

FIAP

TECH CHALLENGE FASE I

3DTAT

Grupo 35

RM352525

Karina Guerra do Nascimento

2024

SUMÁRIO

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÃO	3
GRÁFICOS	3
TABELAS	3
INTRODUÇÃO.....	3
OBJETIVO	4
1. BASE DA ANÁLISE DE DADOS	5
2. BREVE HISTÓRIA DA VITIVINICULTURA NO BRASIL	5
3. RESUMO DA EXPORTAÇÃO DE VINHOS BRASILEIROS (1970 – 2022).....	6
3.1. ANÁLISE DE EXPORTAÇÕES (2007 – 2022).....	9
4. CONSUMO DE VINHO NO MUNDO	15
5. CENÁRIO ECONÔMICO	17
5.1. MERCOSUL.....	17
5.2. GUERRAS.....	18
5.3. PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB).....	19
5.4. PODER DE COMPRA (PPC)	20
6. OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO.....	21
7. ESTRATÉGIAS FUTURAS.....	23
8. PROXIMOS PASSOS DE ANÁLISES.....	23
REFERÊNCIAS.....	24

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÃO

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Total de exportação de vinho por ano em dólar (1970 - 2022)	7
Gráfico 2 – Total de exportação de vinho por ano em litros (1970 - 2022)	7
Gráfico 3 – Total de exportação de vinho por década em dólar (USD)	9
Gráfico 4 – Comparação de quantidade (L) e valor em dólar (USD) de exportação de vinho	10
Gráfico 5 – Linha do tempo com os três países com maior valor em exportação (USD)	11
Gráfico 6 – Linha do tempo com os três países com maior quantidade em exportação por Litro (L).....	12
Gráfico 7 – Os 3 países com maior valor em dólar em exportação	13
Gráfico 8 – Os 3 países com maior quantidade em litro em exportação.....	14
Gráfico 9 – Países que mais bebem vinho	16
Gráfico 10 – Consumo de vinho por pessoa	16
Gráfico 11 – Ranking de projeção do FMI dos países com maior PIB 2023.....	20
Gráfico 12 – Paridade do Poder de Compra (PPC)	21

TABELAS

Tabela 1 – Top 10 países com maior de exportação de vinho por quantidade (L) e valor em dólar (USD) 10
--

INTRODUÇÃO

O comércio global de vinhos de vinhos tem atraído atenção de várias empresas no mercado devido à sua significativa rentabilidade e à demanda constante e crescente, e a análise exploratória de dados se torna uma ferramenta indispensável para empresas que planejam uma expansão e sucesso internacional. Neste contexto, apresentamos uma análise abrangente da exportação de vinhos de uma empresa brasileira nos últimos 15 anos.

Ao examinarmos o montante de vendas destinado a diferentes países, buscamos identificar padrões, tendências e oportunidades de crescimento. Esta análise não se restringe apenas a números, incorpora uma compreensão aprofundada das condições de mercado em cada país, permitindo uma visão mais abrangente.

Este relatório inicial, destinado a investidores e acionistas, apresenta não apenas os quantitativos de exportação, mas também explora os fatores externos que podem impactar nossas análises. Antecipamos desafios potenciais e delineamos estratégias proativas para garantir uma tomada de decisão sólida diante de um ambiente comercial em constante evolução.

Ao utilizar gráficos envolventes e informativos, pretendemos fornecer uma representação visual clara das informações cruciais. Para que os acionistas e investidores compreenderem a trajetória da empresa nos mercados internacionais, com isso permitindo uma tomar decisões embasadas e, assim, contribuir para a melhoria contínua das exportações de vinhos brasileiros.

OBJETIVO

Este relatório tem como objetivo apresentar o volume de exportação de vinhos ao longo dos últimos 15 anos (2007-2022), analisando individualmente cada país e delineando as perspectivas futuras, além de propor ações potenciais para aprimorar as exportações. A análise foi conduzida utilizando a linguagem Python, com o auxílio da plataforma "Colab Research - Google". Os valores estão expressos em dólares americanos (US\$) e quilogramas, sendo que, de acordo com a base de dados, 1 kg pode ser considerado equivalente a 1 litro de vinho.

1. BASE DA ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados sobre o mercado de vinhos no Brasil teve início com a exploração das informações disponíveis no site da EMBRAPA (http://vitibrasil.cnpuv.embrapa.br/index.php?opcao=opt_01). Em uma base de dados que abrange um período de 52 anos, encontram-se diversas informações acerca da viticultura brasileira. Essas informações incluem dados sobre a quantidade de uvas processadas, a produção e comercialização de vinhos e sucos, além de fornecer detalhes sobre as importações e exportações relacionadas aos produtos da vitivinicultura. As informações são provenientes do estado do Rio Grande do Sul, que representa mais de 90% da produção total do país.

2. BREVE HISTÓRIA DA VITIVINICULTURA NO BRASIL

No ano de 1532, Martim Afonso de Souza trouxe as primeiras videiras para o Brasil, introduzindo o cultivo na região de São Vicente, atual cidade de São Paulo. Paralelamente, no mesmo ano, Brás Cubas iniciou o plantio de videiras no litoral paulista. No entanto, esses esforços não obtiveram grande êxito devido às restrições impostas pela corte portuguesa, que proibiu o cultivo a partir de 1789.

No Rio Grande do Sul, os jesuítas foram responsáveis pela introdução das primeiras videiras em 1626, e posteriormente, imigrantes alemães contribuíram para o desenvolvimento dessa cultura. A vitivinicultura na região Sul ganhou impulso significativo em 1875, quando imigrantes italianos influenciaram positivamente as tradições e práticas de produção e consumo de vinhos.

Desde o século XVI, a presença da videira no Nordeste brasileiro era evidente nos Estados da Bahia e de Pernambuco, destacando-se economicamente nas ilhas de Itaparica e Itamaracá. Em Itamaracá, os vinhedos foram explorados de maneira significativa desde a sua introdução até o período da dominação holandesa, aproximadamente em 1636. Na década de 1950, a vitivinicultura no Nordeste recebeu investimentos públicos e privados, dando origem ao Vale do Submédio São Francisco.

A década de 1990 testemunhou uma notável expansão e fortalecimento da vitivinicultura, marcada pela diversificação de cultivares, melhorias na infraestrutura física, como a construção de *packing houses*¹, e

¹ *Packing houses* - Uma casa de embalagem é uma instalação onde a fruta é recebida e processada antes da distribuição ao mercado.

aprimoramento do sistema rodoviário e portuário. Especialmente, destaca-se a organização dos produtores como um fator crucial para esse avanço.

Atualmente, a vitivinicultura no Brasil representa o resultado de uma colaboração bem-sucedida entre empresas, instituições de pesquisa, financiadoras de projetos e o governo estadual. Esse esforço conjunto impulsionou a produção de vinho no país, cuja qualidade é reconhecida em competições internacionais e nos mercados mais consolidados e exigentes.

3. RESUMO DA EXPORTAÇÃO DE VINHOS BRASILEIROS (1970 – 2022)

A exportação de vinhos no Brasil tem ganhado destaque nos últimos anos, refletindo a crescente qualidade dos produtos nacionais e a busca por novos mercados. De acordo com dados disponíveis no portal da Embrapa Uva e Vinho, a indústria vinícola brasileira tem experimentado um aumento significativo nas exportações, demonstrando a competitividade e a aceitação internacional dos vinhos produzidos no país.

No início da análise, os dados de exportação de vinho de mesa foram analisados de forma mais abrangentemente de 1970 a 2022. Com isso foi observado um aumento significativo no valor de exportação no ano de 2013 visível no *Gráfico 1* revelando um que esse ano registrou o maior volume de exportação de vinhos em termos de valores em dólares americanos, atingindo a marca de 22,7 milhões.

