

ANÁLISE PROSPECTIVA DA VITIVINICULTURA BRASILEIRA

QUESTÕES CRÍTICAS CENÁRIOS PARA O ANO 2000 E OBJETIVOS SETORIAIS

CNPUV
cume



CNPUV
W951a
1992

LV-2004.00306

Análise prospectiva da
1992 LV-2004.00306

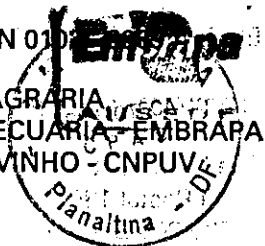


26859-1

EMBRAPA
Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho
1992



ISSN 010-8116
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E REFORMA AGRÁRIA
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA
CENTRO NACIONAL DE PESQUISA DE UVA E VINHO - CNPUV



CNPUV
W 951a
J992

**ANÁLISE PROSPECTIVA DA VITIVINICULTURA BRASILEIRA:
QUESTÕES CRÍTICAS, CENÁRIOS PARA O ANO 2000
E OBJETIVOS SETORIAIS**

James Terence Coulter Wright
Silvio Aparecido dos Santos
Bruce Baner Johnson

Bento Gonçalves, RS
Julho, 1992

EMBRAPA/CNPUV. Documentos, 6.

Exemplares desta publicação podem ser solicitados a:

EMBRAPA/CNPUV

Rua Livramento, 515

Caixa Postal 130

95700-000 Bento Gonçalves, RS

Telefone: (054)252-2144

Telex: (543)871

Fax: (054)252-2792

Tiragem: 500 exemplares

Comitê Editorial: Jorge Tonietto - Presidente
Loiva Maria de Mello Freire
Sadi Manfredini

Colaboradores: Márcia Rita Saim Perozzo - Secretária Executiva
José Fernando da Silva Protas - Assessor Científico
Maria Regina Cunha Martins - Bibliotecária

Capa: Jorge Tonietto

Embrapa	
Unidade:	A1 - Sede
Valor aquisição:
Data aquisição:
N.º N. Fiscal/Fatura:
Fornecedor:
N.º OCS:
Origem:
N.º Registro:	00306/04

Wright, J. T. C.

Análise prospectiva da vitivinicultura brasileira: questões críticas, cenários para o ano 2000 e objetivos setoriais por James T. C. Wright, Silvio Aparecido dos Santos e Bruce Baner Johnson. Bento Gonçalves: EMBRAPA - CNPUV, 1992.

52 p. (EMBRAPA - CNPUV. Documentos, 6)

1. Vitivinicultura - Brasil. 2. Planejamento Estratégico.
3. Cenários. I. Santos, S.A. dos. II. Johnson, B.B. III. Título. IV. Série

CDD: 634.86632

APRESENTAÇÃO

As transformações ambientais, tecnológicas, sociais, econômicas, políticas e institucionais em curso no cenário internacional e nacional determinam a necessidade de buscarmos uma maior sintonia com as demandas atuais da sociedade para que possamos enfrentar os novos desafios do "negócio agrícola".

O imediatismo que inspirou o modelo de desenvolvimento econômico dos setores agrícola e agroindustrial brasileiro nas últimas décadas choca-se com o novo padrão de concorrência econômica que é sinalizado para a década de 90. Nele a competitividade é realizada via qualidade e diversificação de produtos, com um novo padrão tecnológico que adiciona uma dimensão qualitativa ao conceito de produtividade, substituindo o anterior, reduzido apenas à dimensão quantitativa.

No contexto do setor vitivinícola, entre as ações de planejamento estratégico desenvolvidas ao longo do ano de 1991, o Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho, da EMBRAPA, desenvolveu este estudo prospectivo, executado em conjunto com o Programa de Estudos do Futuro da Fundação Instituto de Administração, da Universidade de São Paulo, o qual contou com o assessoramento de dezenas de profissionais vinculados ao setor.

O objetivo do estudo é o de melhor orientar o planejamento e o desenvolvimento das atividades dos agentes do setor, identificando cenários futuros e indicando caminhos e propostas de ação para enfrentar os desafios da década de 90, seja no âmbito nacional ou no contexto internacional, que inclui o MERCOSUL.

· José Fernando da Silva Protas
Chefe do CNPUV

SUMÁRIO

Resumo	7
CAPÍTULO I	
Tendências Futuras da Vitivinicultura Brasileira	9
1. ASPECTOS LIGADOS ÀS ÁREAS DE PRODUÇÃO	11
1.1. Regiões Produtoras	11
1.2. Tamanho e Número de Propriedades	12
1.3. Sistemas de Condução	12
1.4. Variedades Cultivadas	13
1.5. Denominação de Origem	14
2. ASPECTOS LIGADOS À AGROINDÚSTRIA	14
2.1. Padrão Tecnológico	14
2.2. Pontos Críticos na Industrialização	16
2.3. Estrutura de Produção	17
3. ASPECTOS LIGADOS AO MERCADO	18
3.1. Consumo de Produtos Vitivinícolas	18
3.2. Importações	21
3.3. A Concorrência Internacional	22
3.4. Competitividade	24
3.5. Exportações	26
4. ASPECTOS LIGADOS À POLÍTICA SETORIAL E INSTITUCIONAL	26
4.1. Associativismo	26
4.2. Assistência Técnica e Extensão Rural	27
4.3. Funções e Medidas Prioritárias no Âmbito Institucional	28
4.4. Ações de Apoio ao Viticultor	30
4.5. Fiscalização	31
4.6. Políticas Públicas	33
CAPÍTULO II	
Cenários do Setor Vitivinícola para o Ano 2000	35
1. CENÁRIO TENDENCIAL	37
2. CENÁRIO DE TRANSFORMAÇÃO LIBERAL	39
3. CENÁRIO DE CENTRALIZAÇÃO DO PODER	40
CAPÍTULO III	
Premissas, Proposições e Objetivos Setoriais	43
1. PREMISSAS	45
2. PROPOSIÇÕES	45
3. OBJETIVOS PARA O SETOR VITIVINICOLA	46

ANÁLISE PROSPECTIVA DA VITIVINICULTURA BRASILEIRA: QUESTÕES CRÍTICAS, CENÁRIOS PARA O ANO 2000 E OBJETIVOS SETORIAIS

James Terence Coulter Wright¹

Silvio Aparecido dos Santos²

Bruce Baner Johnson³

Resumo

O estudo da análise prospectiva do setor vitivinícola realizado pela Fundação Instituto de Administração, da Universidade de São Paulo, permitiu obter uma visão da atual situação do setor vitivinícola, com dados quantitativos e qualitativos dos principais fatores e atores influentes, além de identificar situações futuras alternativas segundo três cenários sócio-político-econômicos distintos. Realizou-se uma análise do setor e uma projeção até o fim da década por meio de dois questionários respondidos por mais de 80 especialistas de todos os segmentos agrícolas, industriais, comerciais e de pesquisa do setor.

A partir dos resultados dos questionários percebe-se que existe uma necessidade de maior integração entre o agricultor, a indústria e até mesmo o comércio, como forma de se estabelecer uma verdadeira parceria no setor, visando a modernização da produção e a busca pela qualidade e o equilíbrio de vantagens para todos.

Essa tendência de maior integração é refletida também pelo mercado mais exigente quanto à qualidade e preços, em particular frente à ameaça dos produtos importados através da abertura de mercado com a formação do MERCOSUL. Neste sentido, principalmente a indústria deve buscar uma maior capacitação internacional, a fim de poder enfrentar a concorrência e atuar como agente estimulador das mudanças que visem práticas modernas de produção e comercialização.

A necessidade de ações integradas também enfoca o atual problema da adulteração dos produtos derivados da uva. Segundo os painelistas participantes da pesquisa, os problemas de adulteração devem ser combatidos de forma conjunta por meio de uma remodelação do processo de fiscalização, que vai do aumento da severidade das punições até a modernização dos laboratórios encarregados de fazer análises e certificação.

Uma prioridade tecnológica constatada é a questão do alto custo da embalagem, que compromete consideravelmente o preço final do produtor ao consumidor. Assim, a adoção de embalagens de baixo custo, recicláveis quando possível, será um fator estimulante para a queda dos preços dos derivados da uva.

Com o objetivo de difundir o hábito do consumo de produtos derivados da uva, foi sugerido que o setor, principalmente a indústria, promova campanhas de divulgação de seus produtos, assim como melhore a sua estrutura de distribuição ao comércio. Em cooperação com o comércio, as indústrias devem buscar a redução das margens de lucro sobre esses produtos para que sejam mais acessíveis ao consumidor, como tam-

¹PhD, Professor da Faculdade de Economia e Administração e Ciências Contábeis da Universidade de São Paulo e Coordenador do Programa de Estudos do Futuro da Fundação Instituto de Administração da USP.

²PhD, Professor da FEA-USP e Supervisor de Projetos da Fundação Instituto de Administração da USP.

³M.B.A., Coordenador do Programa de Estudos do Futuro da Fundação Instituto de Administração da USP.

bém promover a sua conservação para que não percam a qualidade.

O atual padrão tecnológico nacional deve ser reforçado em vinhos finos e sucos, para que sejam competitivos internamente e até internacionalmente. Deve dar também especial ênfase ao vinho de consumo corrente, já que atualmente existe uma quantidade elevada sendo produzida com baixo padrão tecnológico e sem o devido controle de qualidade, prejudicando a imagem dos poucos vinhos de consumo corrente de bom padrão e de todos os derivados de uva nacionais de uma forma geral.

Na opinião dos especialistas, a extensão rural e a assistência técnica, assim como as cooperativas e os centros de pesquisa, devem voltar sua atenção às reais necessidades dos pequenos e médios produtores, levando técnicas e soluções ao campo, além de apoiar em aspectos gerenciais e de comercialização.

