

EXPORTAÇÃO DE VINHOS: ESTUDO DE CASO VINÍCOLA TORRE ALTA

ANA KARLA SILVEIRA DE MOURA

anakarla_silveira@hotmail.com

BRUNA FABRÍCIA PINTO

brunafabriziapinto@hotmail.com

MAYARA PAULA DE OLIVEIRA

mayara.oliveira5@hotmail.com

PROF^a CAMILA BOSCO TIRABASSI SANTOS

camila@fatecitapetininga.edu.br

RESUMO: Este artigo foi elaborado com o objetivo de mostrar a viabilidade de exportação de vinhos da vinícola Torre Alta. A Vinícola Torre Alta está localizada no município de São Miguel Arcanjo/SP e foi escolhida devido aos seus anos de atuação na fabricação de vinhos e também por ser uma vinícola bem conhecida na região. A metodologia utilizada para elaboração deste estudo de caso foi uma pesquisa bibliográfica sobre vinhos, para conhecer os principais detalhes do surgimento de vinho, tanto no Brasil, quanto em outros países. E para obtenção de melhores resultados, também foi elaborado um questionário, por meio do qual o proprietário da vinícola explica melhor como seus produtos são fabricados, como se deu o surgimento da vinícola, entre outras questões. Dessa forma, foi possível analisar a produção, custos e rotinas. Com os dados obtidos chegou-se à conclusão da não viabilidade da exportação de vinhos fabricados pela vinícola Torre Alta neste momento. Assim, surgiram dicas, soluções e ideias para que futuramente a Vinícola Torre Alta possa vir a exportar seus deliciosos vinhos.

Palavras-chave: Fabricação. Roteiro das Vinícolas. Qualidade.

Abstract: This article was elaborated with the objective of showing the feasibility of exporting wines from Torre Alta winery. Torre Alta Winery is located in the municipality of São Miguel Arcanjo / SP and was chosen due to its years of experience in winemaking and also because it is a well-known winery in the region. The methodology used to elaborate this case study was a bibliographical research about wines, to know the main details of the emergence of wine, both in Brazil and in other countries. And in order to obtain better results, a questionnaire was also drawn up, whereby the owner of the winery explains better how his products are made, such as the appearance of the winery, among other issues. In this way, it was possible to analyze the production, costs and routines. With the data obtained, it was concluded that the export of wines manufactured by Torre Alta winery is not feasible at this time. Thus, suggestions, solutions and ideas have arisen so that in the future Torre Alta Winery will be able to export its delicious wines.

Keywords: Manufacturing. Winery tour. Quality.

1 INTRODUÇÃO

O vinho é uma bebida clássica e conhecida pelo mundo, com vários atributos, portanto, nota-se que essa bebida pode ser bem lucrativa para quem a fabrica. Este foi um dos motivos que levou o Sr. Osvaldo Joaquim Zorzi, nascido na cidade de Jundiá (SP), aposentado, a comprar um sítio na cidade de São Miguel Arcanjo (SP) para plantio de uvas de mesa. Com o início do plantio o Sr. Osvaldo, viu a oportunidade de produzir vinhos. E, com isso, fundou a Vinícola Torre Alta, que produz 12 tipos de vinhos e também outros produtos, sendo conhecida por toda a região.

A análise dos requisitos acima citados e o fato de que o vinho de boa qualidade da Vinícola Torre Alta pode competir em um mercado mais amplo, traz a seguinte questão: Por que não exportar esses produtos?

Pensando nisso, foi elaborado um estudo de caso para mostrar a viabilidade, ou não, da exportação dos vinhos produzidos pela Vinícola Torre Alta. Para a produção deste artigo, além do estudo de caso, foi realizada pesquisa para obter informações sobre o surgimento do vinho no Brasil, e no mundo. Com isso, foi possível analisar os pontos fortes e fracos para dar início, ou não, à exportação dos vinhos produzidos pela vinícola.

