

# **Vitibrasil – Informações Mercadológicas sobre a Vinícolas Exportadoras.**

## **Relatório analítico de direcionamento de investimentos para exportação de vinhos e espumantes.**

**Período de análise: 2010 a 2024 com projeções até 2029.**

### **Equipe Técnica:**

**Alfonso J. T. Rodriguez – RM 361699**

**Gabrielle Silva Santos – RM 361901**

**Isac João Kahan de Barros – RM 364894**

**Luana Tavares Faiotto – RM 362722**

**Data: 28-05-2025**

## Sumário:

Introdução.....	03
Objetivo.....	04
Panorama das exportações.....	04
Metodologia de Coleta de Dados.....	05-08
Relevância dos Dados Recentes.	
Contexto Pandêmico e Pós-Pandêmico.	
Economia Global e Câmbio.	
Foco em Tendência e Previsibilidade.	
Decisão Baseada em Dados e Benchmarking.	
Análise SWOT com foco estratégico na consolidação de mercado.	
Matriz de Priorização de Mercados, Normatização e Nota Ponderada.	
Visão Estratégica Equilibrada:.....	09
Gráficos:.....	10-20
Faturamento em Us\$	
Litros Exportados.	
Litros Per Capita.	
Preço por Litro.	
Crescimento Populacional.	
Renda Per Capita.	
Nota Ponderada.	
Mitigação de Riscos e Oportunidades.....	20-21
Conclusão.....	21
Recomendações.....	21-22
Referências.....	22

## Introdução:

Este relatório tem como propósito oferecer uma visão estratégica, baseada em dados confiáveis e atualizados, para orientar os investimentos da empresa no mercado internacional de vinhos e espumantes. A análise apresentada considera fatores econômicos, demográficos, comerciais e de consumo, permitindo identificar oportunidades prioritárias, mitigar riscos e maximizar o retorno das ações de marketing no exterior.

Em um cenário global cada vez mais dinâmico e competitivo, identificar os mercados mais promissores e alocar os recursos de maneira eficiente é essencial para ampliar o **market share**, mitigar riscos e garantir retorno sustentável aos acionistas.

Para isso, foi adotada uma abordagem analítica estruturada que considera tanto os dados históricos (2010 a 2024) das exportações brasileiras de vinho e espumantes quanto projeções econômicas e demográficas dos países importadores. O estudo contempla a seleção dos **12 países com maior potencial de faturamento**, apoiado em critérios técnicos e benchmarking com padrões utilizados por entidades internacionais de comércio e investimento.

Este relatório está organizado de forma a conduzir o leitor, de forma organizada através do sumário a entender a organização dos dados, metodologia e análise dos dados e direcionamento dos investimentos.

Ao final, são apresentadas recomendações para a **tomada de decisão mais segura e estratégica**, com foco na geração de valor e expansão de seu **market share** internacional.

## **Objetivo:**

Estabelecer diretrizes para os investimentos em marketing, feiras e afins, com foco na expansão das exportações de vinhos e espumantes, identificando os mercados internacionais com maior potencial de crescimento e retorno, de modo a orientar decisões estratégicas da empresa.

## **Panorama das exportações:**

Nos últimos cinco anos, o setor vinícola brasileiro tem registrado um crescimento contínuo nas exportações, sustentado por três pilares estratégicos:

**Melhoria significativa na qualidade dos vinhos**, com foco em controle de terroir, processos mais modernos e certificações.

**Modernização das vinícolas**, com investimentos em tecnologia, sustentabilidade e enoturismo.

**Promoção internacional estruturada**, por meio de parcerias com entidades como o Ibravin (Instituto Brasileiro do Vinho) e a ApexBrasil, que têm ampliado a presença do vinho brasileiro em feiras internacionais (ProWein, London Wine Fair, Vinexpo, entre outras...).

**Entre 2018 e 2023**, o volume exportado oscilou entre 10 e 12 milhões de litros por ano, com destaque para o ano de 2022, que apresentou um dos maiores crescimentos da década (cerca de 43% em volume em relação ao ano anterior).

**Em 2023**, as exportações brasileiras de vinhos movimentaram aproximadamente US\$ 11,2 milhões, segundo dados da OIV (Organização Internacional da Vinha e do Vinho) e do Ibravin, com vendas para mais de 50 países.

Embora o valor absoluto ainda seja modesto no comparativo global, o potencial de expansão é significativo, dado o posicionamento ainda emergente do Brasil no mercado mundial de vinhos — o que representa uma janela estratégica para crescimento acelerado.

## Metodologia de Coleta e Análise de Dados:

Antes de apresentar os dados e as recomendações estratégicas, é fundamental observar que, ao longo de um **período de 15 anos (2010 a 2024)**, diversas variáveis macro e microeconômicas passaram por transformações significativas — como flutuações cambiais, crises sanitárias globais, instabilidades políticas e alterações regulatórias. Tais fatores impactam diretamente os mercados e podem distorcer a leitura de cenários atuais se não forem tratados com critérios adequados.

Dessa forma, adotamos uma abordagem metodológica mais refinada:

Inicialmente, analisamos os dados de faturamento das exportações brasileiras de vinho e espumantes dos últimos **15 anos (2010 a 2024)**, **a partir dos quais identificamos os 25 principais países compradores** (compradores historicamente relevantes, inclusive os que já foram grandes clientes). **Com base em estudos complementares, descritos ao longo deste relatório, realizamos um filtro técnico e estratégico, chegando aos 12 mercados prioritários (países) para recomendação de alocação estratégica de recursos para prospecção internacional.**

A seleção dos 12 países-alvo foi feita com base na análise detalhada dos dados **dos últimos 7 anos (2018 a 2024)**, isto visa evitar o fenômeno conhecido como **overfitting histórico, que ocorre quando o modelo de previsão "aprende demais" os padrões do passado, incluindo ruídos, exceções e comportamentos que já não refletem a realidade atual aliada a projeções (análise preditiva) fundamentadas para o período de 2025 a 2029.** Esta janela temporal oferece um equilíbrio entre histórico recente e tendências futuras, garantindo uma base sólida.

**A decisão por esse recorte está apoiada nos seguintes fundamentos:**

### Relevância dos Dados Recentes:

Os hábitos de consumo de vinho, preferências por tipos e origens mudam com o tempo.

Dados antigos podem refletir demandas que não existem mais.

Os processos de exportação e distribuição evoluíram com tecnologia e acordos logísticos mais modernos, o que altera margens, tempos e custos.

### **Contexto Pandêmico e Pós-Pandêmico:**

Durante o período da pandemia de Covid-19 (2020 e 2021), observamos comportamentos atípicos nas exportações. Para evitar que esses dois anos distorcessem os resultados, aplicamos a **metodologia de Suavização de Série Temporal**.