No setor vinícola, o derivado de uva com maior perspectiva de crescimento absoluto é o vinho de consumo corrente, enquanto que o vinho fino é o que apresentará as menores taxas de crescimento no mercado interno, principalmente devido à presença da concorrência internacional.

A maior expectativa, no entanto, está relacionada com o potencial de crescimento do suco concentrado, que exige o cultivo de maior número de variedades de uvas apropriadas a sua elaboração, e o aumento do investimento para expansão da estrutura agroindustrial, a fim de atender ao crescente mercado.

Todavia, para que o setor se desenvolva e cresça, torna-se necessário, segundo os respondentes, que o governo estabeleça uma política agrícola estável e de longo prazo, favorável a todos os segmentos do setor, propiciando a organização e o planejamento e investimento para o futuro com base nessa política.

A análise detalhada dos resultados da pesquisa é apresentada no Capítulo I deste Relatório. A discussão dos cenários futuros do setor e das políticas setoriais potencialmente úteis para cada cenário consta no Capítulo II. O Capítulo III descreve as principais premissas e proposições para o setor, as conclusões gerais e a árvore de objetivos para o setor vitivinícola.

CAPÍTULO I
TENDÊNCIAS FUTURAS DA VITIVINICULTURA
BRASILEIRA

TENDÊNCIAS FUTURAS DA VITIVINICULTURA BRASILEIRA

Este capítulo apresenta os resultados da pesquisa realizada em 1991.

A metodologia adotada constituiu-se de uma abordagem participativa, na qual o passo inicial foi o de se levantarem pontos críticos do setor, em reuniões de representantes de todos os segmentos envolvidos. Utilizando-se a técnica de "brainwriting", foi identificado um grande número de tópicos críticos para o setor. Numa etapa subsequente, foi elaborado um questionário, orientado para uma abordagem prospectiva. O questionário foi submetido a um grupo seletivo de 81 especialistas e peritos em diversas áreas do setor.

A pesquisa ressalta aspectos críticos e medidas prioritárias necessárias ao desenvolvimento da vitivinicultura no Brasil, tais como: tendência de consumo, estrutura de produção agrícola e industrial, competitividade internacional, fiscalização e qualidade. Permite, ainda, descrever alguns cenários futuros do setor e indica caminhos e propostas de ações para enfrentar os desafios do ano 2000.

Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa com uma análise detalhada dos questionários. Os resultados são apresentados através da mediana e da FIQ (faixa interquartis). A mediana indica a tendência central entre as respostas, não sendo afetada por respostas extremas, e a FIQ abrange uma faixa contendo opiniões de 50% dos respondentes no centro do leque de respostas. Assim, a FIQ é obtida por exclusão dos quartis de respostas nos extremos superior e inferior. A mediana e a FIQ são, portanto, indicadores da tendência central e da convergência das respostas dos participantes.

1. ASPECTOS LIGADOS ÀS ÁREAS DE PRODUÇÃO

A vitivinicultura no Brasil remonta à colonização portuguesa do século XVI; porém, seu desenvolvimento atual deve-se principalmente à chegada dos imigrantes italianos a partir de 1875.

Atualmente, a vitivinicultura é uma atividade consolidada, com importância sócio-econômica nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Minas Gerais e no Vale do Rio São Francisco (Pernambuco e Bahia). A produção nacional média de vinhos e mostos nos últimos anos foi de aproximadamente 300 milhões de litros/ano, com um consumo de cerca de 2 litros per capita/ano, evidenciando um potencial de expansão, especialmente quando comparado com o consumo em alguns países da Europa, como França e Alemanha, que chegam a consumir mais de 60 litros per capita/ano.

A viticultura brasileira constitui-se numa atividade agrícola de pequenas propriedades, com marcante característica de produção familiar e de elevado número de variedades de uvas. Cerca de 65% dessa produção são destinados à elaboração de vinhos, sucos, destilados e outros derivados, enquanto que 35% destinam-se ao consumo in natura.

1.1. Regiões Produtoras

Com relação aos estados e regiões que possuem real expressão sócio-econômica no cultivo de uva para consumo in natura e vinificação, as principais tendências da participa-

ção desses, em porcentagem, na produção nacional para o ano 2000, na mediana das respostas, são apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1. Tendência de participação na produção nacional, expressa em porcentagem, para o ano 2000, para os estados/regiões brasileiras.

Estado/Região	1990 (Situação Atual)			Ano 2000			Evolução da participação nacional no total da produção (%)
	Uvas para consumo in natura	Uvas para industrialização	Total da produção	Uvas para consumo in natura	Uvas para industrialização	Total da produção	
Rio Grande do Sul	31,05	92,66	70,22	30,00	90,00	70,00	-0,3
Santa Catarina	18,11	5,44	10,08	17,09	5,38	10,00	-1
São Paulo	33,34	1,05	12,09	34,00	1,00	12,09	0
Minas Gerais	1,37	0,71	0,96	1,37	0,70	1,00	4
Paraná	10,45	0,14	3,92	10,00	0,14	3,92	0
Vale do Rio São Francisco	5,16	-	1,89	8,00	0,20	2,78	47
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-

Com base nesses dados, pode-se observar que, seguindo as previsões de produção, o Vale do Rio São Francisco representa a região com a maior tendência de crescimento percentual de produção do país até 2000, com uma participação mediana de 8% na produção de uvas para consumo in natura, 0,2% na produção de uvas para industrialização e 2,78% na produção total, alcançando um aumento de 47% até o final desta década.

1.2. Tamanho e Número de Propriedades

Com relação ao tamanho e número de propriedades dos produtores tradicionais do Rio Grande do Sul, a principal tendência para os anos 90, segundo os painelistas, é a redução do número de propriedades, de aproximadamente 16000 em 1988 para 14500 no ano 2000. A área média será de 2,5 ha cada, promovendo uma redução na área total de cultivo do estado de 39.800 ha em 1988 para 36.300 ha no ano 2000, em função dos seguintes fatores:

- modernização da propriedade com o aumento da produtividade e o menor uso de tempo e área;
- diminuição do número de pequenos produtores, principalmente os mais conservadores;
- baixa rentabilidade do setor, ocasionando desestímulo para o produtor e procura por outras culturas e/ou regiões de produção de uvas.

1.3. Sistemas de Condução

A estimativa do sistema de cultivo de parreiras, segundo o sistema de condução, no

Rio Grande do Sul, pode ser observada na Tabela 2.

Tabela 2. Estimativa do percentual da área com cultivo de videira em função dos diferentes sistemas de condução, para 1995 e 2000.

Sistema de Condução	Ano	
	1995	2000
Latada	95%	85%
Espaldeira (*)	5%	15%

(*) inclui a lira

Deve-se notar uma tendência relevante de aumento da cultura de parreirais no sistema espaldeira sobre o latada no período 1995-2000, justificada pelas mudanças futuras do setor, tais como maior integração entre indústrias e produtores e modernização dos sistemas de cultivo pela necessidade de melhoria da qualidade em resposta à futura abertura de mercado.

1.4. Variedades Cultivadas

Ultimamente, alguns técnicos têm recomendado a diminuição do número de variedades de uvas cultivadas, com o objetivo de facilitar a padronização de produtos, entre outros. Dentre os respondentes, 78% (61) concordam, enquanto que 22% (17) discordam da redução do número de cultivares. As principais justificativas estão relacionadas abaixo:

Justificativas dos que concordam:

- Há elevado número de variedades de uvas cultivadas sem volume de produção relevante e que não se adaptam climaticamente.
- Como acontece em outros países, deve-se selecionar um menor número de variedades que possuam melhor adaptação agrônômica e aptidão enológica e as que tenham maior aceitação para o consumo in natura.
- O vinho deve ter mais identificação com a região de produção da uva e maior grau de distinção entre um tipo e outro.
- O menor número de variedades facilita o controle das práticas culturais, de doenças e de pragas, que, por sua vez, conduzem a produções mais homogêneas (melhor qualidade), favorecendo o trabalho de padronização do vinho.
- A redução favoreceria a especialização e a concentração de esforços, reduzindo os custos.
- A maioria das variedades são misturadas na elaboração do vinho, não existindo critérios de tipificação da qualidade.

Justificativas dos que discordam:

- O elevado número de variedades de uvas oferece maiores opções ao consumidor,

sendo que sempre existirá mercado para todas as variedades.

- A falta de padronização não está diretamente relacionada com o número de variedades.
- O controle mais rigoroso deve se dar na indústria e não no campo.

1.5. Denominação de Origem

Muitos países tradicionalmente vitivinícolas possuem regiões geográficas demarcadas, com variedades e sistemas de produção e de elaboração regulamentados, que são as chamadas denominações de origem, e que possuem grande reputação junto ao mercado consumidor. Neste sentido, a opinião dos painelistas sobre a importância de se estimularem estudos visando denominação de origem no Brasil é a seguinte:

63 painelistas (77,8%) acham importante estimular o estudo, tendo como principais justificativas:

- a denominação de origem no Brasil será favorável na competição com o produto estrangeiro;
- o setor vitivinícola deverá colaborar com o já existente projeto de zoneamento vitivinícola do Ministério da Agricultura e Reforma Agrária.

As principais justificativas dos 15 painelistas (18,5%) que não acreditam na importância de se estimularem estudos de denominação de origem são:

- elevado número de variedades de uvas sendo cultivadas numa mesma região, como é o caso de Bento Gonçalves, sendo impossível, no curto e médio prazos, produzir poucas variedades de uvas em uma mesma região;
- a denominação de origem deve ser uma função da iniciativa privada, como um mecanismo de marketing;
- no Brasil não existe tradição e conhecimento suficiente para o zoneamento detalhado, havendo apenas diferenças em grandes regiões.

Apenas três painelistas (3,7%) não responderam a essa questão.

2. ASPECTOS LIGADOS À AGROINDÚSTRIA

2.1. Padrão Tecnológico

Segundo a avaliação dos especialistas, o padrão médio brasileiro atual da tecnologia agroindustrial de produção dos principais derivados da uva pode ser visualizado nas Tabelas 3, 4, 5 e 6.

