nacional apresenta, em 2014, déficit de aproximadamente 350,8 milhões de dólares, muito superiores aos cerca de 30,6 milhões de dólares verificado em 2007. Ao longo do período de análise, as importações de quase todos os itens tiveram uma tendência de crescimento, com exceção apenas do suco de uva que teve uma redução brusca nos últimos anos quando comparado ao início do período, muito devido ao aumento da produção interna. Quanto às exportações, apenas as uvas frescas experimentaram incremento no último ano analisado (2015),

comparando com o ano anterior, os demais produtos como vinhos e suco de uva sofreram retração no volume exportado.

No ano de 2015, o déficit na balança comercial do setor vitivinícola atingiu a marca de aproximadamente 300,8 milhões de dólares. Isso é preocupante para um setor que tem no mercado interno o principal meio de circulação de seu produto, visto que, as importações de vinhos vêm crescendo consideravelmente, conforme já ressaltado.

A seguir, na Tabela 8, são apresentados os principais países que possuem relação comercial com o Brasil no que se refere as importações de vinhos e espumantes.

**Tabela 8.** Principais países de origem das importações brasileiras de vinhos e espumantes (milhões de litros) - 2007 a 2015.

**Table 8.** Major countries of origin of Brazilian imports of wines and sparkling wines (million liters) - 2007-2015.

Ano	Chile	Argentina	Itália	França	Portugal	Outros	Total
2007	18,9	16,2	10,4	3,8	6,8	4,7	60,9
2008	18,7	15,4	10,8	3,5	6,3	3,2	57,9
2009	22,5	14,8	9,1	3,5	5,9	3,3	59,1
2010	26,5	18,1	13	4,3	8,1	5,4	75,3
2011	26,7	17,7	13,2	5,1	8,6	6,3	77,6
2012	30,3	15,6	11,6	5,0	9,8	7,2	79,5
2013	28,4	13,4	9,2	4,7	9,3	7,2	72,2
2014	35,6	14,2	9,7	4,8	9,8	7,1	81,2
2015	36,9	13,0	9,3	5,0	10,0	7,7	81,8

Fonte: MDIC - Sistema ALICEWEB.

Como pode ser observado na Tabela 8, em 2012, as importações chegam a 79,5 milhões de litros de vinho, sendo que o Chile e Argentina são responsáveis por 57,74% do total importado<sup>22</sup>. O Brasil importou, em 2015, 81,8 milhões de litros de vinho, um crescimento de 34,32% com relação ao ano de 2007, sendo o Chile e Argentina os principais países de origem destas importações. Esses dois parceiros respondem por quase 61% do total importado.

O avanço dos vinhos importados na mesa do consumidor brasileiro se deve, em sua maior parte, aos fatores, já apontados

anteriormente, ligados a política comercial, taxa de câmbio valorizada no período em análise e alta carga tributária incidente sobre o setor. A produção vinícola, principal produto do setor, busca alcançar as condições necessárias para produzir vinhos finos de boa qualidade e a um custo que possa fazer frente ao similar importado, mas ainda tem um longo caminho para percorrer nesse sentido, muito em virtude de questões envolvendo a carga tributária que onera o preço final ao consumidor e também por ainda necessitar expandir a produção em larga escala, diminuindo a ociosidade<sup>23</sup> das vinícolas do setor, que acaba por esbarrar na

<sup>22</sup> Segundo Mello (2013a), apesar de o vinho fino nacional ter melhorado em qualidade, de ter conquistado muitas medalhas no exterior e de ter ocupado espaço na mídia, não está conseguindo retomar a fatia de mercado perdida para os importados,

sendo que em 2012 as importações de vinhos representaram 77,45% em relação aos vinhos *Vitis vinifera* comercializados no Brasil.

<sup>23</sup> Conforme Campregher *et al.* (2013), a ociosidade média nas vinícolas gaúchas, que representam cerca de

limitada demanda interna pelo vinho nacional.

