

Sobre o estudo

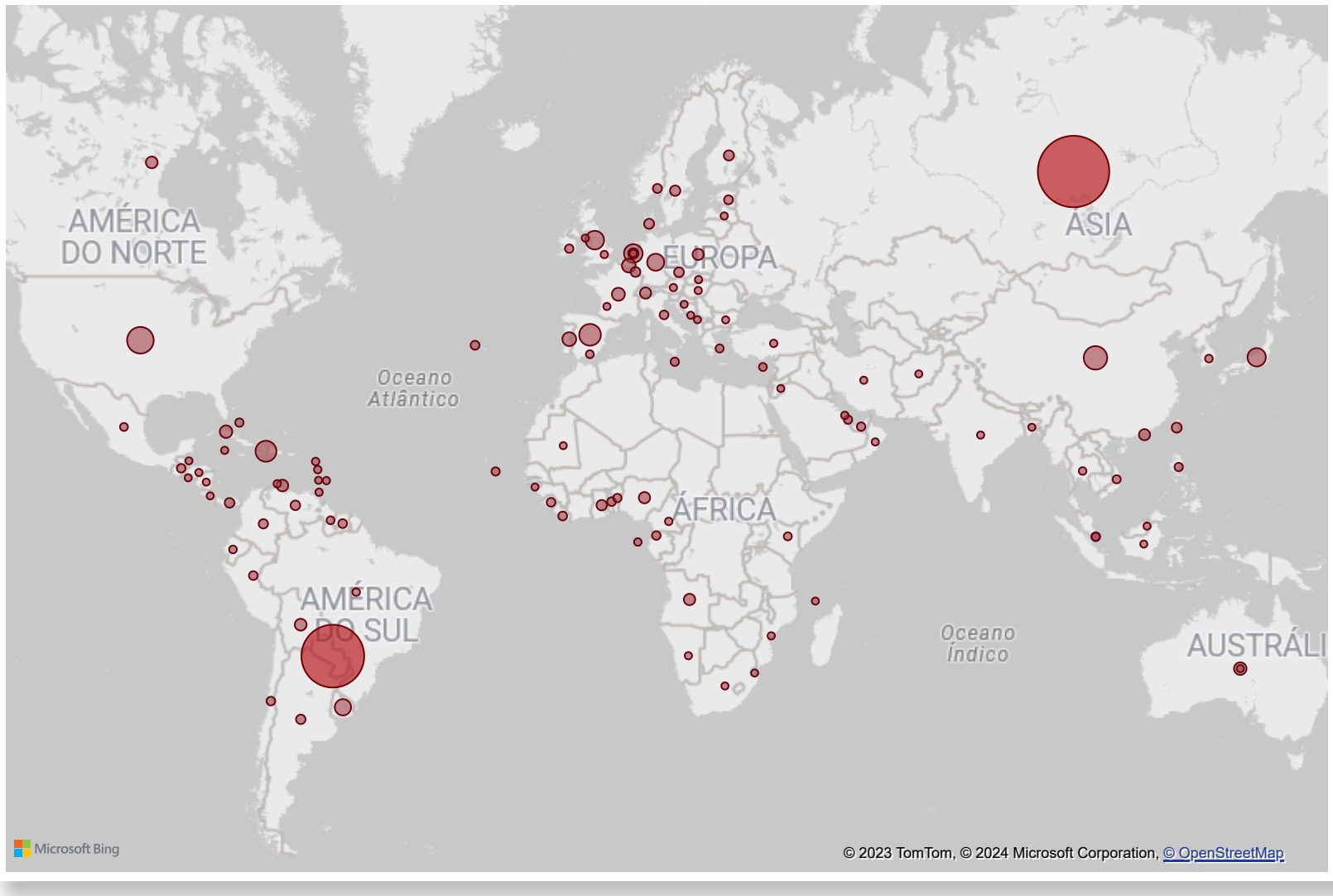
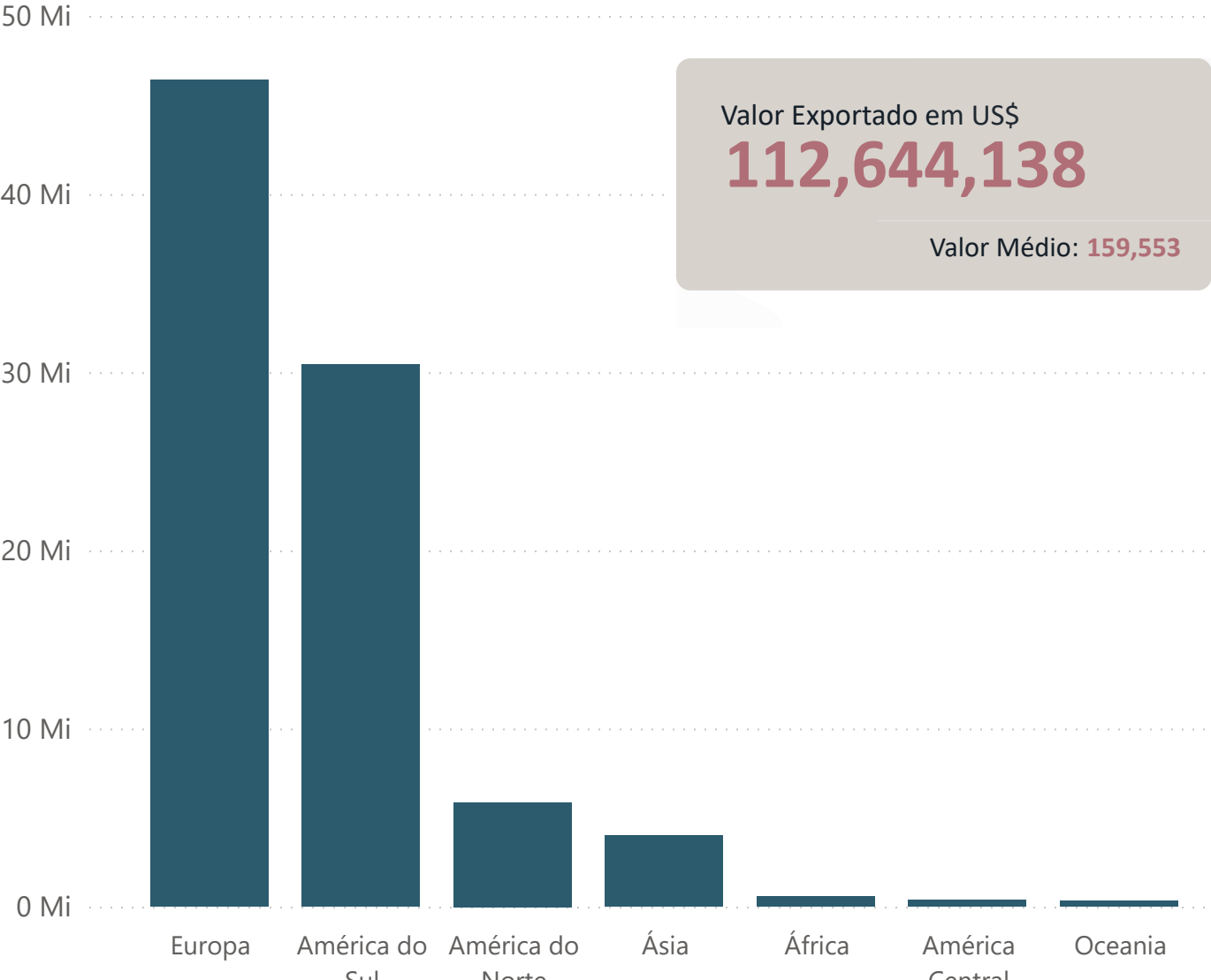
Análise sobre exportação de vinhos com dados da Embrapa para criar a narrativa da Celestial, fictícia para o trabalho, desenvolvida para a Pós-Tech Data Analytics — FIAP, em Janeiro de 2024.

