

Os vinhos brasileiros no mercado internacional

Uma análise de dados das exportações e importações de vinhos de mesa do país e seus resultados

Por Renan Costa Viana

Trabalho de conclusão de fase (Tech Challenge) feito para o curso de pós-graduação de Data Analytics da Faculdade de Informática e Administração Paulista (FIAP)

1. Introdução

O mercado de vinhos no Brasil nunca foi um dos destaques do país, mesmo entre somente os produtos de origem agrícola ou alcoólicos. Não é incomum o desejo por vinhos argentinos ou chilenos por aqui e lá fora as marcas italianas e francesas ainda são a imagem que vem a mente quando falamos dessa bebida.

Porém, alguns eventos marcam uma possível virada desse cenário. Marcas brasileiras passaram a ganhar destaque em competições do exterior, abrindo um espaço que antes era pequeno, senão inexistente. Além disso, com as mudanças climáticas, colheitas passaram a ter problemas ao redor do mundo, deixando a oportunidade para o Brasil suprir essa demanda.

Hoje existe muita incerteza quanto ao futuro da economia internacional, seja por mudanças tecnológicas impensáveis ou guerras comerciais e políticas, mas ainda assim é válido pensar no passado para enxergar estratégias possíveis para o crescimento do mercado de vinhos e do país.

Essa pesquisa tem como objetivo analisar as exportações de vinhos brasileiros para o exterior e a importação de vinhos estrangeiros para o país, assim como a balança comercial dessas relações internacionais, e entender se uma estratégia voltada ao crescimento das exportações desse produto faz sentido.

2. Metodologia

Para a execução desse trabalho foram usados dados da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) de exportações e importações de vinhos de mesa do Estado do Rio Grande do Sul, que representam 90% da produção nacional.

Esses dados se iniciam em 1970, porém utilizamos aqueles a partir de 2000 para poder transformar os valores de dólares para reais e termos um horizonte mais próximo ao de hoje.

Para a conversão de moedas foram usados os PTAX médios de cada ano, tirando assim efeitos sazonais que poderiam afetar as conversões se fossem usados os valores do fim do ano. Os dados foram obtidos no site do Banco Central.

Ano	PTAX
2000	R\$ 1,83
2001	R\$ 2,35
2002	R\$ 2,93
2003	R\$ 3,07
2004	R\$ 2,93
2005	R\$ 2,43
2006	R\$ 2,18
2007	R\$ 1,95
2008	R\$ 1,84
2009	R\$ 1,99
2010	R\$ 1,76
2011	R\$ 1,67
2012	R\$ 1,95

Ano	PTAX
2013	R\$ 2,16
2014	R\$ 2,35
2015	R\$ 3,34
2016	R\$ 3,48
2017	R\$ 3,19
2018	R\$ 3,66
2019	R\$ 3,95
2020	R\$ 5,16
2021	R\$ 5,40
2022	R\$ 5,17
2023	R\$ 5,00
2024	R\$ 5,39

Os valores também foram corrigidos pela inflação, usando como ano base 2024 (último disponível na base). O índice escolhido foi o IGPM dado que ele representa uma inflação mais geral, não somente voltada ao consumidor final como o IPCA, e normalmente é utilizado quando falamos de negócios e empreendimentos. Os dados foram obtidos no site Dados de Mercado.

Ano	IGPM
2000	9,95%
2001	10,37%
2002	25,30%
2003	8,69%
2004	12,42%
2005	1,20%
2006	3,85%
2007	7,75%
2008	9,81%
2009	-1,71%
2010	11,32%
2011	5,10%
2012	7,81%

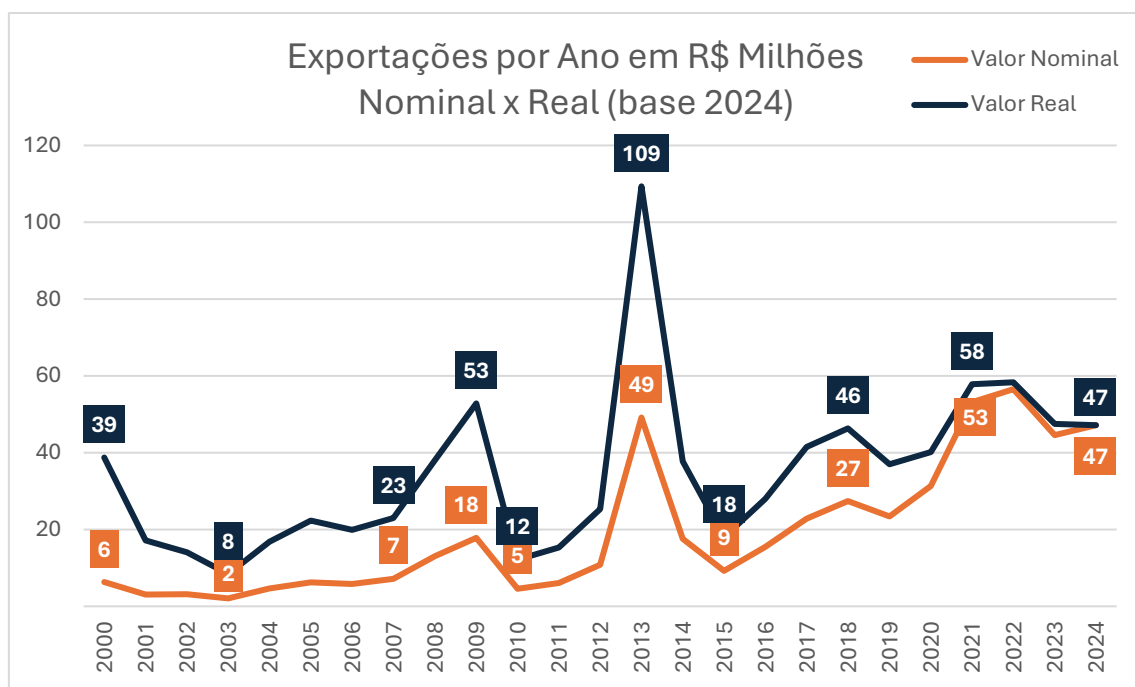
Ano	IGPM
2013	5,53%
2014	3,67%
2015	10,54%
2016	7,19%
2017	-0,53%
2018	7,55%
2019	7,32%
2020	23,14%
2021	17,79%
2022	5,46%
2023	-3,18%
2024	6,54%