Com relação a tributação incidente sobre a produção vinícola, Giovanini e Freitas (2014), destacam que a tributação, em média, representa 42% do preço de venda de uma garrafa de vinho produzida no Rio Grande do Sul e vendida no Estado de São Paulo. Em termos relativos, essa carga tributária pode ser considerada elevada, uma vez que a tributação incidente, em média, sobre as

demaís cadeias no Brasil gira em torno de 36%. Além disso, a tributação incidente, na origem, sobre o vinho importado do Chile e da Argentina é, em média, de 20%, confirmando-se a existência de uma tributação que prejudica a competitividade da cadeia produtiva.

A seguir, na Tabela 9, são apresentados alguns indicadores selecionados de comércio e competitividade.

**Tabela 9.** Indicadores selecionados de comércio e competitividade - 2007 a 2015.

**Table 9.** Selected indicators of trade and competitiveness - 2007-2015.

Indicadores/Anos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
VCR <sub>i</sub>	64,46	72,00	44,44	39,94	34,62	30,46	34,10	20,64	19,18
Percentual do saldo comercial no PIB	2,86	1,47	1,51	0,91	1,14	0,79	0,10	-0,16	1,11
Percentual do saldo comercial no PIB (SV)	-0,002	-0,002	-0,007	-0,009	-0,009	-0,011	-0,011	-0,015	-0,017
Coefficiente de especialização de Balassa (b <sub>i</sub> )	-0,08	-0,10	-0,31	-0,39	-0,44	-0,50	-0,49	-0,66	-0,65
Percentual do SV nas exportações	0,12	0,10	0,09	0,08	0,06	0,06	0,06	0,04	0,04
Percentual do SV nas importações	0,18	0,14	0,19	0,19	0,18	0,18	0,17	0,19	0,22

Fonte: Elaboração dos autores com base nos dados do MDIC e IPEADATA. Nota: Setor Vitivinícola (SV); Vantagem Comparativa Revelada (VCR).

O indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR<sub>i</sub>)<sup>24</sup> para o setor vitivinícola, que mede a vantagem comparativa do setor em relação à média da economia, mostra que o setor tem uma vantagem comparativa maior que a média da economia, ou seja, em comparação à média dos outros setores da economia brasileira o setor vitivinícola apresenta uma vantagem competitiva (VCR<sub>i</sub> > 1). No entanto, pode-se perceber que o indicador tem reduzido substancialmente ao longo do período analisado, indicando uma redução da vantagem competitiva significativa, como pode ser observado na tabela 8. Essa perda de competitividade é reforçada pelo coeficiente de especialização de Balassa (b<sub>i</sub>)<sup>25</sup>, que avalia a especialização “intra-ramo”, o qual sugere uma forte redução da competitividade do setor vitivinícola ao longo do período, demonstrando que as exportações do setor estão se tornando pouco importantes e as importações cada vez mais significativas,

indicando que a posição competitiva do setor se torna mais fraca a cada ano.

Ainda é possível observar (Tabela 9) que apesar da pequena magnitude do saldo comercial do setor vitivinícola frente ao PIB, esse tem aumentado a proporção negativa, sendo que em 2007 representava apenas 0,002% do PIB, passando a 0,017% em 2015. Esse crescimento do saldo comercial negativo do setor é resultado da redução das exportações do setor vitivinícola e da importância destas frente ao montante total exportado pelo Brasil, caindo de 0,12% em 2007 para 0,04% em 2015, e também pelo aumento nas importações que tiveram uma participação média de cerca de 0,18% no montante total importado ao longo do período, com uma leve tendência de aumento nos últimos dois anos, chegando a representar aproximadamente 0,22% em 2015, do total das importações.

90% da produção nacional de vinhos, é de aproximadamente 50%.