Turma: 3DTAT | Análise de Dados da Vinícola Celestial | Grupo 8
André Taets - Rm353109 | Márcio Garrido - Rm352740 | Philippe Micioneiro - Rm352472 | Wesley Santos - Rm352704

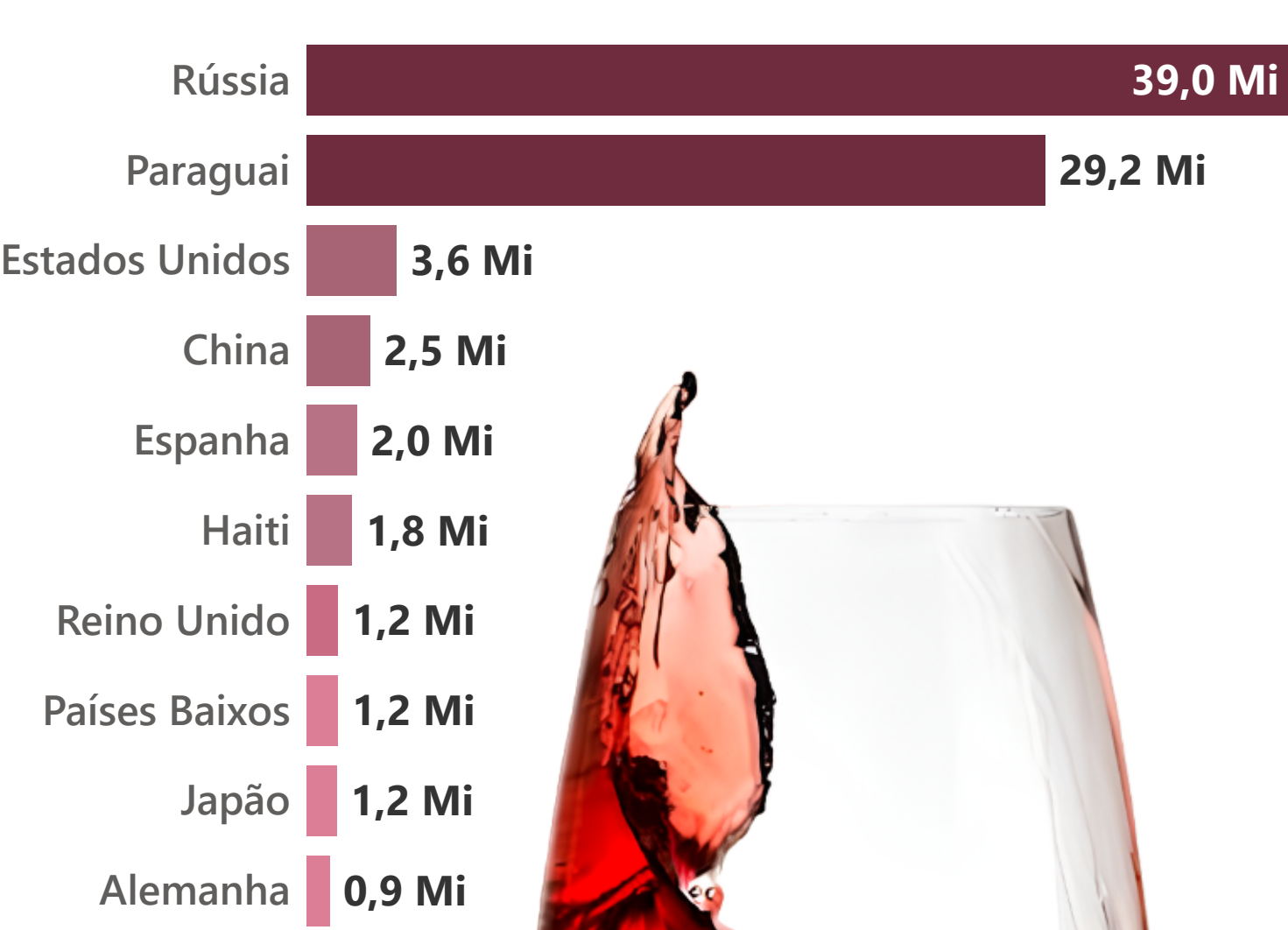
Vinícola Celestial

A Vinícola Celestial iniciou em 1968 e hoje olhamos para essa trajetória com orgulho. A nossa marca é reconhecida e premiada mundialmente, entregando nossos produtos em mais de cem países. Este reconhecimento nos motiva diariamente, sempre comprometidos em levar ao mundo, amantes da nossa marca, o vinho de maior qualidade.