Essa técnica consiste em calcular a média entre os valores do ano anterior à pandemia, do ano da pandemia e do ano seguinte após a pandemia.

Esses ajustes nos permitem considerar o impacto excepcional desse período sem comprometer a qualidade preditiva do modelo.

### **Economia Global e Câmbio:**

De 2009 a 2014, por exemplo, o Brasil vivia outro ciclo econômico. Políticas cambiais, inflação e acordos internacionais eram muito diferentes dos atuais.

Incluir dados de 15 anos ignora reformas fiscais, mudanças cambiais e acordos comerciais atuais. Os últimos 7 anos refletem melhor o atual custo-benefício da exportação.

### **Foco em Tendência e Previsibilidade:**

Para modelos preditivos, dados mais recentes têm maior poder assertivo.

Quanto mais antigos os dados, maior o ruído estatístico.

Modelos de previsão baseados nos últimos 7 anos têm menor erro padrão, pois capturam melhor a sazonalidade, política cambial e preferências dos compradores atuais.

### **Decisão Baseada em Dados e Benchmarking:**

É prática comum em análise de mercado utilizar os últimos 7 anos de dados para projeções estratégicas. Empresas como McKinsey, BCG, Nielsen (maiores consultorias estratégicas do mundo), entre outras, seguem essa lógica.

Ao seguir benchmarks de análise de mercado e práticas adotadas por consultorias globais, estamos sendo mais aderentes à realidade e aumentando a assertividade nas decisões de investimento.

### **Análise SWOT por Mercado-Alvo:**

(Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) aplicada **especificamente a um país ou segmento onde sua empresa deseja atuar ou já atua**. É usada para avaliar estrategicamente **as condições de entrada, expansão ou fortalecimento de presença** nesse mercado.

### **Para isto, correlacionamos ao faturamento as seguintes variáveis:**

**Valor Médio do Preço por Litro Exportado** (Faturamento anual Ajustado / Litros Exportados - <http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br>).

**Exportação em Litros** (<http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br>).

**Exportação Per Capita (L/P)** (Organização Internacional da Vinha e do Vinho - OIV).

**Crescimento Populacional** (Dados Mundiais)

**Renda Per Capita** (World Bank, Banco Central Brasil).

**Total Nota Ponderada** (cada variável acima tem um peso conforme o grau de importância).

### **Matriz de Priorização de Mercado:**

A Matriz de Priorização de Mercado com base em pesos é uma ferramenta que permite comparar e classificar mercados-alvo utilizando critérios estratégicos definidos pela empresa, como potencial de consumo, crescimento do mercado, estabilidade econômica, competitividade local, avaliações do produto, entre outros.

Cada critério recebe um peso, que representa sua importância relativa para o sucesso da exportação. Os mercados são avaliados individualmente em cada critério, com notas padronizadas. Em seguida, cada nota é multiplicada pelo peso correspondente, e os resultados são somados, gerando uma pontuação final para cada mercado.

Essa pontuação permite ordenar os mercados por prioridade, ajudando a empresa a concentrar investimentos em países com maior potencial de retorno, de forma objetiva e baseada em dados.

Dados Utilizados	Grau de Importância	Peso (%)
Faturamento Anual Ajustado (Us\$)	Fundamental	24
Exportação de Vinhos e Espumantes (L)	Volume Físico Direto	6
Valor Médio por litros (Us\$)	Mensura o Lucro por litro	19
Exportação Per Capita (L)	Medir a Penetração das Exportações	6
Vinho Per Capita por País (L/P)	Analisar a Demanda	18
Crescimento Populacional (%)	Potencial de Consumo	10
Renda Per Capita (Us\$/Habitante)	Influência no poder de compra	17

\* **Pesos - Baseada em Lógica de Mercado.**

### Normalização de Dados (Min-Max Scaling):

Ao cruzar os valores históricos de exportações em dólar com indicadores estratégicos em outras escalas (percentual, litros ou até mesmo para equalizar valores em dólares de grandezas diferentes), se faz necessário para conseguirmos correlacionar diversos dados.

Ao uniformizar os dados em uma escala de 0 e 1, poderemos comparar valores distintos de forma justa e colocar os dados em pé de igualdade.

Se faz necessária, devido as variáveis estarem em escalas diferentes (Us\$, Litros, % e scores).

Variável	Normalizar?	
Faturamento Anual Ajustado (Us\$)	Sim	Valores em dólar.
Exportação de Vinhos e Espumantes (L)	Sim	Em litros.
Valor Médio por Litros (Us\$)	Sim	Valores em dólar.
Exportação Per Capita (Us\$)	Sim	Valores em dólar.



Vinho Per Capita (L)	Sim	Em litros.
Crescimento Populacional (%)	Sim	Em percentual.
Renda Per Capita (Us\$/Habitante)	Sim	Valores em dólar.

### **Nota Ponderada:**

Normalização de dados de cada variável vezes o peso, somando-se se dá o Total da Nota Ponderada.

Para direcionar melhor os investimentos descartamos a princípio os países com faturamento mensal menor que Us\$ 3.000,00/mês no escopo dos últimos 15 anos podendo focar em países mais promissores, objetivando evitar dispersão de recursos e focando nos principais países.

Toda esta lógica apresentada acima foi elaborada com estudos analíticos em Python e com uma planilha de apoio em Excel ([Link: Planilha com média ponderada, normalização de dados e Dados Preditivos](#))