Segundo os dados da Tabela 3, o padrão médio brasileiro atual da tecnologia agroindustrial de produção do vinho de consumo corrente é extremamente baixo, já que 53,1% dos painelistas o avaliaram como ruim ou péssimo e 38,3% como regular.

Tabela 3. Padrão médio atual da tecnologia agroindustrial de produção de vinho de consumo corrente brasileiro.

Padrão	Indicações	
	Nº	%
Excelente	0	0
Muito bom	1	1,2
Regular	31	38,3
Ruim	22	27,2
Péssimo	21	25,9
Não responderam	6	7,4

Tabela 4. Padrão médio atual da tecnologia agroindustrial de produção do vinho fino brasileiro.

Padrão	Indicações	
	Nº	%
Excelente	14	17,3
Muito bom	47	58,0
Regular	15	18,5
Ruim	0	0
Péssimo	0	0
Não responderam	5	6,2

O vinho fino nacional, na opinião dos painelistas, não obteve nenhuma indicação de padrão ruim ou péssimo, e sim expressiva indicação de padrão muito bom (58,0%) e excelente (17,3%), correspondendo a 75,3% das indicações.

Tabela 5. Padrão médio atual da tecnologia agroindustrial de produção do suco de uva brasileiro.

Padrão	Indicações	
	Nº	%
Excelente	32	39,5
Muito bom	38	46,9
Regular	5	6,2
Ruim	0	0
Péssimo	0	0
Não responderam	6	7,4

Como no caso do vinho fino, a avaliação dos painelistas mostra o elevado padrão de tecnologia na produção de suco em que se encontra a indústria no Brasil, já que 86,4% o consideram de padrão muito bom ou excelente na situação atual.

Tabela 6. Padrão médio atual da tecnologia agroindustrial de produção de outros derivados da uva e do vinho (licores, espumantes etc.).

Padrão	Indicações	
	Nº	%
Excelente	5	6,2
Muito bom	19	23,5
Regular	36	44,4
Ruim	6	7,4
Péssimo	2	2,5
Não responderam	13	16,0

O padrão dos outros produtos derivados da uva e do vinho foi avaliado como regular (44,4%), porém com expressiva indicação de padrão muito bom ou excelente (29,7%) e, segundo oito especialistas, ruim ou péssimo.

2.2. Pontos Críticos na Industrialização

Com o objetivo de aprimorar a qualidade e a eficiência dos processos industriais utilizados, foram descritos os problemas e propostas de solução para os principais derivados de uva:

VINHO COMUM

Pontos críticos:

- Má qualidade da matéria-prima, baixa tecnologia de produção e principalmente as adulterações existentes.

Medidas propostas:

- Investimento em tecnologia de produção no campo e na indústria e intensiva fiscalização.

VINHOS FINOS

Pontos críticos:

- Qualidade da matéria-prima deficiente, principalmente a uva tinta; sistema de produção pouco moderno.

- Elevado custo das embalagens.

Medidas propostas:

- Investimento e uso de tecnologias mais adequadas, em especial na produção rural, visando produzir uva com mais qualidade do que quantidade.
- Busca de alternativas para que os custos das embalagens sejam competitivos.

SUCO DE UVA

Pontos críticos:

- Poucas alternativas de variedades de uvas específicas para a produção de suco.
- Falta de equipamento e tecnologia para o processo de transformação (concentradores), principalmente devido ao alto custo.

Medidas propostas:

- Ampliação do cultivo das variedades mais aptas para sucos.
- Estudo de meios e formas de processamento mais econômicos e eficientes.

OUTROS DERIVADOS DE UVA

Pontos críticos:

- Falta de controle de qualidade e baixa tecnologia de elaboração, acarretando um custo muito elevado ao processo.
- Elevado custo das embalagens, garrafas, rolhas etc.

Medidas propostas:

- Intensificação da fiscalização, principalmente na definição de gaseificados e espumantes.
- Busca da modernização tecnológica e de insumos mais baratos.

2.3. Estrutura de Produção

Na opinião dos painelistas, as dez grandes processadoras (empresas vinícolas e cooperativas) do Rio Grande do Sul, que participam com 71% do total da produção de vinho no estado, terão, no ano 2000, sua participação reduzida para 66% na mediana das respostas (faixa interquartilhar entre 60 e 75%).

Os respondentes indicaram que o número de pequenos e médios processadores se manterá praticamente constante até o ano 2000, donde pode ser concluído que haverá um pequeno ganho dos pequenos e médios processadores no mercado das grandes vinícolas (Tabela 7).

Tabela 7. Número de pequenos e médios processadores - previsão para o ano 2000.

Pequenos e médios processadores	Ano		Faixa interquartilhar
	1990 (sit. atual)	2000	
Empresas vinícolas	225	225	200-250
Cooperativas	21	21	18-25
Cantinas rurais	164	164	120-200

3. ASPECTOS LIGADOS AO MERCADO

3.1. Consumo de Produtos Vitivinícolas

Segundo a projeção mediana dos painelistas, a tendência de evolução do consumo de diversos produtos vitivinícolas nacionais e importados para 1995 e 2000 é apresentada na Tabela 8.

Tabela 8. Tendência de evolução do consumo de produtos vitivinícolas nacionais e importados para 1995 e 2000, em litros/habitante.

Produtos	Ano				
	1990 (Consumo real)	1995		2000	
		Mediana	FIQ	Mediana	FIQ
Vinho de consumo corrente	1,15	1,20	1,05-1,38	1,30	1,00-1,70
Vinho fino	0,34	0,40	0,34-0,41	0,50	0,36-0,60
Suco de uva	0,14	0,20	0,17-0,25	0,30	0,22-0,50
Espumantes	0,02	0,03	0,02-0,03	0,03	0,02-0,05
Outros	0,02	0,03	0,02-0,05	0,03	0,02-0,07
Total	1,67	1,86	1,60-2,12	2,16	1,62-2,92

O aumento em valores absolutos de consumo desses mesmos produtos para 1995 e 2000 pode ser observado na Tabela 9.

O suco de uvas é, segundo as estimativas dos painelistas, o derivado de uva que terá o maior aumento relativo de consumo até o ano 2000 (114%), enquanto que o vinho de consumo corrente (comum) terá, até a mesma data, um aumento de consumo de 13%, equivalente a 1,2% a.a.

Tabela 9. Tendência de aumento do consumo de produtos vitivinícolas nacionais e importados para 1995 e 2000, em milhões de litros.

Produtos	Ano				
	1990 (Consumo real)	1995		2000	
		Mediana	FIQ	Mediana	FIQ
Vinho de consumo corrente	169,05	194,4	170-224	230,0	177-301
Vinho fino	49,98	64,8	55-66	88,50	64-106
Suco de uva	20,58	32,4	28-41	53,1	39-89
Espumantes	2,94	4,86	3-5	5,31	4-9
Outros	2,94	4,86	3-8	5,31	4-12
Total	245,44	301,32	259-344	382,32	288-517

Também terão considerável aumento de consumo, no período, os vinhos finos (47,06%) e espumantes e outros derivados (50% cada). Deve-se observar que os maiores aumentos de consumo ocorrerão entre 1995 e 2000, com exceção dos espumantes e outros derivados, que nesse mesmo período já terão alcançado um patamar estável, não sofrendo grandes aumentos de consumo.

Em termos absolutos, o vinho de consumo corrente é o que apresentará maior volume de crescimento, com um acréscimo de consumo de 60 milhões de litros no período.

CONSUMO POR FAIXA DE RENDA

O consumo de determinados produtos derivados da uva no Brasil está intimamente relacionado com a faixa de renda do consumidor. Devido à inexistência de dados relacionados a esse aspecto, foi estimada pelos painelistas a seguinte distribuição atual de consumo de produtos vitivinícolas por faixa de renda da população:

Vinho de consumo corrente:

Do consumo do produto, 60% estão concentrados na população com faixa de renda inferior a 10 salários mínimos atuais, o que pode ser explicado pelo baixo poder aquisitivo para consumo de vinhos de melhor qualidade. A população com faixa de renda superior a 20 salários mínimos atuais participa apenas com pouco mais que 5% no consumo total de vinho de consumo corrente, segundo os especialistas.

Vinho fino:

Apresenta situação inversa a dos vinhos de consumo corrente, já que seu maior consumo (60%) provém da população com faixa de renda superior a 20 salários mínimos atuais e 25% da população entre 10 e 20 salários mínimos atuais, comprovando a elitização no consumo do vinho fino.

Espumantes:

O consumo de espumantes também é elitizado, sendo 50% atribuídos à população com faixa de renda acima de 20 salários mínimos e 25% à população entre 10 e 20 salários mínimos. No entanto, seu consumo pela população com renda inferior a 10 salários mínimos é superior ao de vinhos finos nessa mesma faixa.

Suco de uva natural:

É o derivado de uva com melhor distribuição de consumo nas diferentes faixas de renda, sendo 35% atribuídos à população com mais de 20 salários mínimos, 35% à faixa entre 10 e 20 salários mínimos e 23% à faixa entre 5 e 10 salários mínimos. A população com renda inferior a 5 salários mínimos participa com 7% do consumo geral de suco de uva natural, o que caracteriza o produto como tipicamente de classe média e rica.

Uvas frescas:

Trata-se de um produto com elevada aceitação em todas as faixas de renda - 37% para a população com mais de 20 salários mínimos, 31% para a população entre 10 e 20 salários mínimos, 21% para a população entre 5 e 10 salários mínimos e 11% para a população com renda inferior a 5 salários mínimos atuais.

