

# **FIAP – Faculdade de Informática e Administração Paulista**

Pós Tech - Tech Challenge - Fase 1 – 9DAT

"Como o Brasil pode se posicionar como um *player* estratégico no cenário internacional?"

Aline Korb, Carol Defavori, Gabriel Manzini, Gabriel Teles, Thiago Temporim

São Paulo, SP - 2025

# 1 Sumário

2	Introdução .....	3
3	Sobre.....	3
4	Produção do Vinho de Mesa no Brasil .....	3
5	Exportações.....	4
6	Vinho de mesa x espumante .....	6
7	Fatores externos .....	7
8	Conclusão .....	8

## 2 Introdução

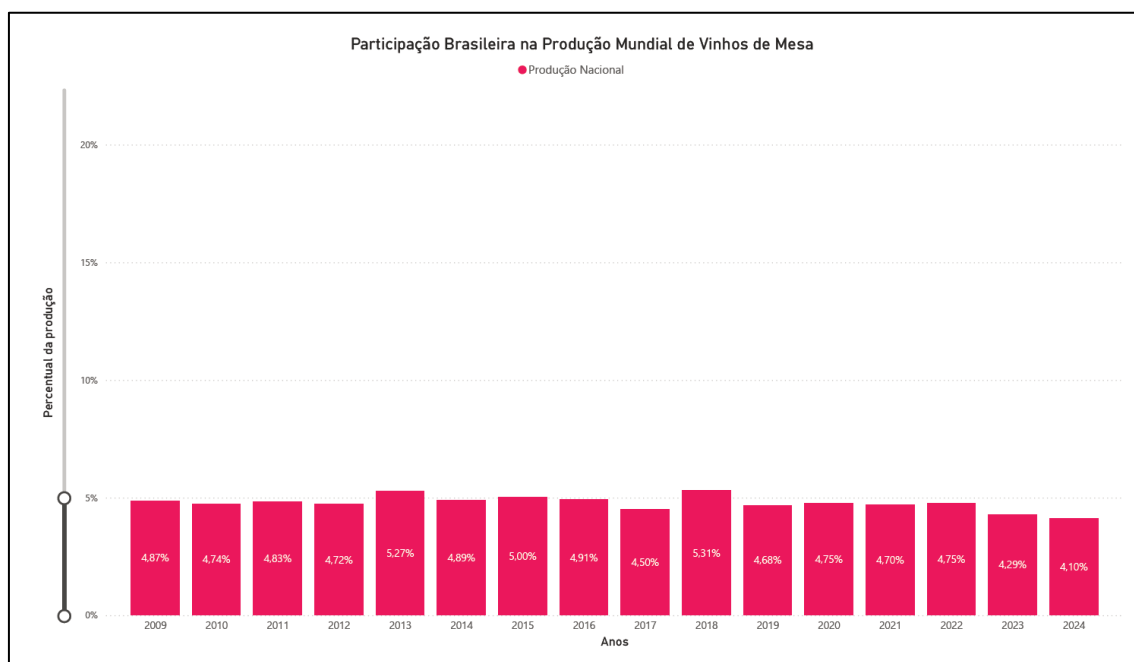
Este relatório apresenta uma análise das exportações de vinhos de mesa e espumantes do Brasil nos últimos 15 anos, avaliando o valor e a quantidade exportada. Também serão abordados fatores externos que afetam o desempenho da exportação, como a economia global, aspectos demográficos, além de projeções futuras e recomendações estratégicas buscando responder à pergunta: como o Brasil pode se posicionar como um *player* estratégico no cenário internacional?

## 3 Sobre

O vinho faz parte da cultura humana há milênios, com registros de sua produção datando entre 6.000 e 4.000 a.C. Ao longo dos séculos, a prática da vinicultura se espalhou por diversas regiões do mundo, alcançando as Américas, África do Sul e Oceania. Hoje, o vinho é uma bebida global, com grande relevância cultural e econômica, o que reforça a importância de se compreender sua cadeia produtiva e seu desempenho no comércio internacional.