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste artigo foi a pesquisa bibliográfica em *sites* específicos, como o portal IBRAVIN (Instituto Brasileiro de Vinho), além de outros *sites* de mérito em relação à cultura do vinho e análise do mercado. Realizou-se também um estudo de caso, para o qual foi elaborado um questionário para entrevista pessoal com o dono da Vinícola Torre Alta, dividido em três momentos: a primeira parte focou nos dados pessoais do proprietário da vinícola; a segunda parte priorizou os dados da vinícola; na última parte foram feitas perguntas sobre exportação, tentando compreender a visão e o nível de entendimento do dono da vinícola sobre essa possibilidade de expansão do negócio.

3 HISTÓRIA DO VINHO

3.1 MUNDO

A história do vinho no mundo se originou em tempos remotos, tornando-se um produto que acompanhou grande parte da evolução econômica e sociocultural de várias civilizações ocidentais e orientais (OLIVEIRA, 2017). Do ponto de vista histórico, o vinho nasceu antes da escrita. Os enólogos dizem que a bebida surgiu por acaso, talvez por um punhado de uvas amassadas esquecidas num recipiente, que sofreram posteriormente os efeitos da fermentação. Mas o cultivo das videiras para a produção do vinho só foi possível quando os nômades se tornaram sedentários.

Os egípcios foram os primeiros a registrar em pinturas e documentos o processo da vinificação e o uso da bebida em celebrações (datados de 1000 a 3000 a.C.). O consumo de vinho aumentou com o passar do tempo e, junto com o azeite de oliva, foi um grande impulso para o comércio egípcio, tanto interno quanto externo. Os primeiros enólogos foram egípcios (NARDINI, 2015). Na Idade Média, desde o século IV, o imperador romano Constantino converteu-se ao cristianismo e a Igreja fortaleceu-se como instituição. O simbolismo do vinho na liturgia católica não poderia ter enfoque maior: era o sangue de Cristo. A Igreja começou a se estabelecer como proprietária de extensos vinhedos nos mosteiros das principais ordens religiosas da Europa. Os mosteiros eram recantos de paz, onde o vinho era produzido para o sacramento da eucaristia e para o próprio sustento dos monges (MACHADO, 2013).

Já com a Revolução Industrial, no século XVIII, o vinho perdeu muito em qualidade, porque passou a ser fabricado com técnicas menos rústicas, para possibilitar sua produção em massa e venda barata. Embora as antigas tradições tentassem ser preservadas em regiões interioranas francesas, italianas e alemãs, a produção vinícola sofreu modificações irremediáveis para se adaptar ao mundo industrializado (ANDERSON, 1994). No século XX, a vitivinicultura evoluiu muito, acompanhando os avanços da tecnologia e da genética. O cruzamento genético das cepas das uvas, a formação de leveduras transgênicas e a

produção mecanizada elevaram substancialmente a qualidade e o sabor do vinho, feito sob medida para agradar os mais diversos paladares. Hoje o vinho é de extrema importância nas mais variadas culturas no mundo (VEZOZZO, 2017).

3.2 BRASIL

Após o descobrimento, com a população se formando com influência portuguesa, o consumo de vinhos foi estabelecido, um costume herdado da tradição milenar europeia. A demanda de vinhos, já naquela época, era grande, mas com muita escassez. Não havia vinhos para atender a todos (PRADO, 2017). Experiências de plantio de vinhas à beira mar não deram certo, mas em São Paulo (por volta de 1650) houve êxito. Ao mesmo tempo, os Jesuítas missionários se estabeleceram no Sul e promoveram a cultura do vinho, referente aos costumes religiosos; contribuindo para o início produtivo naquela região (VEZOZZO, 2017).

Em meados do século XX, os imigrantes europeus começavam a se estabelecer no Brasil e iniciaram atividades industriais e produção agrícola. Entre elas a uva, para consumo *in natura*, e a fabricação de vinhos, inicialmente para consumo próprio e, depois, para o comércio. Neste período houve um crescimento na produção e na qualidade destes vinhos para atender a população imigrante (VEZOZZO, 2017). Nos anos 80 e 90, estimulados pelo crescimento do mercado

e com o objetivo de produzir vinhos de melhor qualidade para o mercado, surgem novas áreas de produção em diferentes regiões do Brasil (VEZOZZO, 2017).