Litros Exportados X Continente

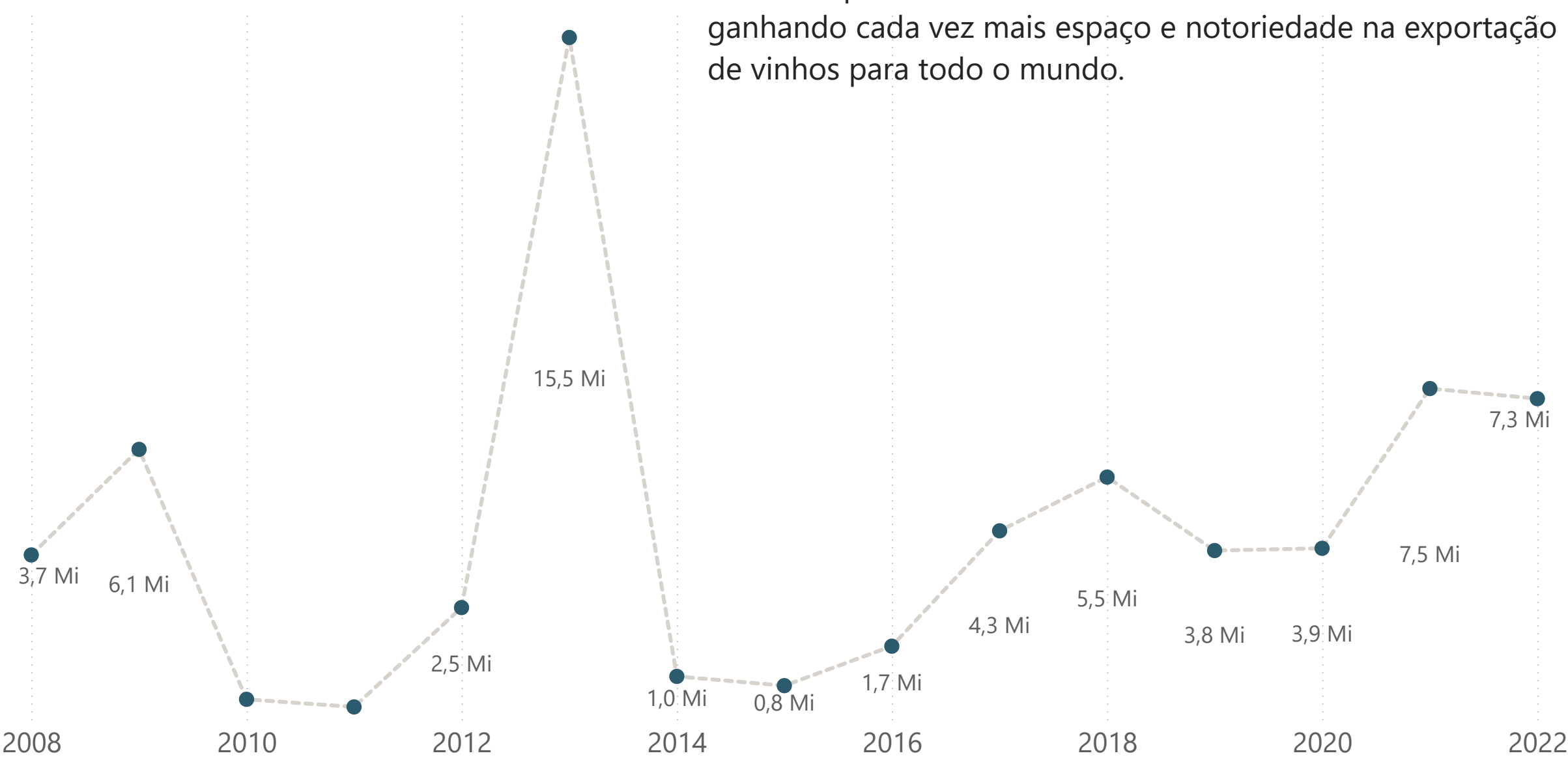


Top 10 Países X Litros Exportados



País de destino	Valor em US\$	Litros exportados
Paraguai	38.719.031	29.214.770
Rússia	25.504.484	39.029.799
Estados Unidos	9.684.567	3.563.355
China	4.746.525	2.509.458
Reino Unido	4.711.464	1.239.551
Espanha	3.808.552	1.993.000
Países Baixos	3.791.611	1.236.154
Alemanha	2.546.394	909.051
Japão	2.377.716	1.181.692
Haiti	2.327.208	1.791.603
Bélgica	1.395.226	402.667
Uruguai	1.219.878	792.595
Canadá	1.097.417	195.491
Suíça	906.264	152.894
França	720.359	317.553
Polônia	611.080	154.475
Portugal	581.419	419.586
Angola	576.189	168.868
Finlândia	537.432	86.763
Austrália	469.248	274.654

Faturamento ano a ano

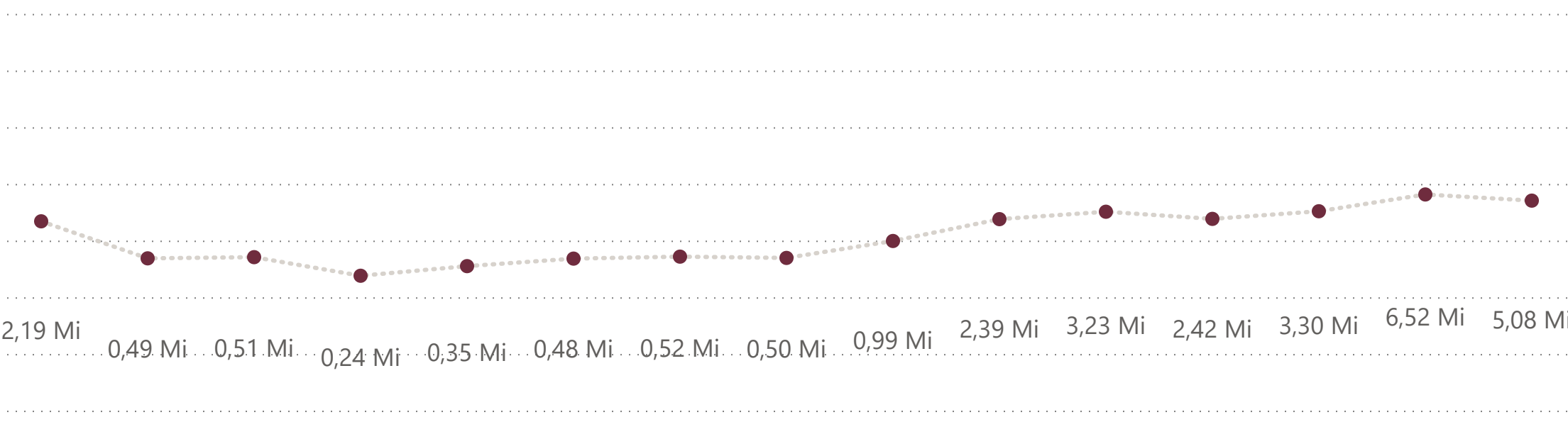


Nossa empresa vem numa crescente nos últimos 6 anos, ganhando cada vez mais espaço e notoriedade na exportação de vinhos para todo o mundo.

Examinando o montante gasto em dólares (US\$), percebemos que o Paraguai supera a Rússia devido à sua consistência nas compras.

Outro fator relevante aqui são as quantidades importadas por cada país. Enquanto Paraguai mantém uma constante, a Rússia diminui o volume de compra com oscilações significativas ao longo dos anos.