Medidas de Estímulo:

Segundo os especialistas, as quatro medidas prioritárias foram indicadas para se estimular o consumo de produtos nacionais, com notável grau de concordância:

- fiscalização e eliminação de produtos adulterados de origem regional (71 indicações: 87% dos respondentes);
- aumento da qualidade dos produtos nacionais (60 indicações: 74% dos respondentes);
- redução do custo do produto ao consumidor (54 indicações: 67% dos respondentes);
- ampliação da divulgação e investimentos em propaganda e marketing (51 indicações: 63% dos respondentes).

Também teve um número de indicações expressivo (36 indicações: 44% dos respondentes) o esclarecimento do consumidor quanto ao aspecto qualitativo e alimentar do vinho, como medida prioritária a ser implementada.

3.2. Importações

A integração do MERCOSUL e a redução das alíquotas de importação de vinhos e derivados provenientes dos demais países provocarão um aumento substancial das importações. Segundo as projeções dos painelistas, as principais importações brasileiras para o ano 2000 serão as que constam na Tabela 10.

Tabela 10. Projeção das importações brasileiras de uvas e derivados da uva e do vinho para o ano 2000.

Produtos	Ano 2000	Aumento percentual em relação a 1989.
Uvas Frescas (t)	20.000	+48,8
Passas de Uva (t)	15.000	+17,0
Suco de uva concentrado (t)	2.000	+5,0
Vinho fino (l)	12.000.000	+35,4
Espumantes (l)	200.000	+19,1
Vinho de consumo corrente (l)	0	-

Principais justificativas:

Uvas frescas:

Certos países têm condições de clima mais favoráveis que o Brasil para a produção de uvas, obtendo uvas de melhor qualidade a baixo preço.

Passas de uvas:

O Brasil não tem tradição na produção de passas de uva.

Suco de uva:

A tendência é de aumentar a produção nacional e diminuir a importação, hoje em regime de drawback, já que o suco nacional tem boa qualidade e preço acessível.

Vinhos finos:

A redução do preço dos importados, o aumento da facilidade em comprá-los e o preconceito em relação ao vinho fino brasileiro conduzirão ao aumento de sua importação (48% até o ano 2000), dando origem a uma maior concorrência.

Espumantes:

Também haverá concorrência mais intensa, devido à redução do preço ao consumidor e à reputação dos vinhos importados.

Vinho de consumo corrente:

A produção nacional é suficiente para atender as necessidades do consumidor brasileiro.

Numa análise global, verifica-se que a importação de produtos derivados da uva crescerá, principalmente devido à redução do preço ao consumidor, à qualidade do produto estrangeiro e a uma presumível melhoria do poder aquisitivo da população.

3.3. A Concorrência Internacional

Com o objetivo de se elaborar uma estratégia de concorrência do setor vitivinícola brasileiro com os produtos importados, foram indicados os principais pontos fortes e fracos dos países que devem ser considerados na elaboração dessa estratégia:

ARGENTINA

Pontos fortes mais indicados:

- Boa qualidade de alguns produtos.
- Situação geográfica (clima, solo etc.) favorável.
- Elevada produção e produtividade, proporcionando ao consumidor produtos de baixo preço.
- Baixos custos com frete devido à pequena distância Brasil-Argentina em relação a outros países.
- Marketing.

Pontos fracos mais indicados:

- Reduzida modernização na indústria.
- Característica dos vinhos não apreciada no Brasil.
- Baixa qualidade de alguns produtos, como suco de uvas e alguns vinhos finos.
- Marketing.

Cabe ressaltar, como observação, que, segundo as indicações dos especialistas, os aspectos de qualidade e estratégia de marketing dos produtos argentinos tiveram considerações duvidosas, já que muitos acreditam serem pontos fortes do setor vitivinícola argentino, enquanto outros acreditam serem pontos fracos.

CHILE

Pontos fortes mais indicados:

- Boa qualidade dos vinhos.
- Clima favorável.
- Prestígio tradicional e especialização em exportação.
- Custo de produção baixo, tendo como consequência um produto acessível à população.

Pontos fracos mais indicados:

- Distância, acarretando grandes custos de frete.
- Pouca variedade de produtos.
- Tamanho de sua viticultura pouco maior que a nacional, não possuindo disponibilidade para ampliar consideravelmente as exportações.
- Não está no MERCOSUL.

URUGUAI

Pontos fortes mais indicados:

- Clima e solo favoráveis.
- Boa qualidade devido à recente revolução vitivinícola.
- Pequena distância.

Pontos fracos mais indicados:

- Qualidade dos produtos questionável.
- Falta de tecnologia.
- Pequeno volume de produção.
- Marketing.

ITÁLIA

Pontos fortes mais indicados:

- Grande produção de vinhos finos de boa qualidade.
- Prestígio internacional (marketing).
- Preço competitivo.
- Clima e relevo favoráveis.
- Vinhos diversificados, com características próprias.

Pontos fracos mais indicados:

- Custo de transporte agregado ao preço final.
- Preço alto e indexado ao dólar.

ALEMANHA

Pontos fortes mais indicados:

- Produtos de alta qualidade e de aceitação mundial, como é o caso do vinho branco.
- Os vinhos agradam ao paladar brasileiro.
- Produção de vinhos típicos com características próprias.
- Marketing.
- Preço e qualidade competitivos com os dos outros países.

Pontos fracos mais indicados:

- Distância, que acarreta um considerável custo de transporte.
- Preço do vinho indexado ao dólar.

ESPANHA

Pontos fortes mais indicados:

- Qualidade, principalmente dos vinhos tintos, e de uvas de mesa fora da época de produção de outros países europeus.
- Tradição vitivinícola de produtos típicos.

Pontos fracos mais indicados:

- Pouco conhecimento de seus produtos (marketing).
- Custos de transportes (distância).
- Altos preços, principalmente devido a sua dolarização.

FRANÇA

Pontos fortes mais indicados:

- Vinhos finos de boa qualidade.
- Produtos de alto conceito internacional.
- Tecnologia de produção.
- Vinhos com características próprias.

Pontos fracos mais indicados:

- Preço elevado do produto.
- Custo do frete.

PORTUGAL

Pontos fortes mais indicados:

- Produtos típicos de boa qualidade e conhecidos mundialmente (Porto, Verde).
- Imagem de boa qualidade.

Pontos fracos mais indicados:

- Vinhos brancos.
- Custo de transporte (frete).
- Baixa tecnologia industrial.
- Menor prestígio que outros países europeus.
- Marketing.

3.4. Competitividade

Com o objetivo de promover o aumento da competitividade da vitivinicultura, foram indicadas, pelos painelistas, as principais funções dos atores do setor que precisam ser melhoradas nesta década:

INDUSTRIA DE PROCESSAMENTO DE UVAS

- Utilizar técnicas mais modernas de produção, conservação e envelhecimento, com o objetivo de aumentar a qualidade e padronizar os seus produtos e, conseqüentemente, diminuir os custos operacionais.
- Selecionar a matéria-prima utilizada e diversificar os produtos.
- Ter maior atuação na área de marketing e propaganda.
- Fornecer maiores informações nas embalagens, como, por exemplo, ano de elaboração do produto.

INDUSTRIA DE INSUMOS AGRICOLAS

- Divulgar a correta utilização dos insumos.
- Reduzir a diversificação de produtos de mesma finalidade e melhorar a qualidade dos mesmos, principalmente com relação a sua eficiência e grau de toxicidade.
- Modernizar a indústria aumentando sua produtividade, com o objetivo de reduzir os preços e tornar os produtos economicamente mais acessíveis.

INDUSTRIA DE EMBALAGENS (GARRAFAS, CAIXAS, ROLHAS ETC.)

- Reduzir os preços, procurando torná-los equivalentes aos internacionais.
- Padronizar e desenvolver embalagens alternativas e renováveis que tenham melhor qualidade.

GOVERNO

- Reduzir a carga tributária.
- Fiscalizar intensivamente todos os segmentos (produção, industrialização, comercialização) do setor, disciplinando as relações entre eles.
- Criar faixas especiais de crédito, principalmente como estímulo aos pequenos e médios produtores.
- Estabelecer uma política agrícola de longo prazo relacionada a preços, impostos, crédito etc.

COMÉRCIO

- Diminuir a margem de lucro, principalmente em restaurantes.
- Conhecer e conservar melhor os produtos vitivinícolas para que cheguem nas melhores condições ao consumidor.
- Divulgar e promover os melhores produtos, evitando que os mesmos sejam consumidos somente pelas classes mais favorecidas.
- Criar centrais de distribuição nos grandes centros.
- Oferecer ao produtor insumos a preços compatíveis.

PESQUISA

- Desenvolver e colocar à disposição dos produtores tecnologias produtivas de baixo custo que venham de encontro as suas necessidades.
- Pesquisar métodos e insumos de controle de pragas e doenças, com o uso mínimo de agrotóxicos.
- Buscar técnicas para aumentar a produtividade e a qualidade, tanto para os produtores como para as empresas vinícolas, tais como difundir sistemas de produção, tecnologia para redução de custos de produção etc.

EXTENSÃO RURAL

- Intensificar suas ações no sentido de levar as melhores e mais eficientes tecnologias aos produtores.
- Dar maior orientação técnica, não somente no cultivo, mas também em administração da produção rural.
- Modernizar os meios de divulgação de tecnologias através da implementação de seminários e encontros entre indústria, cooperativas e produtores.

PRODUTOR RURAL

- Seguir as recomendações técnicas, aplicando as tecnologias que poderão aumentar a produtividade e a qualidade.
- Organizar grupos e associações para melhorar sua produção, minimizando o individualismo existente.
- Adquirir mais conhecimento sobre a sua cultura, processamento e comercialização.

Competitividade Internacional

Atualmente, indústrias e produtores necessitam enfrentar juntos o desafio da crescente competitividade internacional, e, para isso, deverão aprimorar e intensificar seu relacionamento. Dessa forma, os painelistas acreditam que os propósitos de mudanças com maior probabilidade de concretização são, em ordem decrescente, os seguintes:

- haverá mais diálogo entre indústrias e produtores diante da ameaça dos produtos importados;
- a indústria apoiará com investimentos e assistência técnica para melhorar as condições dos produtores;
- a indústria estimulará a mudança nos sistemas de cultivo dos vinhedos;
- a indústria remunerará melhor a matéria-prima (uva).