3.3 ACEITAÇÕES DO VINHO BRASILEIRO EM OUTROS PAISES DA AMÉRICA DO SUL

O histórico do vinho brasileiro no exterior vem se expandindo cada vez mais e os nossos vizinhos da América do Sul são os principais protagonistas desse sucesso. A ampla aceitação de vinhos e espumantes brasileiros só vêm crescendo ao longo dos anos, na contramão da crise econômica. De acordo com dados divulgados pelo IBRAVIN (Instituto Brasileiro de Vinhos), com pesquisas mais recentes, do ano de 2009 ao ano de 2015 a exportação de vinhos e espumantes brasileiros cresceu mais de 50%, mostrando o sucesso que nossos vinhos fazem no exterior. (IBRAVIN, 2017).

Contudo, o país que mais se encanta e importa as nossas preciosidades em questão é o Chile. De acordo com dados também divulgados pelo IBRAVIN, eles detêm quase 37% das importações, surpreendendo, pois, sua cultura está voltada para uma escala grande de exportação dos seus próprios vinhos. Segundo o *site* Clube dos Vinhos, o Chile está entre os principais exportadores de vinho, atrás somente da Itália, França, Espanha e Estados Unidos, sendo o quinto no *ranking*. Logo em seguida, o segundo maior importador dos nossos vinhos e espumantes

são os argentinos, com uma fatia considerável, de 13%. Com relação à cultura de vinhos na Argentina, o país também se destaca na produção de vinhos, com alta taxa de exportação.

Tabela 1 – Principais países de origem das importações dos vinhos brasileiros

| Ano | Chil | Arg | Itali | Fran | etc | Tot. |
|------|------|------|-------|------|------|------|
| 2009 | 22,5 | 14,8 | 9,1 | 3,5 | 9,2 | 59,1 |
| 2010 | 26,5 | 18,1 | 13,0 | 4,3 | 13,5 | 75,3 |
| 2011 | 26,7 | 17,7 | 13,2 | 5,1 | 14,9 | 77,6 |
| 2012 | 30,3 | 15,6 | 11,6 | 5,0 | 17 | 79,5 |
| 2013 | 28,4 | 13,4 | 9,2 | 4,7 | 16,5 | 72,2 |
| 2014 | 35,6 | 14,2 | 9,7 | 4,8 | 16,9 | 81,2 |
| 2015 | 36,9 | 13,0 | 9,3 | 5,0 | 17,7 | 81,8 |

Fonte: Ibravin – Importações, 2017.

Ou seja, os maiores importadores dos vinhos brasileiros, tanto o Chile quanto a Argentina, apesar de serem exportadores renomados nesse setor, optaram pelo consumo do vinho brasileiro devido à qualidade, ao custo benefício e à história que está enlaçada com cada produção de vinho num país cheio de diversidade como é o nosso.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 VINÍCULA TORRE ALTA: HISTÓRICO DA EMPRESA

A Vinícola Torre Alta foi constituída devido a um sonho antigo do vinicultor, o Senhor Oswaldo Joaquim Zorzi, nascido na cidade de Jundiaí, estado de São Paulo. Após sua aposentadoria na área de metalurgia, veio pra São Miguel Arcanjo e comprou um sítio para produzir uvas e complementar sua renda. O clima frio de São Miguel Arcanjo com o solo permeável e argiloso foram fatores positivos para o cultivo de uvas de qualidade.

O primeiro prêmio veio da Primeira Festa do Vinho Artesanal, quando a vinícola conquistou o primeiro lugar certificando a qualidade dos vinhos. O ápice da colheita de frutos veio em 2007, no Primeiro Simpósio de Revitalização dos Vinhos Paulistas realizado na UNICAMP, onde recebeu o prêmio como o melhor vinho Rosé Suave do evento, fazendo com que a Vinícola Torre Alta se tornasse mais conhecida na região.

4.2 ÁREAS DE PRODUÇÃO DE UVAS E VARIEDADES PLANTADAS PELA VINÍCULA TORRE ALTA

A área de plantio da vinícola se encontra a 4 km do centro da cidade de São Miguel Arcanjo, no Bairro Turvo, na Rodovia Neguinho Fogaça (SP 139), Km 96,7, no Sítio Santa Rita de Cássia, com aproximadamente cinco mil pés de uvas dos tipos Niágara Branca, Niágara Isabel, Blend, Itália,

Carbnet Sauvignon, Bordô, Máximo e Merlot. O plantio é feito o ano todo devido à demanda dos produtos produzidos. Os vinhos também são produzidos no local.