<sup>24</sup> Se o indicador VCR<sub>i</sub> é superior a um “revela” uma vantagem comparativa no setor i (quando comparada com a média da economia), já que traduz uma taxa de cobertura setorial superior à taxa de cobertura global. Se o indicador for inferior a um, o setor revela uma desvantagem competitiva.

<sup>25</sup> O indicador b<sub>i</sub> assume valores entre -1 e 1, sendo que os valores extremos deste coeficiente correspondem a uma especialização unívoca, respectivamente importador e exportador. Caso o coeficiente apresente valores próximos de -1, o país em questão tem uma fraca posição competitiva no setor i. Caso o coeficiente se aproximar de 1, significa uma forte especialização inter-ramo (exportações do setor i muito importantes e importações pouco significativas).

## Considerações finais

De modo geral, no âmbito de sua dinâmica, foi possível evidenciar que o setor vem crescendo e cada vez mais está objetivando produtos de maior qualidade, como vinhos de alto nível, visando um mercado de exportação. Internamente, o volume de produção de vinhos finos tem aumentado, com uma gradativa, mas ainda tímida substituição de vinhedos comuns por viníferas, porém ainda longe de ser um caminho para a substituição do consumo de vinhos de mesa. Cabe ressaltar, também, que esse setor vem buscando se modernizar e enfrentar os constantes desafios apresentados pelo mercado, especialmente, à competição dos vinhos chilenos e argentinos, com melhor relação qualidade-preço.

O resultado do saldo comercial do setor vitivinícola brasileiro demonstrou-se negativo, ao longo do período analisado, e representando um peso percentual cada vez maior em relação ao PIB, devido a problemas internos inerentes ao mesmo, muito também devido à pequena carga de tarifa que incorre sobre a importação de vinhos, outros fatores importantes são a redução das alíquotas de importação, ocorrida após a abertura comercial do Brasil, a taxa de câmbio apreciada e alta carga tributária incidente sobre o principal produto do setor (vinho). Assim, este conjunto de questões onera pesadamente o setor e faz com que as empresas tenham que concorrer em um ambiente adverso aos investimentos. Isso exige que as vinícolas invistam sempre em melhorias da qualidade do seu produto final, busque nicho de mercado e promova redução dos custos de produção. Essa conjunção de fatores tem possibilitado a sobrevivência das vinícolas brasileiras, mesmo diante da severa competição internacional.

Pode-se perceber na literatura abordada que a dimensão regional da identidade de política externa brasileira encontrou caminho na política comercial, com ampliação da integração na América do Sul, que ganhou ênfases e programas distintos. A articulação da política comercial externa ao desenvolvimento nacional marcou a atuação

internacional do Brasil no período analisado. A estratégia de negociação comercial foi implementada com vista a ampliar o acesso a mercados externos e projetar interesses econômicos de empresas brasileiras mundo afora. Ademais, a estratégia caminhou de forma articulada e sincronizada com vetores da política externa mais geral, que sinalizaram para a consolidação do papel do Brasil enquanto articulador de consensos entre fracos e fortes e pobres e ricos, destacando a aproximação com países em desenvolvimento.

Por fim, verificou-se que as tarifas de importação cobradas sobre produtos não são capazes de conter os avanços das importações de produtos oriundos da vitivinicultura (principalmente de vinhos argentinos e chilenos), o que acaba onerando o setor vitivinícola brasileiro, pois a baixa proteção sofrida por parte deste acaba por refletir uma disparidade ainda maior do país frente a seus principais concorrentes, que já possuem mais tradição e/ou melhores condições edafo-climáticas, o que também lhes propicia vantagem. Ao analisar alguns indicadores selecionados, pode-se verificar que o setor vem apresentando uma perda competitiva significativa ao longo dos anos analisados, mesmo apresentando vantagem comparativa frente a média da economia. Essa perda de competitividade advém da perda de importância das exportações do setor e de suas importações se tornarem cada vez mais significativas. Assim torna-se necessário as empresas brasileiras não só buscar melhores formas de se adequar a este cenário desfavorável, como também buscar aperfeiçoar a sua estrutura interna, ligado à qualidade do produto, e de estratégias produtivas e comerciais.

