

# Análise da Exportação de Vinhos

## Integrantes do Grupo 13:

Leonardo Morera - RM 359111

Thais Yamazaki - RM 358560

Guilherme Gatto - RM 359558

Gabriel D'Angelo - RM 359453

Patrícia Silva - RM 358415

## Introdução

Fundada em 1985 nas montanhas da Serra Gaúcha, uma pequena vinícola brasileira chamada ViniBrasil iniciou sua produção com o objetivo de capturar o sabor autêntico da região. A partir de um lote inicial de parreiras e com métodos artesanais, a vinícola começou a produzir vinhos que logo se tornaram conhecidos pela qualidade e autenticidade, conquistando o paladar dos consumidores locais.

Em 2009, a vinícola expandiu seus horizontes e realizou sua primeira exportação para os Estados Unidos. Esse passo marcou o início de sua atuação no mercado internacional. Em 2023, a vinícola exportou mais de 50 mil litros de vinho, gerando aproximadamente \$ 160 mil dólares em receita. Este sucesso refletiu uma estratégia focada em mercados de alto potencial como Estados Unidos e Reino Unido.

Ao entrar no mercado internacional, a vinícola teve que lidar com diversos fatores externos que afetam tanto a produção quanto o consumo de vinho. A produção na Serra Gaúcha, por exemplo, é sensível às condições climáticas, que variam a cada ano e influenciam o rendimento das safras e o volume de exportações.

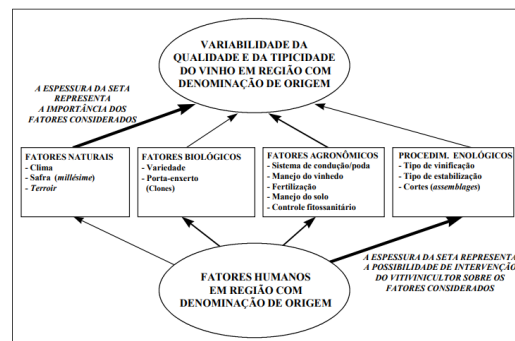
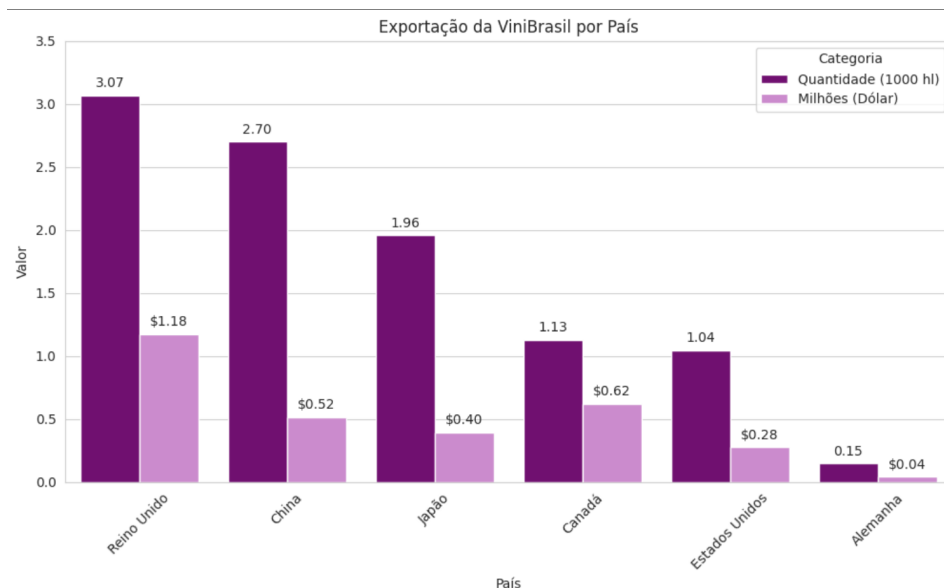
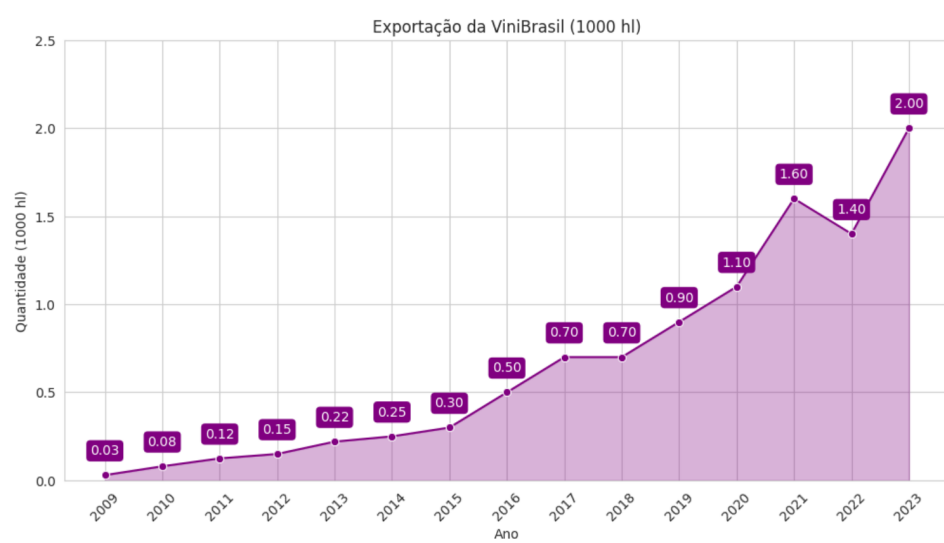