Segundo os especialistas, a possibilidade de a indústria financiar a pesquisa vitivinícola para modernizar os produtos é muito pequena, assim como é pouco provável que as indústrias implantem vinhedos próprios ou desloquem a produção de uva e vinho para outras regiões.

3.5. Exportações

Foi estimado que a quantidade de suco de uva a ser exportado em 1995 será, na mediana das respostas, de 8.000 toneladas, representando um aumento de exportações em relação a 1990 de 28,5% e de 10.500 toneladas para o ano 2000, o que significa um aumento no volume de exportações de 68,65% em relação a 1990 e de 31,25% em relação a 1995.

4. ASPECTOS LIGADOS À POLITICA SETORIAL E INSTITUCIONAL

4.1. Associativismo

Na opinião dos painelistas, os principais fatores que limitam o associativismo entre produtores rurais na utilização de máquinas, compra de insumos etc. são, em ordem decrescente de importância:

- o individualismo e desconfiança de cada produtor, devido a sua origem cultural e busca de independência, perante outros produtores e cooperativas;
- a falta de liderança, orientação e conscientização dos produtores na formação de associações;

- limitações topográficas nas regiões tradicionais;
- a falta de apoio governamental e dos órgãos competentes, como por exemplo os sindicatos, tanto na organização como em incentivos econômicos;
- a dificuldade de mecanização;
- o controle burocrático das empresas estabelecidas, que limitam o surgimento de novas pequenas cooperativas;
- a atual falta de estímulo e perspectiva dos produtores, que os fazem perder o crédito em derivados de uva;
- a necessidade de uso de equipamentos na mesma época por diversos produtores;
- a presença de intermediários;
- a atual situação de descapitalização das pequenas propriedades, fazendo com que os produtores acreditem não valer a pena realizar investimentos.

Dois painelistas não acreditam que existam limitações na ampliação do sistema de associativismo entre os produtores.

4.2. Assistência Técnica e Extensão Rural

A falta de esclarecimento e a crescente descapitalização dos pequenos produtores caracterizam uma situação na qual a assistência técnica e extensão rural não atuam eficientemente. Desse modo, foram indicados os principais problemas e as soluções que devem ser buscadas:

- fornecer maior esclarecimento aos pequenos produtores através de palestras, dias de campo, aumento de publicações e demonstração in loco das vantagens da adoção de tecnologias, bem como pelo fornecimento de tecnologias alternativas de baixo custo, com o apoio dos líderes locais, prefeitura, cooperativas e associações etc.;
- propiciar melhor capacitação, incentivo, reciclagem e valorização constante dos técnicos extensionistas, aumentando assim o interesse dos mesmos em levar informações específicas com dados exatos e práticos às necessidades do produtor;
- fomentar a organização dos pequenos produtores quanto ao aspecto da produção e comercialização, como por exemplo em sindicatos, para atuar na definição do preço da uva, controlando a qualidade das estatísticas utilizadas para a elaboração do preço final;
- repassar os resultados da pesquisa à extensão rural de uma forma mais eficiente e rápida;
- mudar a política agrícola, criando um novo modelo, principalmente com relação ao aumento da eficiência da administração pública;
- levar ao produtor novas opções de culturas que sejam programadas e econômicas para cada região;
- estimular a produção por um preço adequado, que seria a forma de o produtor ter condições de adquirir novas tecnologias e equipamentos para modernizar a viticultura;
- receber maior incentivo por parte do governo, através do crédito e do financiamento a juros baixos ao produtor, que deverá fazer bom uso do mesmo através de orientação ou mesmo através da assistência técnica vinculada ao crédito.

4.3. Funções e Medidas Prioritárias no Âmbito Institucional

Com o objetivo de elevar os índices de produtividade, qualidade e modernização do viticultor nos próximos 10 anos, foram indicadas pelos painelistas as principais medidas prioritárias por parte dos órgãos e instituições, como segue abaixo.

EMBRAPA

- Produzir e fornecer material vegetativo sadio (resistente, livre de pragas) de videira aos produtores.
- Priorizar pesquisas de interesse imediato sobre pontos críticos do setor, divulgando-as e permitindo que elas cheguem até o produtor.
- Ter maior integração com as empresas, os produtores e a extensão rural.
- Gerar e adaptar tecnologias para aumentar a produtividade do setor, especialmente aquelas que viabilizem a pequena propriedade rural a baixo custo.
- Promover cursos de treinamento, reuniões e assistência técnica aos produtores, acompanhando a implementação das tecnologias junto a eles e mantendo um estoque de tecnologias à disposição.
- Pesquisar novas variedades de uvas adaptadas ao clima e solo, resistentes a pragas; desenvolver tecnologias para o controle biológico; promover e direcionar a produção de uvas segundo as potencialidades regionais.
- Desenvolver a enologia no país.
- Fiscalizar a produção e a qualidade do vinho.

OUTRAS INSTITUIÇÕES DE PESQUISA

- Buscar maior integração com a EMBRAPA e com a universidade.
- Desenvolver e divulgar tecnologias e trabalhos científicos que sejam de aplicação imediata para cada região.
- Dedicar-se mais à vitivinicultura.
- Propiciar a troca de informações entre institutos de pesquisa e evitar a duplicidade de esforços com outras instituições.

INDÚSTRIAS

- Assumir compromissos com os produtores (com a produção, no incentivo à produção de variedades que interessem à indústria, na cooperação técnico-financeira: parcerias).
- Oferecer preço estimulante aos produtores (valorização do produto).
- Apoiar o produtor com assistência técnica, insumos e equipamentos.
- Melhorar a qualidade do vinho de maneira geral e não adulterar os seus produtos, conservando a sua qualidade através dos anos.
- Incentivar e desenvolver as pesquisas relativas ao setor, como por exemplo sobre o conhecimento enológico, e adotar as tecnologias geradas por essas pesquisas.
- Estabelecer metas de longo prazo de consumo e padrões para a compra da uva, proporcionando uma programação ao produtor.

- Utilizar equipamentos mais adequados (modernização).
- Implantar parreirais próprios.
- Divulgar e incentivar o consumo dos produtos (buscar novos mercados).

COOPERATIVAS

- Aumentar a assistência técnica aos seus cooperados.
- Dar pagamento justo ao produtor (valorização do produto).
- Estimular as pesquisas relativas ao setor.
- Orientar os produtores em busca de melhor qualidade, estimulando a adoção de práticas que favoreçam a qualidade.
- Diversificar a produção.
- Desenvolver pesquisas próprias e aperfeiçoar as tecnologias enológicas.
- Facilitar a associação de produtores com maior integração cooperativas/cooperados e intermediar a comercialização da produção.
- Buscar maior integração com os demais segmentos do setor.
- Ampliar os financiamentos a juros mais baixos.
- Treinar técnicos no setor.
- Programar, a médio e longo prazos, a produção.

UNIVERSIDADES

- Formar técnicos (mão-de-obra especializada para trabalhar no setor).
- Estabelecer maiores vínculos com outras entidades de pesquisa do setor e evitar a duplicidade de esforços com a EMBRAPA ou outros centros de pesquisa.
- Dedicar-se mais às questões relativas à vitivinicultura, realizando pesquisa básica e de mercado, como por exemplo adaptar as qualidades de uvas à região de cultivo (regionalização).
- Realizar estudos econômicos sobre a vitivinicultura.
- Executar programas de assistência técnica e extensão rural.
- Realizar intercâmbios com países mais avançados no setor.

ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES

- Estabelecer um relacionamento mais estreito com as cooperativas, extensão rural, prefeituras e produtores para a solução de problemas em comum.
- Exigir melhores preços para a uva.
- Promover a busca de produtividade, qualidade e competitividade no setor através de uma orientação ao produtor.
- Indicar à EMBRAPA e a outras instituições de pesquisa, como universidades, as questões críticas que afetam o dia a dia do produtor.
- Defender os direitos de seus associados.
- Propiciar a compra de insumos, máquinas e implementos agrícolas.
- Reduzir o individualismo.
- Mostrar ao produtor as novas tecnologias existentes.

- Buscar assessoria para os produtores junto às instituições competentes.
- Montar sistema de comercialização direta, eliminando a intermediação.
- Investir criando pequenas cantinas; formar agroindústrias.
- Participar e organizar atividades que promovam os produtos.
- Ter representatividade junto aos outros segmentos do setor.

EXTENSÃO RURAL

- Estar mais próxima do produtor (acompanhamento).
- Estar mais bem qualificada tecnicamente (recursos humanos, materiais etc.).
- Difundir e divulgar novas tecnologias, facilitando assim o acesso às pesquisas que favoreçam maior produtividade e qualidade.
- Estimular o produtor a utilizar novas tecnologias, mostrando na prática que é possível obter melhores resultados.
- Verificar in loco as dificuldades dos produtores e sugerir às instituições de pesquisa trabalhos nesses campos.
- Estimular o cooperativismo.
- Ter um modelo de estrutura mais sólido e estável.

4.4. Ações de Apoio ao Viticultor

Atualmente, o viticultor enfrenta inúmeros problemas que limitam sua atuação no campo. Neste sentido, foram indicados pelos painelistas, em ordem decrescente de importância, os principais pontos limitantes e as ações que devem ser tomadas para combatê-los até o ano 2000:

FALTA DE APOIO, INFORMAÇÕES E GERENCIAMENTO AO VITICULTOR NA COMERCIALIZAÇÃO DE UVAS PARA AS INDÚSTRIAS

Ações:

- Maior união entre produtor rural, agroindústria, prefeituras e entidades governamentais na orientação da comercialização.
- Criação de pequenas cooperativas vinícolas ou de comercialização.
- Orientação técnica ao produtor sobre gerenciamento e vendas.