---

### **Visão Estratégica Equilibrada:**

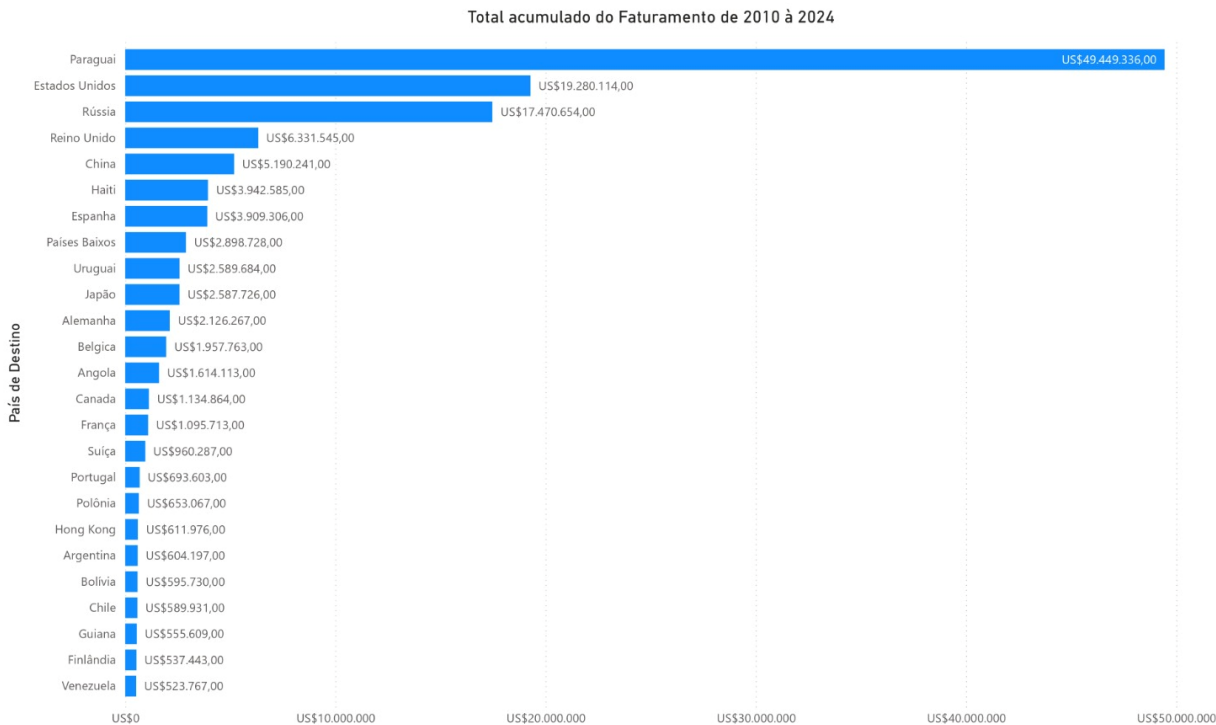
Essa abordagem não ignora o passado (2010 a 2024), ao contrário, ela o respeita, mas prioriza uma análise qualitativa e preditiva baseada nos dados mais recentes e relevantes (2018 a 2024). Isso evita a armadilha de um viés de curto prazo ou a supervalorização de comportamentos de compra pontuais que não se sustentam ao longo do tempo.

Por exemplo, um país pode ter registrado um pico de compras em um determinado período como ocorreu com a Rússia, mas, na ausência de consistência nos anos seguintes, não deve ser classificado como mercado prioritário. Nossa metodologia evita que esses casos pontuais influenciem indevidamente o direcionamento estratégico, exceto quando outras variáveis correlacionadas justificarem a priorização desse país.

Ao combinar volume histórico acumulado com desempenho recente, conseguimos manter o foco em mercados que demonstram tanto solidez quanto potencial de crescimento. Assim, o estudo viabiliza uma visão estratégica que equilibra robustez histórica e dinamismo atual, permitindo identificar mercados consolidados e também novas oportunidades.

Essa metodologia garante maior assertividade na identificação de mercados com maior potencial de retorno e menor risco para os investimentos futuros da empresa no cenário internacional.

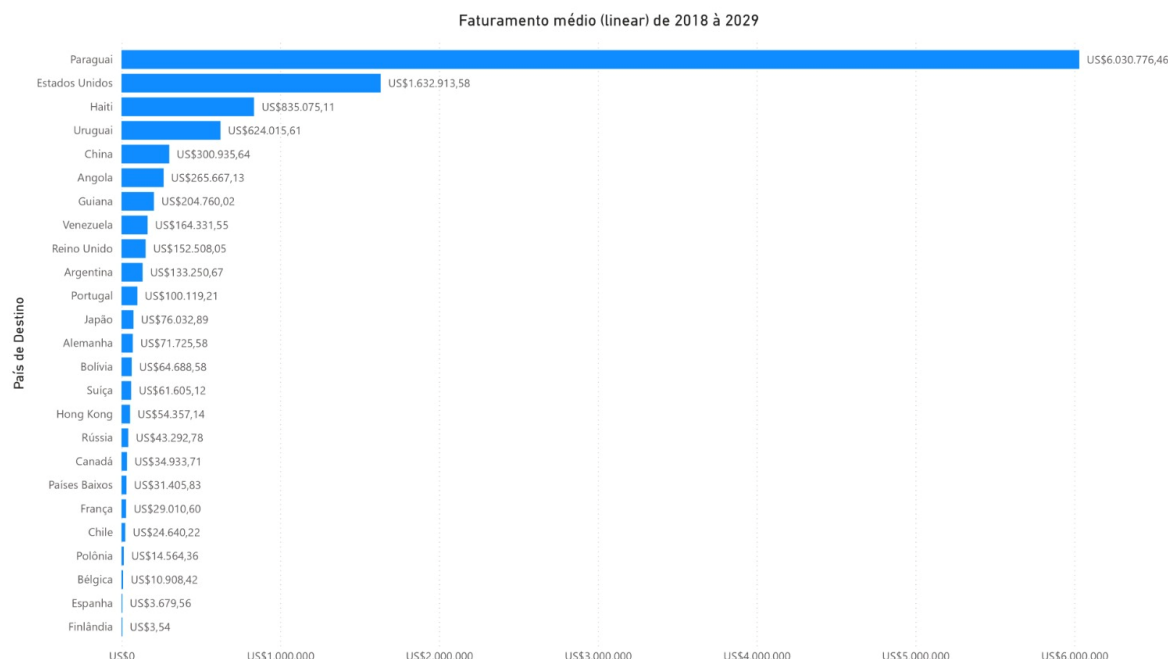
**Gráfico 01 - 25 principais países compradores (dados históricos):**  
Faturamento em Us\$ - (2010 a 2024 – 15 últimos anos).



Este **Gráfico 01**, marca o início da nossa análise, apresentando os 25 países que mais importaram do Brasil nos últimos 15 anos.

## Gráfico 02 - 25 principais países compradores (últimos 7 anos + 5 Anos preditivos):

Faturamento Ajustado - Média Linear em Us\$ de 2018 a 2029.



A partir do **Gráfico 01**, identificamos os 25 países que mais importaram entre 2010 e 2024. Em seguida, aplicamos um filtro baseado na média linear do período de 2018 a 2029, com o objetivo de realizar um pré-selecionamento dos 12 mercados mais relevantes.

Essa metodologia evidencia variações significativas na ordem dos países entre o **Gráfico 01** e o **Gráfico 02**, uma vez que permite equalizar os outliers e suavizar as oscilações nos faturamentos ao longo do tempo.

Como exemplo, observamos que Rússia apresenta um bom desempenho histórico no período de 2010 a 2024. No entanto, a falta de consistência nos anos mais recentes reduziu sua relevância, abrindo espaço para países com desempenho mais promissor e sustentável.