Paraguai



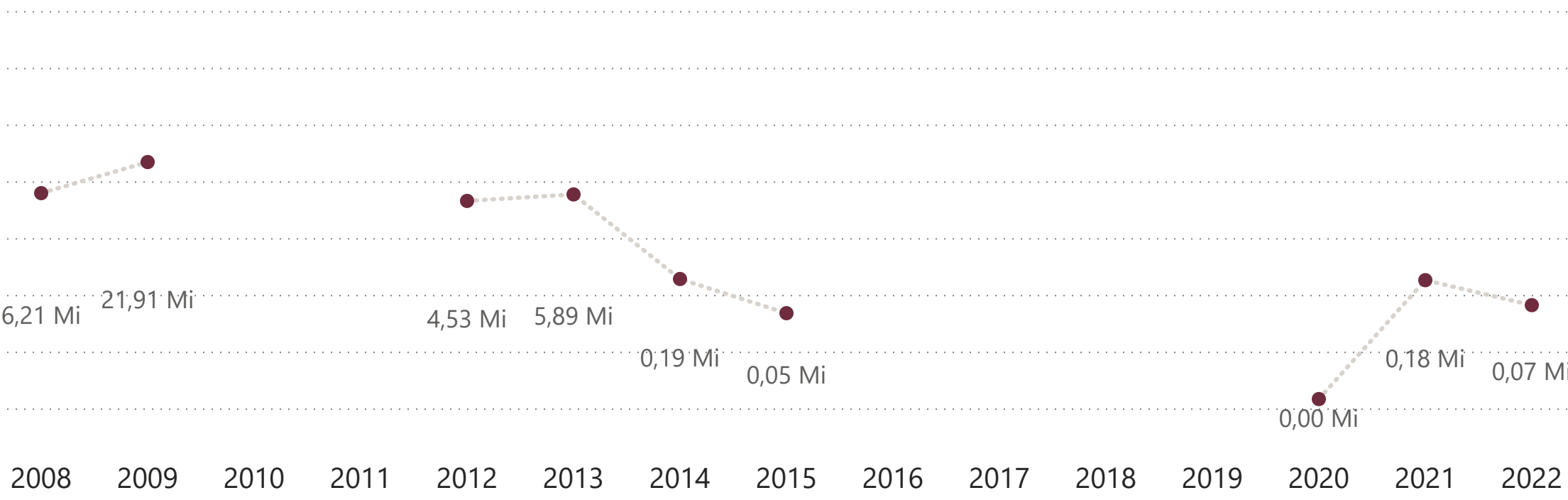
Paraguai

Segundo estudo da (ICA), sobre Vinhos exportados pelo Brasil ao Paraguai, o Brasil apresenta crescente evolução nas exportações desde 2015, deixando para trás a preferência de vinhos de países consolidados como França, Espanha e Itália, assim chegando a um MKT Share de 11%, frente a França com apenas 5% em (2019).

O Brasil ainda possui um grande desafio para se consolidar como maior exportador, visto que, em 2019 as vendas totais de Chile e Argentina, representavam 39% e 36% respectivamente do MKT Share de exportações de Vinhos no país em (2019).

(Fonte: ICA – Estudo de Mercado de Vinhos, Espumantes e Sucos de Uva no Paraguai)

Rússia



Rússia

Os maiores picos de consumo ocorreram entre 2008 e 2009, impulsionados pela primeira cúpula do BRICS (anteriormente BRIC), que resultou em um acordo de cooperação financeira global.

Já o aumento nas vendas em 2012 resultou do incentivo do Governo Federal, por meio do Programa de Escoamento da Produção (PEP), que vendeu 4,53 milhões de litros de vinho para a Rússia a US\$0,47 por litro (Fonte: Embrapa).