Figura 1. Fatores naturais e fatores humanos que influenciam a qualidade e a tipicidade do vinho em região com denominação de origem (D.O.) e possibilidades de controle humano destes fatores (Morlat e Asselin, 1993, traduzido por Tonietto, J.).

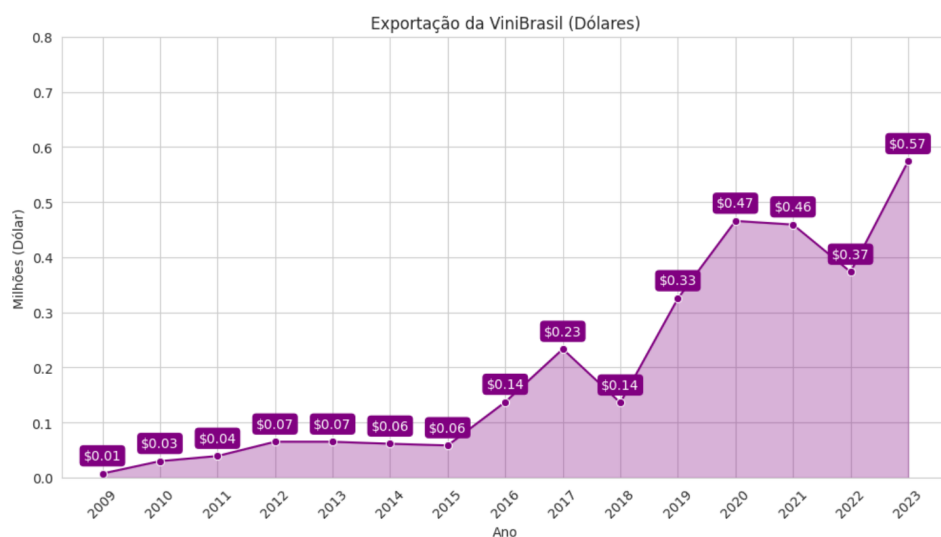
O clima também afeta a demanda em países de destino: regiões frias como Canadá e Reino Unido mostraram um aumento na demanda por vinhos tintos durante o inverno, o que ajudou a vinícola a identificar oportunidades sazonais.



As oportunidades sazonais não foram o único fator responsável pelo crescimento da nossa empresa. Ao longo dos anos, investimos continuamente na modernização e expansão de nossas vinhas, além de promover melhorias em nossos processos internos, o que impulsionou significativamente a nossa produção de vinhos.