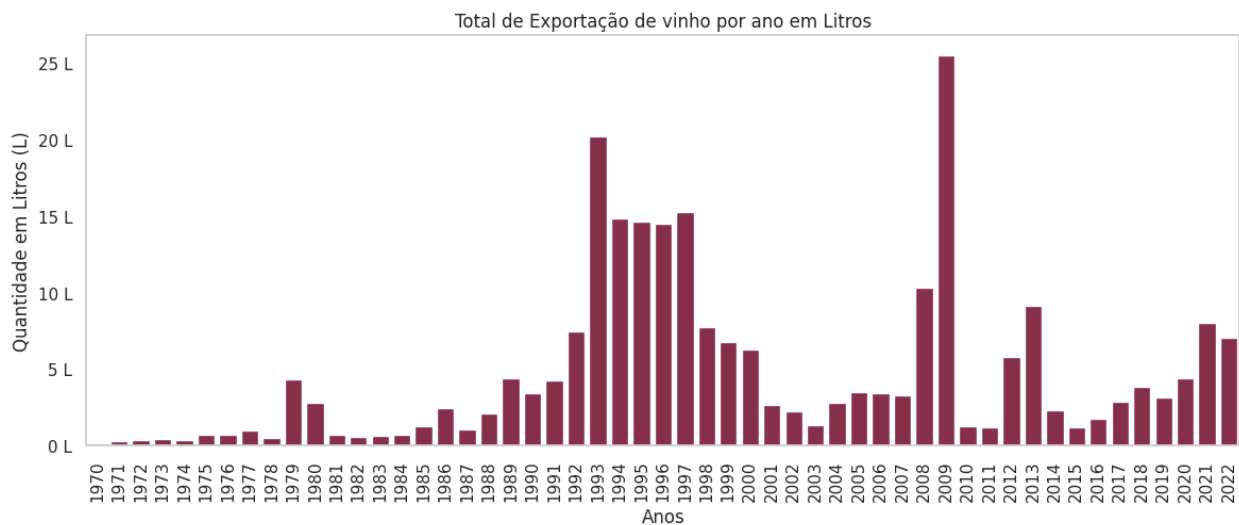
O *Gráfico 2*, que apresenta o gráfico da quantidade de exportação em litros, destacou um pico em 2009, atingindo 25,5 milhões de litros. Embora as exportações tenham apresentado uma queda entre 2014 e 2015.

Gráfico 1 – Total de exportação de vinho por ano em dólar (1970 - 2022)



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Gráfico 2 – Total de exportação de vinho por ano em litros (1970 - 2022)



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Em 2020 e observar no *Gráfico 1* e *Gráfico 2*, as exportações apresentaram um leve progresso, apesar dos desafios resultantes da pandemia de COVID-19, que influenciou de maneira ambígua o comércio internacional de vinhos, impactando negativamente alguns países de forma mais pronunciada, enquanto outros conseguiram melhorar seus números.

No caso do Brasil com o aumento da cotação do dólar, alcançando R\$ 5,90 em maio, contribuiu para a maior competitividade dos vinhos nacionais. Segundo o site (winefun, 2021) os exportadores de vinhos sofreram devido à aplicação de sobretaxas nos Estados Unidos, com isso as exportações de vinho foram negativamente impactadas.

Como na Alemanha, que experimentou uma redução de 15%, e a França, com uma queda próxima a 10%, foram especialmente afetadas por essa medida. A África do Sul também enfrentou desafios, encerrando o período com uma diminuição de 9% em suas exportações, resultado das restrições impostas pelo governo local.

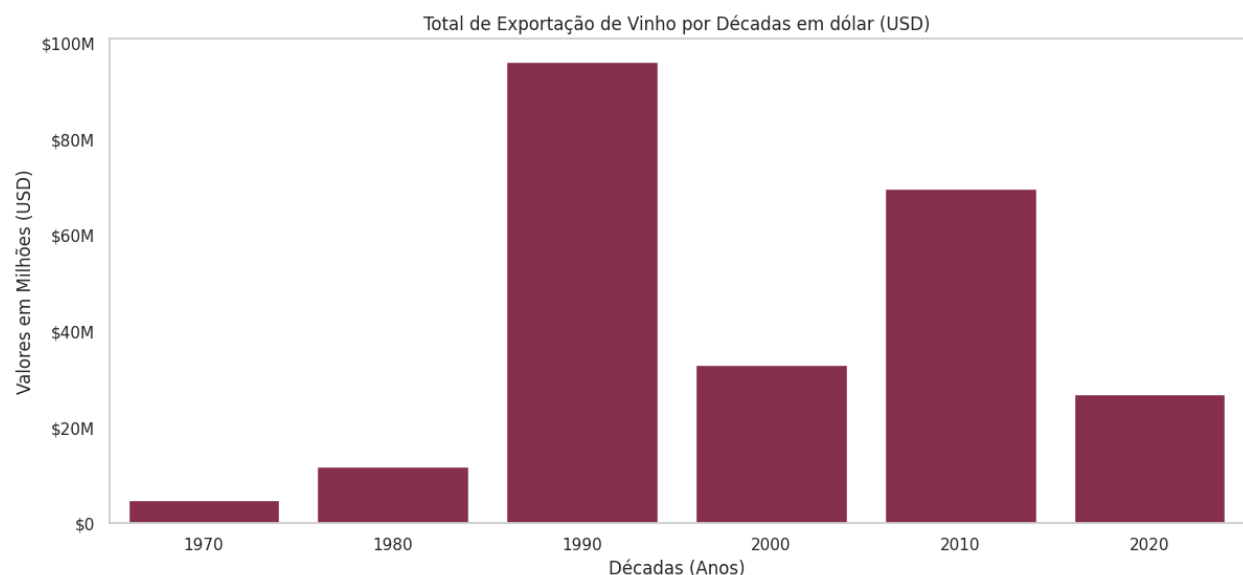
Contrariando essa tendência descrita anteriormente, dois países que estão entre os dez maiores exportadores mundiais de vinho destacaram-se positivamente em 2020, Nova Zelândia e Portugal. Ambos registraram um aumento notável de 5% e 4%, respectivamente, no valor de suas exportações. Esses resultados evidenciam a resiliência e o êxito dessas nações diante das complexidades do cenário internacional, marcado por desafios comerciais e restrições.

Outro ponto a ser destacada e no *Gráfico 1* e *Gráfico 2*, foi um aumento significativo nas exportações durante a década de 90. Este fenômeno é claramente representado no

Gráfico 3, onde os valores (USD) totais de exportação de vinho foram agrupados e separados por década para uma visualização mais clara. Tal crescimento em partes é resultado da expansão e fortalecimento da vitivinicultura no Brasil. Essa ascensão foi impulsionada pela diversificação de cultivares, melhorias na infraestrutura física e pela abertura comercial que ocorreu no país durante esse período, conforme descrito na BREVE HISTÓRIA DA VITIVINICULTURA NO BRASIL. E por outro lado pelo plano Real estabelecido em 1994.

Estes fatos contribuíram para o notável crescimento do setor, refletindo-se nos dados apresentados nos gráficos e consolidando o Brasil como um participante significativo no cenário internacional da produção de vinho.

Gráfico 3 – Total de exportação de vinho por década em dólar (USD)



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

3.1. ANÁLISE DE EXPORTAÇÕES (2007 – 2022)

A análise a seguir abrange um período de 15 anos (2007-2022). A *Tabela 1* apresenta os 10 países para os quais o Brasil exportou a maior quantidade de vinhos durante esse intervalo, considerando tanto o valor total em dólares quanto a quantidade em litros.

A classificação na tabela foi determinada com base na quantidade em litros. Contudo, ao ajustar a ordem, observou-se uma mudança na classificação dos países quando considerado o valor total em litros de vinho exportado.

Quando a tabela é ordenada por quantidade por litros Rússia assumiu a primeira posição nesse critério. Entretanto quando ocorre a inversão por valor total em dólares (USD) de vinho exportado, o Paraguai assumindo a liderança. Essa alteração foi destacada no *Gráfico 4* o qual foi realizou uma comparação dos valores totais de exportação por países.