4.3 PRODUTOS DA VINÍCULA TORRE ALTA

A Vinícola Torre Alta produz uma grande diversidade de vinhos artesanais de mesa, dos mais clássicos aos mais originais, como por exemplo, Vinho Assemblage (tinto suave assemblage), Vinho Uva Itália (fino branco suave), Vinho Demi Sec (fino tinto demi sec), Vinho Cabernet Sauvignon (fino tinto seco), Vinho Uva Bordô (tinto suave), Vinho Uva Máximo (tinto suave), Vinho Merlot (fino tinto), Vinho Niágara (branco de mesa suave) e Vinho Uva Niágara: branco seco).

Os vinhos citados são alguns exemplos da produção da vinícola, que também se destaca na produção do suco de uva natural e de licores, como o licor de pimenta, entre outros produtos artesanais. O potencial de exportação dos vinhos produzidos é bastante relevante, pois sua fabricação artesanal, agrega valor ao produto, além de possuir uma variedade de sabores.

4.4 MERCADOS CONSUMIDORES DOS PRODUTOS DA VINÍCULA TORRE ALTA

A principal região de comercialização é o município de São Miguel Arcanjo, onde se localiza a vinícola. Devido à boa reputação e

qualidade dos produtos, muitas pessoas de cidades vizinhas (Itapetininga, Pilar do Sul etc.) vão até a vinícola para adquirir seus produtos. Muitos destes compradores são influenciados pela propaganda “boca a boca”, ou seja, quando o produto é de boa qualidade sempre será elogiado e indicado, e é o que acontece com a Vinícola Torre Alta.

Quadro 1 - Entrevista Vinícola Torre Alta

Primeira parte: Dados do Entrevistado

Nome do entrevistado: Osvaldo Joaquim Zorzi

Naturalidade: Jundiaí - SP. Vim da cidade de Jundiaí há 20 anos para São Miguel Arcanjo - SP, logo após a aposentadoria na área metalúrgica e comprei o sitio para produzir uvas de mesa para complementar a renda.

Idade: 62 anos

Escolaridade: 2º grau completo.

Função ou cargo atual que exerce na Vinícola Torre Alta: Proprietário, Diretor e Produtor.

Participou atualmente de algum curso ou treinamento para a área que exerce? Sim; um workshop e dia de campo sobre poda mecanizada na videira, no Instituto de Engenharia e Agricultura de Jundiaí.

Segunda parte: Perfil da Vinícola

Principais produtos comercializados na Vinícola: Vinhos, sucos, licores, vinagres, grappa, cachaça e uva *in natura*.

Dentre os produtos comercializados, quais se destacam em vendas? Vinhos, sucos e licores.

Número de funcionários da vinícola atualmente? Dois funcionários fixos mais o meu apoio.

Tempo do empreendimento? No total são 19 anos, porém no ramo só do turismo com adega e vinhos, sucos e licores são 15 anos; antes disso eu era só produtor de uvas de mesa *in natura*, o vinho era só para consumo próprio.

Têm sócios? Não.

Terceira parte: Exportação de Produtos

Exporta algum produto que produz? Não.

Se não exporta, existe algum interesse em exportar? Pouco, quase nenhum interesse.

Se não exporta, por que a exportação ainda não é uma opção para a expansão do seu empreendimento? Cite os principais motivos. Nunca pensei no assunto, creio que existam dificuldades de achar pessoas especializadas sobre exportação e o procedimento deve ser bastante burocrático.

De acordo com a entrevista realizada com o vinicultor Osvaldo Joaquim Zorzi, foi constatado que a empresa não exporta nenhum produto atualmente e o proprietário enfatizou que possui pouco interesse em exportar. Os principais motivos apontados para a falta de interesse em exportar são:

- Dificuldade em encontrar pessoas especializadas para orientar no processo de exportação.
- Elevado grau de burocracia no procedimento.
- Produção sob demanda fez com que exportação não fosse prioridade.