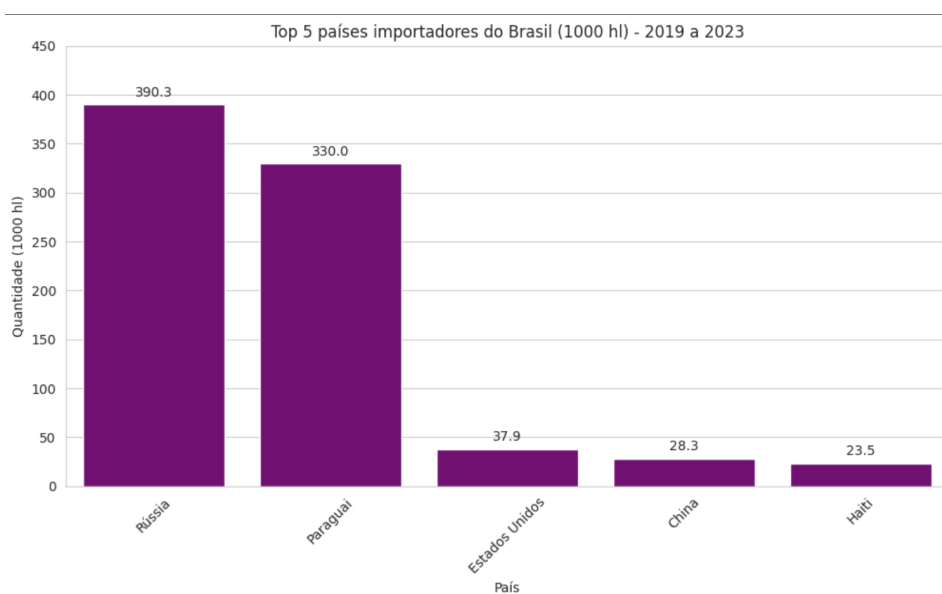


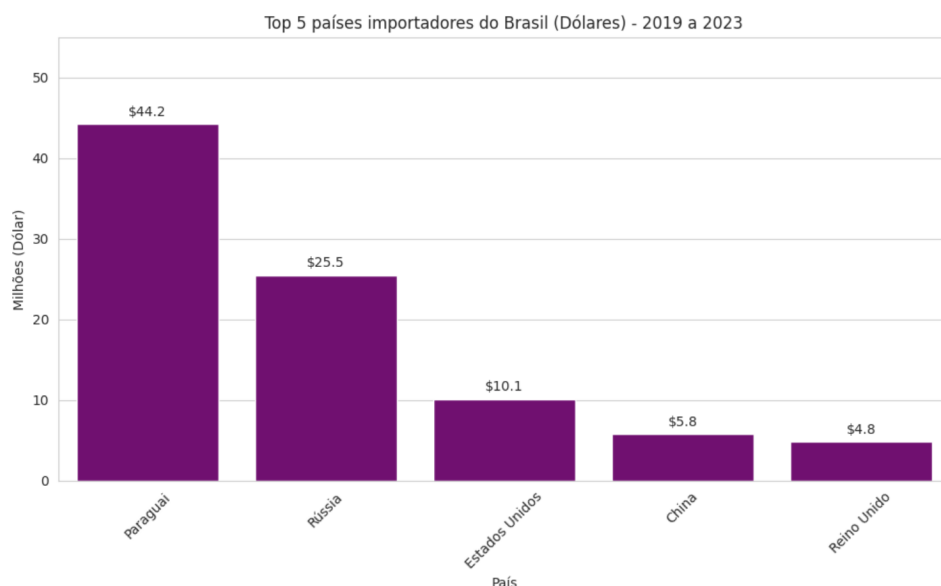
Também focamos em estabelecer parcerias estratégicas para garantir que nossos produtos fossem bem aceitos em outros países. Assim, conseguimos alcançar patamares notáveis por meio de muito esforço e investimento.