## 4 Produção do Vinho de Mesa no Brasil

De acordo com os dados da Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), o estado do Rio Grande do Sul é responsável por 90% da produção nacional, devido ao clima propício da região para a produção. Em comparação com a produção mundial de vinhos, o Brasil possui um percentual relevante:

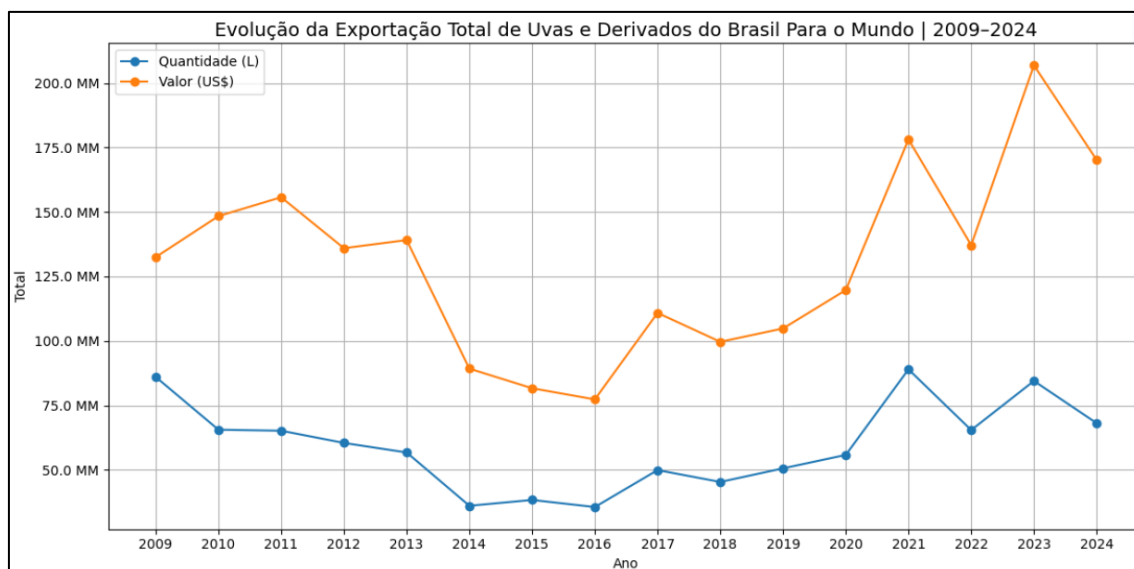


Note que no gráfico há uma linearidade, mostrando uma consolidação do país nesse mercado.

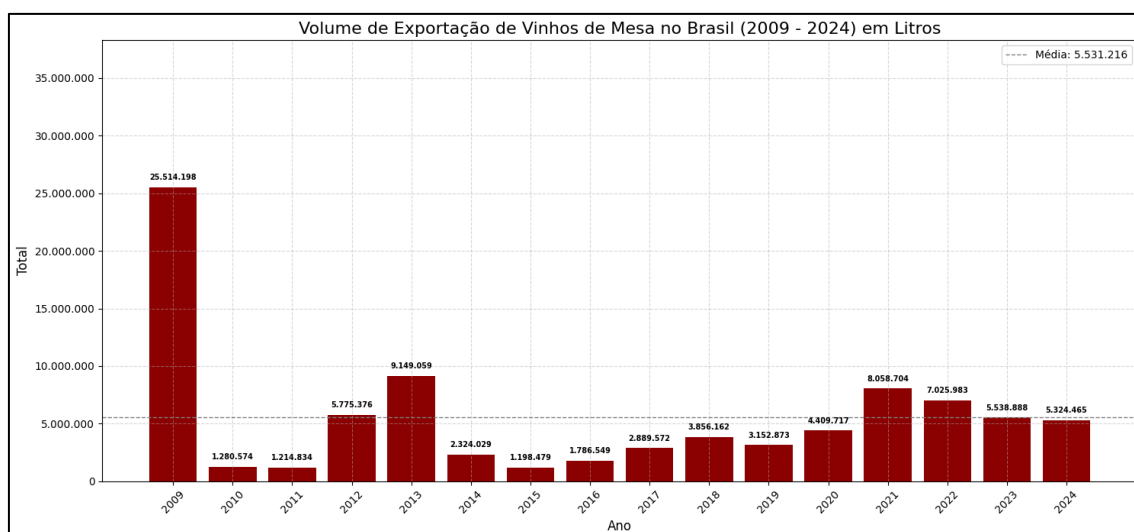
Os dados da produção internacional foram disponibilizados pelo OIV (*International Organisation of Vine and Wine*), uma organização responsável pela coleta e divulgação de uma variedade de dados estatísticos sobre os derivados da uva, incluindo vinho.