4.5 POSSÍVEIS COMPRADORES DOS VINHOS DA VINÍCOLA TORRE ALTA

Analisando as possibilidades do mercado consumidor local, a vinícola poderia distribuir seus produtos para pequenos comerciantes em vários pontos da cidade para revenda e, da mesma forma, esse método seria utilizado nas regiões vizinhas. Já no âmbito nacional, os possíveis compradores seriam os mercados de maior porte, onde existe uma circulação maior de pessoas.

4.6 CUSTOS DOS PRODUTOS E PRODUÇÃO DA VINÍCOLA TORRE ALTA

As embalagens têm como objetivo proteger e assegurar o cliente da qualidade do produto e reforçar o desejo de compra. Os produtos da vinícola são conservados em garrafas, com rolhas, e embalados em caixas de papelão para facilitar o transporte até o consumidor final.

Um kit com 200 rolhas custa de R\$ 35,00 a R\$ 40,00; o kit de 100 garrafas custa

de R\$ 200,00 a R\$ 220,00 e 100 rótulos em média custam R\$ 30,00. O custo de fabricação dos vinhos da Vinícola Torre Alta é de aproximadamente 70% do valor de venda. Por exemplo, um vinho com valor de venda de R\$ 30,00 terá 70% de seu valor envolvido com sua produção, nesse caso, R\$ 21,00. No caso da exportação, o valor da despesa aumentaria para aproximadamente 95% do valor total de revenda, pois seriam acrescidas as despesas de exportação (impostos sobre exportação, transporte, seguro, serviço alfandegário, embalagens adequadas, etc.).

4.7 ANÁLISES DO POTENCIAL DA VINÍCOLA PARA EXPORTAÇÃO

4.7.1 Meio de transporte mais viável para exportação de vinhos

O meio de transporte que poderia ser utilizado é o multimodal, começando com o transporte terrestre através de caminhões, que levariam os vinhos de São Miguel Arcanjo até o Porto de Santos, para dar continuidade à exportação através de navios. Esses seriam os transportes mais indicados com relação ao custo-benefício, pois dessa forma é possível exportar em grande quantidade, com segurança e preço mais baixo.

4.7.2 Modalidade de pagamento da exportação de vinhos

A modalidade de pagamento mais adequada para a negociação é a carta de crédito, pois oferece maiores garantias tanto para o exportador quanto para o importador.

Por termos e condições do crédito, entende-se a concretização da operação de acordo com o combinado, especialmente no que diz respeito aos aspectos de valor do crédito, beneficiário e endereço, prazo de validade para embarque da mercadoria, prazo de validade para negociação do crédito, porto de embarque e de destino, discriminação da mercadoria, quantidades, embalagens, permissão ou não para embarques parciais e para transbordo, conhecimento de embarque, faturas, certificados, etc. A carta de crédito é uma ordem de pagamento condicionada, ou seja, o exportador só terá direito ao recebimento se atender a todas as exigências por ela convencionadas.

4.7.3 Termo de negociação indicado para aexportação dos vinhos da Vinícola Torre Alta

O *incoterm*¹ que seria mais vantajoso para o exportador em questão seria O FAS (*Free Alongside Ship*). O preço do FAS na moeda nacional é de R\$ 20,00. Simulando a exportação com os componentes de preço para mercado nacional (devem ser inseridos PIS, COFINS, ICMS, embalagem do mercado interno e as despesas com propaganda e distribuição), com os componentes da exportação, o valor do produto no exterior passaria para R\$ 32,75.

Segundo o portal ATLANTA ADUANEIRA, nesse *incoterm*, a

¹ Termos Internacionais de Comércio; nele se determina os termos de negociação do comércio internacional.

responsabilidade do vendedor se encerra quando a mercadoria é colocada ao longo do costado do navio transportador, no porto de embarque nomeado. Neste caso, a contratação do frete e do seguro internacionais fica por conta do comprador. O vendedor é o responsável pelo desembaraço das mercadorias para exportação. Esse *incoterm* só pode ser utilizado no transporte aquaviário (marítimo, fluvial ou lacustre), pois com a ampla oferta de produtos no segmento marítimo, contemplando diferentes tipos de equipamentos e serviços de consolidação de embarques, assegura-se que a carga seria entregue no local definido, dentro do tempo determinado e com o melhor custo possível, a fim de promover alta credibilidade em termos de serviço prestado.