Do **Gráfico 02**, vamos selecionar os 2 primeiros países para direcionamento dos investimentos, baseado na constância de seus faturamentos e fatores descritos a seguir.

**Paraguai.**

**Estados Unidos.**

### **Paraguai:**

Proximidade geográfica e facilidade logística: O Paraguai é um país vizinho, com acesso facilitado por transporte rodoviário, o que reduz custos logísticos e prazos de entrega.

Baixa carga tributária para importação: O Paraguai possui políticas tributárias mais flexíveis para produtos importados, especialmente no comércio fronteiriço, o que favorece a entrada de vinhos e espumantes brasileiros a preços mais competitivos.

Porta de entrada para mercados secundários: O Paraguai também pode atuar como um ponto de redistribuição para outros países da América do Sul e até para o mercado asiático, devido à sua zona franca e movimentações comerciais específicas.

### **Estados Unidos:**

Maior mercado consumidor de vinhos do mundo: Os Estados Unidos são líderes mundiais em consumo de vinho em volume e valor, com um público diversificado e sofisticado que valoriza a diversidade de origens.

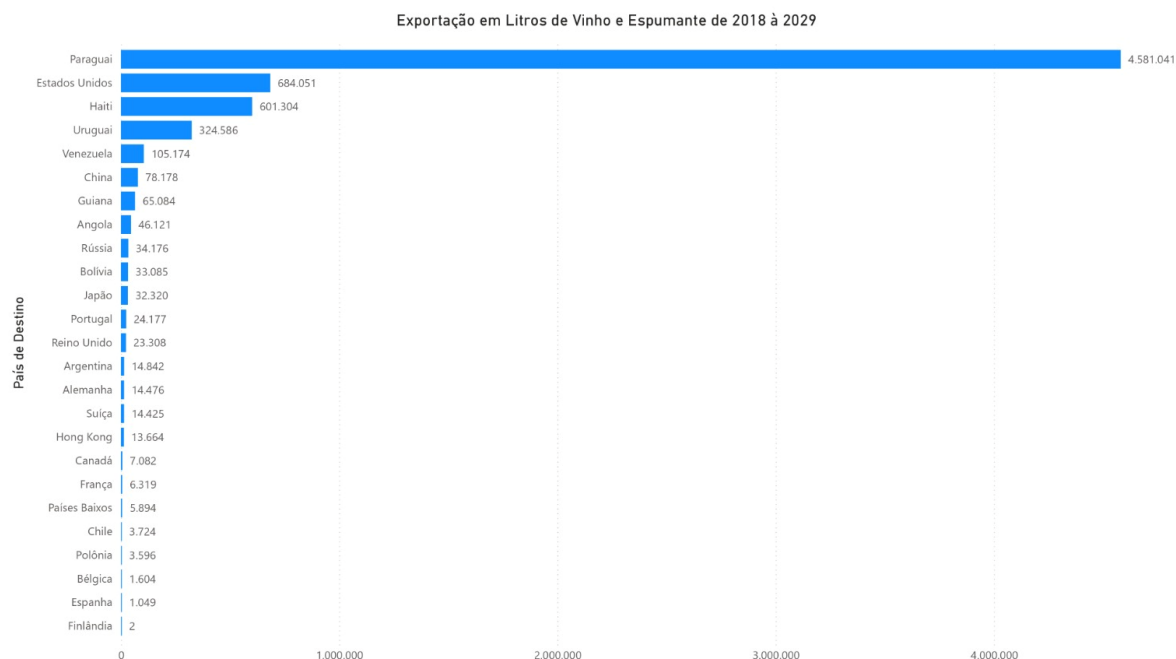
Segmentação regional: Mercados como Califórnia, Flórida, Texas e Nova York possuem alta concentração de consumidores premium, além de comunidades latinas abertas a produtos da América do Sul.

Alto poder de compra e consumo por ocasião: O consumo de espumantes está associado a celebrações e lifestyle, o que representa uma oportunidade de expansão no segmento premium e super premium.

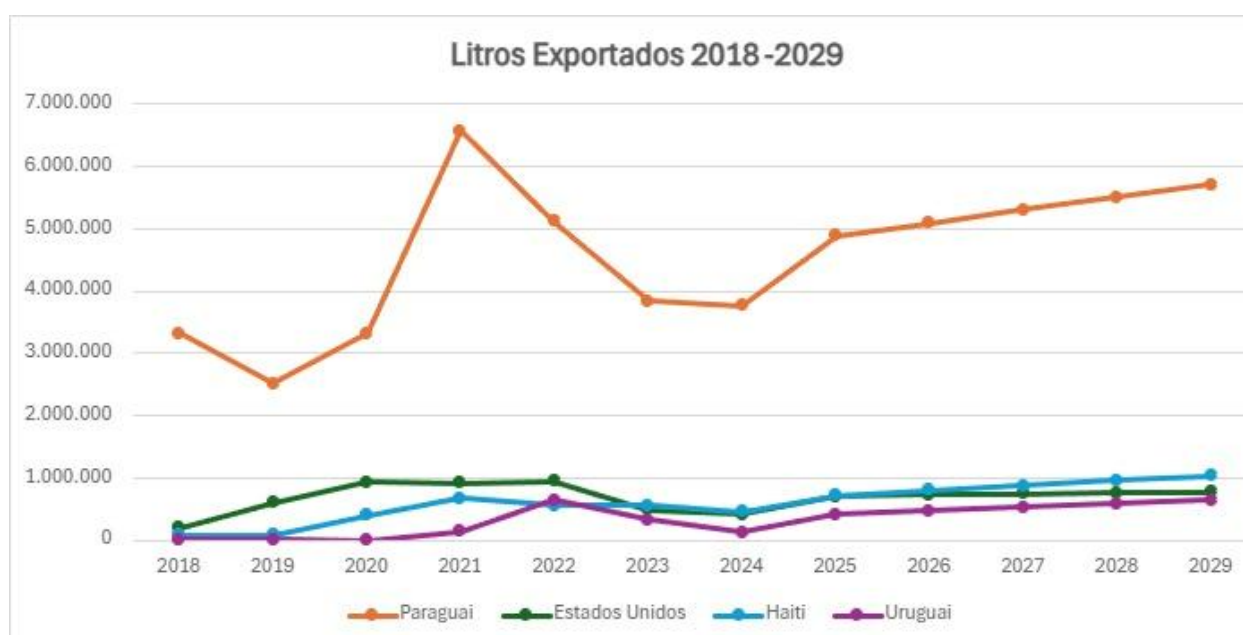
**A partir deste ponto, os gráficos apresentados foram elaborados com base nos dados consolidados entre 2018 e 2029 (Gráfico 02), tendo como referência os 25 principais países compradores identificados anteriormente e seguindo as metodologias previamente descritas.**