3. Análise das Exportações

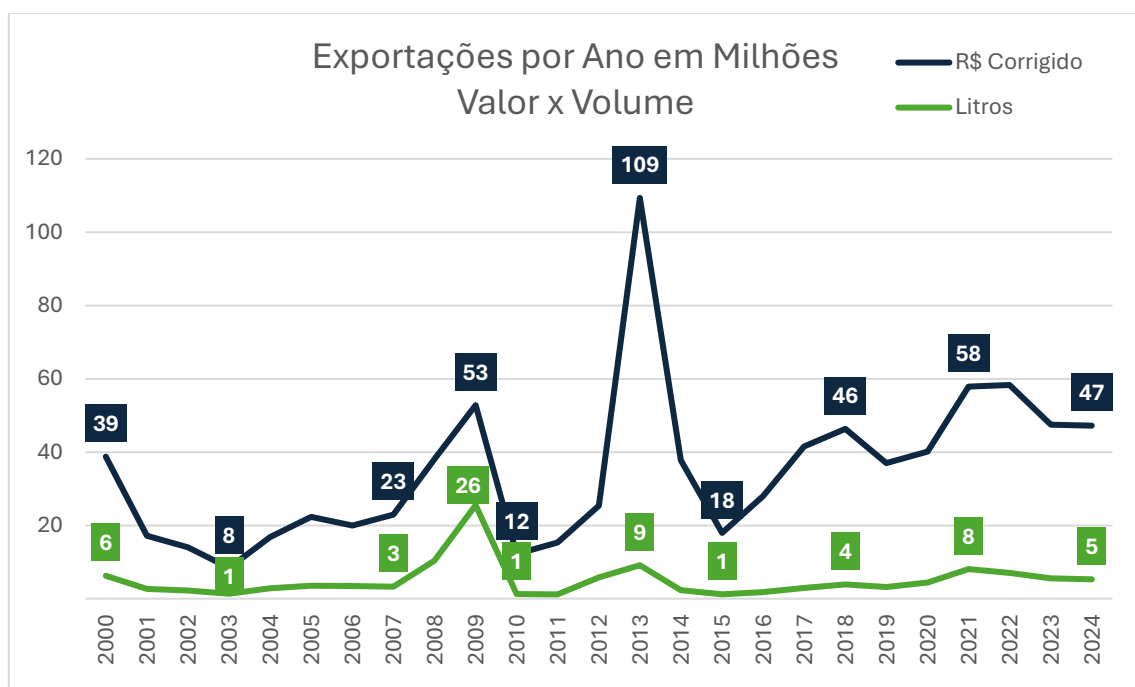


Pela maior parte do período não houve grandes diferenças entre os valores em dólares americanos e reais, porém a partir de 2015 houve um descolamento das linhas. Esses anos foram turbulentos no mercado de câmbio seja por fatores externos (como a guerra comercial EUA-China e a pandemia) ou internos (impeachment e escândalos da JBS envolvendo o então presidente).

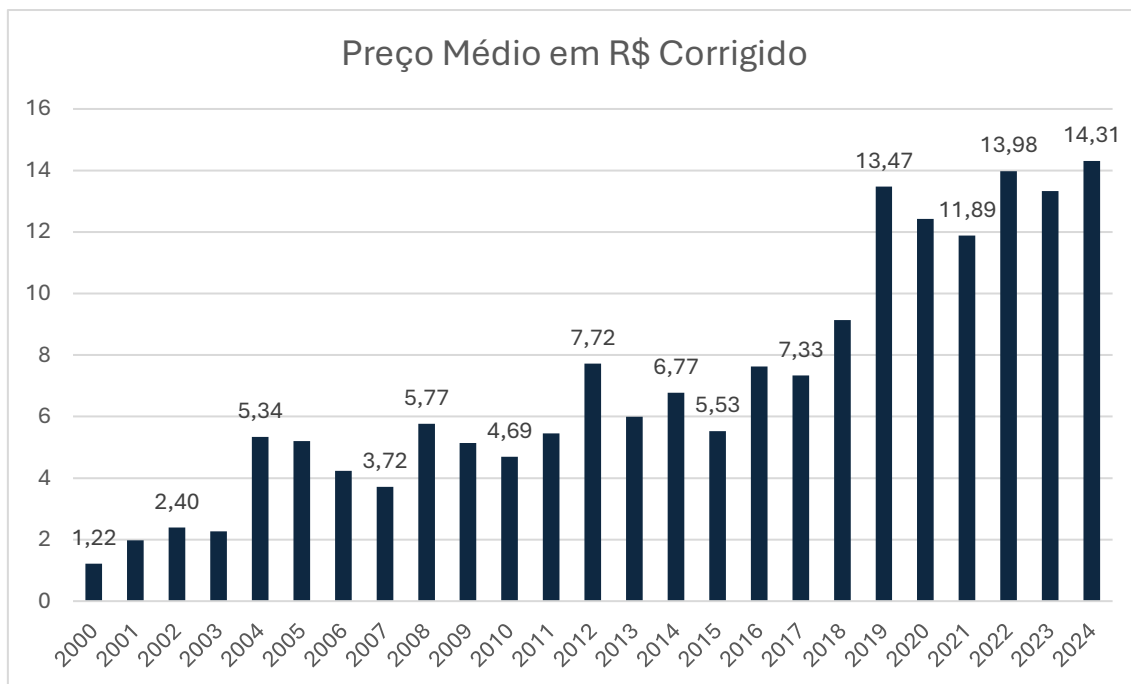
É válido destacar aqui o ano de 2013, onde houve um pico anormal devido a uma política de vendas a Rússia feita pelo governo, um ano antes da crise da Crimeia. Esse não foi um evento comum e por isso se destaca tanto dos outros dados.