## 5 Exportações

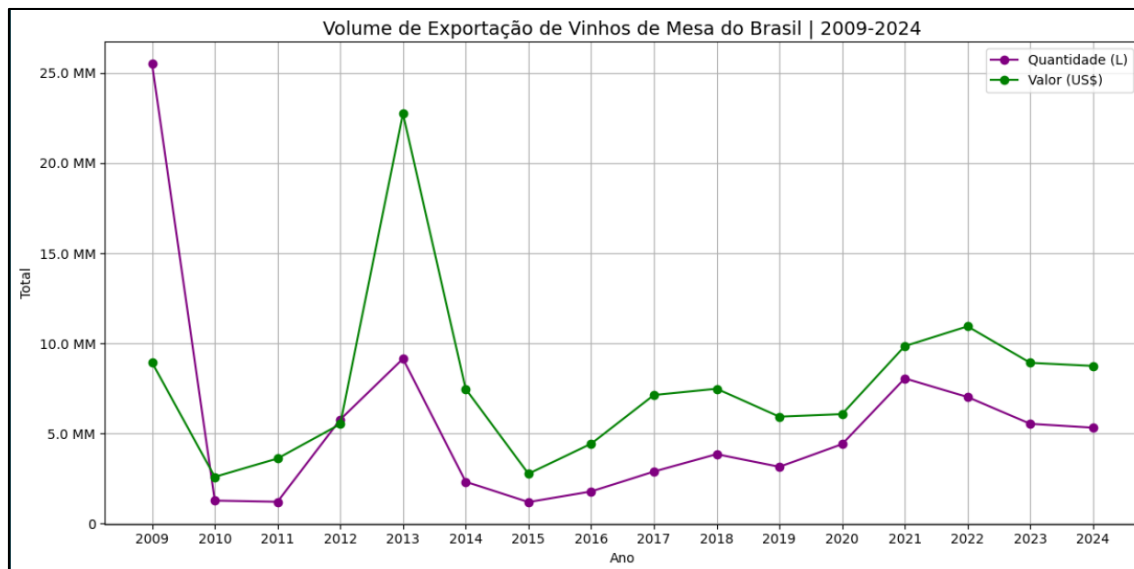
Ao visualizarmos o gráfico abaixo, vemos que em 2023 o Brasil atingiu um recorde de valor em exportações de vinhos (US\$ 206 milhões) com volume semelhante ao de 2009, indicando valorização do produto ou aumento nos preços globais. Apesar disso, houve uma queda entre 2013 e 2016, sinalizando um período de menor rentabilidade.



Aprofundando a análise com base nos vinhos de mesa, no ano de 2024 o país exportou um total de 5.324.465 de litros de vinho para o mundo todo, tendo um preço médio por litro de US\$1,64. Abaixo, temos um gráfico mostrando o volume da exportação desse tipo de vinho ao longo dos anos:

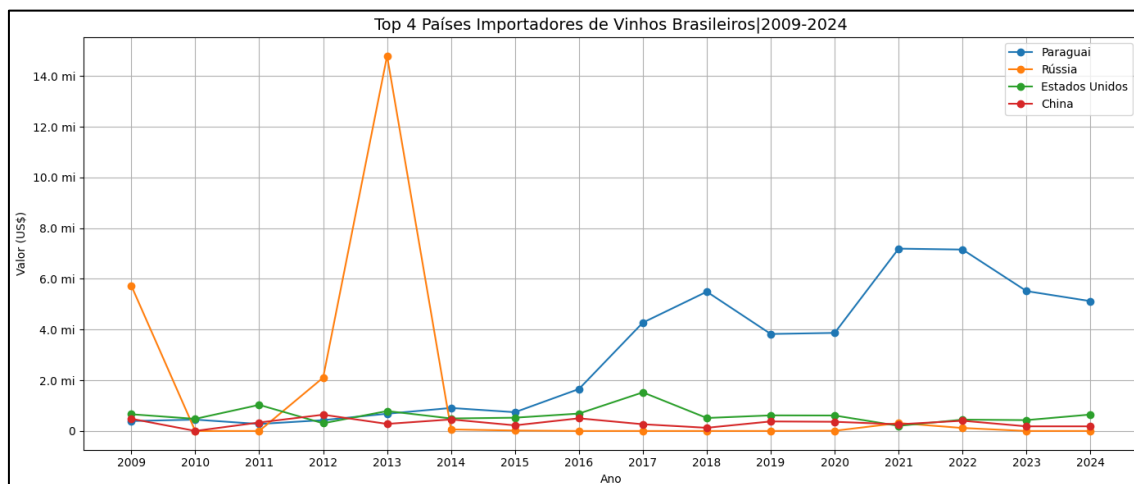


Observamos dois grandes picos no gráfico, o primeiro ocorre em 2009, logo após a crise financeira dos EUA em 2008 (resultado da desvalorização do dólar). Contudo, apesar da quantidade de litros exportados ser um *outlier* nesse ano, o valor total em dólares (US\$) não se destaca tanto em comparação com os demais – assim como demonstrado no gráfico abaixo:



Já o segundo pico aparece em 2013, ano em que houve incentivos federais para o escoamento da produção, especialmente para a Rússia, segundo a Embrapa.

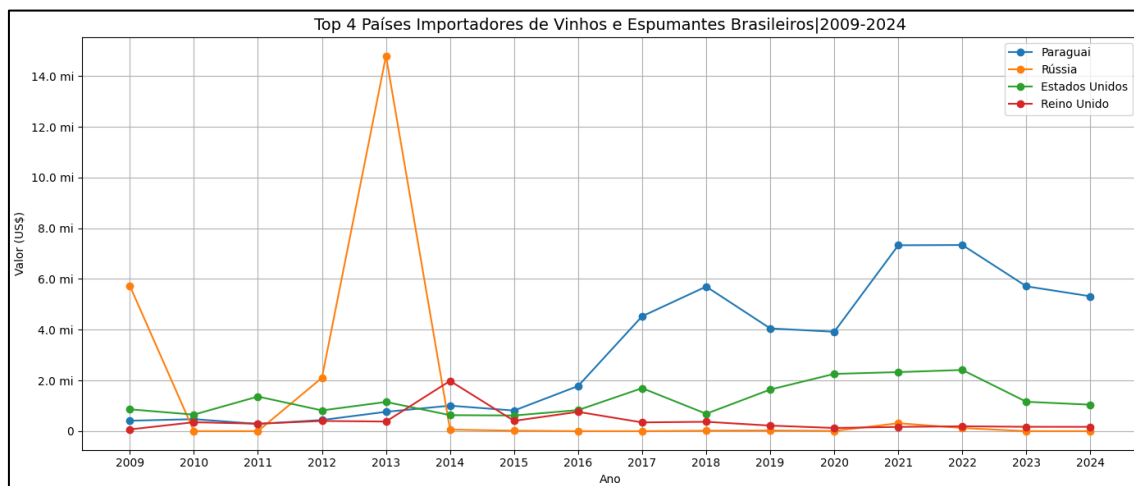
No gráfico a seguir, vemos de forma mais clara a distribuição da exportação dos vinhos para os 4 maiores países importadores:



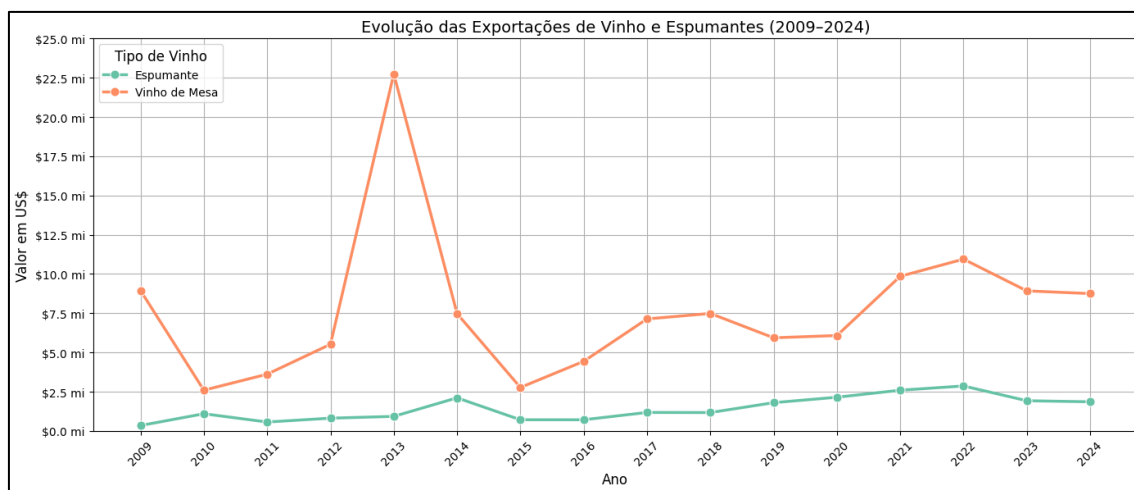
Percebe-se que o Paraguai vem se tornando o maior importador de vinhos brasileiros, começando a se desatacar em 2016 e mantendo uma boa constância em comparação aos demais países.

## 6 Vinho de mesa x espumante

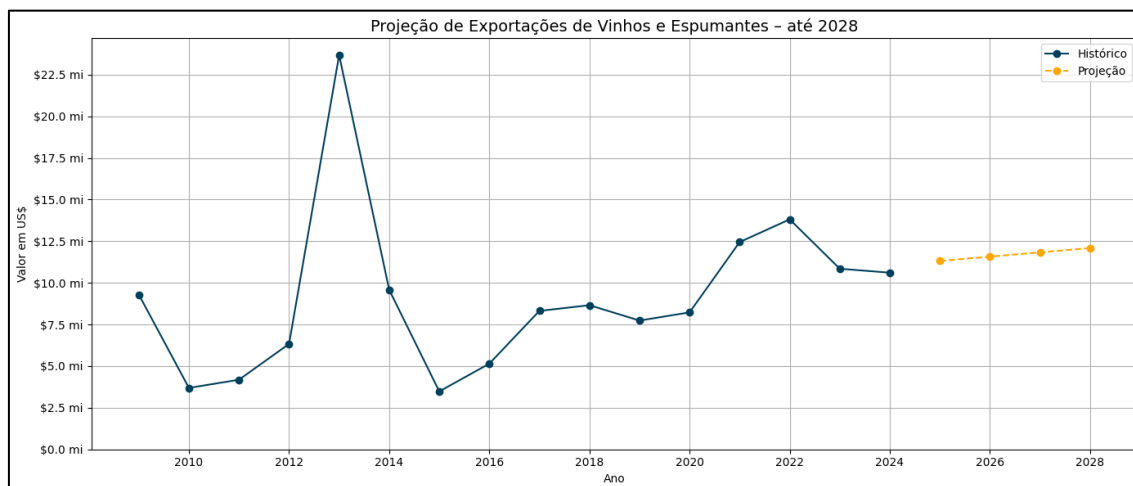
Além do vinho de mesa, o Brasil também possui o espumante como um produto com um grande potencial para a exportação. Observa-se que considerando o espumante, o Reino Unido ultrapassa a China no *ranking* de maiores importadores e o Paraguai continua como um país consolidado nesses mercados.