**O objetivo da análise gráfica é identificar os 12 países com maior potencial para investimentos em prospecção internacional. Essa abordagem estratégica visa evitar a dispersão de recursos em um número excessivo de mercados, promovendo foco, eficiência e mitigação de riscos. Para isso, em cada gráfico setorial, serão destacados os dois países mais promissores, assegurando uma priorização objetiva, fundamentada em dados e alinhada aos critérios estabelecidos.**

**Gráfico 03 - Litros Exportados (total de litros exportados por país):**  
(Média Linear de 2018 a 2029).

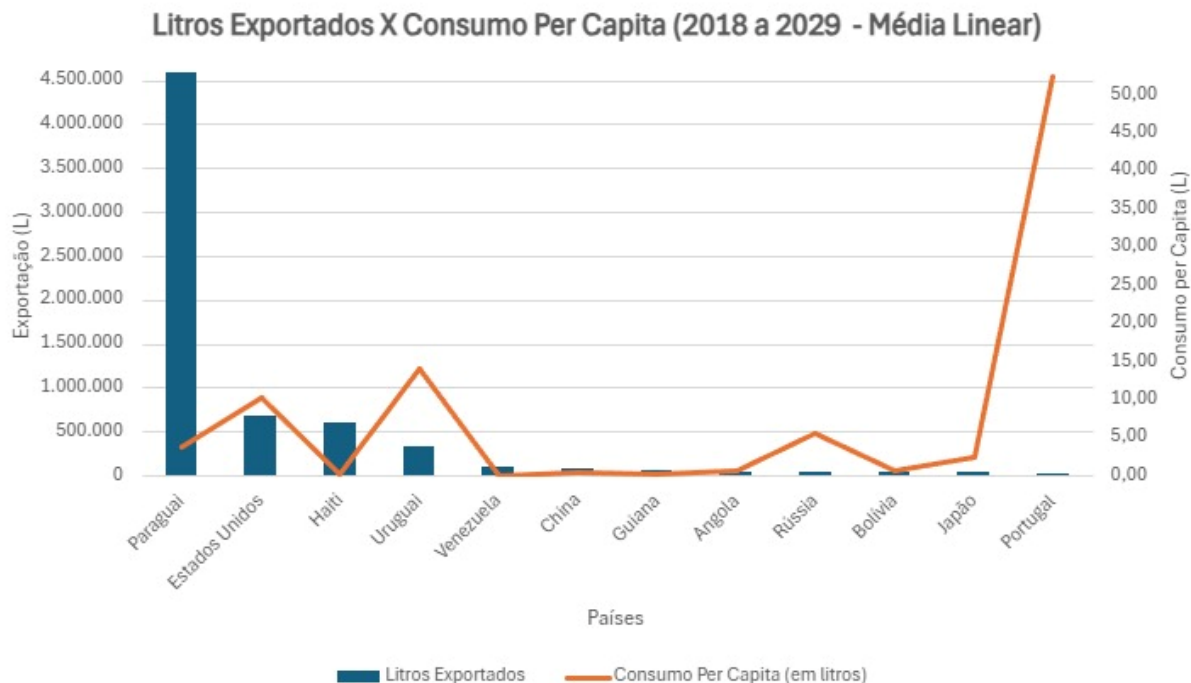


**Gráfico 04 - Litros Exportados (total de litros exportados por país):**



Estes **Gráficos 03 e 04** apenas reafirma o potencial de mercado dos 2 primeiros países selecionados.

**Gráfico 05 - Litros Exportados X Consumo Per Capita:**

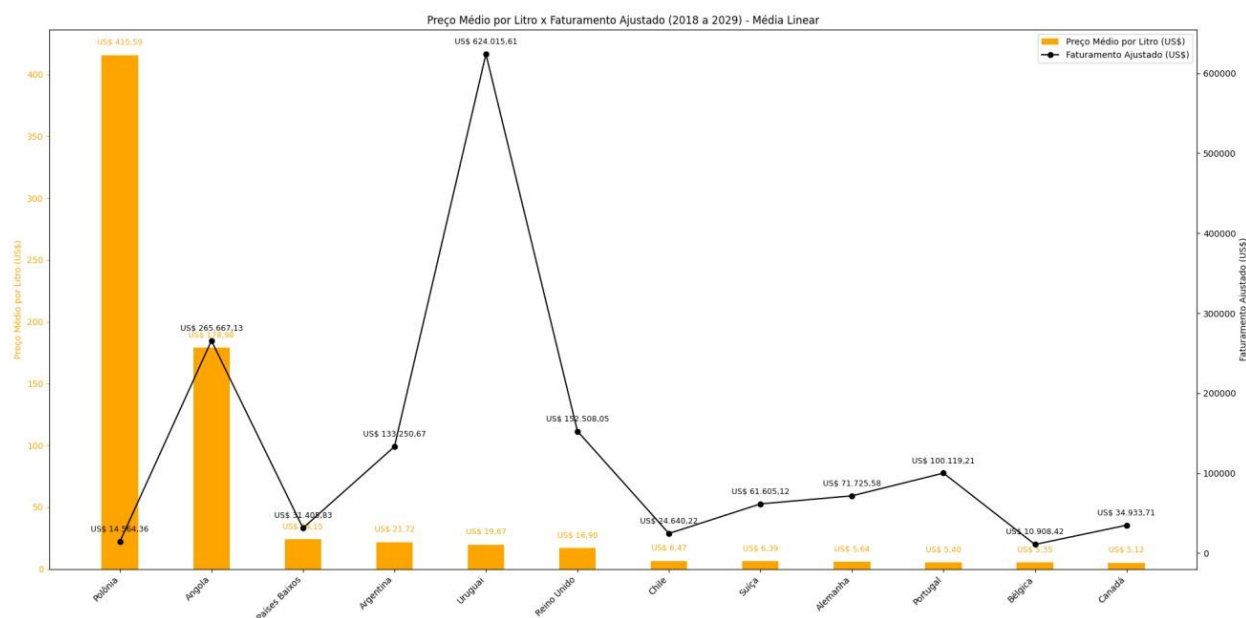


O **Gráfico 05** evidencia que **Uruguai** e **Portugal** apresentam um excelente consumo per capita de vinhos e espumantes, o que os posiciona como mercados com alto potencial, porém ainda subexplorados pelas exportações brasileiras.

