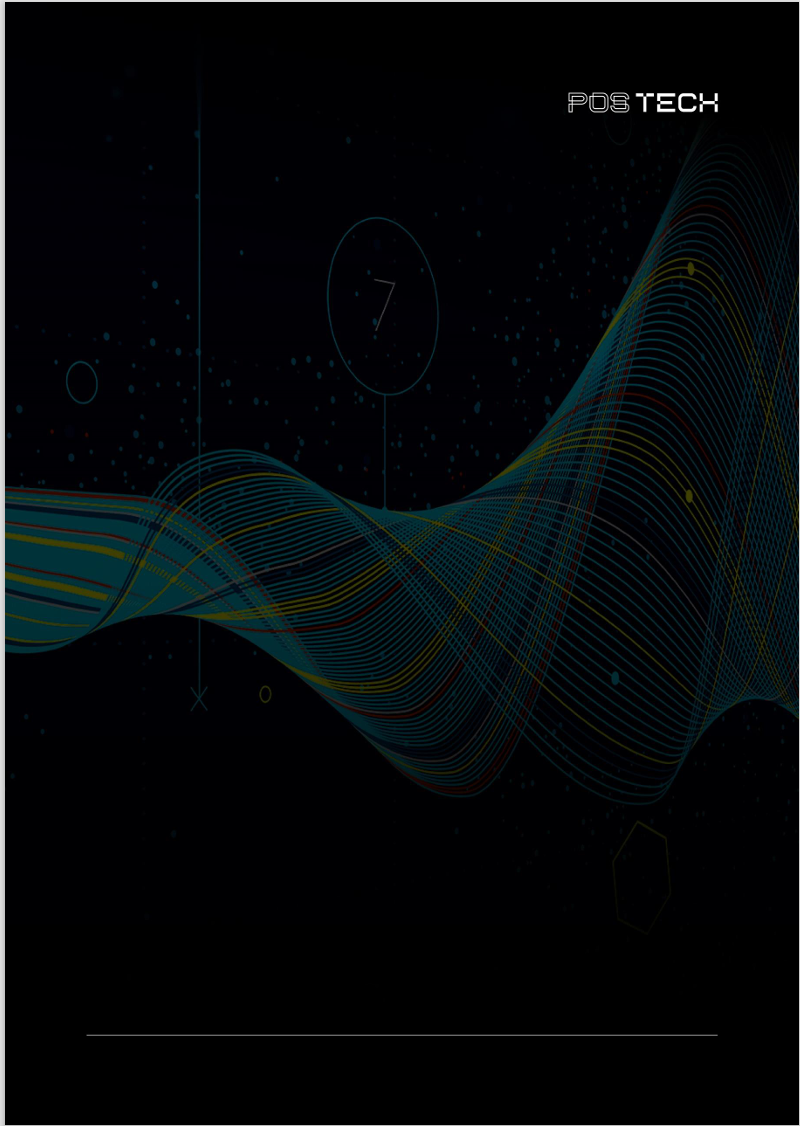
****

**Anniele Dellavanzi Honrado - RM:358971**

**Daniela Meneghello - RM: 356004**

**Maurício José de Lima - RM:358817**

**Pedro Vitor da Silva Pinto – RM: 358876**

**Pós Tech - Turma 7DTAT**

**Tech Challenge #1**

Sumário

[**Cenário Atual da Vinícola** 3](#_Toc180074362)

[**História da Empresa** 3](#_Toc180074363)

[**Localização Privilegiada** 3](#_Toc180074364)

[**Nossos Produtos** 3](#_Toc180074365)

[**Dados de Exportação** 3](#_Toc180074366)

[**Desafios e Oportunidades** 4](#_Toc180074367)

[**Sugestões de Ação** 5](#_Toc180074368)

[**Conclusão** 5](#_Toc180074369)

# **Cenário Atual da Vinícola**

## **História da Empresa**

A Venti Della Valle foi fundada em 1926 na região de Bento Gonçalves, “a Capital Nacional do Vinho”, no coração da Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul. Inicialmente, a vinícola começou como uma pequena produção familiar, focada na fabricação de vinhos tintos tradicionais. Com o passar dos anos, a empresa investiu em tecnologia e inovação, expandindo sua capacidade produtiva e diversificando seu portfólio para incluir vinhos brancos, espumantes e rosés.

## **Localização Privilegiada**

A Venti Della Valle está localizada em Bento Gonçalves, uma das principais regiões vinícolas do Brasil, conhecida por seu clima temperado, solos férteis e altitudes variadas, que proporcionam condições ideais para o cultivo de diversas variedades de uvas. A proximidade com centros logísticos e portos facilita a distribuição nacional e internacional dos produtos.