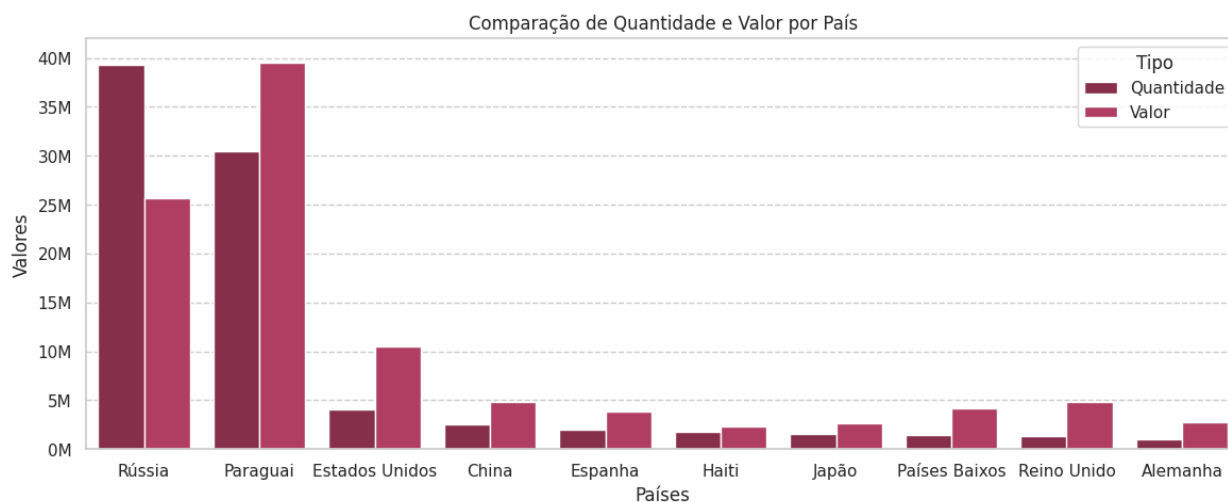
Tabela 1 – Top 10 países com maior de exportação de vinho por quantidade (L) e valor em dólar (USD)

	PAÍSES	QUANTIDADE (L)	VALOR (USD)
1	Rússia	39.296.199,00	25.677.644,00
2	Paraguai	30.500.229,00	39.520.550,00
3	Estados Unidos	4.042.624,00	10.494.605,00
4	China	2.517.096,00	4.776.915,00
5	Espanha	1.993.000,00	3.808.552,00
6	Haiti	1.791.603,00	2.327.208,00
7	Japão	1.539.635,00	2.694.583,00
8	Países Baixos	1.417.200,00	4.156.362,00
9	Reino Unido	1.324.164,00	4.855.708,00
10	Alemanha	1.028.563,00	2.784.446,00

Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Na comparação *Gráfico 4*, é possível validar que embora a Rússia tenha sido o país que recebeu a maior quantidade em litros, não foi o que desembolsou o montante mais elevado pelo vinho no processo de exportação. Por outro lado, o Paraguai, ocupando a segunda posição, destaca-se pelos valores mais elevados na compra do produto brasileiro.

Gráfico 4 – Comparação de quantidade (L) e valor em dólar (USD) de exportação de vinho

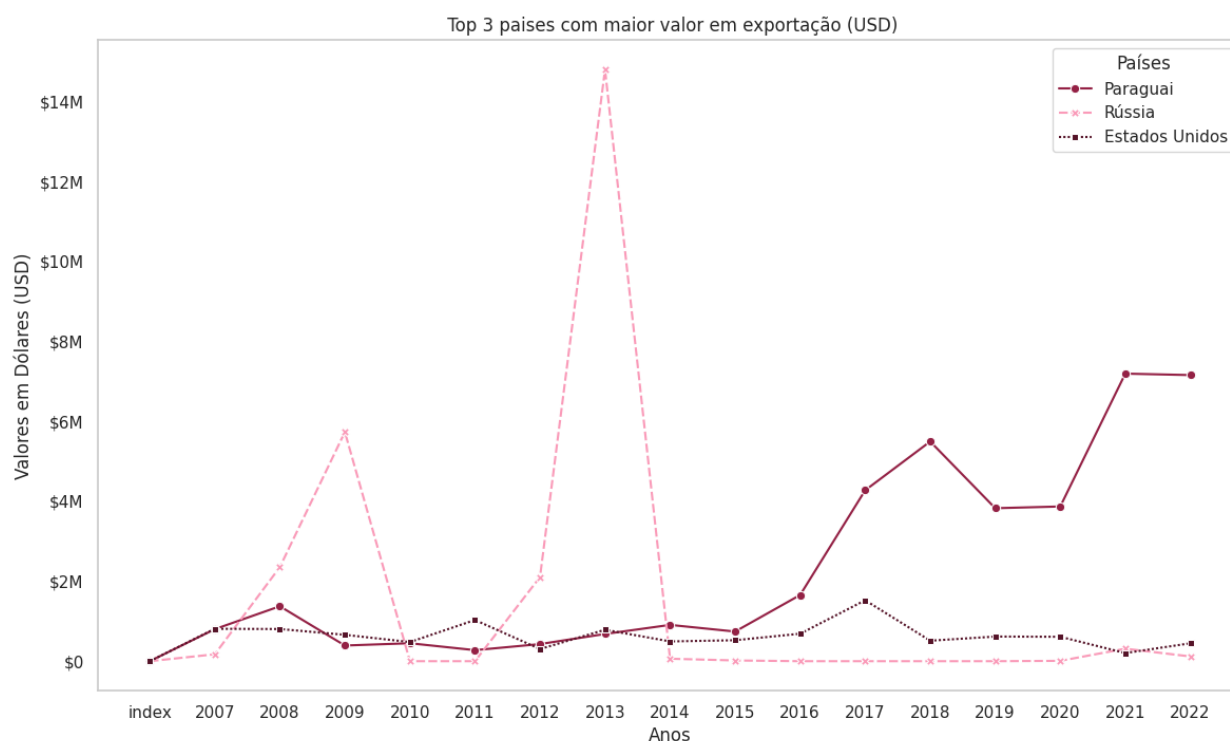


Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Partindo do comparativo destacado acima, foi realizado uma relação dos três países com os maiores números de exportação *Gráfico 5*. Com isso, é possível notar um aumento progressivo na importação de vinhos brasileiros ano após ano pelos paraguaios. Estes números de importação do Paraguai podem ser atribuídos à predominância dos vinhos elaborados a partir de uvas americanas e híbridas, sendo o Brasil e o Paraguai os únicos países onde essas variedades são proeminentes.

Com um crescimento a partir de 2016, nesse período o crescimento é constante, com exceção de 2019 e 2020. Em 2019 o país enfrentou uma crise política iniciada após a revelação de que o governo havia assinado um acordo com o Brasil, comprometendo-se a adquirir energia a preços mais elevados do que o habitual da usina de Itaipu, que é compartilhada entre os dois países (Lis & Gutierrez, 2019), isso levou o governo a uma crise e afetando as relações entre os países resultando em uma queda nos valores de exportação, e 2020 reflexos da pandemia de COVID-19.