Na relação entre os valores nominais e reais (corrigidos pela inflação), os comportamentos são mais previsíveis, com impactos maiores nos picos. Podemos ver que tirando os outliers as exportações tem de fato aumento em valor.



Quando fazemos a comparação entre os valores corrigidos e o volume podemos ver que os impactos monetários (câmbio e inflação) têm mais efeito sobre os valores exportados do que a quantidade de vinho de fato vendida.



Os preços médios do litro por ano mostram esse padrão, com um aumento significativo, principalmente de 2019 em diante.

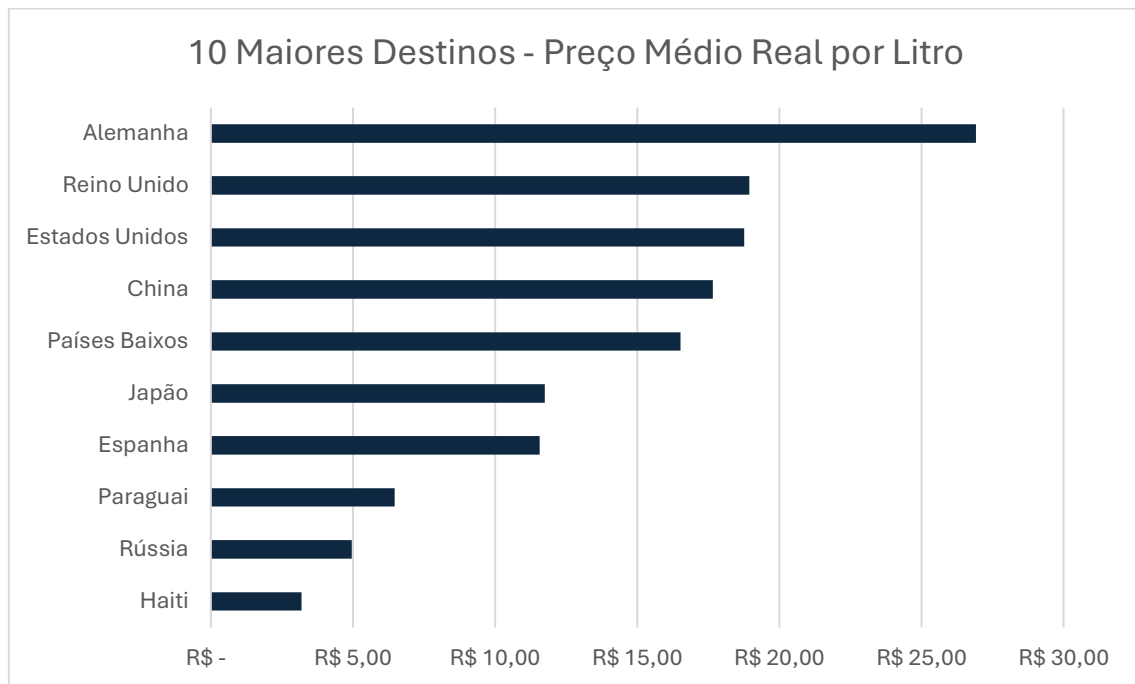


Entre os principais destinos de exportações o único vizinho ao Brasil é o Paraguai, muito próximo ao Rio Grande do Sul. Porém, o preço médio fica entre os mais baixos dos 10 maiores.

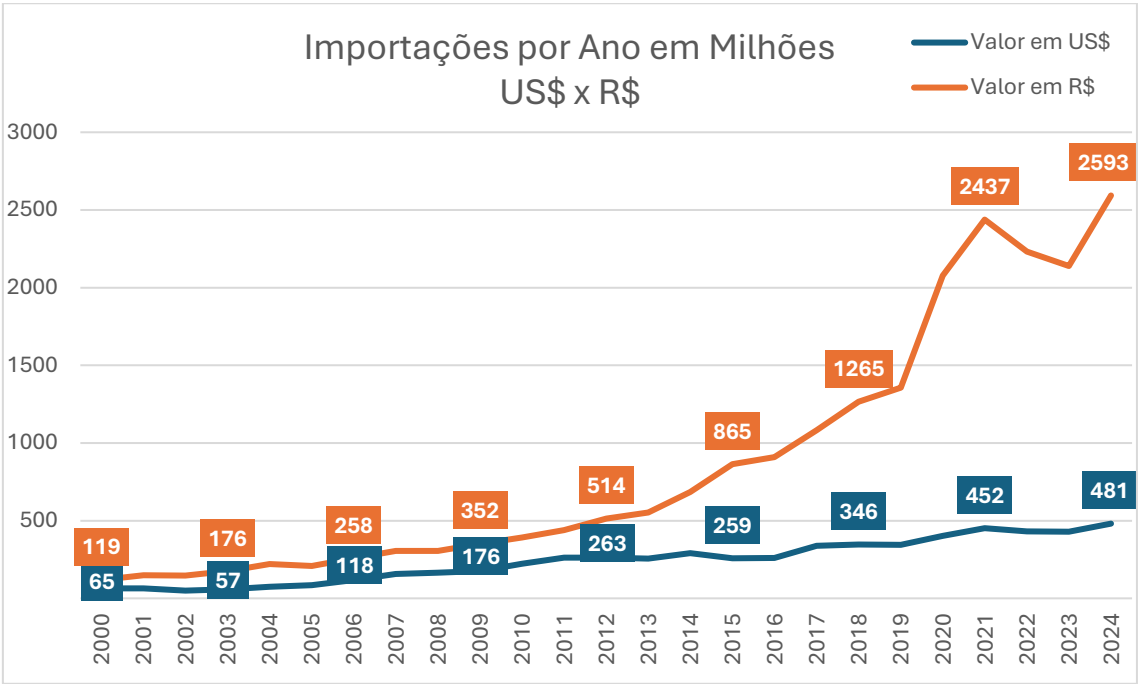
Mesmo que o pico de 2013 tenha sido exclusivo daquele ano, foi suficiente para colocar a Rússia em segundo lugar, mas mais uma vez com um preço médio baixíssimo.