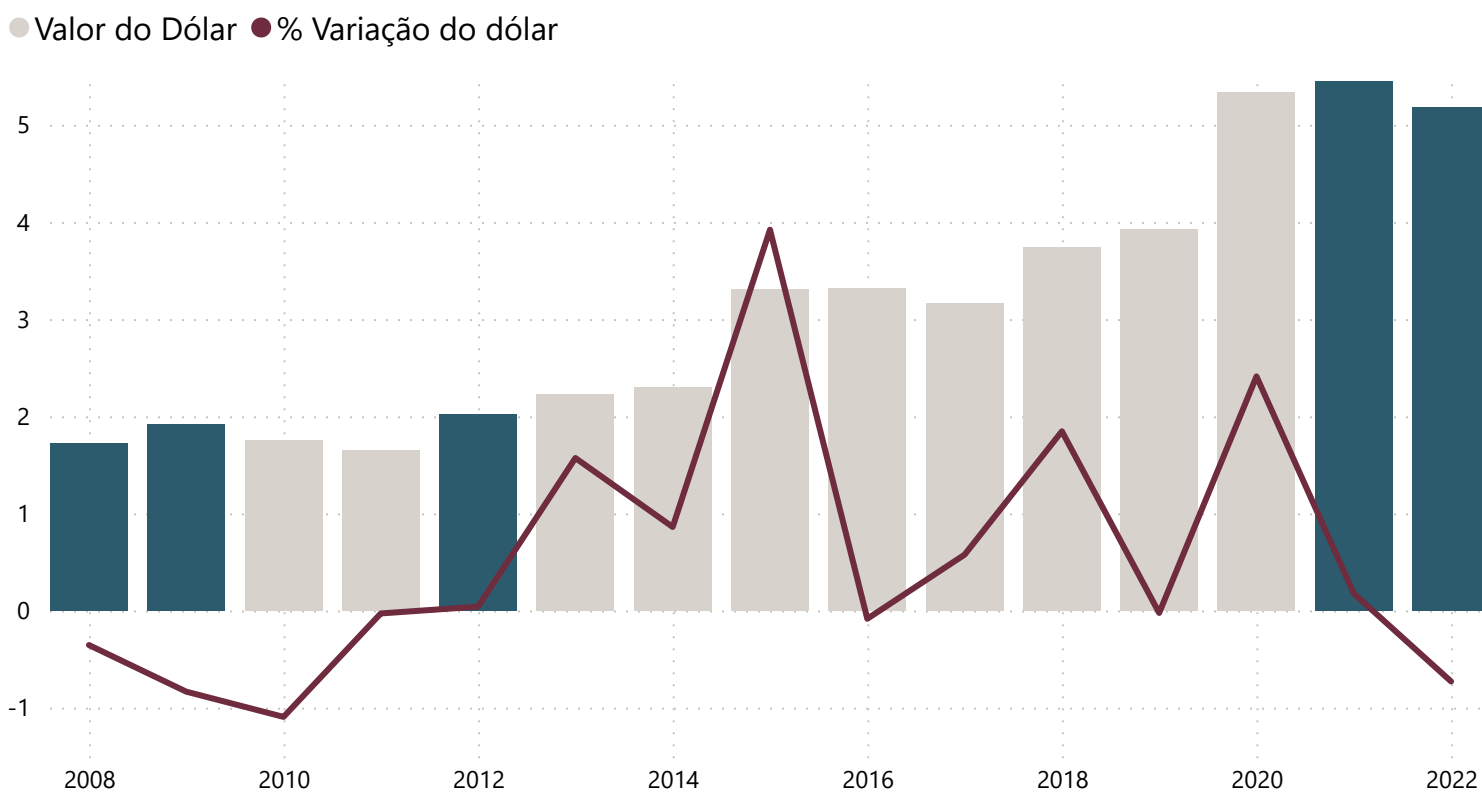
Conforme projeção realizado pelo Instituto Brasileiro de Vinho "A diretora de promoção do Ibravin, Andreia Gentilini Milan, destaca que a visibilidade do Brasil durante a Copa do Mundo e a Olimpíada de 2016 impulsionará as vendas de vinho brasileiro no exterior" (Fonte: Terra) , este fato não se concretizou em relação as exportações para a Rússia.

Informações Adicionais

Economia

Investigamos os dados históricos da valorização do dólar (USD) ao longo do tempo. Com isso, conseguimos analisar os dados de exportação em litros X USD. Isso proporciona uma compreensão do motivo pelo qual a Rússia adquiriu mais litros de vinho e pagou menos em comparação com o Paraguai.

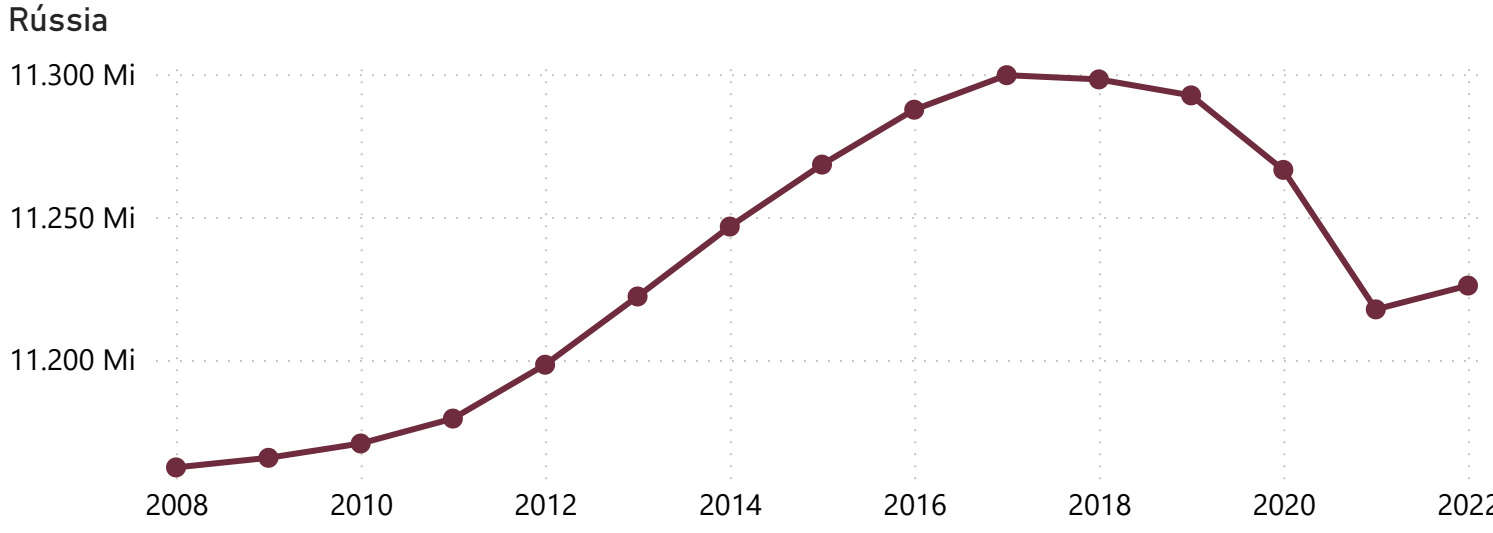
Valor e Variação Anual do dólar



Destacamos aqui os períodos de maior importação pela Rússia (2008, 2009, 2012) e Paraguai (2021 e 2022). Com base nisso, identificamos que a Rússia fez compras em grande volume quando o valor do dólar estava mais favorável, enquanto o Paraguai realizou compras de forma regular, mas enfrentou aumento no preço do dólar, impactando diretamente o montante final de gastos ao longo dos 15 anos.