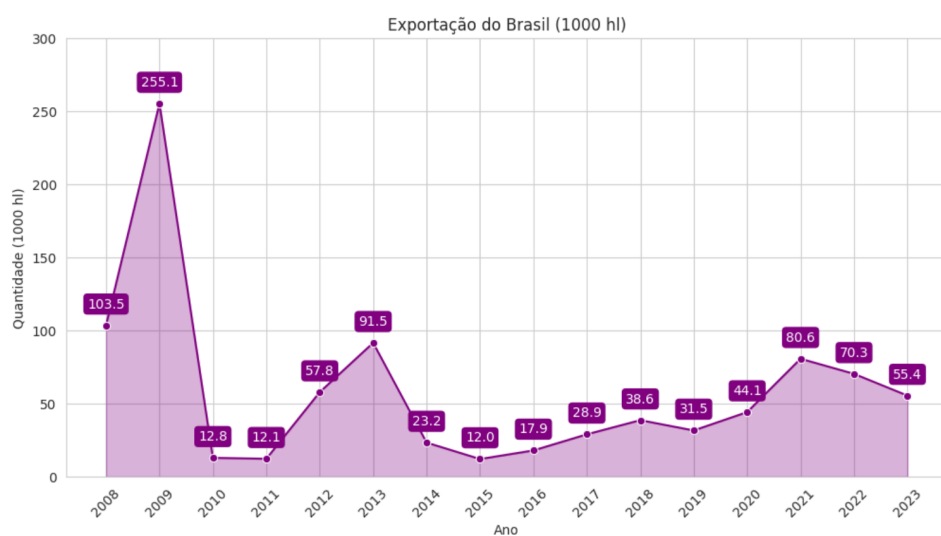
### Exportações de Vinho no Brasil

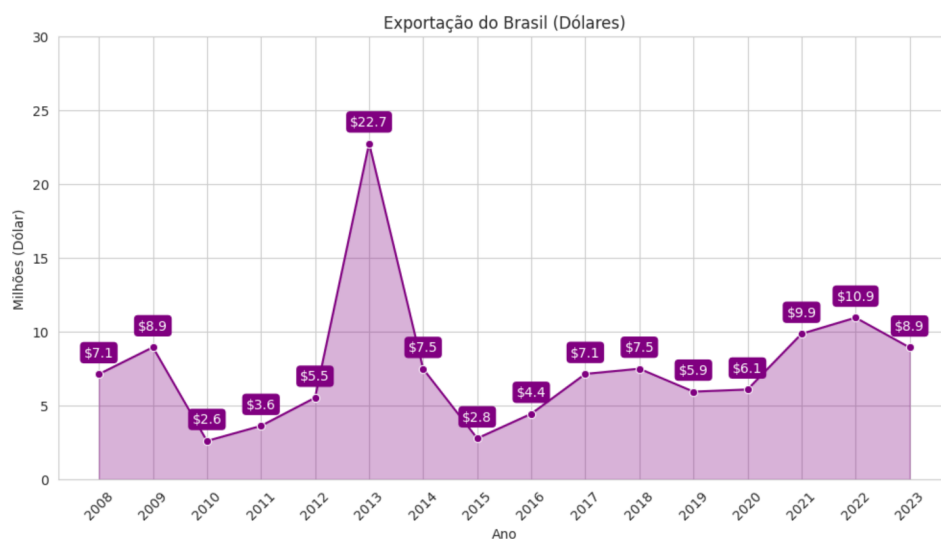
De acordo com os dados de exportação de vinhos do Brasil coletados pela EMBRAPA, as exportações estão concentradas principalmente no Paraguai e na Rússia, que recebem um volume significativamente superior aos demais países, ultrapassando 30 milhões de litros exportados. Após o Paraguai, os principais destinos incluem os Estados Unidos, a China e o Haiti, que, embora representem mercados relevantes, apresentam volumes menores, variando entre 2 e 3 milhões de litros.