Os Estados Unidos da América foram o único país que importou mais de 10 milhões de litros que teve um preço médio acima de R\$ 15,00, se mostrando muito rentável em comparação a Alemanha e ao Reino Unido que tem um preço médio maior, mas uma quantidade muito inferior.

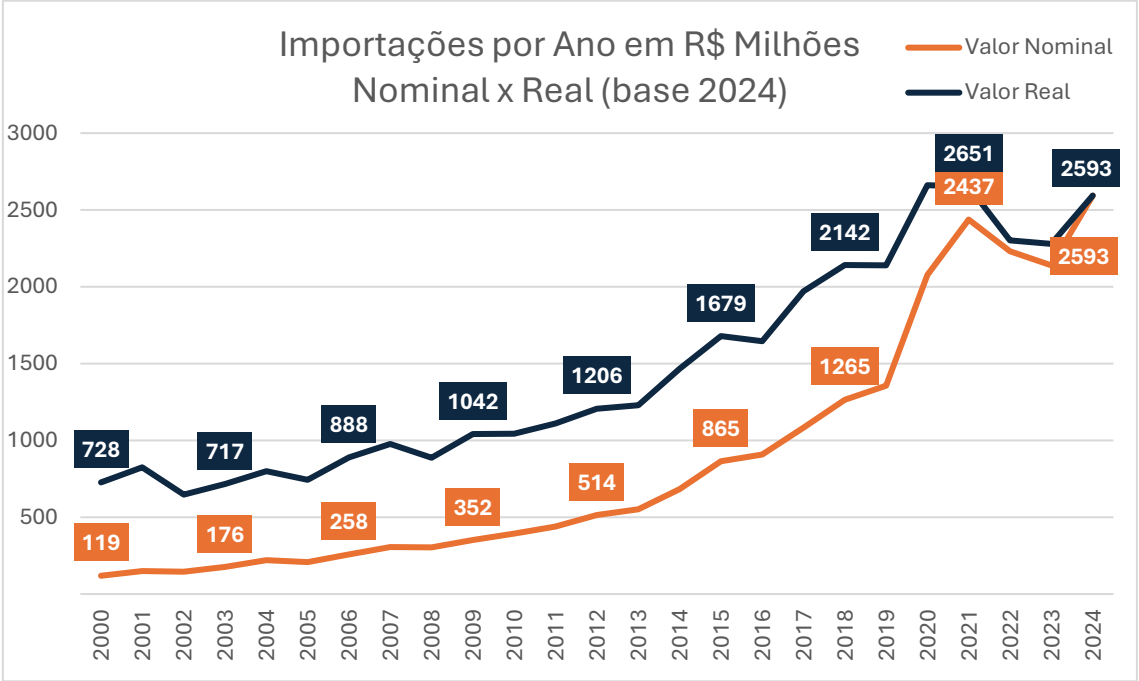
Apesar de não se destacar entre os 10 maiores destinos de exportação, a relação comercial alta com a China nesse mercado pode vir a dar mais frutos devido a atual guerra comercial.



4. Análise das Importações

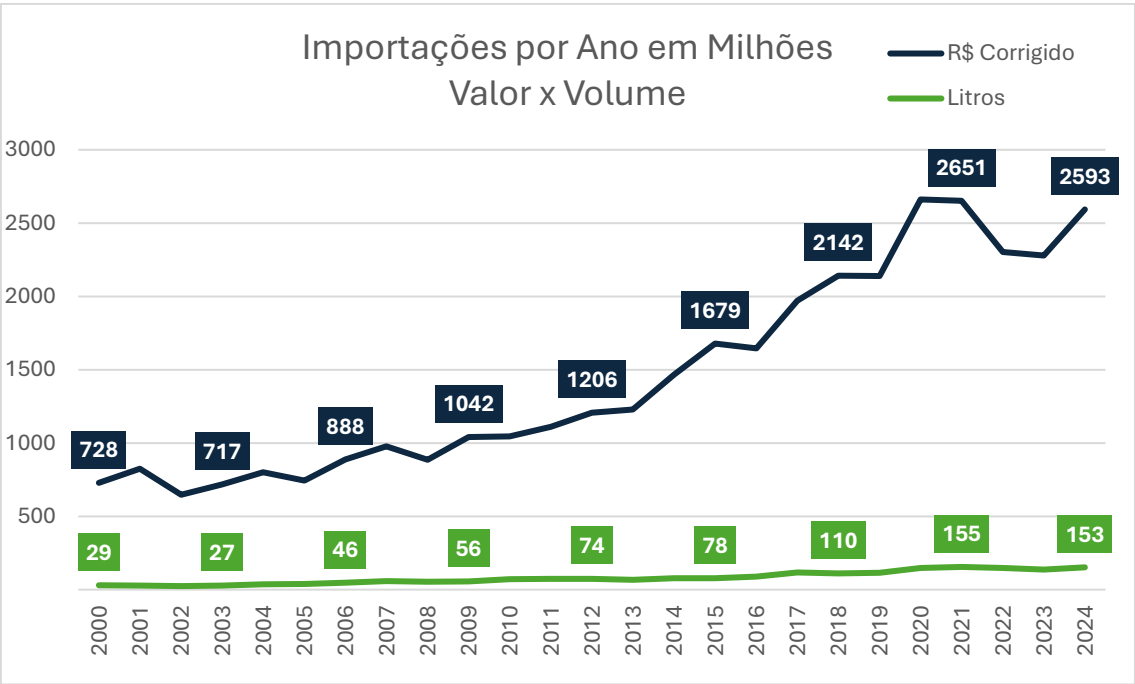


O primeiro destaque para as importações está em seus valores substancialmente superior aos das exportações. Aqui não há picos fora do lugar, somente o mesmo crescimento dos valores em R\$ devido as mudanças nas taxas de câmbio, de forma mais suave por causa do comportamento previsível dos valores.