## **Nossos Produtos**

* **Vinhos Tintos:** Cabernet Sauvignon, Merlot, Tannat
* **Vinhos Brancos:** Chardonnay, Riesling, Sauvignon Blanc
* **Espumantes:** Método Tradicional (Chapenoise), Charmat
* **Rosés:** Pinot Noir Rosé

## **Dados de Exportação**

Atualmente, a Venti Della Valle exporta seus produtos para 10 países, sendo que em 2023, as exportações se deram de acordo com a tabela abaixo:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Pais | Volume exportado  (Kg) | Participação no Volume  (%) | Valor exportado  (USD | Participação no Valor  (%) | Preço médio por litro  (USD) |
| Estados Unidos | 41.371,02 | 76,21% | $ 77.236,38 | 53,85% | $ 1,87 |
| Alemanha | 865,08 | 1,59% | $ 5.733,54 | 4,00% | $ 6,63 |
| Argentina | 999,90 | 1,84% | $ 7.949,26 | 5,54% | $ 7,95 |
| França | 543,60 | 1,00% | $ 3.533,28 | 2,46% | $ 6,50 |
| Reino Unido | 2.718,24 | 5,01% | $ 20.291,28 | 14,15% | $ 7,46 |
| Japão | 4.358,98 | 8,03% | $ 10.978,20 | 7,65% | $ 2,52 |
| Canadá | 2.307,80 | 4,25% | $ 8.435,80 | 5,88% | $ 3,66 |
| Espanha | 32,40 | 0,06% | $ 750,78 | 0,52% | $ 23,17 |
| Austrália | 447,30 | 0,82% | $ 2.441,70 | 1,70% | $ 5,46 |
| Itália | 642,84 | 1,18% | $ 6.086,30 | 4,24% | $ 9,47 |
| Total | 54.287,16 | 100% | $ 143.436,52 | 100% | $ 7,47 (média) |

**Evolução das Exportações nos Últimos 15 Anos:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ano | Volume exportado (Kg) | Variação Volume (%) | Valor Exportado (USD) | Variação Valor Exportado (%) |
| 2008 | 276.308,56 | - | $377.498,14 | - |
| 2009 | 191.898,27 | -31% | $335.530,11 | -11% |
| 2010 | 109.386,67 | -43% | $228.883,32 | -32% |
| 2011 | 126.449,17 | 16% | $385.588,80 | 68% |
| 2012 | 107.908,31 | -15% | $267.550,04 | -31% |
| 2013 | 475.860,40 | 341% | $1.134.752,69 | 324% |
| 2014 | 189.332,90 | -60% | $730.110,92 | -36% |
| 2015 | 70.431,42 | -63% | $237.233,39 | -68% |
| 2016 | 89.363,19 | 27% | $304.582,97 | 28% |
| 2017 | 57.677,59 | -35% | $467.642,06 | 54% |
| 2018 | 72.582,75 | 26% | $247.201,11 | -47% |
| 2019 | 65.336,87 | -10% | $203.283,94 | -18% |
| 2020 | 72.451,43 | 11% | $169.786,11 | -16% |
| 2021 | 34.404,71 | -53% | $84.783,47 | -50% |
| 2022 | 61.650,54 | 79% | $160.651,01 | 89% |
| 2023 | 54287,16 | -12% | $143.436,52 | -11% |

# **Desafios e Oportunidades**

Podemos notar que as exportações apresentam uma grande variação ao longo dos anos, tendo tido um pico em 2013, e alternância entre crescimento e decrescimento nos últimos 8 anos, em se tratando de volume.

No início da pandemia de Covid-19, em 2020, houve um aumento no volume de exportação, porém, o valor não acompanhou essa alta.

Expectativa de expansão para novos mercados como México, Países escandinavos e mercados emergentes da África. O corpo diretivo espera uma volume de exportações com um crescimento entre 10% e 15% ao ano xxxxxx ( Investimentos em marketing e melhoria na logística???)

* **Desafios:**
  + Adaptação às regulamentações de diferentes mercados.
  + Sustentabilidade e Produção Ecológica.
  + Manutenção da qualidade diante de variações climáticas.
  + Competição com grandes produtores internacionais.
* **Oportunidades:**
  + Expansão para novos mercados emergentes na Ásia e África.
  + Investimento em tecnologias sustentáveis e certificações verdes.
  + Desenvolvimento de novos produtos alinhados às tendências de consumo.
  + E-commerce e Digitalização.

# **Sugestões de Ação**

1. **Consolidação de mercado e melhoria do preço médio**
   1. **Estados Unidos:**

O mercado norte americano é um dos maiores consumidores de vinho, sendo o maior importador do mundo, e tem demanda por vinhos de alta qualidade e regiões “não tradicionais” . O Brasil é visto como uma novidade neste assunto e os produtos têm boa receptividade, em especial tratando-se de vinhos sustentáveis.