## Referências

- ABREU, M. P. 2002. *Política Comercial Brasileira: Limites e Oportunidades*. BNDES, Relatório 02. Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro\\_desafio/Relatorio-02.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro_desafio/Relatorio-02.pdf). Acesso em: jul. 2013.

- ACADEMIA DO VINHO. 2013. Disponível em:  
<http://www.academiadovinho.com.br>. Acesso em: nov. 2013.
- BRITO, F. G. 2007. *Proposta de uma sistemática para mensuração dos custos de falhas internas aplicada à indústria vinícola*. Curitiba. 141p. Dissertação (Mestrado em Eng. De Produção e Sistemas). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
- BRUCH, K. L.; FESTERSEIFER, J. E. 2005. Análise da Tributação Incidente na Cadeia Produtiva do Vinho Brasileiro. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, XLIII, Ribeirão Preto. *Anais...* Piracicaba: SOBER.
- CAMPREGHER, G. A.; OLIVEIRA, G. N.; FREITAS, C. A.; HOECKEL, P. H. O. 2013. Estimativas de custos das empresas produtoras de vinho e da renda agregada do arranjo vitivinícola gaúcho: uma primeira aproximação. *Extensão Rural* (Santa Maria), 20:86-131.
- FAO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E A AGRICULTURA. 2013. Disponível em: <https://www.fao.org.br>. Acesso em: nov. 2013.
- FONSECA, M. B. 2004. *Abertura comercial e integração regional: impactos da ALCA sobre as exportações agrícolas brasileiras numa abordagem de equilíbrio parcial*. Recife. 198 p. Tese (Doutorado em Economia) Universidade Federal de Pernambuco – UFPE – Programa de Pós-Graduação em Economia – PIMES.
- FUNCEx. FUNDAÇÃO CENTRO DE ESTUDOS DE COMÉRCIO EXTERIOR. 2016. *Base de Dados*. Disponível em: <http://www.funcex.org.br/>. Acesso em: nov. 2016.
- GIOVANINI, A.; FREITAS, C. A. 2014. Mensurando a carga tributária incidente sobre a cadeia vitivinícola do Rio Grande do Sul. *Ensaio FEE*, 35:495-520.
- GUERRA, C. C.; MANDELLI, F.; TONIETTO, J.; ZANUS, M. C.; CAMARGO, U. A. 2009. *Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos*. Bento Gonçalves: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Embrapa Uva e Vinho. Documentos nº 48. Disponível em:  
<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/documentos/doc048.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2013.
- HOECKEL, P. H. O.; FREITAS, C. A. 2016. Análise da Eficiência Econômica na Produção de Vinhos do Rio Grande do Sul. *Espacios (Caracas)*, 37(2)2-22.
- HOECKEL, P. H. O.; FREITAS, C. A.; OLIVEIRA, G. N.; CASAGRANDE, D. L.; SANTOS, C. A. P. 2013. Análise da estrutura de mercado do sistema agroindustrial vitivinícola do Rio Grande do Sul. *Revista Economia & Tecnologia*, 9(4):113-128.  
<https://doi.org/10.5380/ret.v9i4.32444>
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2016. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: out. 2016.
- IBRAVIN. INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO. 2016. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br>. Acesso em out. 2016.
- MATTEI, L.; TRICHES, V. 2009. Análise da competitividade da cadeia vitivinícola do Rio Grande do Sul através do ambiente institucional. *Análise Econômica*, 27(52).
- MDIC. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. 2016. *Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior (AliceWeb)*. Disponível em <http://aliceweb2.mdic.gov.br>. Acesso em ou. 2016.
- MELLO, L. M. R. 2013a. *Atuação do Brasil no mercado vitivinícola mundial - panorama 2012*. Bento Gonçalves, RS: Embrapa. Comunicado Técnico 138. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot138.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2013.
- MELLO, L. M. R. 2013b. *Vitivinicultura brasileira: panorama 2012*. Bento Gonçalves, RS: Embrapa. Comunicado Técnico 137. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot137.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2013.
- MELLO, L. M. R. 2015. *O Brasil no Contexto do Mercado Vitivinícola Mundial: Panorama 2014*. Bento Gonçalves, RS:

- Embrapa. Comunicado Técnico 174. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1025942/1/ComunicadoTecnico174.pdf>. Acesso em: nov. 2016.
- OIV. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA VINHA E DO VINHO. 2017. Disponível em: <http://www.oiv.int/public/medias/5287/oiv-noteconjmars2017-en.pdf>. Acesso em: jun. 2017.
- OLIVEIRA, I. T. M. 2012. *Política Comercial e Política Externa no Brasil: uma análise da estratégia de negociação comercial brasileira (1995-2010)*. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: Rio de Janeiro: Ipea.
- OMC. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. 2013. Disponível em <http://www.wto.org>. Acesso em: dez. 2013.
- PAZ, I. N.; BALDISSEROTTO, I. 1997. A estação do vinho: a história da estação experimental de viticultura e enologia: 1921-1990. *Cadernos de Pesquisa*, Caxias do Sul, 5(3):55-78.
- PROTAS, J. F. S.; CAMARGO, U. A. 2011. *Vitivinicultura brasileira: panorama setorial de 2010*. Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves: IBRAVIN e Embrapa Uva e Vinho.
- PROTAS, J. F. S.; CAMARGO, U. A.; MELLO, L. M. R. 2006. Vitivinicultura brasileira: regiões tradicionais e pólos emergentes. *Informe Agropecuário*, EPAMIG, Belo Horizonte, MG, 27(234).
- ROSA, S. E. S.; COSENZA, J. P.; LEÃO, L. T. S. 2006. Panorama do setor de bebidas no Brasil. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, 23:101-150.
- SARAIVA, M. G. 2007. As estratégias de cooperação Sul-Sul nos marcos da política externa brasileira de 1993 a 2007. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 50(2), p. 42-59. <https://doi.org/10.1590/S0034-73292007000200004>
- SATO, G. S. 2006. Vinhos Brasileiros: É possível a internacionalização. *INTERNEXT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, São Paulo, 1(1):243-259, jul./dez.
- SILBER, S. D. 1999. Cenário Mundial e Perspectivas da Economia Brasileira. In: LAGE, B.H.G.; MILONE, P. C. (orgs.). *Turismo - Teoria e Prática*. São Paulo: Editora Atlas, p. 341-352.
- TERUCHKIN, S. R. U. 2007. Os reflexos da Globalização e do MERCOSUL sobre as empresas de vinho do Brasil e do Uruguai: uma pesquisa explanatória. *Revista de Administração*, 39(1):87-95.
- TRICHES, V. 2007. *Competitividade da cadeia produtiva Vitivinícola do RS*. Dissertação (Dissertação de Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- UVIBRA. UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA. 2015. Disponível em: <http://www.uvibra.com.br>. Acesso em: out. 2015.
- VIEGAS, J. R. 2006. *Um método para definição do preço de compra em uma empresa comercial importadora: um estudo de caso para o mercado de vinhos finos*. Dissertação (Mestrado Modalidade profissionalizante com ênfase em controladoria) Universidade federal do Rio Grande do Sul.
- VITAL, T. 2009. Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: Situação recente e perspectivas. *Revista Econômica do Nordeste*, 40:499-524.
- WINES OF BRASIL. 2017. Disponível em: <http://www.winesofbrasil.com>. Acesso em: abr. 2017.

Submetido: 22/06/2016

Aceito: 05/06/2017