Gráfico 5 – Linha do tempo com os três países com maior valor em exportação (USD)

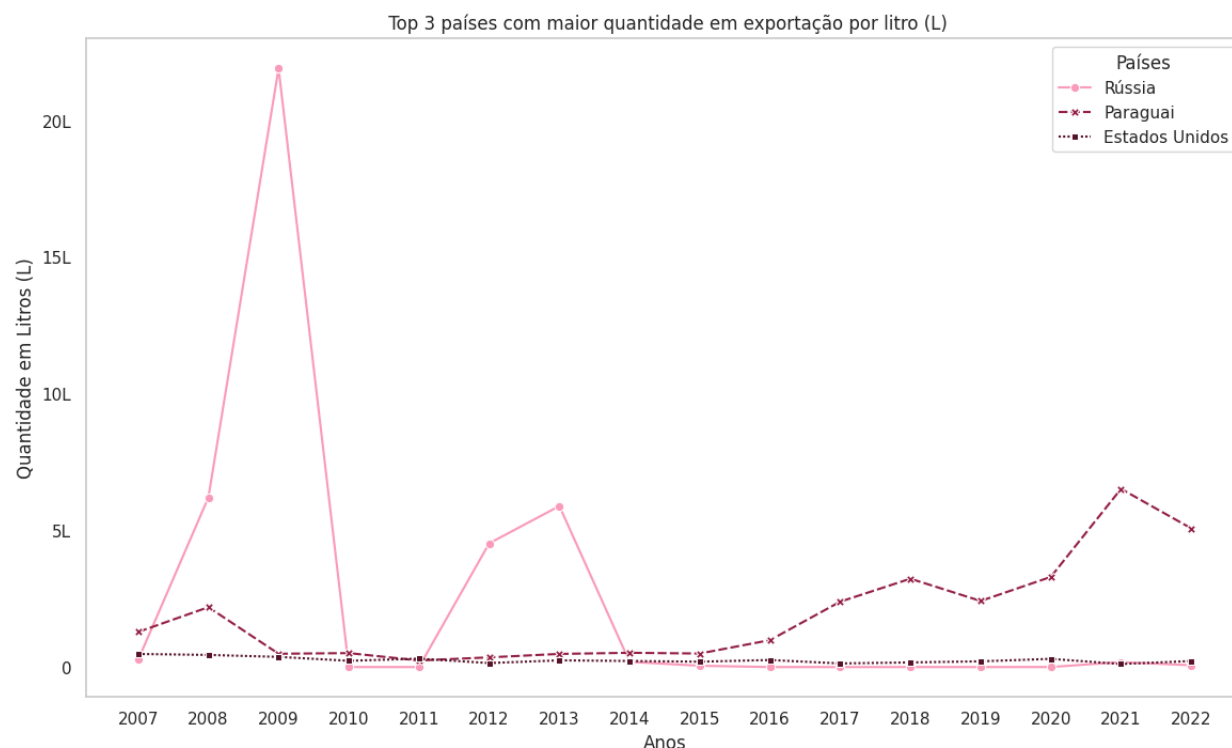


Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

No *Gráfico 5* é visível o aumento no valor de exportação previamente destacado no *Gráfico 1* e *Gráfico 2*. Em 2013, a Rússia registrou o maior valor pago na exportação de vinho brasileiro, atingindo a cifra de 14,8

milhões de dólares. O *Gráfico 6*, apresentado abaixo, mostra um pico em 2009, também relacionado à Rússia, revelando um aumento expressivo na quantidade de exportação em litros, totalizando 21,9 milhões.

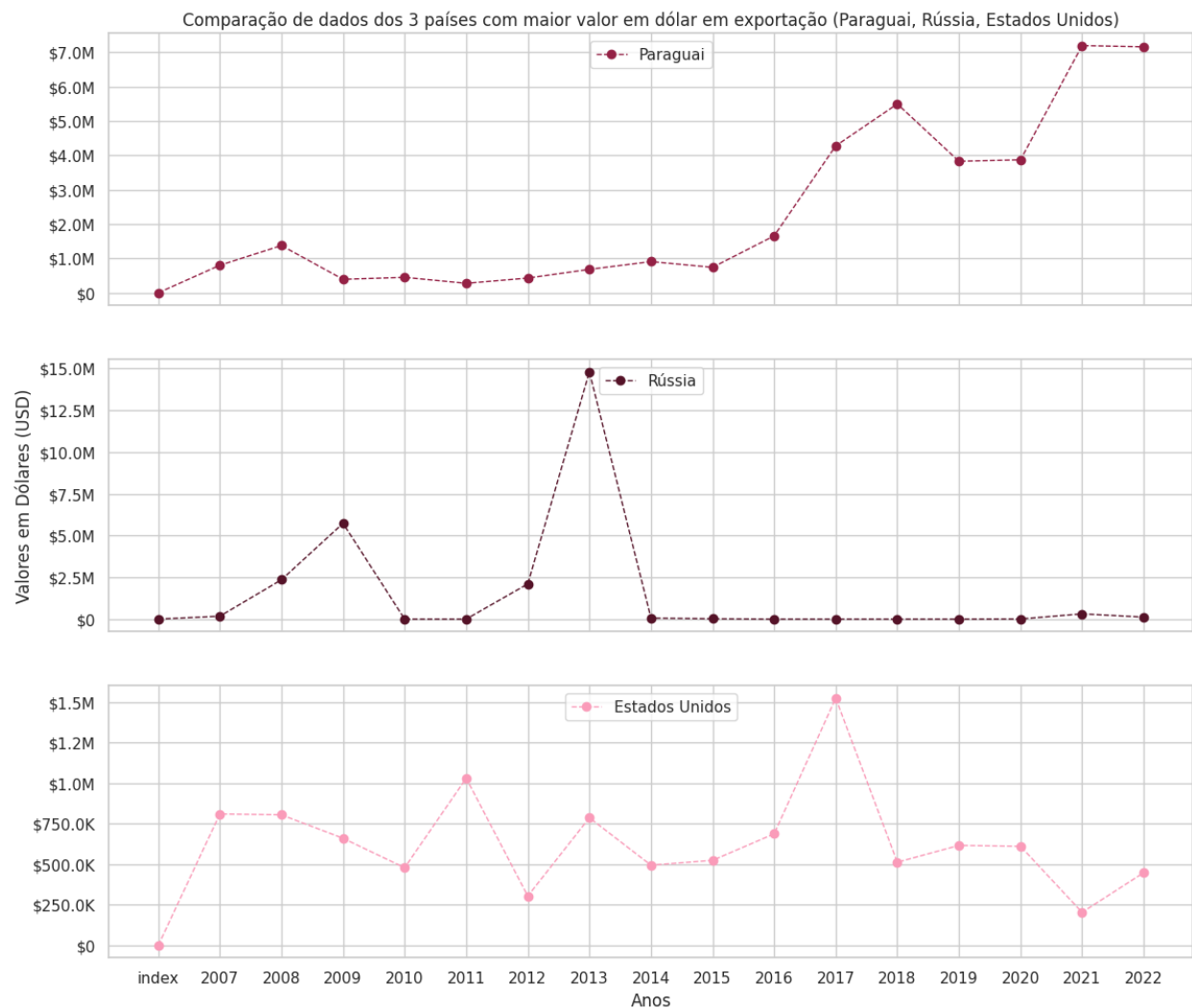
Gráfico 6 – Linha do tempo com os três países com maior quantidade em exportação por Litro (L)



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Diante disso, procedeu-se a uma análise individual dos países, Paraguai, Rússia e Estados Unidos, com o objetivo de compreender os padrões de exportação para cada um ao longo dos anos. No *Gráfico 7*, apresentado abaixo, os valores de exportação de cada país estão representados separadamente, permitindo observar que o Paraguai e os Estados Unidos são os países que demonstram certa constância na importação de vinhos brasileiros. Notavelmente, o Paraguai destaca-se pelo seu crescimento, indicando ser um dos mercados mais significativos para o Brasil na atualidade.