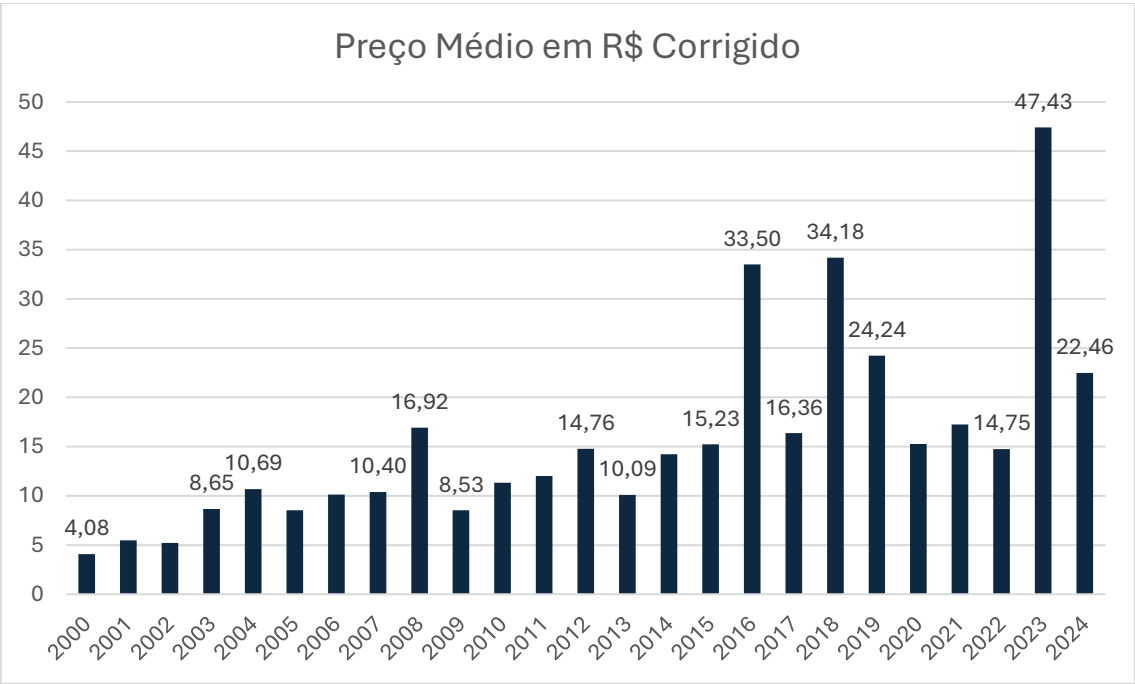


A diferença entre valores nominais e os valores reais é praticamente constante. Ao final do período o Brasil tem seu segundo maior valor de importação

em valores reais nesses 25 anos. O ano de 2021 pode ter sido um pouco maior devido ao efeito da pandemia, que aumentou o consumo de álcool.

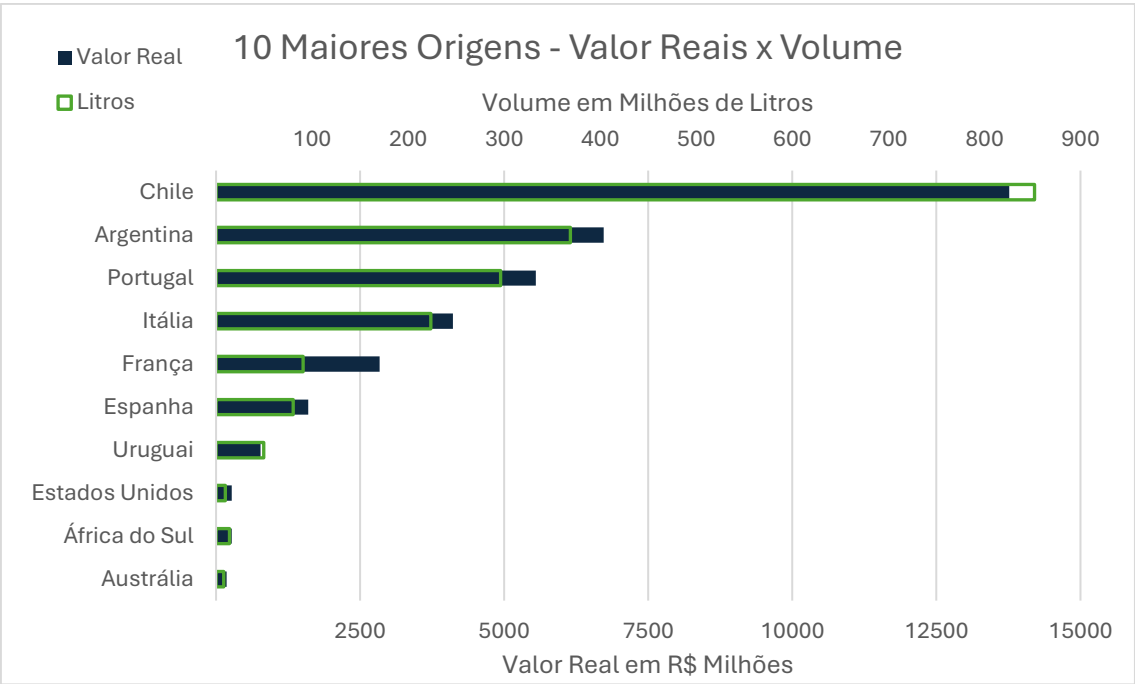


Ao contrário das exportações, podemos ver nesse gráfico que o aumento dos valores vem da compra de um maior volume de vinhos. Porém os efeitos monetários ainda se apresentam, com uma subida muita mais íngreme dos valores do que do volume.