FALTA DE ESPECIALIZAÇÃO, MODERNIZAÇÃO E ASSISTENCIA TÉCNICA NO CAMPO

Ações:

- Criação de mecanismos que intensifiquem o esclarecimento aos produtores, com cursos, dias de campo, reuniões etc.
- Participação de entidades de esclarecimento, associações e até indústrias.

- Ação efetiva da extensão rural, com grupos técnicos de apoio ao produtor.

FALTA DE MAIOR COOPERAÇÃO ENTRE PRODUTORES, INDUSTRIAS, INSTITUIÇÕES DE PESQUISA E OUTROS PARA A SOLUÇÃO DOS PROBLEMAS DE PRODUÇÃO DE UVA

Ação:

- Conscientização dos atores envolvidos sobre a importância da cooperação mútua através de reuniões, seminários e demais eventos, expondo as dificuldades e objetivos de cada um.

ATUAL POLITICA DE FINANCIAMENTO E CRÉDITO RURAL DIANTE DAS CONDIÇÕES DOS PEQUENOS PRODUTORES

Ações:

- Sensibilização dos governos estaduais e federal e demais responsáveis sobre o problema.
- Definição e implantação de uma política agrícola sólida e de longo prazo.
- Forcemento de crédito a produtores que possam responder com aumento de qualidade e produtividade.
- Os painelistas também indicaram outros pontos limitantes e as ações para combatê-los até o ano 2000, sendo os dois mais indicados:

EXISTÊNCIA NO MERCADO DE ENORME QUANTIDADE DE VINHO ADULTERADO

Ação:

- Fiscalização e punição exemplar dos culpados.

PREÇOS MAIS JUSTOS AO PRODUTOR

Ação:

- Mudanças na política de preços mínimos.

4.5. Fiscalização

O atual sistema de fiscalização encontra-se em situação precária, prejudicando a qualidade e a imagem do produto nacional. As principais medidas indicadas para os próximos anos são:

Medidas essenciais

A fiscalização deve atuar com maior rigor, punindo exemplarmente os infratores (65 indicações, 80% dos respondentes).

Justificativas

- Moralização do setor, recuperando o serviço de fiscalização que tanto afeta a qualidade e conseqüentemente a imagem do produto nacional.
- Incentivo aqueles que produzem e trabalham seriamente.

Realização de investimentos públicos em equipamentos e desenvolvimento de metodologias para a fiscalização (56 indicações, 69% dos respondentes).

Justificativas

- Existe a necessidade de modernizar os laboratórios para identificar e punir os fraudadores, já que os atuais estão obsoletos.
- A infra-estrutura para a fiscalização é essencial para acompanhar a evolução da qualidade final do produto.
- O investimento em recursos humanos e de custeio é fundamental para a utilização de novos equipamentos.

As grandes, médias e pequenas indústrias farão um esquema de proteção da qualidade do vinho (autocontrole), controlando adulterações que comprometam a imagem do produto (44 indicações, 54% dos respondentes).

Justificativas

- Esse autocontrole zelarà pela qualidade do produto, desde a elaboração até o consumo, e aumentará significativamente a imagem do vinho, principalmente o comum.
- Facilitará a organização e a diferenciação de produtos e indústrias que primem pela qualidade.

MEDIDA COMPLEMENTAR

Formação de um conselho de indústrias que padronize e certifique a qualidade de produtos comercializados (43 indicações: 53% como medida complementar; 30 indicações: 37% como essencial).

Justificativas

- Auxiliará na confiabilidade da qualidade final do produto, principalmente se for criado um selo, como aconteceu com o café.
- Será mais um meio de garantia ao consumidor; porém, deverá existir a fiscalização do produto.

4.6. Políticas Públicas

Os pontos fortes e fracos da política de preços mínimos do governo federal para o setor vitivinícola, descritos pelos especialistas, são os seguintes:

Pontos fortes mais indicados:

- Garantia e segurança aos produtores no processo de comercialização.
- Flutuações de mercado amenizadas.
- Política de proteção ao viticultor através da estipulação do preço mínimo.
- Mecanismo de financiamento ao produtor.

Pontos fracos mais indicados:

- O preço mínimo fixado pelo governo não correspondente aos custos de produção e à realidade do setor, além de ser avaliado por critérios políticos e não técnicos.
- Interferência e paternalismo não benéficos do governo, como por exemplo no incentivo a produtores que não adotam nenhuma tecnologia e conseguem colocar seu produto no mercado.
- Impedimento de um maior diálogo entre produtores e indústrias.
- Organização de leilões de vinhos prejudiciais ao mercado.
- A classificação das variedades em grupos é determinada muitas vezes fora dos padrões agronômicos.
- Maior atuação e fiscalização do governo perante as indústrias que não respeitam a política de preços mínimos.

CAPÍTULO II

CENÁRIOS DO SETOR VITIVINÍCOLA PARA O ANO 2000

CENÁRIOS DO SETOR VITIVINICOLA PARA O ANO 2000

Com base nos resultados projetados nos questionários e nas tendências sócio-econômicas gerais identificadas pelo Programa de Estudos do Futuro, foram elaborados cenários alternativos do ambiente da vitivinicultura no final do século.

A técnica de cenários alternativos não pretende fazer previsões sobre o que vai acontecer no futuro, mas sim identificar situações futuras alternativas, que, se ocorrerem, trarão importantes transformações para o setor. A elaboração dos cenários é, assim, um processo que auxilia as empresas e entidades públicas relacionadas com o setor a melhor definirem suas estratégias de ação e a escolherem políticas mais robustas, capazes de apresentar flexibilidade e capacidade de atendimento à turbulência de ambiente sujeito a fortes mudanças.

Dessa maneira, o uso de cenários alternativos aprimora o processo de decisão e capacita as organizações a lidar com a incerteza do futuro, considerando explicitamente situações futuras diferentes das tendências históricas que prevaleceram no passado.

Os cenários apresentados mostram inicialmente uma visão tendencial que deve servir como referência ou linha de base para a análise das alterações previstas para os outros cenários.

A seguir, são apresentados três cenários alternativos para o setor vitivinícola retratando situações possíveis no ano 2000.

1. CENÁRIO TENDENCIAL

O primeiro cenário a considerar é o tendencial, que tem como ponto de partida uma tentativa de reforma do Estado. Essa reforma sofre, no entanto, uma severa limitação, em vista do impasse institucional existente no país, que impede um avanço acelerado em função do embate e da falta de sintonia entre os poderes executivo, legislativo e judiciário.

A persistência de um quadro político composto por partidos fragmentados, sem definição ideológica própria e guiados fundamentalmente por interesses fisiológicos, impede o avanço regular e significativo no sentido de elaborar as profundas reformas estruturais que o Estado brasileiro necessita.

O modelo econômico resultante da crise institucional é aquele que busca a linha de pensamento liberal, mas cuja implantação efetiva é limitada e estrangida pela ação de grupos de interesse de toda sorte, que conseguem limitar sua evolução. A conseqüente falta de credibilidade internacional no país estabelece as bases para a permanência de uma crise do balanço de pagamentos, durante toda a década, e o crescimento da economia se dá de maneira bastante irregular, ficando em uma média, na década, de 2 a 4% de crescimento anual. A irregularidade no crescimento ocorre em função das sucessivas crises e pacotes, seguidos por períodos de crescimento acelerado, mas artificial, que culminam sempre com o recrudescimento da inflação e a implantação de um novo pacote econômico.

Como reflexo da indefinição do modelo e das restrições da economia internacional,

observa-se, no país, a continuidade do processo histórico de concentração da renda, que vem ocorrendo há mais de 30 anos. Resultado disso é o lento crescimento do tamanho das classes de alta renda e de renda média alta e uma relativa estagnação da situação da população de baixa renda, com a continuidade de uma situação gravíssima de grandes camadas da população permanecendo na faixa de extrema pobreza.

Em função da evolução dos meios de comunicação e do lento avanço da conscientização do consumidor aos padrões de exigência quanto à qualidade e segurança, os produtos apresentam uma evolução ao longo do tempo. A manutenção do poder aquisitivo bastante baixo para a grande maioria da população implica, no entanto, em uma evolução moderada do consumo de vinhos, tanto comuns como finos, uma vez que é pequena a evolução da renda da população das classes de maior poder aquisitivo.

Por outro lado, há uma demanda crescente pelo consumo de suco natural, na medida em que cresce a preferência por esse tipo de bebida em relação aos produtos não naturais.

A política agrícola praticada pelo governo durante a década de 90 sofre uma constante erosão de sua credibilidade e eficácia. Os volumes de crédito disponíveis para financiamento e custeio são reduzidos paulatinamente, tornando-se difícil o acesso aos pequenos produtores. Também não existe disponibilidade efetiva de crédito em apoio à comercialização, com taxas de juros acessíveis aos produtores, associações e cooperativas.

Com relação ao padrão tecnológico, o sistema oficial de pesquisa e de extensão encontra-se numa permanente disputa com outros setores da economia pelas verbas públicas necessárias. Dessa forma, o resultado obtido varia proporcionalmente com o peso político dos grupos de interesse que disputam os escassos recursos governamentais, não havendo critérios técnicos na sua alocação.

A viticultura apresenta uma efetiva redução do número total de produtores da Serra Gaúcha pelo desestímulo à atividade, em função dos baixos preços, da defasagem tecnológica e da falta de apoio oficial. Um grande número de agricultores passa a explorar outras culturas. Não há crescimento significativo, mas uma evolução lenta da produtividade por área, motivada especialmente pelo pequeno crescimento das associações de produtores e cooperativas vitícolas que permitem uma pequena evolução tecnológica e, conseqüentemente, na qualidade da uva.

Com o alto grau de incerteza e a irregularidade do desempenho da economia, surgem poucas alterações na estrutura industrial do setor.