O país já representa a maior parte das exortações da vinícola, e além de manter a após em rótulos naturais e sustentáveis, para atingir um público mais jovem e de perfil mais consciente, planejamos investir em campanhas de Marketing e trabalhar com diferentes importadoras, a fim de melhorar o valor médio por litro, que está bem abaixo dos demais países.

* 1. **Reino Unido**

O mercado britânico tem interesse em novos terroirs \* e variedade de rótulos, e os consumidores estão abertos a explorar vinhos de novas origens, incluindo a América do Sul, devido ao aumento de preços dos vinhos europeus tradicionais.

O país representa cerca de 5% do total de exportação em volume, porém tem um bom valor médio por litro, assim, sugerimos continuar apostando no país, focando especialmente em espumantes e rótulos orgânicos e naturais, para se destacar no mercado britânico.

.\* terroir: termo francês que reflete toda a influência do ambiente onde as uvas são cultivadas, incluindo solo, clima, topografia e até mesmo a cultura local

1. **Apostas em novos Mercados**
   1. **Serra Leoa**

A África, em especial os países da porção ocidental, tem um grande potencial consumidor de vinho Inexplorado.Esse mercado vem tendo um crescimento consistente, mesmo com a queda global. Isso se deve ao maior acesso à bebida pelo aumento das importações e maior educação sobre o vinho, além da expansão da classe média.

Apostar em rótulos que tenham foco num público urbano em jovem, como tintos equilibrados, e brancos refrescantes.

* 1. **México**

O mercado mexicano vem ampliando o seu consumo de vinhos nos últimos anos. Existe uma apreciação de vinhos de regiões vizinhas, e o Brasil pode ser visto como uma alternativa próxima, com rótulos que sejam inovadores.

Apostar em rótulos de vinhos branco frutados, que combinam bem com a culinária mexicana, além de vinhos com produção sustentável e orgânica tem boa aceitação no país. Além disso, vinhos tintos simples, que são os mais consumidos no país.

* 1. **Paises Escandivavos**

Os Países escandinavos têm uma boa aceitação de vinhos do Novo Mundo, em especial os provenientes da América do Sul e Austrália, além de terem preferência por rótulos de fermentação natural tintos. Os consumidores escandinavos também têm preferência por rótulos de produção sustentável.

Apostar em rótulos de vinhos tintos, de produção sustentável, para iniciar no mercado escandinavo, com intensa campanha de marketing voltada ao público jovem.

# **Conclusão**

Referências:

<https://www.vinetur.com/en/2024020677765/brazil-s-evolving-wine-landscape-market-trends-and-consumer-preferences.html>

<https://daily.sevenfifty.com/6-wine-industry-trends-to-watch-in-2024/>

<https://daily.sevenfifty.com/5-regions-wine-buyers-are-excited-about-in-2024/>

<https://www.theiwsr.com/seven-key-trends-that-will-shape-the-global-wine-industry-in-2024/>

<https://www.wine-xt.com/pt-br/blog/2023/10/5/6-tendncias-para-o-mercado-de-vinhos-na-viso-do-trade-Ctj3N>

<https://www.wine-xt.com/pt-br/blog/2023/1/21/5-pontos-para-ficar-de-olho-em-2023-yftt8>

<https://exame.com/casual/mercado-de-vinho-no-brasil-experimenta-movimento-crescente-algo-que-veio-para-ficar/>

<https://vaocubo.com/2024/09/29/vdp-a-fortaleza-vinho-alemao/#:~:text=A%20OIV%20tamb%C3%A9m%20aponta%20que,apenas%2028%25%20do%20mercado%20dom%C3%A9stico>.

<https://www.wine-xt.com/pt-br/blog/2019/8/30/dez-tendencias-do-mercado-global-de-vinhos-at-2025>

<https://prowinesaopaulo.com/noticias/o-potencial-inexplorado-do-vinho-na-africa/>

<https://www.ivv.gov.pt/np4/695/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=8300&fileName=Noruega_Agosto_2016.pdf>

<https://revistaadega.uol.com.br/artigo/habitos-de-consumo-na-noruega-diferem-dos-demais-paises-escandinavos_1190.html>

<https://revistaadega.uol.com.br/artigo/consumo-de-vinho-no-mexico-dobrou-em-dois-anos-e-pode-triplicar-ate-2018_9294.html>

<https://www.portugalexporta.pt/sites/default/files/2023-03/vinho-mexico.pdf>

ref India

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/invest-export-brasil/exportar/conheca-os-mercados/pesquisas-de-mercado/estudo-de-mercado.pdf/PMRIndiaBebidasAlcoolicas2017.pdf>