Notavelmente entre os tipos de vinho, o vinho de mesa é o produto líder em exportações, entretanto, o espumante vem ganhando espaço com um crescimento relevante desde 2016:



Em conclusão, se projetarmos a exportação até 2028 desses produtos, é esperado um crescimento contínuo no montante financeiro. Essa projeção não leva em conta fatores externos, que serão explicados melhor no próximo tópico.



## 7 Fatores externos

Alguns fatores externos podem influenciar a produção e exportação dos produtos, como por exemplo o clima que nos últimos 2 anos afetou negativamente a produção da uva por conta do calor extremo e das fortes chuvas que causaram inundação no Rio Grande do Sul.

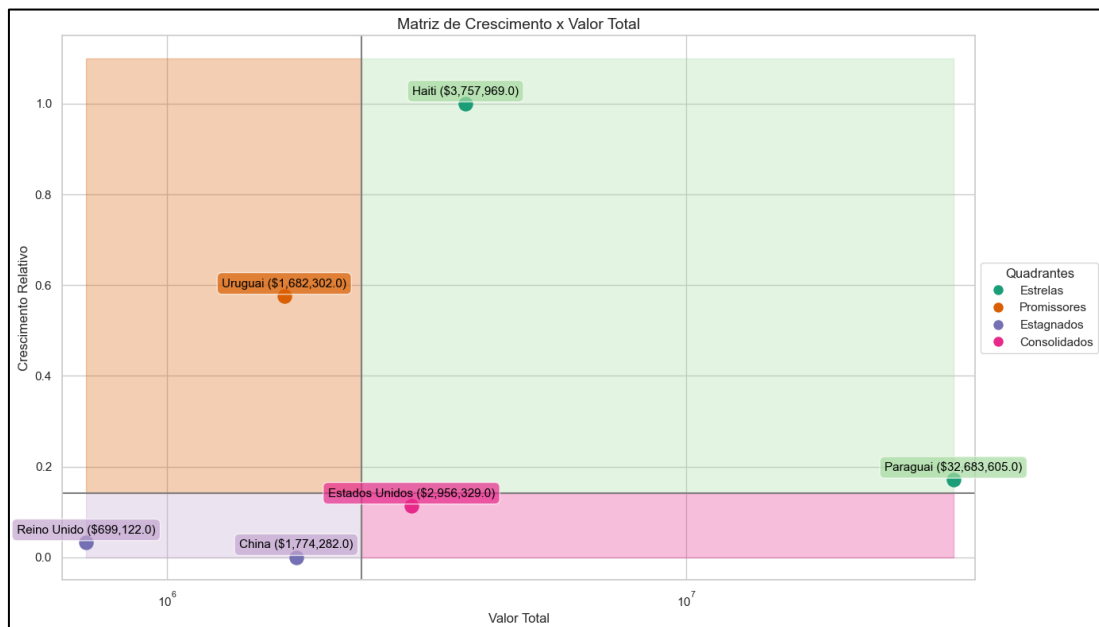
Outros acontecimentos como a recente intensificação da guerra tarifária entre os Estados Unidos e a China, podem impactar significativamente o comércio global de vinhos e, potencialmente, beneficiar países como o Brasil.

Como os vinhos finos são ativos comercializados internacionalmente, eles são sensíveis a mudanças nas políticas comerciais, e as tarifas elevadas tendem a encarecer os produtos, redirecionando a demanda para regiões não afetadas por tais medidas. Com os EUA impondo tarifas mais altas à China (até 54%) e aplicando apenas 10% ao Brasil, o país sul-americano pode emergir como alternativa viável tanto para o mercado americano quanto para mercados secundários impactados pela disputa. Essa janela de oportunidade pode favorecer a exportação de vinhos brasileiros, desde que o país esteja preparado para suprir a demanda com qualidade e escala competitiva.