4.7.4 Potencial de exportação da Vinícola Torre Alta

A principal característica de potencialidade da exportação de qualquer produto é a sua demanda. Com o vinho não é diferente: o consumo de vinho é mundial, com uma demanda crescente. Outro fato que determina o potencial, como foi apresentado anteriormente, é a elevada exportação dos vinhos brasileiros a países vizinhos. A vinícola Torre Alta se localiza no mesmo estado do porto de Santos (São Paulo) que é o maior porto da América Latina, facilitando a exportação.

4.7.5 Dificuldades de exportação da Vinícola Torre Alta

Para que a exportação seja rentável, a vinícola teria que aumentar sua produção, pois sendo uma produção artesanal, enfrenta dificuldades em produzir em grande escala. Segundo entrevista realizada com o dono da vinícola, há apenas dois funcionários fixos, além dele, que também ajuda na fabricação dos vinhos. Outro ponto fraco da vinícola Torre Alta é a falta de divulgação dos seus produtos, tanto local quanto regional, demonstrando a falta de investimento em marketing, o que seria de grande importância para o aumento das vendas, gerando, por consequência, um maior faturamento que poderia cobrir os custos da exportação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dados coletados mediante pesquisas apontam que o Brasil cresceu muito na exportação de vinho, e que os consumidores estão em busca de um vinho saboroso, com um preço acessível. Nesse sentido, a Vinícola Torre Alta tem muito a oferecer, daí a iniciativa de realizar uma pesquisa visando à exportação do vinho produzido. Na análise para exportação dos vinhos, foi constatado que a vinícola produz em pequena escala, contando apenas com o vinicultor e mais dois funcionários. Ao simular a exportação verificou-se que o valor do vinho artesanal que seria de R\$ 20,00 passaria para R\$ 32,75 devido às taxas de câmbio, impostos e até

mesmo às despesas portuárias. Além disso, constatou-se que atualmente a vinícola não tem o nível de produção necessário para a logística do transporte. Verificamos o potencial exportador da vinícola com o intuito principal firmá-la no ambiente nacional, sendo essa uma das principais dificuldades detectadas. Chegamos à conclusão de que, no momento, não é viável a exportação do vinho, por motivo da produção em baixa escala, o que dificulta a expansão internacional do vinho. Vale ainda salientar que foi realizada uma consultoria na qual o vinicultor foi orientado sobre como poderia efetivamente aumentar seus ganhos se aumentasse sua produção, visto que já possui produtos de excelente qualidade, que é o seu maior diferencial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APRENDENDO A EXPORTAR. **Modalidade de pagamento.** Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/maquinas/planejando_exp/plan_estrategico/mod_pagamento.asp>. Acesso 28 de Ago. 2017.

ATLANTA ADUANEIRA. **Incoterms.** Disponível em: <<http://www.atlantaaduaneira.com.br/incoterms.html>>. Acesso em 28 de Ago. 2017.

GRIZZO, Arnaldo. **Conheça a história do vinho,** 2016. Disponível em: <http://revistaadega.uol.com.br/artigo/historia-do-vinho-e-o-vinho-na-historia_9693.html>. Acesso em 08 de Mai. 2017.

IBRAVIN. Instituto Brasileiro do Vinho, 2017. Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/>>. Acesso em 05 de Mai. 2017.

SANTANA, Ana Lucia. **História do vinho.** 2017. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/curiosidades/historia-do-vinho/>>. Acesso em 08 de Mai. 2017.

VARGAS, Marcelo. **10 motivos para beber vinho brasileiro,** 2015. Disponível em: <<http://www.sobrevinho.net/curiosidades/10-motivos-para-beber-vinho-brasileiro>>. Acesso em 05 de Mai. 2017.

VEZOZZO, Vinicius. **Uma breve história do vinho no Brasil,** 2017. Disponível em: <<http://www.bonde.com.br/blog/winiwines/uma-breve-historia-do-vinho-no-brasil-435808.html>>. Acesso em 04 de Mai. 2017.

VINITUDE CLUBE DOS VINHOS. **O vinho chileno,** 2013. Disponível em: <<https://www.clubedosvinhos.com.br/vinho-chileno/>>. Acesso em 04 de Mai. 2017.