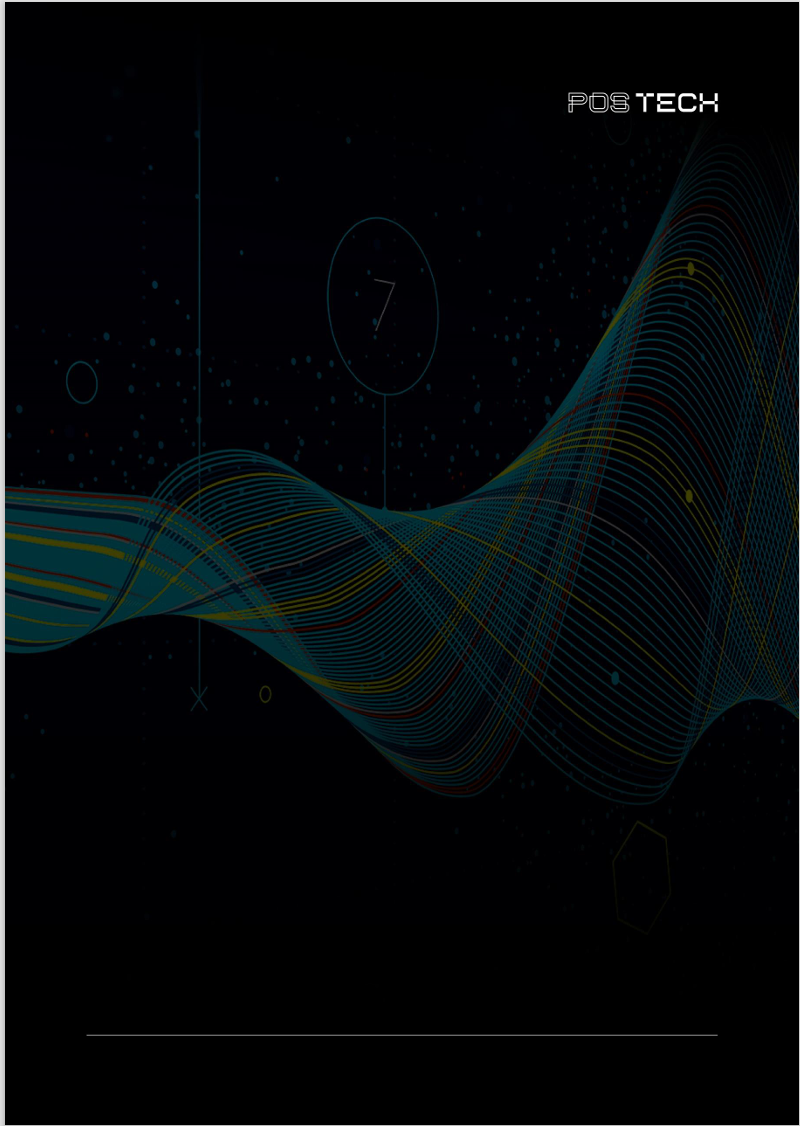
****

**Anniele Dellavanzi Honrado - RM:358971**

**Daniela Meneghello - RM: 356004**

**Maurício José de Lima - RM:358817**

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

**Pós Tech - Data Analisys 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 até 2022, o maior importador do mundo, segundo a OIV (International Organisation of Vine and Wine) e tem demanda por vinhos de alta qualidade de 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 exportações da vinícola, porém o vinho brasileiro tem uma representação bastante baixa no mercado americano, o que demonstra um grande espaço para expansão.

Além de manter a aposta 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 para as quais exportamos.

Incluir a visualização da representação do Brasil (volume de exportação do RS) vs. Consumo do país ao longo dos anos– colocar em log, para a visualização ficar melhor

* 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. Apesar da diminuição do consumo de vinho globalmente, e notadamente no mercado Europeu, o Reino Unido ainda tem o maior consumo de álcool do mundo, o que o mantem como um mercado alvo de expansão para nossas exportações.

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

Incluir a visualização de exportação da Venti dela Valle para o Reino Unido x Total de exportação da Venti dela Valle ao longo dos anos

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 – esta observação deve ir para o Rodapé, só está aqui, pois após incluir as imagens o texto pode mudar de página

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

De acordo com especialistas no mercado africano, o continente, em especial os países da sua porção ocidental, tem um grande potencial consumidor de vinho inexplorado. Esse mercado vem apresentando um crescimento consistente, mesmo com a queda global de consumo de álcool. Isso se deve ao maior acesso à bebida pelo aumento das importações e maior educação da população local sobre o vinho, além da expansão da classe média no país nos últimos anos.

Hoje, o país não faz parte das exportações da Venti dela Valle, porém o Brasil tem iniciados as exportações para Serra Leoa desde 2019.

Nesse contexto, sugerimos apostar em rótulos que tenham foco num público urbano e jovem, como tintos equilibrados, e brancos refrescantes, condizentes com o gosto e climas locais. É necessário trabalhar com importadoras para as campanhas de marketing para a introdução dos nossos vinhos no mercado africano, além de posicionar o preço médio entre US$1,80 e US$ 2,50. – que acham disso?