A incerteza inibe a entrada de novas empresas de grande porte, observando-se uma razoável estabilidade no setor, ameaçada somente pela entrada de produtos concorrentes em função da criação do Mercosul. As vítimas mais imediatas são as empresas vinícolas de pequeno e médio porte, que têm seu mercado logo ameaçado por produtos de baixo custo.

A pequena taxa de crescimento econômico implica numa estagnação da renda per capita e, em alguns anos, na redução do poder de compra das camadas de mais baixa renda. Esse fator, aliado a uma evolução lenta, porém progressiva, dos padrões de fiscalização e exigências do consumidor quanto à qualidade do vinho, traz uma redução de cerca de 10% do mercado de pequenas e médias empresas vinícolas que continuam a operar nesse mercado.

2. CENÁRIO DE TRANSFORMAÇÃO LIBERAL

Nesse cenário, o país consegue fazer a reorganização política e institucional necessária para implantar um novo padrão de Estado, embasado em uma filosofia liberal de economia política.

Uma efetiva transformação institucional só se torna possível ao embasar-se num novo quadro político nacional. A grande dispersão de partidos existentes no começo da década de 90 foi sendo eliminada até a consolidação em um pequeno grupo de partidos, cada um com uma base ideológica clara e uma sustentação popular efetiva. A partir dessa base política mais consistente, tornou-se possível negociar uma proposta de modelo de desenvolvimento para o país que, se não representa um consenso durante toda a década de 90, figura, na prática, um modelo de desenvolvimento aceito pela grande maioria da população e pelas estruturas de poder político e econômico do país.

Como resultado da implantação do modelo econômico, registrou-se uma efetiva abertura da economia brasileira, admitindo-se a entrada de produtos e capitais estrangeiros em setores selecionados da economia. Na prática, foram mantidas proteções tarifárias e barreiras não tarifárias em um pequeno número de setores considerados de importância estratégica e de grande potencial e competitividade das indústrias nacionais, enquanto que a abertura foi efetivada nos demais setores.

Assim sendo, houve grandes transformações em diversos setores industriais, especialmente aqueles menos competitivos e considerados não estratégicos, onde a abertura do mercado efetivamente resultou na desativação de grande parte do parque industrial obsoleto, que sucumbe perante uma série de produtos importados de melhor qualidade e de menor preço.

Por outro lado, a implantação do Mercosul e a abertura em setores atraentes resultaram na retomada do fluxo de investimentos estrangeiros no país, e o acréscimo das importações foi mais do que contrabalanceado pelo crescimento de fluxo de capitais, como ocorreu no México no final dos anos 80. Isso permitiu algum alívio nas pressões do balanço de pagamento e viabilizou a obtenção de taxas de crescimento do PIB na faixa de 4 a 6% ao ano.

A reestruturação e modernização da economia, com a entrada de novas empresas de melhor padrão tecnológico, impactou o mercado de trabalho no sentido de ampliar a renda e a oferta de emprego para trabalhadores qualificados, técnicos, chefias e gerentes de melhor nível. Surgem, então, novas oportunidades de trabalho e a possibilidade de ampliação do poder de compra dessas categorias, de renda média e alta, resultando, contudo, no aumento do desemprego e na queda do poder aquisitivo das populações de mais baixa renda. Tal resultado adverso para as populações mais carentes é apenas parcialmente minorado pela implantação de programas sociais de atendimento a elas.

A abertura do mercado, a crescente integração econômica do país ao ambiente internacional e a entrada no país de empresas estrangeiras mais dinâmicas e mais envolvidas com altas tecnologias têm influência sobre as expectativas do consumidor nacional. O novo consumidor das classes média e alta adota uma postura muito mais exigente quanto à qualidade e preço, esperando que os padrões aqui observados sejam semelhantes aos oferecidos ao primeiro mundo. Assim, a preocupação com qualidade, segurança, saúde e adequação ambiental é bastante semelhante à dos países mais adiantados.

No que toca ao setor vitivinícola, ocorre efetivamente uma maior apreciação e demanda, com maior nível de informação e conhecimento com respeito em especial ao consumo de vinhos e sucos naturais. Com a melhoria do padrão de vida dos trabalhadores mais qualificados, o crescimento acelerado do PIB e uma maior internacionalização da economia, há o crescimento real significativo da demanda por vinhos, especialmente os finos, e por sucos de uva de elevada qualidade.

Coerentemente com a visão de transformação liberal da economia, a política agrícola praticada resulta numa forte redução de subsídios à atividade agrícola. São eliminados quaisquer tipos de subsídio à produção agrícola das culturas para as quais o Brasil não consegue manter uma nítida vocação exportadora. Todo o apoio governamental de sustentação financeira, desenvolvimento de tecnologias e proteções especiais é orientado para culturas potencialmente competitivas no mercado internacional e que devem basear essa competição na aplicação de tecnologias e insumos modernos.

A integração internacional da economia e, em particular, a entrada em operação do Mercosul trazem aos setores agrícolas do Brasil a necessidade de uma forte seletividade com relação às culturas de produtos em que o país deve concentrar recursos para manter-se competitivo. No setor vitivinícola, tal cenário redundará numa forte redução do número total de produtores independentes atuando, pois a produção de uvas em propriedades que não atinjam os padrões internacionais de eficiência produtiva torna-se insustentável.

A área média de exploração das propriedades produtoras de uva cresce, buscando-se economia de escala através da associação entre produtores, o fortalecimento de cooperativas modernas e tecnologicamente avançadas e a integração vertical da atividade de produção da uva com a produção de vinho e suco.

No setor industrial, o súbito incremento da concorrência internacional leva a uma transformação em um setor historicamente estável. Ocorre tanto a retirada de produtores de grande porte, como a entrada no mercado de novos concorrentes, entre novas indústrias que passam a operar no Brasil e produtos importados que firmam uma posição no mercado brasileiro. Por outro lado, as indústrias brasileiras mais competitivas conseguem efetivamente utilizar sua base tecnológica e sua competência e conhecimento de marketing para colocar sua produção nos mercados do Cone Sul, compensando assim a perda de "market-share" no mercado doméstico. Com a entrada de novos concorrentes, e uma "guerra" de preços no setor, crescem os níveis de consumo de vinhos finos no mercado brasileiro.

No meio desse processo há um forte reposicionamento da indústria, com ampliação da produção de suco, algum deslocamento para novas regiões produtoras de maior eficiência e uma redução bastante forte do número de cantinas rurais e de pequenas vinícolas que não conseguem manter sua atividade tradicional nesse período de transformações.

3. CENÁRIO DE CENTRALIZAÇÃO DO PODER

Como reação à malsucedida tentativa de reforma de implantação do Estado Liberal estabelecida no início do governo Collor, o Brasil do final do século XX opta por um sistema político onde uma força central concentra maior autoridade e poder institucional;

Essa centralização permite reforçar o papel do Estado em determinados setores da economia, buscando-se, com isso, aumentar a eficiência da infra-estrutura econômica do país sem abrir mão da autonomia e da soberania nacional. Tal filosofia é passível de implantar-se somente com a consolidação de um único partido do cenário político nacional, contando com uma ampla base de apoio popular.

No ambiente econômico, enfatizou-se, na prática, a atuação no mercado interno, com uma pequena abertura comercial em alguns setores selecionados. A seleção desses setores onde há uma efetiva abertura da economia se dá muito mais em função de pressões internacionais dos principais parceiros comerciais do país e dos organismos financeiros internacionais do que por qualquer consideração sobre a possível competitividade das indústrias nacionais. Por outro lado, no ambiente econômico internacional há uma dose real de protecionismo nas relações comerciais dos blocos econômicos, criando, na prática, dificuldades para o Brasil incrementar suas exportações e buscar o equilíbrio no balanço de pagamento.

O governo, então, opta por estimular o desenvolvimento do mercado interno e busca apoiar diretamente os setores empresariais mais voltados para a produção de bens de consumo e de importância estratégica para a industrialização do país.

Em consequência dessa política, onde há pouca atração de capitais externos, o crescimento econômico torna-se bastante lento, mantendo-se numa faixa de 2 a 4% ao ano, como média durante os anos 90.

Politicamente, o governo se sustenta por um lado em uma base populista e, por outro, na cooptação das elites de grandes empresários nacionais. Para manter uma base de apoio popular, define como prioridade fundamental o atendimento às camadas mais carentes da população, declarando uma guerra à pobreza absoluta. Dessa forma, apesar do lento crescimento econômico, o governo procura impor uma política distributiva, atendendo à grande massa dos assalariados e estimulando o mercado interno de produtos básicos. Em consequência dessa política, continua a erosão do poder aquisitivo das classes de média e alta renda, com um ligeiro incremento da renda das camadas menos favorecidas.

Nesse cenário há uma evolução da demanda por derivados de uva, com um crescimento substancial da demanda voltada para os produtos de mais baixo preço. Há grande incremento do consumo de vinho comum, com uma evolução muito pequena do consumo de vinhos finos, ao passo que o suco de uva tem um crescimento regular, porém modesto.

A política agrícola adotada tem como objetivo fornecer apoio ao pequeno e médio agricultor, buscando manter uma base de apoio político ao governo central, através da viabilização das atividades dessa categoria. Há, portanto, uma tentativa de tornar disponível o crédito para a agricultura e são mantidos preços mínimos em bom nível, em especial para os produtos de primeira necessidade.

A integração econômica no Mercosul surge como uma opção política irrecusável. Mas o processo é protelado ao longo do tempo, e o governo brasileiro almeja colocar uma série de restrições e limitações na implementação do Mercosul, de modo a retardar sua efetiva operação. Isso porque a filosofia liberal da economia inerente às internacionalizações e a política econômica dos demais parceiros contrariam a lógica política implantada no país na segunda metade da década.

A confluência desses fatores de política e de evolução da demanda, pequeno crescimento da economia, apoio ao pequeno e médio produtor e de lenta implementação do Mercosul torna possível o crescimento do número de pequenos produtores no setor vitícola. Resulta numa relativa estabilização da área média plantada, através da entrada de pequenos produtores, cuja atividade volta a tornar-se viável após muitos anos.