## 8 Conclusão

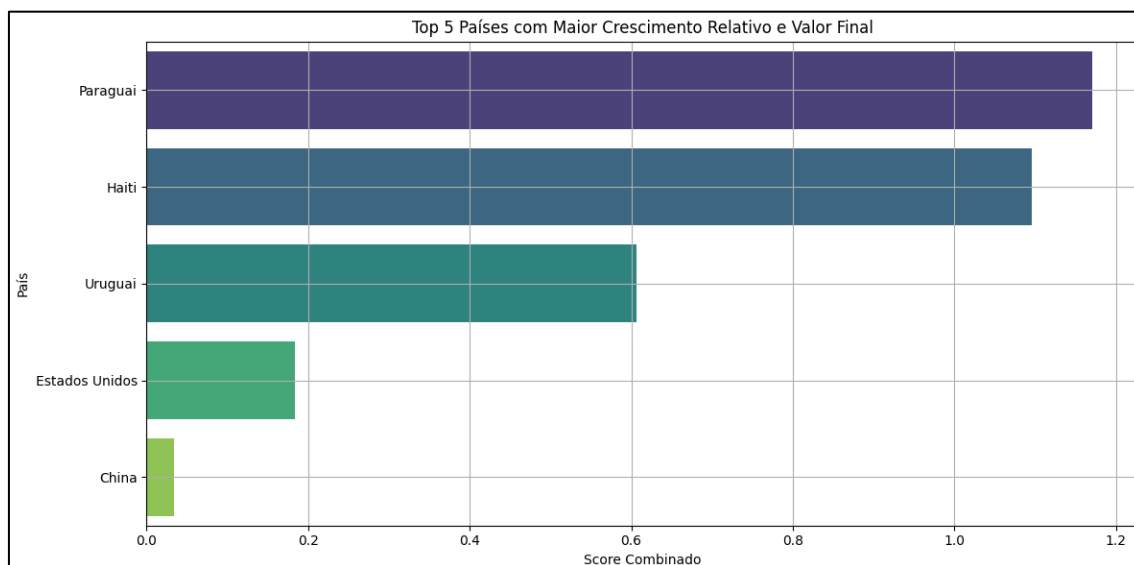
Analisando os dados disponíveis, nos últimos 5 anos alguns países tiveram um crescimento constante nas importações, o que indica que pode ser interessante o investimento em marketing e em logística para aumentar a comercialização nesses países que já são adeptos ao consumo de vinho brasileiro.

Abaixo, apresentamos um gráfico mostrando o posicionamento dos principais países de acordo com a classificação da matriz de crescimento



**Estrela:** Alto valor e alto crescimento. Líderes atuais com tração.  
**Promissores:** Baixo valor atual, mas alto crescimento. Possível futura estrela.  
**Estagnados:** Baixo valor e crescimento. Baixa relevância atual.  
**Consolidados:** Alto valor, baixo crescimento. Estão estabilizados.

Baseado nos parâmetros da matriz, foi criado um **score** para ranquear os países de acordo com o desempenho dos últimos 5 anos:





Considerando os dois gráficos anteriores, é possível definir algumas estratégias que o Brasil poderia adotar para se posicionar como um bom *player* no cenário internacional:

- Em mercados como Haiti e Paraguai que são consolidados e com alto potencial de continuidade, sugerimos manter a consistência e qualidade dos produtos.
- O Uruguai, que aparece como promissor, sugere que existe espaço para investir em visibilidade e presença, principalmente devido a facilitação da logística para exportação, pois o país faz fronteira com o Brasil.
- Já mercados como Estados Unidos, China e Reino Unido, ainda são relevantes, mas podem exigir uma estratégia que foque em nichos ou diferenciais para uma maior atração.

Outra estratégia relevante para impulsionar as exportações é investir na conquista de certificações e premiações internacionais que podem aumentar significativamente a visibilidade e a credibilidade dos vinhos brasileiros no cenário mundial, como o caso dos vinhos da marca brasileira Casa Perini, que colecionam diversas premiações em sua história e possuem reconhecimento global.

Com isso, o Brasil pode fortalecer sua posição no mercado global, mantendo e expandindo onde já possui um desempenho positivo e possibilidades de crescimento.