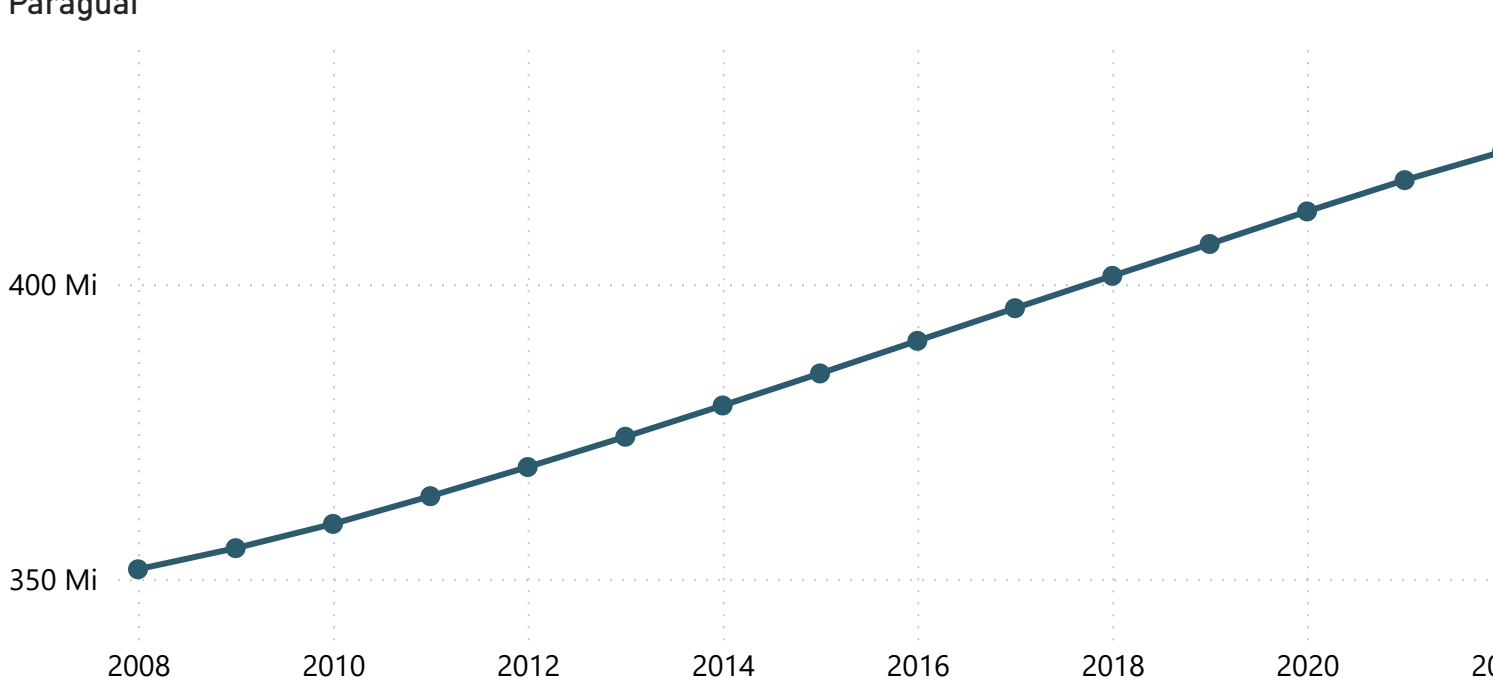
Demografia

Avaliamos também a quantidade de pessoas com idade mínima para consumo de álcool nos países com maior consumo.