Esses países já possuem uma cultura enogastronômica consolidada, o que facilita a aceitação de novos rótulos, especialmente aqueles que trazem identidade regional e características únicas, pontos fortes dos vinhos brasileiros.

Diante desse cenário, é fundamental direcionar esforços estratégicos de divulgação e promoção nesses mercados, aproveitando canais como feiras internacionais, eventos especializados, parcerias com distribuidores locais e campanhas digitais segmentadas. Além disso, ações focadas em diferenciação sensorial, sustentabilidade da produção e prêmios internacionais obtidos pelos nossos rótulos podem fortalecer a percepção de valor e estimular o crescimento das exportações para esses países.

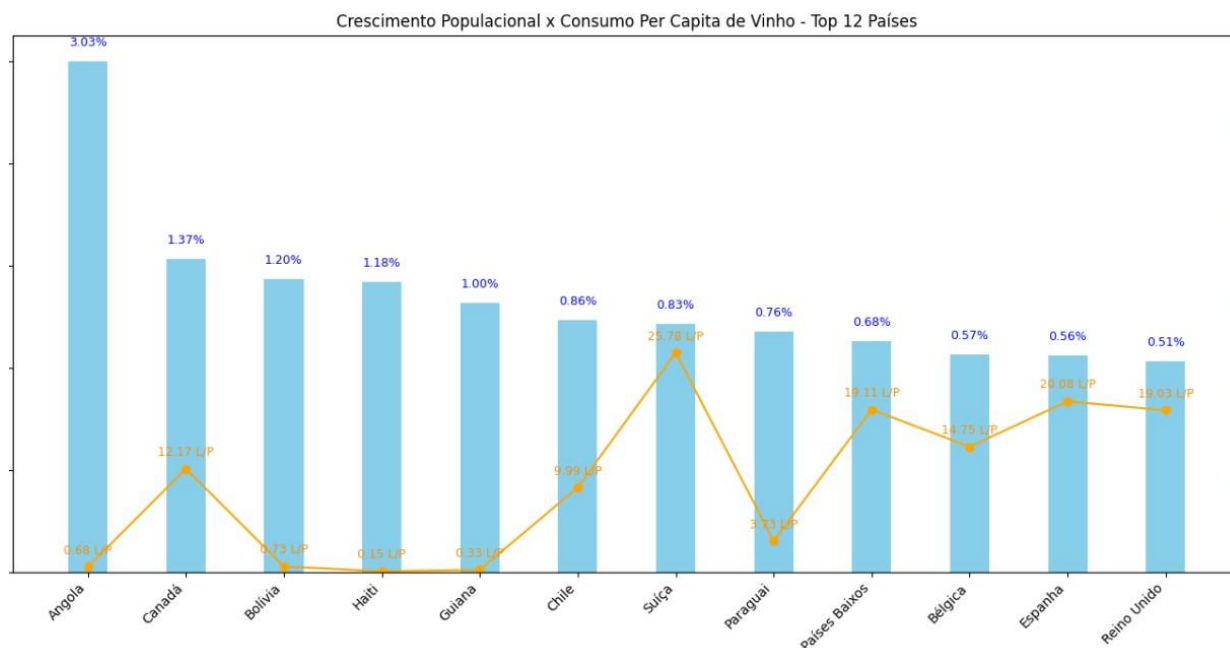
**Gráfico 06 - Preço Médio por Litro X Faturamento Ajustado:**  
(Média Linear 2018 a 2029).



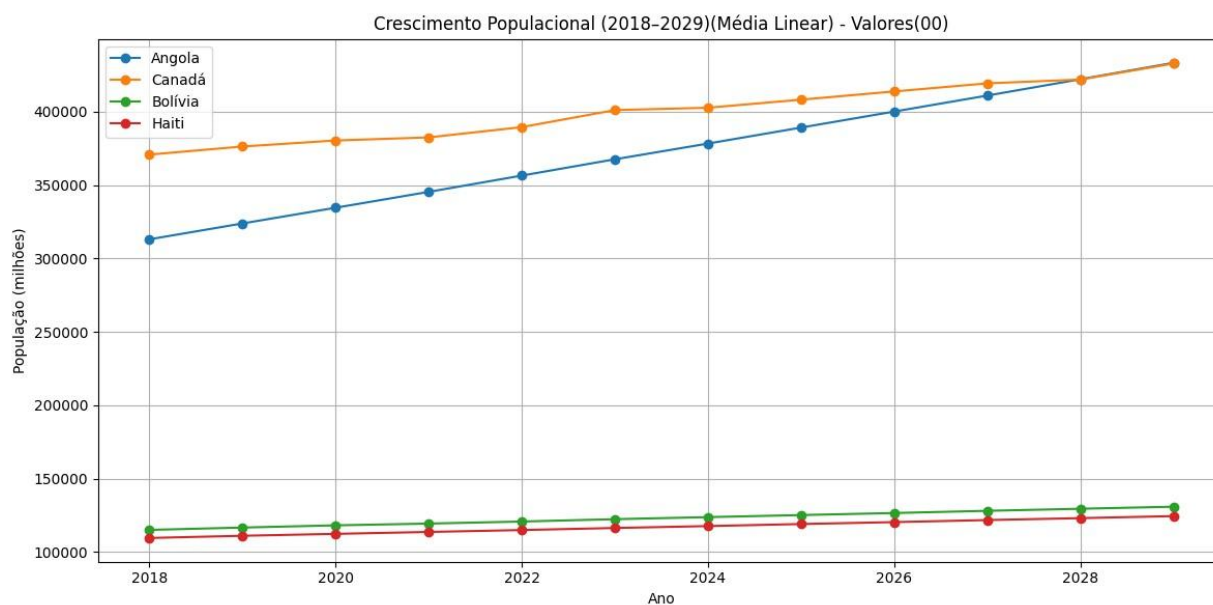
O **Gráfico 06** evidencia que **Polônia** e **Angola** apresentam um elevado valor por litro nas exportações de vinhos e espumantes brasileiros, embora ainda representem um faturamento total relativamente baixo. Esse cenário indica uma oportunidade estratégica: são mercados que já reconhecem o valor agregado do produto nacional, mas que ainda não foram explorados em seu pleno potencial. Investir em ações promocionais e fortalecer a presença nesses países pode gerar resultados significativos em termos de rentabilidade e consolidação de marca.

Investir na **Polônia** e em **Angola** é uma decisão estratégica inteligente, não apenas pelo potencial de crescimento em volume, mas principalmente pela alta margem de rentabilidade, que garante retorno mais rápido e sustentável. São mercados onde a valorização do produto brasileiro já acontece, e que, com ações bem direcionadas, podem se tornar referências para a consolidação de nossas marcas no cenário internacional.