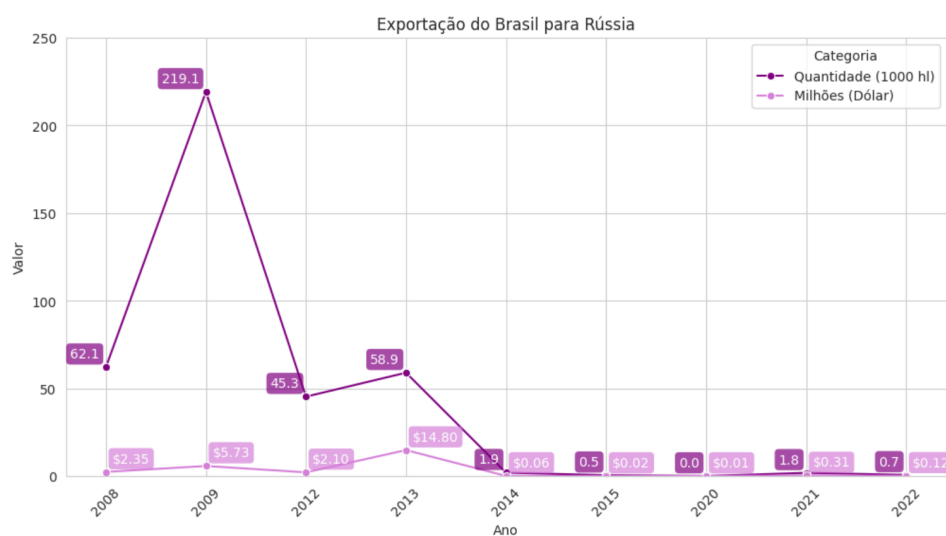


Em 2009, o volume de vinho exportado foi extremamente alto, atingindo cerca de 25 milhões de litros, esse pico representa o maior volume registrado e é possivelmente explicado por um aumento na demanda ou um esforço específico de exportações por parte dos produtores brasileiros. Já de 2014 a 2017 é marcado por um período relativamente mais estável, com leves oscilações em torno de 1 a 4 milhões de litros. Isso indica uma manutenção da demanda. Entre 2018 a 2022 houve uma nova tendência de crescimento com o volume de exportações alcançando 8 milhões de litros em 2021, possivelmente a uma nova adaptação do mercado às restrições da pandemia e uma maior aceitação do vinho brasileiro em mercados globais. Já em 2023, teve uma leve queda para 5,54 milhões de litros, sugerindo uma possível desaceleração na demanda ou ajuste na oferta.





As exportações de vinho do Brasil para a Rússia entre 2009 e 2023 apresentaram oscilações significativas, refletindo as mudanças nas condições econômicas globais, nas relações comerciais entre os dois países e na competitividade dos vinhos brasileiros no mercado russo.

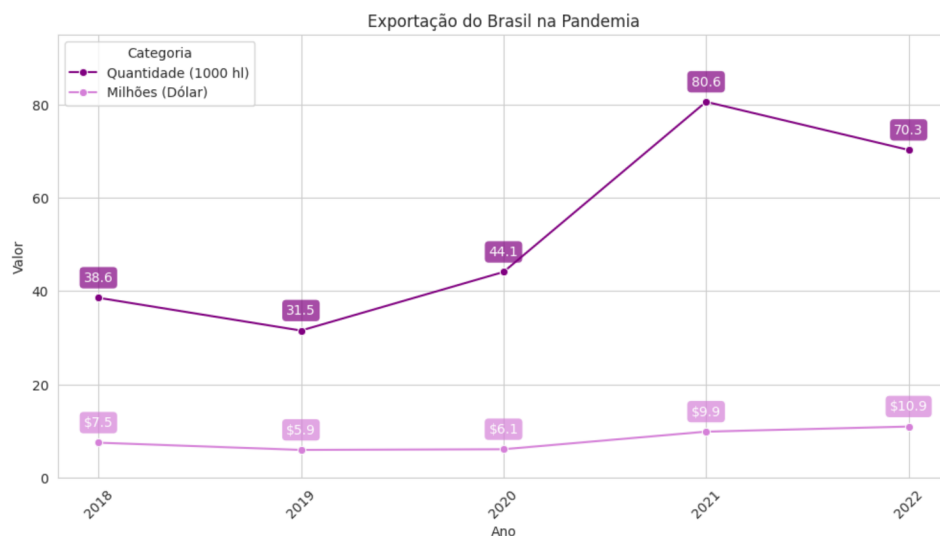


A pandemia de COVID-19 trouxe impactos significativos nesse cenário, aumentando a complexidade para o setor vinícola. Com a alta do dólar e mudanças nas cadeias de suprimentos globais, os custos de exportação subiram, afetando diretamente o preço final do produto nos mercados internacionais.

A economia, especialmente a flutuação cambial, desempenha um papel importante nas exportações de vinhos brasileiros. Em momentos de desvalorização do real, os vinhos brasileiros tornam-se mais baratos para compradores internacionais, o que pode tornar os produtos brasileiros mais competitivos em mercados externos, aumentando a demanda.

Durante o período da pandemia, essa desvalorização contribuiu significativamente para um aumento nas exportações, pois os consumidores internacionais passaram a buscar produtos mais acessíveis, impulsionando o interesse pelos vinhos brasileiros.

A situação demandou ajustes rápidos na estratégia de exportação, com foco em fortalecer as parcerias e adotar soluções digitais para alcançar e engajar os consumidores no exterior.