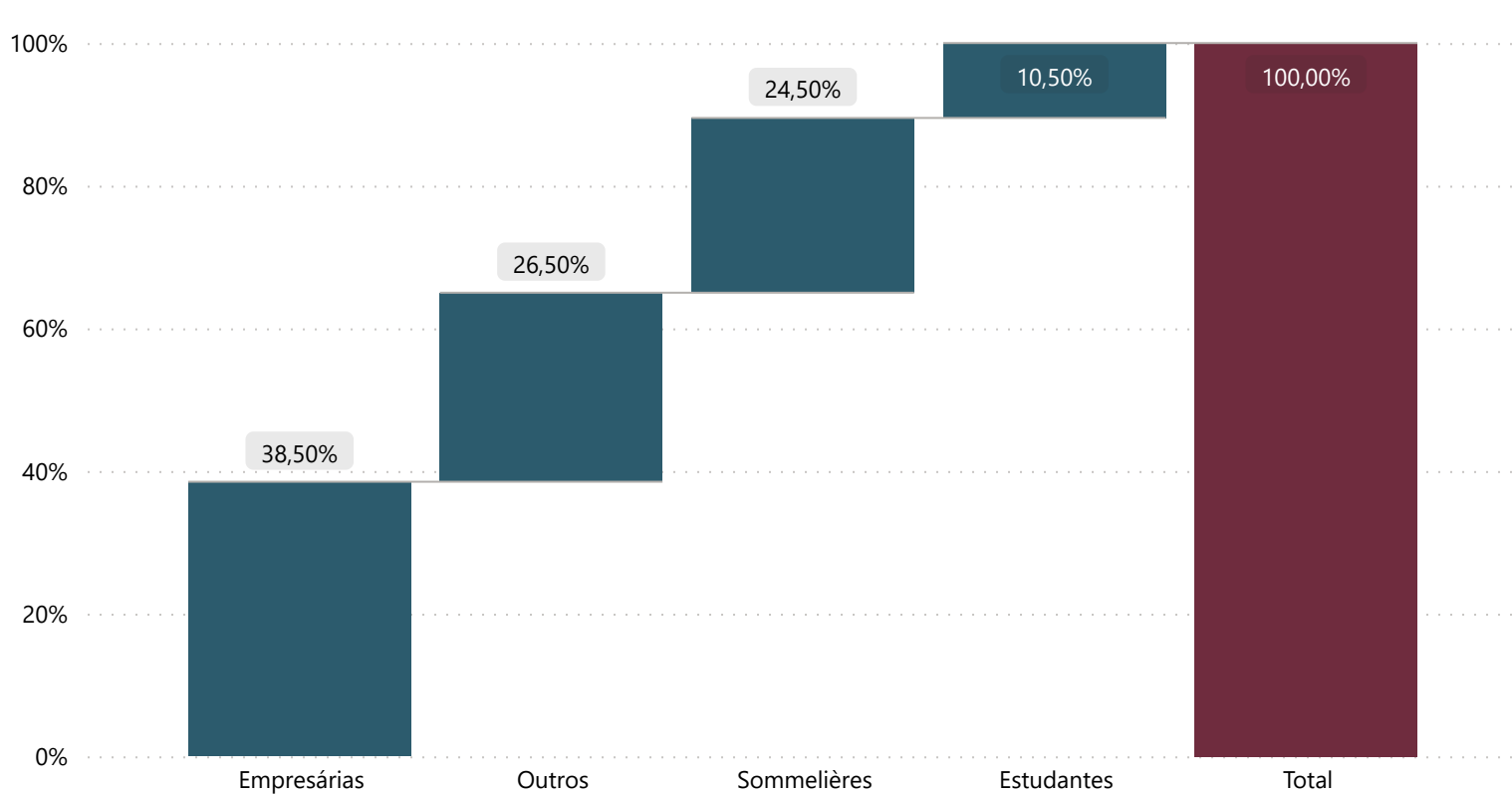
Considerando a curva de crescimento que houve no país e o número de litros exportados, vemos que não há relação direta com a faixa etária.

O mesmo ocorre com o Paraguai, onde há uma crescente de pessoas com idade mínima, mas ainda sim não interfere no volume importado pelo país



Mulheres no mercado de trabalho da enologia

Analizamos a participação das mulheres no mundo dos vinhos através de um estudo feito pela Universidade Rural com 200 mulheres:



Com base nas respostas, observa-se uma diversidade de funções ocupadas por mulheres no mercado de bebidas. Cerca de 38,5% delas são proprietárias de lojas de vinhos, representantes comerciais, enquanto 24,5% atuam como sommelieres, e 10,5% são estudantes em cursos de vinhos.

*A enologia é a ciência e o estudo da produção e apreciação de vinhos. A enologia envolve o entendimento detalhado dos diferentes tipos de uvas, suas características, os efeitos do clima e do solo na produção de uvas, técnicas de vinificação, controle de qualidade, análise sensorial e até mesmo o emparelhamento de vinhos com alimentos.

Insights | Recomendações



Com base em nossa análise do cenário de exportações da Celestial e em informações externas, chegamos à conclusão de que iremos classificar os principais fornecedores (outliers) como Classe A, considerando o maior faturamento de exportações da empresa. Diante disso, estamos desenvolvendo estratégias para aprimorar as condições de frete para o Paraguai, já que identificamos que somos o terceiro maior exportador e possuímos um forecast que nos coloca como o futuro líder desse mercado.

No que diz respeito à Rússia, estamos implementando estratégias de campanhas específicas para épocas em que as condições climáticas são mais adversas para a produção de vinhos, visando otimizar nossa presença nesse mercado.

Quanto aos três principais destinos de exportação, classificados como Classe B em termos de faturamento - Estados Unidos, China e Reino Unido -, estamos adotando estratégias de vendas de lotes maiores com promoções e campanhas de incentivo, buscando impulsionar o volume de vendas e elevá-los à Classe A no próximo ano.

Para ambos grupos, seguiremos nos incentivos à inclusão de mulheres a fim de promover não apenas a igualdade de gênero, mas também para colher uma variedade de benefícios significativos na indústria vinícola.