Incluir visualização da representatividade das exportações BR vs Consumo de Serra Leoa.

* 1. **México**

Embora o consumo de vinho no México ainda seja muito baixo se comparado a outros países, de acordo com o Conselho Mexicano Vitivinícola o mercado mexicano vem ampliando o seu consumo de vinhos nos últimos anos.

Cerca de metade do vinho consumido no país é importado, predominantemente de regiões da Europa, porém existe uma apreciação de vinhos de regiões mais próximas, como Estados Unidos e Chile. Sendo assim, o Brasil pode ser visto como uma alternativa de origem mais próxima, apresentando rótulos que sejam inovadores.

A sugestão é apostar em rótulos de vinhos branco frutados, que combinam bem com a culinária mexicana e vem apresentando crescimento de consumo, além de tintos que ainda compõem a maior parte do consumo local. Seguindo a mesma tendência mundial, rótulos com produção sustentável e orgânica tem boa aceitação no país.

O Brasil, hoje, tem uma representação quase nula no mercado mexicano, e seria importante estabelecer parcerias com importadoras locais e definir campanhas de marketing, em especial nos maiores centros urbanos e áreas turísticas, onde consumo de vinho fica mais localizado.

Incluir visualização de representatividade da exportação BRA vs consumo no México ao longo dos anos.

* 1. **Paises Escandinavos (Dinamarca, Noruega e Suécia)**

Os Países escandinavos são outro mercado que não fazem parte do portfólio de exportação da Venti Della Valle, e onde a participação das exportações brasileira no consumo local são quase nulas.

Apesar disso, vinhos do Novo Mundo, tem uma boa aceitação nesse mercado, pelo perfil progressista e pouco apegado às tradições desses consumidores.

Embora esse mercado não apresente tendências de forte expansão de consumo, a variação é bastante pequena nos últimos quinze anos, mesmo com a tendência global de queda no consumo de bebidas alcoólicas.

Nesse contexto, o Brasil pode ser apresentar como uma boa alternativa de origem, com vinhos mais leves e de boa qualidade, que vão de encontro aos gostos locais.

Esse mercado apresenta uma preferência por vinhos de fermentação natural tintos, jovens e frutados. Rótulos de produção sustentável tem a preferência dos consumidores, por ser uma região de alta consciência ambiental.

A sugestão é apostar em rótulos de vinhos tintos, de produção sustentável, para iniciar no mercado escandinavo, com intensa campanha de marketing voltada ao público dos maiores centros urbanos. É necessário estabelecer parcerias com importadoras locais, e trabalhar a colocação do preço médio por litro adequada, uma vez que esses países têm altas taxas incidentes sobre as bebidas alcoólicas, que acabam por afetar o consumo pelo alto preço final do produto para o consumidor.

Incluir visualização de representatividade da exportação BRA vs consumo nos países escandinavos ao longo dos anos.

Incluir visualização de variação no consumo de vinho dos países escandinavos ao longo do tempo

# **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>

Ref Mexico

https://sommeliere.com.br/2010/07/23/saludos-mexicanos/

<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>

<https://revistaadega.uol.com.br/artigo/consumo-de-vinho-no-mexico-deve-aumentar-13-nesse-ano_3434.html>

<https://forbes.com.br/forbesagro/2023/09/alem-de-tacos-e-tortilhas-mexico-que-ser-conhecido-pelos-seus-vinhos/#:~:text=Consumo%20interno%3A%201%2C2%20litro,n%C3%A3o%20importa%20vinhos%20do%20M%C3%A9xico>)

<https://blogvinhotinto.com.br/gerais/parceria-leva-encontros-culturais-sobre-vinho-brasileiro-para-cidade-do-mexico/>

<https://oespecialista.com.br/maior-importadora-de-vinhos-do-brasil-wine-expande-para-o-mexico/>

Ref Países Escandinavos

<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://winefun.com.br/suecia-lidera-consumo-de-vinhos-organicos-e-dita-outras-tendencias/>

<https://www.ivv.gov.pt/np4/696/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=1636&fileName=SueciaVinhosBreveApontamento.pdf>

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

<https://www.ivv.gov.pt/np4/696/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=1636&fileName=DinamarcaMercadoVinhoMesaAnaliseSectoria.pdf>

<https://vinhosemnodoa.blogs.sapo.pt/2021/02/>

Ref Reino Unido

<https://revistaadega.uol.com.br/artigo/reino-unido-e-o-maior-consumidor-de-vinho-importado_9090.html>

<https://revistaadega.uol.com.br/artigo/os-dez-tipos-de-vinhos-mais-populares-na-gra-bretanha_10828.html>

<https://amanha.com.br/categoria/mundo/o-aumento-dos-precos-do-vinho-atingiu-o-consumo-revela-oiv#:~:text=O%20ano%20de%202022%20foi,volumes%20consumidos%20a%20n%C3%ADvel%20mundial>.

<https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2024/10/09/ta-sobrando-vinho-na-europa-com-menos-gente-comprando-o-produto-setor-passa-por-uma-grave-crise.ghtml>

ref Africa

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