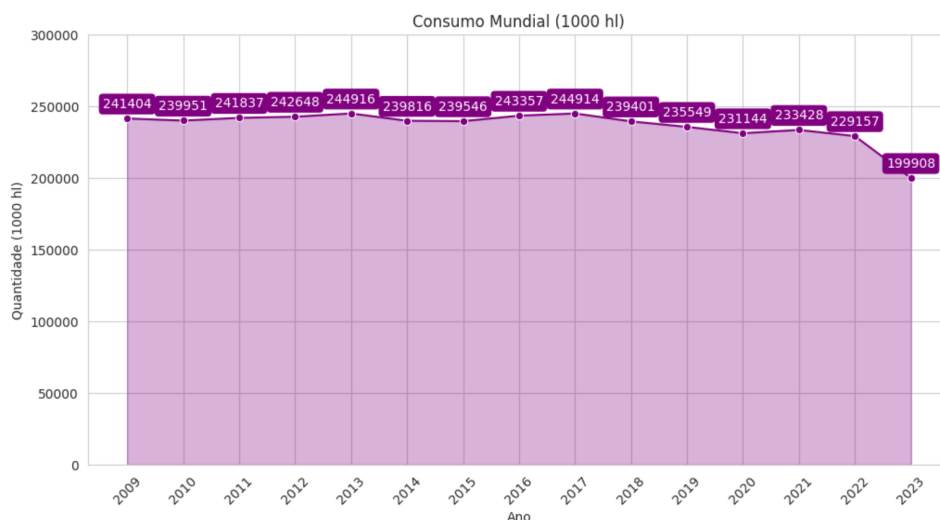


### Análise Mundial

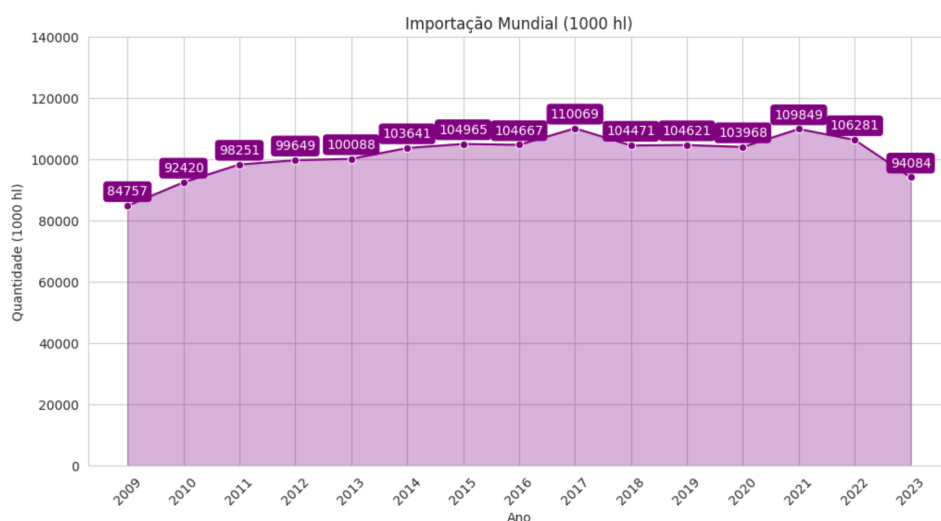
O cenário mundial do consumo de vinho em 2023, de acordo com [OIV State of the World Vine and Wine Sector in 2023 report](#), reflete mudanças em hábitos e demandas, com grandes mercados tradicionais enfrentando desafios, enquanto novas regiões emergem como consumidoras relevantes.

Globalmente, o consumo de vinho tem diminuído desde 2018 e, em 2023, atingiu o nível mais baixo desde 1996, com aproximadamente 199 milhões de hectolitros (1 hectolitro = 100 litros) consumidos.

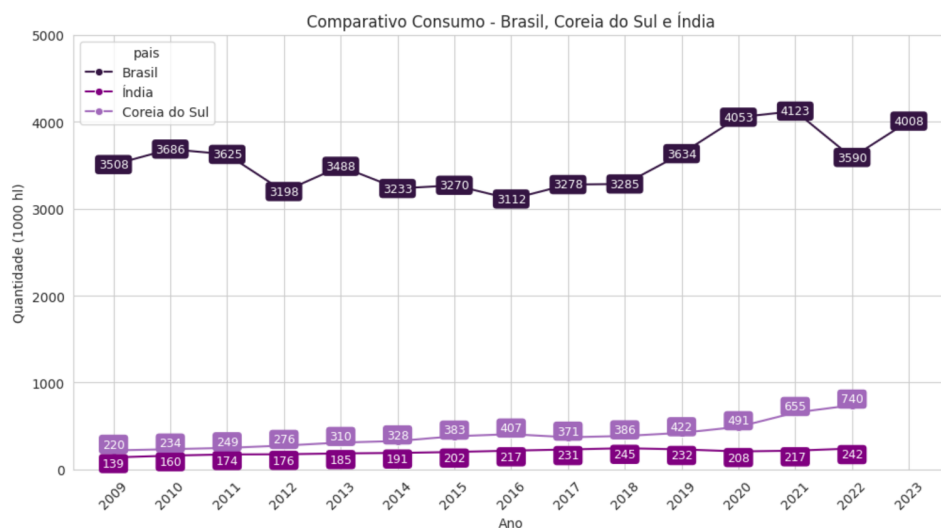
Essa queda é influenciada por fatores econômicos e culturais, além de uma preferência crescente por bebidas com menor teor alcoólico e produtos sustentáveis, principalmente em mercados europeus e norte-americanos. Na Europa, países como França e Itália, que têm os maiores níveis de consumo per capita, apresentam uma leve redução na demanda devido a mudanças demográficas e ao aumento do consumo consciente.