Gráfico 7 – Os 3 países com maior valor em dólar em exportação



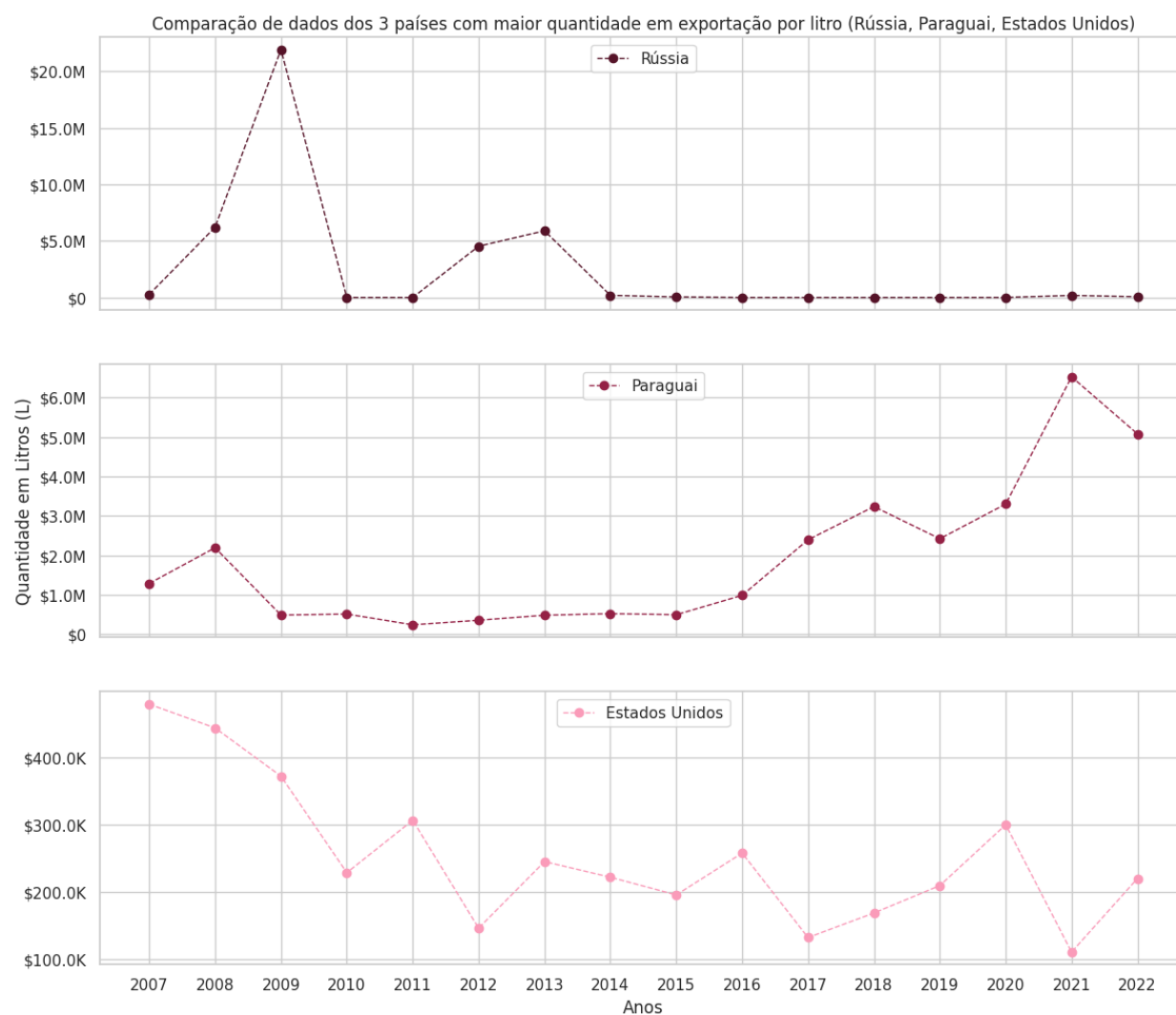
Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Contudo, tanto no *Gráfico 7* quanto no *Gráfico 8*, é possível verificar que, embora a Rússia tenha registrado valores expressivos nos anos de 2009 e 2013, não evidencia uma recorrência na importação ao longo dos demais anos apresentados.

Em 2008, aproximadamente 5 milhões de vinhos finos foram vendidos como vinho de mesa, impulsionados pelo Programa de Estímulo à Produção do Governo Federal (PEP). No ano seguinte, em 2009, as exportações foram a principal via de escoamento, também influenciadas pelo PEP.

Em partes, segundo informações do Wines of Brasil o aumento de 2013 se dá por conta de um projeto de promoção do setor realizado pelo Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) em colaboração com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). A Rússia ocupava a primeira posição no ranking entre os 43 países que importam o vinho brasileiro, sendo responsável por consumir 30% do valor total exportado em 2012. (Portal Terra, 2013).

Gráfico 8 – Os 3 países com maior quantidade em litro em exportação



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

Em resumo, ao longo dos 15 anos analisados até o presente, os países sul-americanos se destacaram como importantes importadores de vinho brasileiro, conforme refletido no valor total exportado em dólares americanos (USD). O principal destino dessas exportações é o Paraguai, seguido pela Rússia e pelos Estados Unidos.

Embora a maioria das exportações de vinho brasileiro seja destinada ao Paraguai, é inegável que os mercados americano e russo apresentam potencial para se tornarem importantes destinos para a exportação de vinho brasileiro. Isso evidencia a presença mais consolidada do Brasil como fornecedor para esses países.

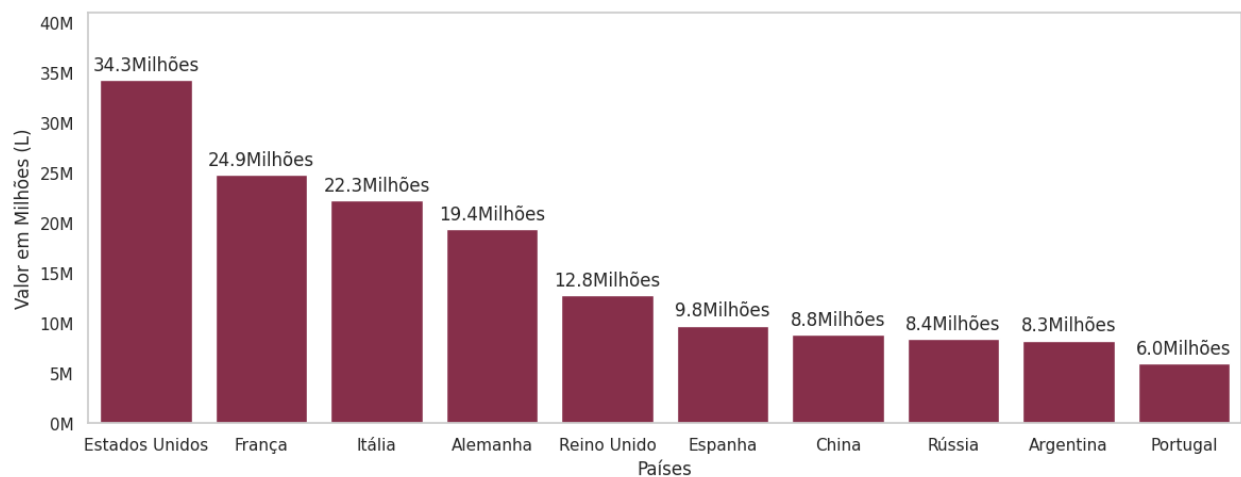
Outro país que não foi incluído no top para análise individual, mas demonstra potencial de mercado, é a China, classificando-se em quarto lugar como um dos principais importadores de vinho brasileiro com valor de 4,7 Milhões. Embora seus números ainda não sejam tão expressivos em comparação com os três primeiros, a China representa uma força potencial a ser reconhecida. Esse cenário se destaca ainda mais, considerando os esforços recentes do Brasil em estreitar suas relações com o país asiático nos últimos anos.

4. CONSUMO DE VINHO NO MUNDO

O consumo de vinho no mundo é influenciado por uma variedade de fatores, incluindo tradições culturais, preferências regionais, tendências de mercado, mudanças nas preferências do consumidor e fatores econômicos.

O *Gráfico 9* apresenta os maiores consumidores de vinho nos segundo dados mais recentes da OIV (Organização Internacional da Vinha e do Vinho) de 2022. Os Estados Unidos lideram em primeiro lugar, registrando um aumento de aproximadamente 3% em comparação com 2021, totalizando cerca de 34,3 milhões em litros (equivalente a 3,4 bilhões de litros). Segundo o relatório da OIV esse valor representa 15% do consumo mundial dessa bebida.