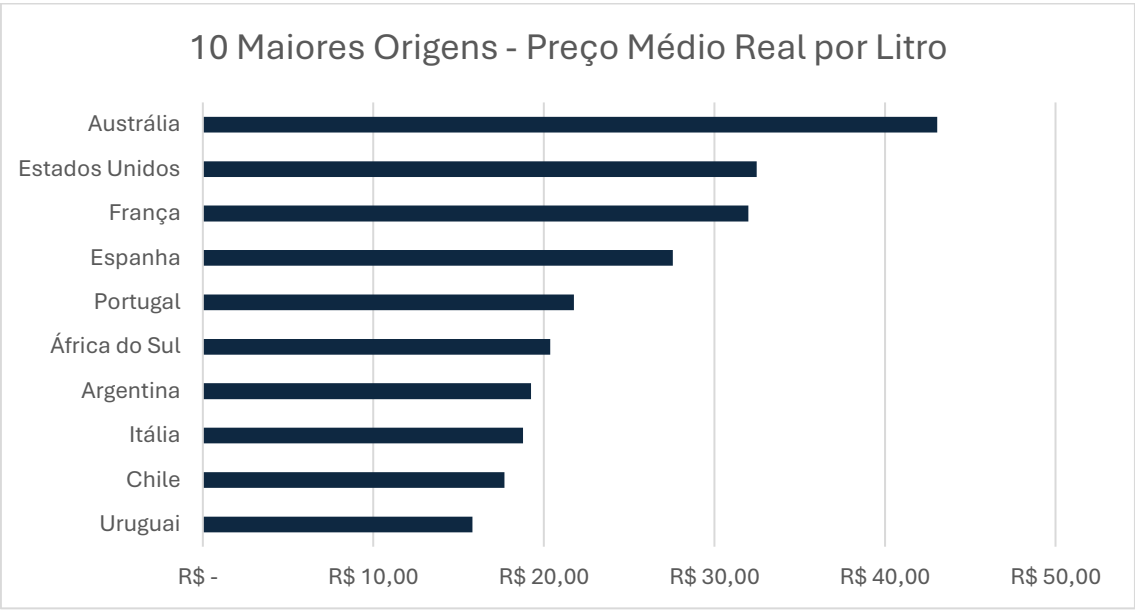
A evolução dos preços médios é um pouco mais turbulenta na importação do que na exportação, porém os valores da primeira continuam sendo bem

superiores que os da segunda. Esse efeito pode ser explicado pela preferência em se importar vinhos de maior qualidade para compensar os custos de logística.

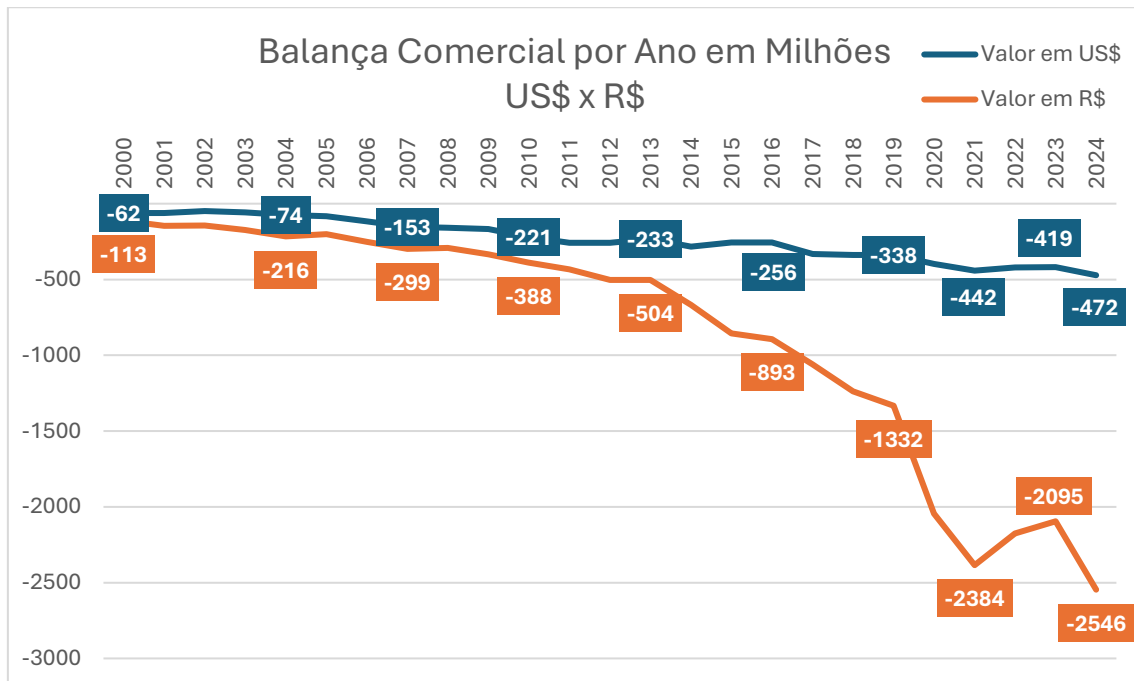


Os países que mais importam para o Brasil não são uma grande surpresa. Chile e Argentina são próximos, diminuindo custos de transporte, e bem conhecidos no país. Itália e França são reconhecidos mundialmente. Portugal e Espanha, apesar de não terem uma tradição tão famosa, tem diversas marcas premiadas.