A importação de vinhos também sofreu uma queda, diretamente relacionada à diminuição do consumo. Vários fatores contribuíram para esse cenário. Durante períodos de crise econômica ou incerteza, como os vividos durante a pandemia, os consumidores tendem a restringir seus gastos em produtos não essenciais, como vinhos importados.



Em contraste, mercados emergentes como o Brasil, Coreia do Sul e a Índia demonstram potencial de crescimento impulsionado por urbanização e renda maior, atraindo consumidores mais jovens e interessados em vinhos premium.



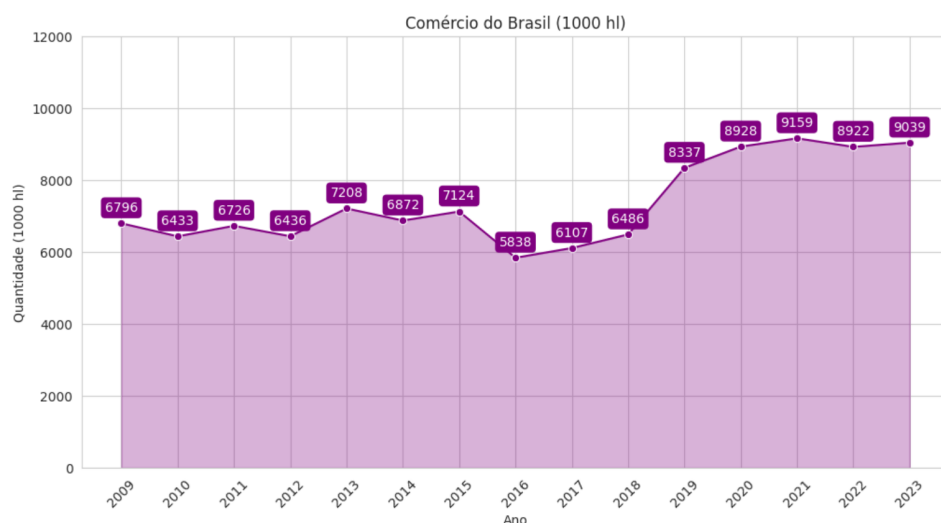
### Tendências de Consumo de Vinho no Brasil

Nos últimos 15 anos, o consumo de vinho no Brasil tem mostrado crescimento elevado. O país ainda é um consumidor moderado em comparação com mercados mais tradicionais, mas o interesse pelo vinho vem aumentando, impulsionado por fatores como o acesso a uma maior variedade de rótulos, o desenvolvimento da produção nacional e mudanças nos hábitos dos consumidores, que passaram a preferir bebidas de teor alcoólico moderado.

O gráfico abaixo mostra esse crescimento da comercialização de vinhos, totalizando um aumento de aproximadamente 33% nesse período.

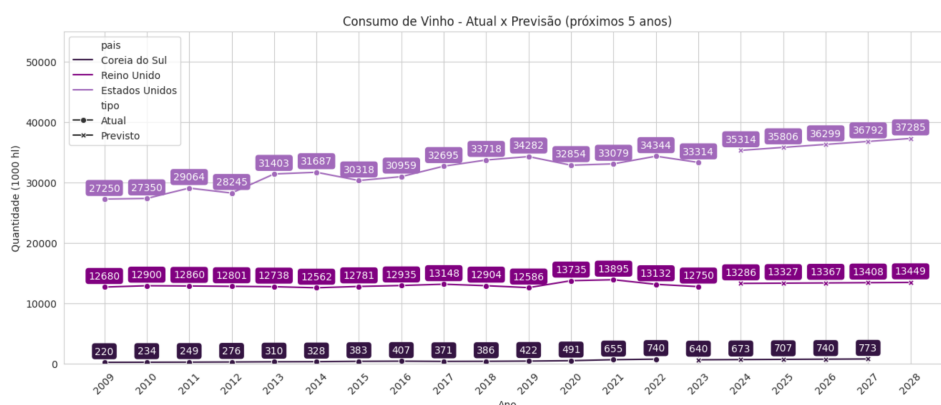
O consumo per capita no Brasil recentemente superou os 2 litros por ano. Esse aumento é mutio impactante para esse mercado, ainda que abaixo dos níveis em mercados tradicionais, como França e Itália.