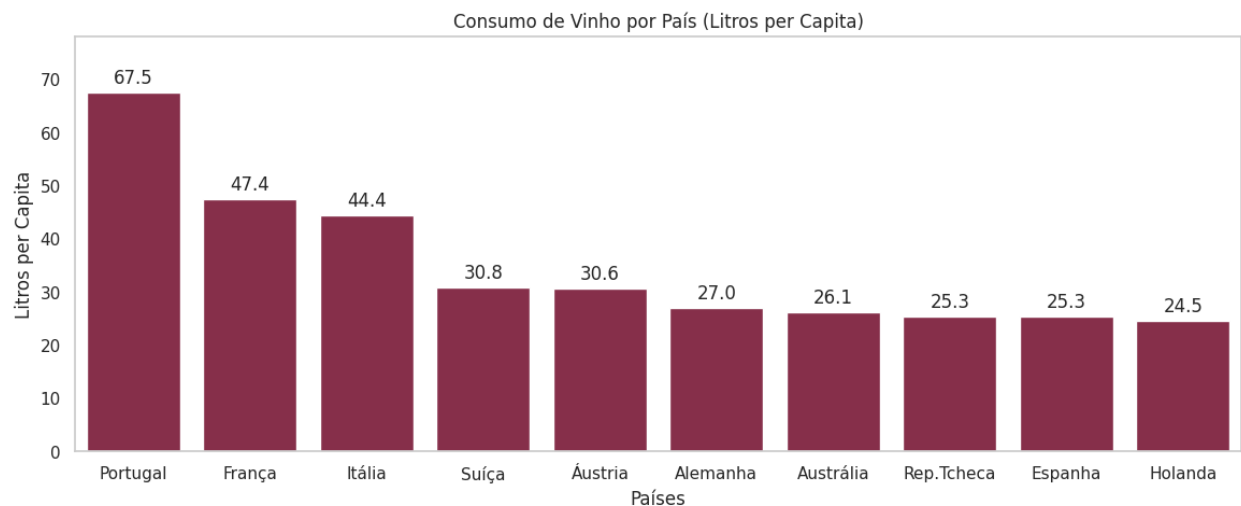
Gráfico 9 – Países que mais bebem vinho



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

A organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV) também apresenta uma análise de consumo per capita, ou seja, consumo de vinho em média por pessoa de cada país, porém com isso a classificação a partir do consumo por litro apresenta uma perspectiva significativamente diferente do gráfico anterior. Com Portugal como líder do ranking.

Gráfico 10 – Consumo de vinho por pessoa



Fonte: (International Organisation of Vine and Wine, 2024)

Em 2022, o consumo per capita de vinho em Portugal atingiu 67,5 litros por pessoa. Em segundo lugar, os franceses registraram 47,4 litros, seguidos pelos italianos, que apresentaram um consumo de 44,4 litros.

5. CENÁRIO ECONÔMICO

5.1. MERCOSUL

O MERCOSUL, que significa Mercado Comum do Sul, é uma união e política e econômica formada por países da América do Sul. Criado em 1991 com o Tratado de Assunção e tem como membros fundadores Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. Em seguida, outros países se associaram, como Bolívia (1996), Chile (1996), Peru (2003), Colômbia (2004), Equador (2004), Guiana (2013), Venezuela (2012) e Suriname (2013). Atualmente a Venezuela é um país membros efetivos.

O principal objetivo do MERCOSUL é promover a integração regional e o desenvolvimento econômico entre os países-membros, facilitando o comércio, a cooperação e a coordenação de políticas. Isso é alcançado por meio da eliminação de barreiras comerciais, da coordenação de políticas macroeconômicas, da harmonização de regulamentações e da busca por uma maior cooperação em diversas áreas, como infraestrutura, educação e cultura.

Além disso, o MERCOSUL possui uma Tarifa Externa Comum (TEC), que estabelece uma tarifa única para produtos importados de países fora do bloco. E também os procedimentos alfandegários no MERCOSUL são regidos pela Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que é um sistema de classificação de produtos e tarifas. A NCM é uma espécie de código padronizado que atribui uma identificação única a cada tipo de mercadoria. Ela é utilizada pelos países membros do MERCOSUL para facilitar o comércio e agilizar os procedimentos aduaneiros² nas fronteiras.

Como foi destacado ao longo da análise, os países sul-americanos, especialmente o Paraguai, destacam-se na importação de vinhos brasileiros. O Mercosul, por sua vez, apresenta a capacidade de proporcionar ao Brasil diversas vantagens e oportunidades relacionadas à exportação de vinhos. Como o bloco econômico busca a integração econômica, facilitação do comércio e cooperação entre seus países

² *Procedimento aduaneiro* - permite que certas mercadorias entrem no território, sendo condicionalmente dispensadas, no todo ou em parte, do pagamento de direitos e taxas de importação, quando importadas com fins determinados e para serem reexportadas dentro do prazo estabelecido.

membros. Aqui estão algumas maneiras pelas quais o Mercosul pode ajudar o Brasil na exportação de vinhos:

- Redução de Barreiras Tarifárias;
- Cooperação no Marketing e Promoção;
- Padronização de Regulamentações;
- Facilitação Logística;
- Acesso a Mercados Internacionais em Bloco;
- Fortalecimento de Acordos Bilaterais.

5.2. GUERRAS

Rússia e Ucrânia

Em 2022 se deu início a uma guerra entre Rússia e Ucrânia, o que gera incertezas mundial e causa uma oscilação imprevisível nos custos das principais commodities agrícolas. Além disso, a guerra contribuiu para o aumento nos preços dos fertilizantes agrícolas, uma vez que a Rússia é responsável pela maior parte da produção global de Nitrogênio, Potássio e Fósforo impactando o Brasil em sua produção.

“Brasil importou da Rússia 8,03 milhões de toneladas de fertilizantes em 2022, resultando em diminuição de 13,3% frente ao ano anterior” (Rodrigues Vegro & Alberto Angelo, 2023)

Israel e a Palestina

A questão entre Israel e a Palestina é um conflito complexo e de longa data, marcado por disputas territoriais, divergências históricas, e diferenças culturais e religiosas. As principais questões envolvem a disputa territorial, particularmente relacionada à criação e expansão de assentamentos israelenses em territórios considerados pelos palestinos como parte de um futuro Estado palestino. Além disso, o status de Jerusalém é uma fonte central de discordância, já que ambas as comunidades reivindicam a cidade como sua capital.

O conflito entre Israel e o Hamas, no Oriente Médio, pode ter implicações para o agronegócio brasileiro. Apesar de Israel e Palestina não serem destinos relevantes para os produtos brasileiros, juntos representam menos de 0,5% do total exportado pelo setor agropecuário brasileiro em 2022. O impacto

inicial pode não ser diretamente imediato, mas as repercussões do conflito nos preços do petróleo têm o potencial de influenciar os custos de produção, incluindo fertilizantes, diesel e despesas de transporte.

5.3. PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

Produto Interno Bruto, conhecido como PIB, é uma medida macroeconômica que representa o valor total de todos os bens e serviços finais produzidos em um país durante um determinado período de tempo. Ele é utilizado como um indicador do tamanho e desempenho da economia de um país.