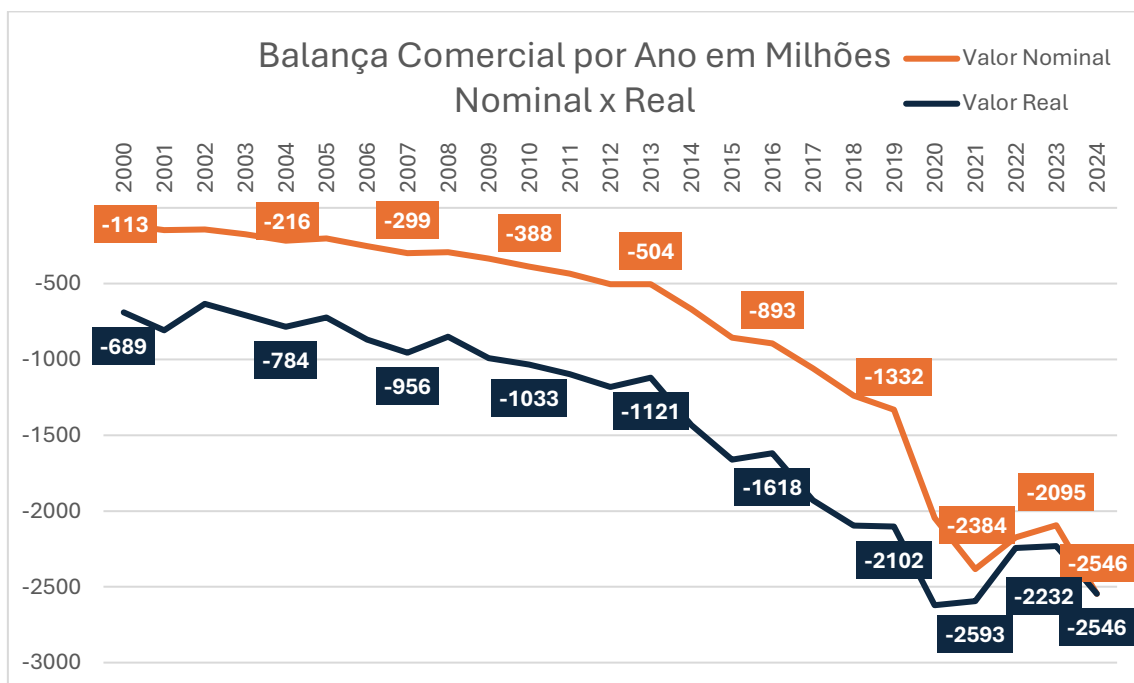
Entre os preços médios desses países, o gráfico quase se inverte. Austrália tem o maior preço médio enquanto Argentina e Chile estão na metade mais barata entre esses 10