A produção nacional, especialmente na Serra Gaúcha, vem ganhando preferência no mercado. Os consumidores valorizam a relação custo-benefício dos vinhos brasileiros, que têm se mostrado competitivos e de qualidade.



### Projeções Futuras e Ações Estratégicas

À medida que o mercado global de vinhos evolui, a ViniBrasil está determinada a consolidar sua presença internacional e fortalecer sua posição no Brasil. As projeções para os próximos anos indicam um aumento considerável no consumo de vinho em mercados emergentes, como Coreia do Sul, Estados Unidos e Reino Unido (principais mercados de exportação para a ViniBrasil).



Com isso em mente, pensamos nas seguintes ações estratégicas:

- **Diversificação dos Mercados de Exportação:** Expandir nossa presença em mercados emergentes promissores, como Coreia do Sul, Índia e América Latina. Esses países mostram um interesse crescente por vinhos premium e uma abertura para novos rótulos, criando oportunidades para a expansão de nossos produtos.
- **Expansão de Parcerias e Canais de Distribuição:** Ampliar nossas parcerias estratégicas, especialmente com distribuidores e importadores locais, para facilitar o acesso aos consumidores nos países-alvo. Além disso, continuaremos a investir em e-commerce, um canal que ganhou força durante a pandemia e que garante maior visibilidade e alcance para a nossa marca.
- **Monitoramento Econômico e Adaptabilidade:** Com as oscilações cambiais afetando diretamente as exportações, adotaremos uma abordagem flexível, que nos permita aproveitar momentos favoráveis de desvalorização do real. Manteremos, também, uma reserva de capital para absorver oscilações nos custos de exportação e lidar com possíveis mudanças nas cadeias de suprimentos.
- **Investimento em Infraestrutura e Capacidade Produtiva:** Para atender à crescente demanda, tanto interna quanto externa, continuaremos a investir na modernização de nossas instalações e na expansão de nossas vinhas. Esses investimentos são essenciais para garantir que a ViniBrasil mantenha a qualidade que diferencia seus produtos e possa atender de forma eficiente ao aumento de consumo.

Essas estratégias permitirão à ViniBrasil não apenas consolidar sua presença nos mercados onde já atua, mas também explorar novas oportunidades, fortalecendo sua reputação como uma marca de excelência entre os vinhos.



brasileiros. Nosso objetivo é garantir um crescimento sustentável e elevar nossa competitividade em um cenário global cada vez mais dinâmico e exigente.

#### **Referências:**

EMBRAPA. Vitíbrasil. Disponível em: [http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br/index.php?opcao=opt\\_01](http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br/index.php?opcao=opt_01). Acesso em: 04 nov. 2024.

ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA VIGNE ET DU VIN. *State of the world vine and wine sector in 2023*. 2023. Disponível em: [https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV\\_STATE\\_OF\\_THE\\_WORLD\\_VINE\\_AND\\_WINE\\_SECTOR\\_IN\\_2023.pdf](https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf). Acesso em: 04 nov. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. Crescimento do mercado de vinhos. *Revista Abrasel: Mercado e Tendências*, 2024. Disponível em: <https://abrasei.com.br/revista/mercado-e-tendencias/crescimento-mercado-vinhos/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

WINE-XT. 6 tendências para o mercado de vinhos na visão do trade. *Wine-XT Blog*, 05 out. 2023. Disponível em: <https://www.wine-xt.com/pt-br/blog/2023/10/5/6-tendencias-para-o-mercado-de-vinhos-na-visao-do-trade-Ctj3N>. Acesso em: 04 nov. 2024.

OPENAI. ChatGPT. *Assistente virtual*. Disponível em: <https://chat.openai.com/>. Acesso em: 04 nov. 2024.