**Gráfico 07 - Crescimento Populacional X Consumo Per Capita:**  
(Média Linear de 2018 a 2029).



**Gráfico 08 - Crescimento Populacional:**



Os **Gráficos 07** e **08** evidenciam o potencial exportador de vinhos ao analisarem a relação entre o crescimento populacional e o consumo per capita nos países do **Canadá** e da **Bolívia**. Ambos os mercados apresentam características relevantes que podem ser estrategicamente exploradas para a expansão das exportações brasileiras de vinhos e espumantes:



**Canadá:**

Crescimento populacional: 1,37%

Consumo per capita: 12,17 L/P

O **Canadá** combina um crescimento populacional considerável com um alto consumo per capita, refletindo uma cultura consolidada de consumo de vinhos. Além disso, trata-se de um país com elevado poder aquisitivo, abertura a vinhos importados e uma forte presença de comunidades latinas e europeias, que favorecem a aceitação de vinhos brasileiros. Estratégias como participação em feiras internacionais, parcerias com sommeliers locais, e certificações de qualidade podem elevar a percepção dos vinhos brasileiros no mercado canadense.

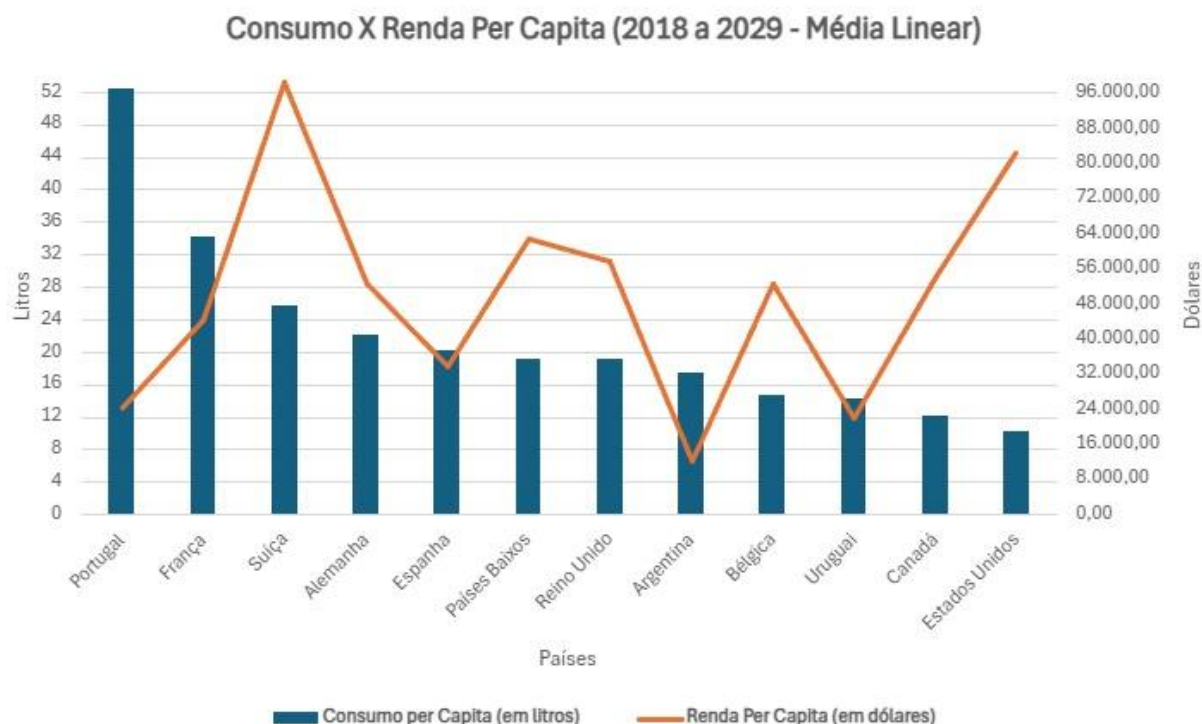
**Bolívia:**

Crescimento populacional: 1,20%

Consumo per capita: 0,73 L/P

A **Bolívia** apresenta uma boa taxa de crescimento populacional com um consumo per capita ainda modesto, mas promissor. Sendo um país fronteiriço com o Brasil, há vantagens logísticas e tarifárias que tornam o comércio mais acessível e competitivo. O mercado boliviano já demonstra crescente interesse por produtos enogastronômicos, especialmente em cidades como Santa Cruz e La Paz. Com ações direcionadas de marketing regional, programas de degustação e parcerias com redes de hotéis e restaurantes, é possível expandir a presença brasileira com boa margem e baixo risco.

### Gráfico 09 – Consumo X Renda Per Capita:



O **Gráfico 09** apresenta uma análise comparativa entre o consumo per capita de vinhos (em litros) e a renda per capita (em dólares) em diversos países, considerando a média entre 2018 e 2029. A partir dessa visualização, é possível identificar mercados com alto potencial para exportação de vinhos, equilibrando o poder de compra da população com o hábito de consumo. Com base nesses critérios, destacam-se a **Suíça** e a **França** como mercados estratégicos para direcionar os investimentos, devido à combinação entre **elevada renda per capita e consumo relevante**, o que representa oportunidades tanto em volume quanto em valor agregado.

#### Suíça:

Renda per capita altíssima (acima de 90 mil dólares): demonstra grande poder aquisitivo.

Consumo per capita relevante (aproximadamente 26 litros): mesmo não sendo o maior consumidor, o poder de compra justifica foco em vinhos premium e espumantes de alta qualidade.