O PIB é uma medida importante para decisões relacionadas a exportações. O Produto Interno Bruto de um país está diretamente ligado ao seu tamanho econômico e à demanda por bens e serviços. Aqui estão algumas razões pelas quais o PIB é relevante para decisões de exportação:

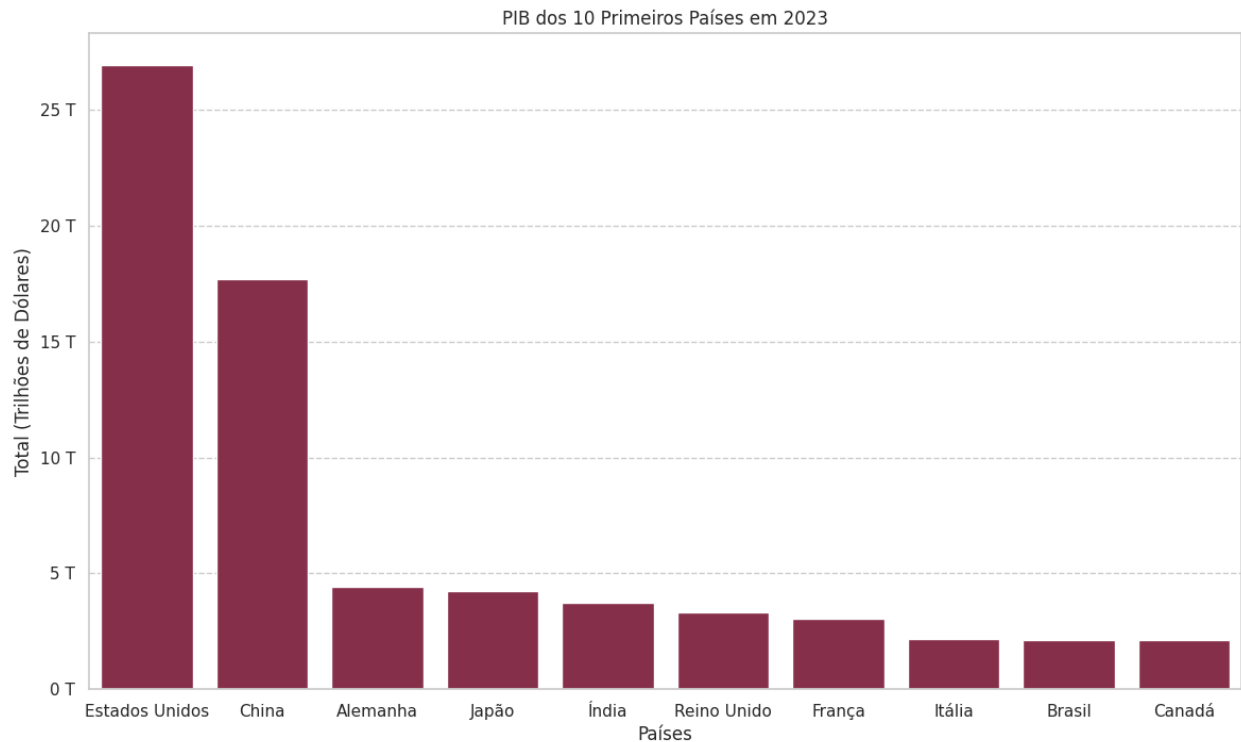
- Tamanho do Mercado;
- Crescimento Econômico;
- Poder de Compra;
- Estabilidade Econômica;
- Setores de Crescimento;
- Condições Macroeconômicas.

Portanto, ao considerar a exportação para outros países, é fundamental analisar o PIB e outros indicadores econômicos relevantes para tomar decisões informadas e identificar oportunidades de mercado.

Foi conduzido um levantamento dos 10 países com os maiores PIBs de 2023, conforme projetado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI). Os Estados Unidos, China e Alemanha destacam-se como as principais economias. O Brasil ocupa a nona posição, com um PIB estimado em US\$ 2,13 trilhões para o ano de 2023, superando o Canadá, cujo PIB previsto é de US\$ 2,12 trilhões. Esses dados foram retirados dos relatórios do World Economic Outlook Update (Perspectiva Econômica Mundial).

Em síntese, essa análise proporciona insights valiosos para os exportadores, oferecendo uma visão abrangente da economia de um país e permitindo uma abordagem mais informada e eficaz no desenvolvimento de estratégias de exportação.

Gráfico 11 – Ranking de projeção do FMI dos países com maior PIB 2023



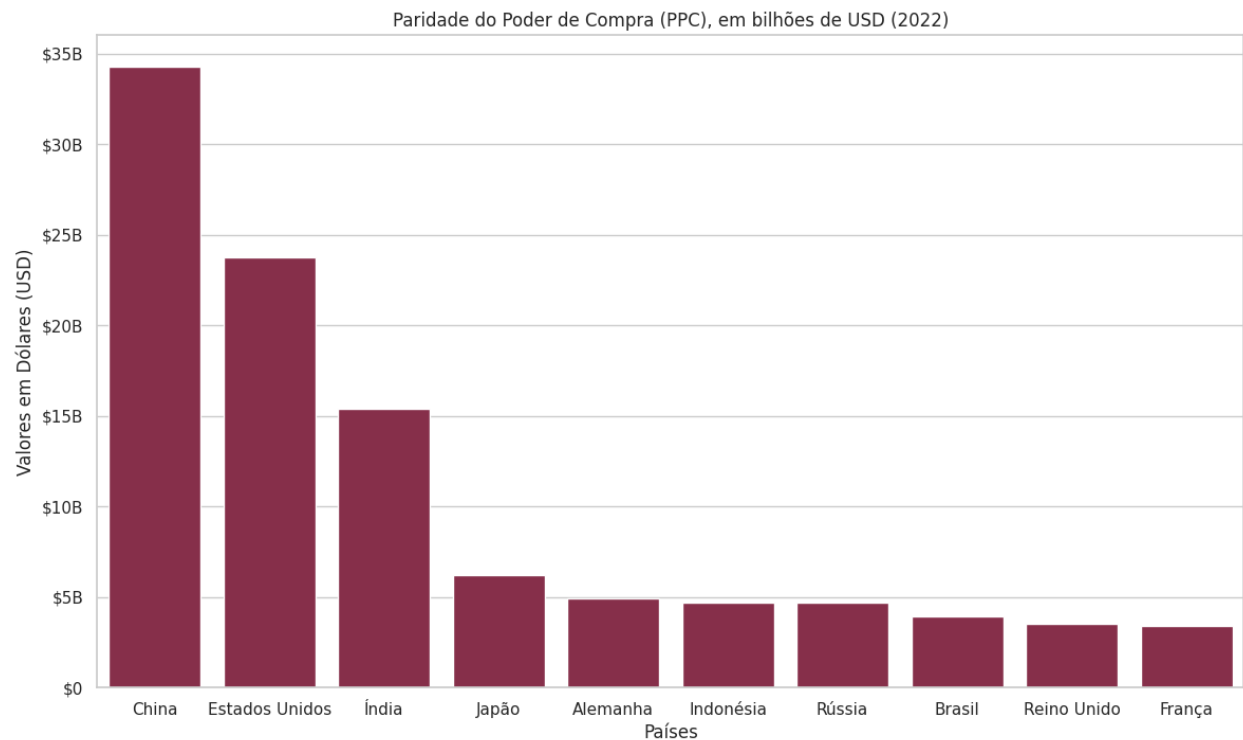
Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

5.4. PODER DE COMPRA (PPC)

Além da medição do PIB ser um fator importante para exportação, o PPC que é o poder de compra de uma moeda é a sua capacidade de adquirir bens e serviços durante um período específico e outra medida importante em futuras tomadas de decisões. Este conceito é frequentemente utilizado para comparar o poder de compra entre diferentes países, por meio da Paridade do Poder de Compra (PPC), um indicador crucial na análise da economia global. O Fundo Monetário Internacional (FMI) utiliza o dólar como referência no cálculo da PPC.

Quando o assunto for paridade do poder de compra (PPC), a China ocupa a primeira posição, seguida pelos Estados Unidos, Índia e Japão, de acordo com os dados (FUNAG, 2021).

Gráfico 12 – Paridade do Poder de Compra (PPC)



Fonte: figuras criadas pelo próprio autor

No caso da China, que apresentou um percentual de maior de 12.48%. em relação Estados Unidos que por sua vez apresenta um percentual de 13.38%. acima da Índia. Isso proporcionou uma compreensão mais clara das discrepâncias percentuais entre esses países.

Além disso, a análise incluiu a validação da diferença entre o país com o maior percentual (China) e o último colocado com uma diferença de 37.29%. Essa avaliação permitiu uma visão abrangente das disparidades no Poder de Compra entre os países analisados, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada do cenário econômico.