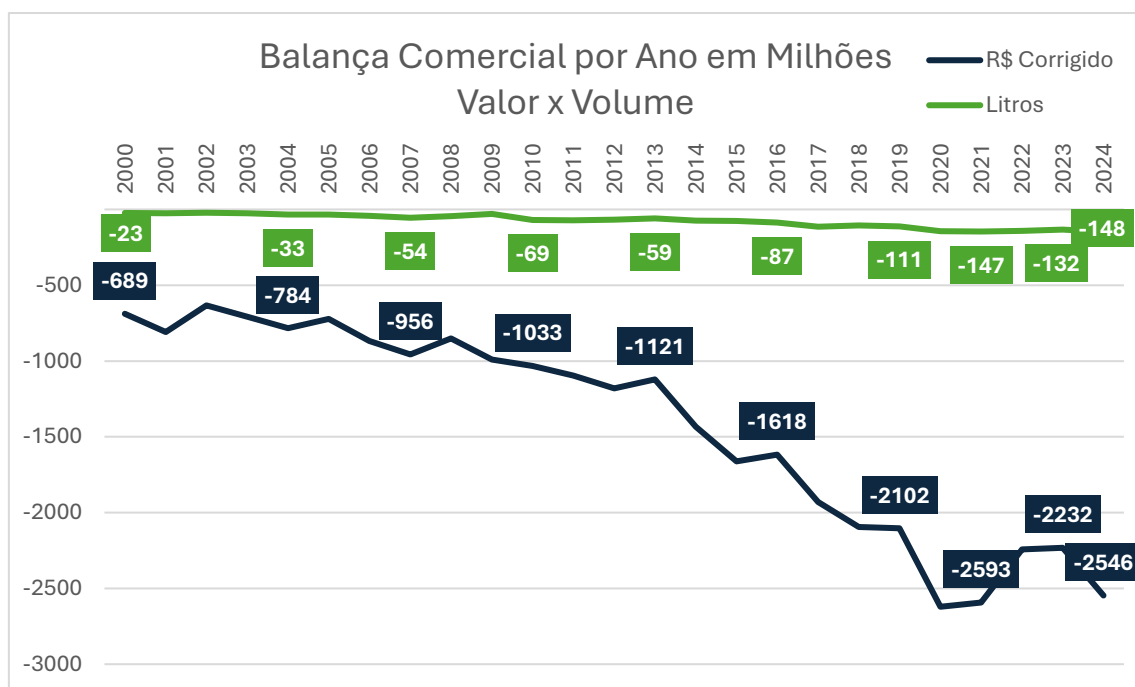
5. Balança Comercial



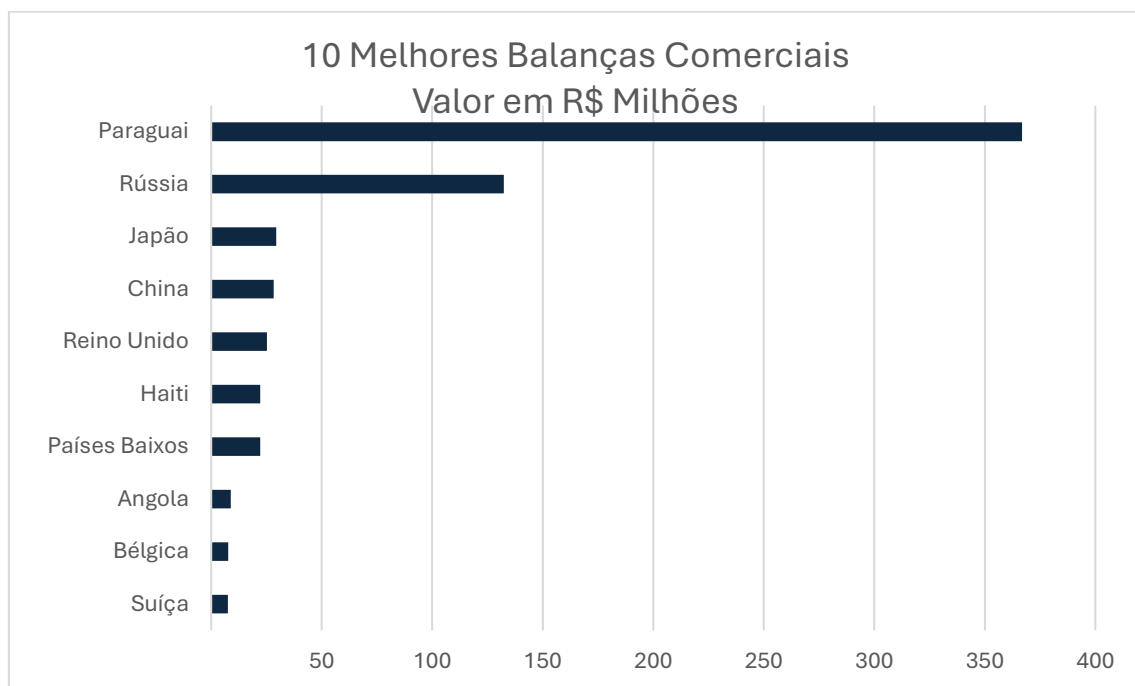
Como esperado, a Balança Comercial do mercado de vinhos é deficitária. O câmbio também afeta o valor em reais, porém podemos ver um aumento desse déficit através dos anos mesmo para o valores não convertidos, chegando a mais que quintuplicar em 25 anos.



O efeito de inflação é bem similar ao visto nos gráficos de importação, com os picos de exportação sendo insignificantes.



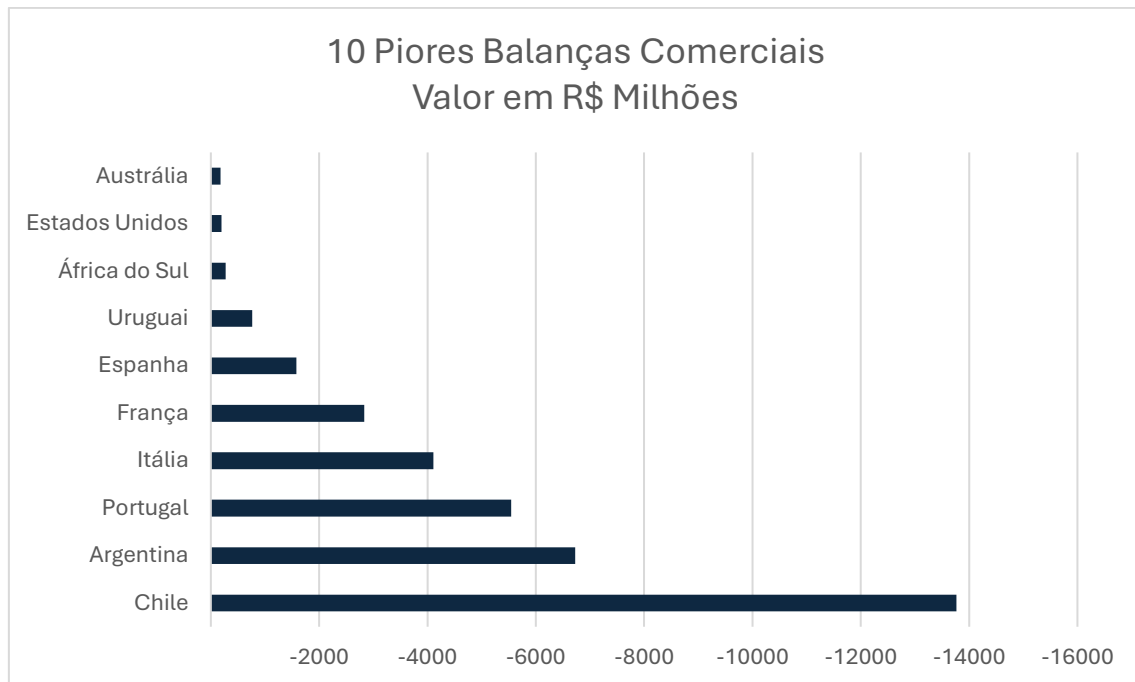
O déficit em volume também aumento, seguindo um comportamento estável.



Entre as 10 maiores balanças comerciais positivas, os destaques são similares ao gráfico de exportação, com algumas saídas e adições, mas permanecendo os grandes destinos do nosso vinho.

Mas quando comparado as importações esse valores se tornam muito pequenos. O Chile tem uma balança negativo em um valor quase 500 vezes maior que a balança positiva do Paraguai, em termos absolutos. Nenhum dos outros

grandes destinos tem um valor absoluto maior que a balança com a Austrália, a balança comercial com menor valor negativo entre as 10 piores.



6. Conclusão

Apesar do desempenho melhor das exportações de vinhos de mesa brasileiros, a posição do país no mercado internacional ainda pode ser considerada pífia.

Não só o mercado externo parece não enxergar nosso produtos, como o mercado interno importa um grande volume de vinho, demonstrando uma forte dependência da produção estrangeira.

Os motivos disso podem ser diversos, mas parecem se encontrar no mercado interno. E para isso caberia uma nova pesquisa focando nesses dados.