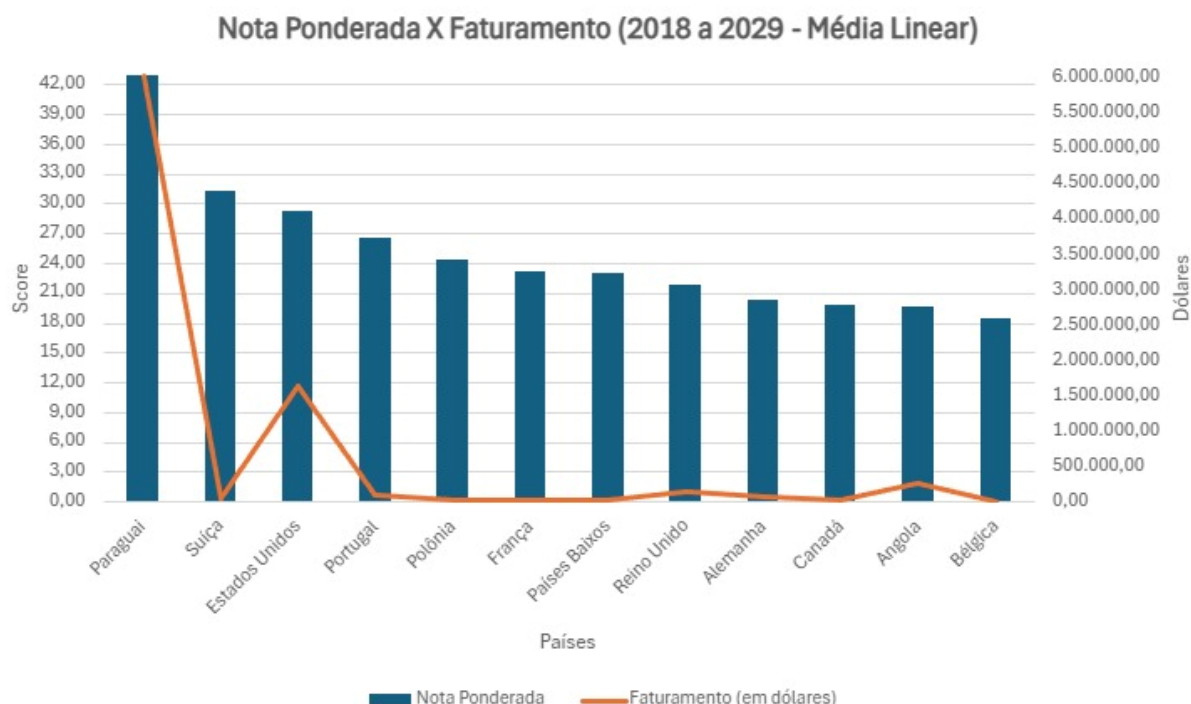
Mercado exigente, com valorização de produtos importados e tendência à sofisticação do consumo.

### França:

Consumo elevado (mais de 30 litros per capita) e renda per capita significativa.

Exportações voltadas ao público jovem e mercados regionais com menor presença de marcas tradicionais francesas.

**Gráfico 10 - Total da Nota Ponderada (Matriz de Priorização de Mercado):**



O **Gráfico 10** apresenta uma Matriz de Priorização de Mercado construída com base em uma nota ponderada que considera diversas variáveis estratégicas, como faturamento, exportação litros de vinhos, valor médio por litro, exportação per capita, consumo per capita, crescimento populacional e renda per capita.

Essa abordagem permite identificar os países com maior potencial de retorno para ações de divulgação, mesmo que ainda não se destaquem em termos de faturamento. Ao cruzar esses indicadores, destacam-se oportunidades relevantes em mercados emergentes e em consolidação para o vinho brasileiro.

### Reino Unido:

Apresenta uma nota ponderada elevada, o que evidencia seu potencial estratégico para as exportações de vinho. Embora o faturamento atual ainda seja modesto, os indicadores mostram crescimento no interesse por vinhos importados e

uma evolução positiva no poder aquisitivo da população. Isso torna o país uma aposta promissora para ações de marketing e divulgação voltadas à consolidação do vinho brasileiro.

### **Países Baixos:**

Com uma pontuação ponderada relevante e um mercado consumidor maduro, representam uma excelente oportunidade para ampliar a participação brasileira.

Apesar do faturamento atual não refletir plenamente esse potencial, há espaço para crescimento, especialmente entre consumidores que valorizam vinhos de qualidade e estão abertos a novas origens. Investir na visibilidade da marca brasileira pode resultar em ganhos consistentes a médio prazo.

### **Mitigação de Riscos e Identificação de Oportunidades:**

Com base em todas as análises e fundamentos apresentados, é possível direcionar os investimentos de forma mais assertiva e estratégica.

### **Os 12 países selecionados:**

Angola,  
Bolívia,  
Canadá,  
Estados Unidos,  
França,  
Países Baixos,  
Paraguai,  
Polônia,  
Portugal,  
Reino Unido,  
Suíça,  
Uruguai.

Com base em uma metodologia estruturada e nas evidências apresentadas nos gráficos, foram identificados mercados prioritários definidos por critérios robustos de Análise de Dados e Inteligência de Mercado. Essa abordagem permite direcionar os investimentos em marketing de forma estratégica e baseada em dados, reduzindo

riscos e aumentando significativamente as chances de expansão do **market share** em mercados internacionais com alto potencial de retorno.

### **Conclusão:**

Este relatório apresenta uma proposta estratégica sólida e fundamentada para o direcionamento dos investimentos em marketing internacional da empresa, com o objetivo de ampliar sua presença global e aumentar seu **market share** no competitivo mercado de vinhos.

Através da análise de dados de exportação entre 2018 e 2029 e com base em critérios técnicos de seleção, foram identificados os 12 países com maior potencial de retorno sobre investimento. Essa decisão foi apoiada por uma metodologia que combina robustez histórica e foco preditivo, evitando distorções causadas por eventos atípicos e assegurando a coerência com os padrões utilizados por fundos internacionais e entidades comerciais.

A abordagem adotada permite mitigar riscos, otimizar o uso de recursos financeiros e concentrar esforços nos mercados mais promissores, equilibrando tradição com inovação e inteligência de mercado. A análise SWOT por mercado-alvo, aliada à normalização dos dados e à comparação de tendências recentes, fortalece a assertividade do plano de ação.

Com essa visão clara e estruturada, a empresa está preparada para tomar decisões estratégicas baseadas em evidências, abrindo caminho para a expansão sustentável no cenário internacional e consolidando sua reputação como referência em vinhos brasileiros de qualidade.

### **Recomendações:**

Diante das análises realizadas e dos dados apresentados, recomenda-se que a empresa **mantenha sua estratégia de expansão internacional**, com especial atenção à **canalização de novos investimentos de marketing, promoção e prospecção comercial nos 12 países selecionados neste estudo**.

Essa abordagem permitirá otimizar os recursos financeiros, **maximizando o retorno sobre investimento (ROI)** e ampliando de forma estratégica o faturamento por

meio do crescimento do **market share** internacional, com foco em mercados de maior consistência e potencial.

### **Referências:**

Dados da Vitivinicultura:

[http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br/index.php?opcao=opt\\_01](http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br/index.php?opcao=opt_01)

World Bank (Indicadores econômicos mundiais):

<https://www.worldbank.org/ext/en/home>

Exchange-Rates.org (Indicadores econômicos mundiais):

<https://www.exchange-rates.org/>

Banco Central do Brasil (Indicadores econômicos):

<https://www.bcb.gov.br/>

MacroTrends (Indicadores econômicos mundiais):

<https://www.macrotrends.net/>

OIV - Organização Internacional da Vinha e do Vinho:

<https://www.oiv.int/>