6. OPORTUNIDADES DE EXPANSÃO

Ao examinar a trajetória da exportação de vinhos ao longo dos últimos 15 anos, observamos padrões e tendências que oferecem insights valiosos para estratégias futuras. O mercado internacional de vinhos

apresenta oportunidades significativas, e o Brasil, como produtor emergente, pode capitalizar essas tendências para impulsionar suas exportações.

Os números da exportação de vinhos brasileiros, tem como destaque os países sul-americanos, principalmente o Paraguai, se mostra como um dos principais importadores de vinhos brasileiros, apresentando crescimento constante. A relação com a Rússia e os Estados Unidos também se destaca como mercados potenciais especialmente considerando os valores de exportação em dólares. Pensar em estratégias focadas nesses países podem fortalecer a presença brasileira.

A participação no Mercosul emerge como uma oportunidade estratégica, oferecendo vantagens como a redução de barreiras tarifárias, cooperação em marketing, padronização de regulamentações e facilitação logística. Essas são ferramentas valiosas para impulsionar as exportações e solidificar a presença do Brasil no mercado internacional.

Além dos países analisados, a China surge como um mercado com potencial de crescimento, ocupando o quarto lugar nas exportações de vinho brasileiro. A abertura recente de relações entre Brasil e China aumenta a relevância desse mercado emergente.

No contexto global, o consumo de vinho está relacionado a diversos fatores, incluindo tradições culturais, preferências regionais e condições econômicas. Observamos que, apesar de os sul-americanos liderarem como importantes importadores, mas em relação a consumo os mercados americano indicam possibilidades de crescimento e estabilidade.

Também considerando o cenário econômico, o PIB e o PPC emergem como indicadores cruciais. O Brasil, com o nono maior PIB global, encontra-se em uma posição estratégica, e a compreensão do poder de compra em diferentes países oferece insights valiosos para decisões futuras, onde a chinesa e os americanos mostram sua força.

Em síntese, esta análise proporciona uma base sólida para orientar a empresa na expansão internacional. A combinação de estratégias específicas para cada mercado, aproveitamento de oportunidades emergentes e alinhamento com políticas comerciais regionais pode impulsionar o sucesso nas exportações de vinhos brasileiros nos próximos anos.

7. ESTRATÉGIAS FUTURAS

Enfoque Estratégico: Desenvolver estratégias específicas para o Paraguai, aproveitando seu crescimento consistente. Isso pode incluir iniciativas de marketing, parcerias locais e adaptação de produtos às preferências do mercado.

Expansão nos EUA e Rússia: Investir em ações direcionadas aos Estados Unidos e Rússia, como campanhas de promoção, participação em eventos do setor e ajustes na oferta para atender às demandas desses mercados.

Exploração do Mercado chinês: Considerar uma abordagem proativa para explorar o mercado chinês, alinhando-se às crescentes relações diplomáticas. Participar de feiras comerciais e estabelecer parcerias estratégicas podem ser passos essenciais.

Aproveitamento do Mercosul: Explorar as vantagens do Mercosul para facilitar a exportação, incluindo a redução de barreiras tarifárias, cooperação em marketing e promoção, e a padronização de regulamentações.

Monitoramento de Tendências: Manter-se atualizado sobre as tendências globais no consumo de vinho, ajustando a oferta de acordo com as preferências do consumidor. Isso pode envolver a diversificação de produtos, como vinhos orgânicos ou de nicho. E participação no concurso de vinhos.

8. PROXIMOS PASSOS DE ANÁLISES

- Realizar pesquisas de mercado para entender as preferências e comportamentos dos consumidores nos países analisados.
- Identificar as tendências emergentes no consumo de vinhos e adaptar a oferta conforme necessário.
- Investigar a participação em eventos e festivais de vinhos nos países-alvo.
- Investigar o impacto da sustentabilidade e certificações (por exemplo, orgânicos, biodinâmicos) nas decisões de compra.

REFERÊNCIAS

Alves de Sá, A. C. (2022). IMPACTOS DA PANDEMIA NO CONSUMO DE VINHOS: UMA ANÁLISE DO CONTEXTO ATUAL. PETROLINA, PE. Fonte: https://releia.ifsertao-pe.edu.br/jspui/bitstream/123456789/750/1/TCC%20-%20IMPACTOS%20DA%20PANDEMIA%20NO%20CONSUMO%20DE%20VINHOS_UMA%20AN%C3%81LISE%20DO%20CONTEXTO%20ATUAL.pdf

Coelho de Souza Leão, P. (2010). *BREVE HISTÓRICO DA VITIVINICULTURA E A SUA EVOLUÇÃO NA REGIÃO SEMIÁRIDA BRASILEIRA*. Fonte: Embrapa: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/47735/1/13-Cronica-07.pdf>

Exportamos. (16 de dezembro de 2019). *Exportar vinho para China: alguns dados*. Acesso em 02 de janeiro de 2024, disponível em Exportamos: <https://www.exportamos.com.br/exportar-vinho-para-china-alguns-dados/>

FUNAG. (11 de novembro de 2021). *As 15 maiores economias do mundo*. Acesso em 2023 de dezembro de 14, disponível em FUNAG: <https://www.gov.br/funag/pt-br/ipri/publicacoes/estatisticas/as-15-maiores-economias-do-mundo>

Gama da Silva, P. C. (2001). ARTICULAÇÃO DOS INTERESSES PÚBLICOS E PRIVADOS NO PÓLO PETROLINA-PE/JUAZEIRO-BA: EM BUSCA DE ESPAÇO NO MERCADO GLOBALIZADO DE FRUTAS FRESCAS. Campinas.

Hissnauer, A. P., Marcio Neri, C., De Souza Cardoso, E., & Dias, M. A. (2013). *Estudo da viabilidade econômica de exportação de vinho para China*. Fonte: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/fb39ed3c-d432-4602-b58c-baccec70be6e/content>

International Organisation of Vine and Wine. (10 de janeiro de 2024). *International Organisation of Vine and Wine*. Fonte: International Organisation of Vine and Wine: <https://www.oiv.int/>

Lis, L., & Gutierrez, F. (01 de agosto de 2019). *Entenda a crise desencadeada no Paraguai pelo acordo com o Brasil sobre Itaipu*. Acesso em 01 de janeiro de 2024, disponível em G1: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/08/01/entenda-a-crise-desencadeada-no-paraguai-pelo-acordo-com-o-brasil-sobre-itaipu.ghtml>

Lista de países por população. (10 de janeiro de 2024). Fonte: wikipedia: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_pa%C3%ADses_por_popula%C3%A7%C3%A3o

Moreira, V. (27 de novembro de 2020). *VINHO NA PANDEMIA: AUMENTO DO CONSUMO ENTRE OS BRASILEIROS*. Acesso em 09 de janeiro de 2024, disponível em Divinho: <https://www.divinho.com.br/blog/vinho-na-pandemia/>

Portal Terra. (27 de maio de 2013). *Rússia lidera ranking dos importadores do vinho brasileiro*. Acesso em 3 de janeiro de 2024, disponível em Portal Terra: <https://www.terra.com.br/economia/operacoes-cambiais/operacoes-empresariais/russia-lidera-ranking-dos-importadores-do-vinho-brasileiro,90ebabcae33ee310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

Ribeiro, J. (04 de junho de 2023). *Dia do vinho: consumo no Brasil cresce, mas portugueses são os que mais bebem*. Acesso em 10 de janeiro de 2024, disponível em InvestNews: <https://investnews.com.br/geral/dia-do-vinho-consumo-no-brasil-tem-alta-mas-portugueses-sao-os-que-mais->

winefun. (29 de março de 2021). *Vinho e COVID: como a pandemia afetou o comércio internacional de vinhos em 2020*. Acesso em 2023 de dezembro de 13, disponível em winefun: <https://winefun.com.br/vinho-e-covid-como-a-pandemia-afetou-o-comercio-internacional-de-vinhos-em-2020/>