No setor industrial, há uma forte transformação na medida em que o crescimento do mercado de vinhos finos é apenas vegetativo, e, ao final da década, existe uma efetiva penetração de produtos concorrentes do Cone Sul no mercado brasileiro. As indústrias brasileiras encontram-se sem opções para grandes inversões de capital na modernização do seu parque industrial e no investimento para expansão nos mercados externos. As possibilidades de evolução no mercado interno surgem com o atendimento aos segmentos de menor poder aquisitivo, exigindo um novo posicionamento mercadológico. Por outro lado, encontram uma concorrência que cresce com base no desenvolvimento das pequenas empresas vinícolas e das cantinas rurais, que aproveitam o crescimento do mercado de vinhos comuns e o aumento de demanda nas classes mais populares.

CAPÍTULO III

PREMISSAS, PROPOSIÇÕES E OBJETIVOS SETORIAIS

PREMISSAS, PROPOSIÇÕES E OBJETIVOS SETORIAIS

Com base na análise dos questionários respondidos e dos cenários do setor, algumas premissas e proposições para o futuro podem ser elaboradas:

1. PREMISSAS

- Em qualquer cenário considerado, haverá algum grau de abertura da economia brasileira; no mínimo, serão abertos à concorrência internacional setores não-estratégicos não-competitivos.
- A implantação do Mercosul afetará diretamente a indústria vitivinícola, levando a uma maior concorrência em preço e qualidade; impulsionará a demanda e exigirá ganhos de produtividade e de escala no setor. Oferece, por outro lado, a perspectiva de um mercado para exportações significativo.
- O consumidor, de todas as categorias, será mais exigente quanto à qualidade do produto no final do século.
- O derivado de uva com maior perspectiva de crescimento absoluto é o vinho de consumo corrente. O mercado de suco de uva apresenta grande taxa de crescimento potencial e, em função das perspectivas de exportação, é atraente em qualquer cenário futuro. O mercado de vinhos finos apresenta perspectivas de taxas menores de crescimento no mercado interno, e sofrerá mais diretamente a concorrência internacional.
- A estrutura de produção de uva sofre os efeitos do conservadorismo de pequena escala e do individualismo dos produtores; resente-se de níveis apropriados de apoio das entidades, de políticas governamentais e da integração maior com as empresas vinícolas.
- A fiscalização efetiva da qualidade, especialmente do vinho comum, é um passo essencial para a modernização do setor.

2. PROPOSIÇÕES

Com base nas análises dos questionários, nos cenários desenvolvidos e nas premissas identificadas, algumas proposições preliminares podem ser elaboradas.

- Deve-se buscar uma integração maior entre o agricultor e a indústria, visando criar uma efetiva parceria no setor.
- Deve-se tentar atender adequadamente a todos os diferentes segmentos do mercado com produtos de qualidade apropriada e a preços competitivos.
- A indústria deve buscar uma maior capacitação internacional, enfrentar a concorrência buscando valorizar o produto de qualidade e estimular as mudanças visando práticas modernas de produção.
- Toda a cadeia produtiva deve procurar soluções integradas, incluindo: insumos e produção agrícola, extensão rural, industrialização, insumos industriais, comercialização, distribuição e fiscalização.
- O comércio deve tentar reduzir margens e aumentar volumes na distribuição de vinhos e sucos.

- O produtor deve reduzir o individualismo, encontrando formas associativistas para aumentar sua produtividade e reduzir custos.
- A extensão rural deve aproximar-se do produtor, levando técnicas produtivas, gerenciais e de comercialização.
- O setor deve procurar soluções conjuntas para a questão do custo da embalagem.
- O setor deve estabelecer formas de fiscalização para garantir a evolução futura do mercado, especialmente de vinho de consumo corrente.
- O padrão tecnológico nacional deve ser preservado e reforçado em vinhos finos, sucos e, especialmente, no vinho de consumo corrente altamente insatisfatório.
- A viabilização do potencial dos sucos exige maior implantação de variedades apropriadas.
- Ações integradas do setor são prioritárias no apoio ao produtor, na fiscalização, na redução de custos e na atuação mercadológica.

3. OBJETIVOS PARA O SETOR VITIVINÍCOLA

Com base nas proposições preliminares elaboradas a partir da análise dos questionários, dos cenários previstos e das premissas identificadas, foi conduzido um seminário de proposição de objetivos, com a participação de 40 representantes do setor. Nele, os objetivos do setor foram hierarquizados e priorizados por um grupo de trabalho incluindo representantes de todos os segmentos envolvidos. Para tanto, foi utilizada a técnica de Análise e Estruturação de Modelos (ISM), que faz uso do computador para auxiliar um grupo a chegar a um consenso sobre a estrutura de um problema complexo e a hierarquia entre os elementos que o compõem.

Tal hierarquia permitiu ao grupo chegar a uma visão conjunta sobre ações e atividades críticas para o desenvolvimento do setor vitivinícola na década de 90.

As principais ações, meios e objetivos a serem alcançados, hierarquizados em objetivo-fim, meios e ações básicas, são apresentados na Figura 1, resultante do exercício de estruturação feito no Seminário.

O objetivo-fim, estabelecido como objetivo geral de todos os integrantes do setor, é o de alcançar padrões internacionais de competitividade, qualidade e preço. A estrutura modelada pelo grupo mostra claramente que esse objetivo só pode ser alcançado através do estabelecimento de uma efetiva parceria no setor entre indústria, produtores de uva e sistema de comercialização. A parceria é, portanto, de interesse comum a todos os integrantes do setor vitivinícola.

A viabilização da parceria proposta, essencial para a obtenção de padrões internacionais de competitividade, passa necessariamente por duas grandes linhas: de um lado a ampliação do mercado interno e do outro o incremento do associativismo.

A ampliação do mercado interno foi um objetivo consensual entre os participantes; trará benefícios a todos os segmentos do setor.

Passando a considerar, na parte inferior do modelo, as ações básicas que estabelecem a sustentação de toda a estrutura de objetivos do setor, percebem-se dois pontos fundamentais de apoio.

De um lado o apoio ao produtor de uva deve ser um objetivo básico de todo o setor.

OBJETIVO-FIM:

ALCANÇAR PADRÕES INTERNACIONAIS DE
COMPETITIVIDADE, QUALIDADE E PREÇO

MEIOS:

ESTABELECEER UMA EFETIVA PARCERIA ENTRE
PRODUTOR E INDÚSTRIA



AÇÕES BÁSICAS:

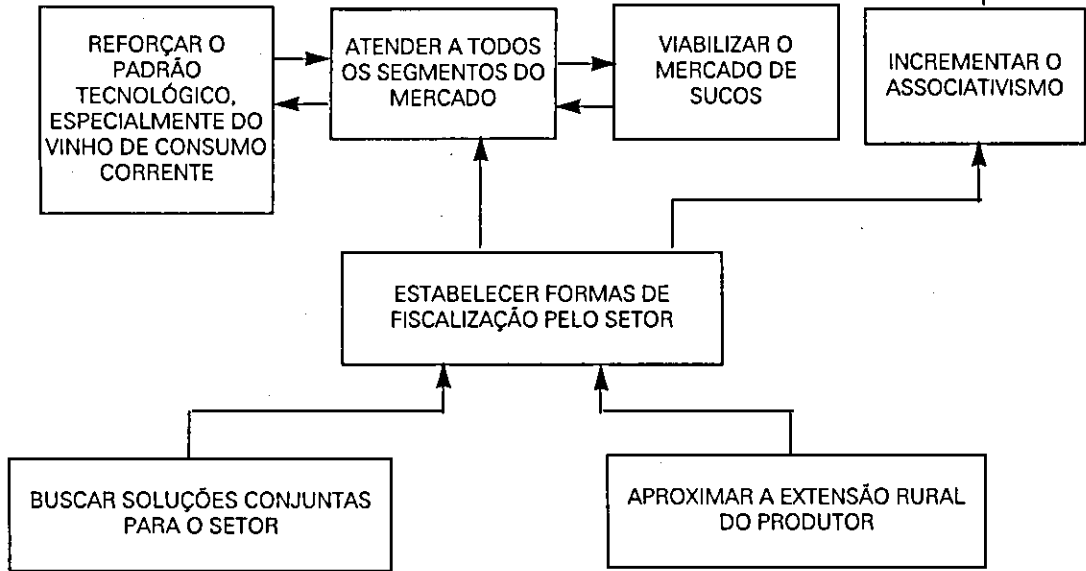


FIGURA 1. Hierarquia de objetivo-fim, meios e ações básicas para o setor vitivinícola brasileiro nos anos 90.

A extensão rural é fundamental para o aumento da capacitação do produtor, devendo atuar através de ações integradas que levem técnicas produtivas, gerenciais e de comercialização, assim como o auxílio no financiamento e avaliação mercadológica. Como não poderia deixar de ser, a estrutura de objetivos mostra que, na visão do grupo, o produtor é um sustentáculo indispensável ao setor.

Em complemento ao apoio ao produtor, toda a cadeia produtiva deverá, por sua vez, procurar soluções conjuntas para as áreas de fabricação e venda de insumos, industrialização da uva, distribuição, fiscalização e especialmente na redução dos custos de embalagem.

Outro objetivo básico do setor é o estabelecimento de formas de fiscalização, sustentado por uma conscientização maior do produtor através da extensão e pela realização de soluções conjuntas para problemas setoriais. A fiscalização pelo próprio setor é um passo fundamental para viabilizar objetivos que levem ao aprimoramento da tecnologia e da qualidade, abrindo caminho para mudar a imagem do setor e a realização do importante objetivo de ampliar o mercado interno.

A efetiva implantação de sistemas de fiscalização com essa filosofia redundará em ganhos para todos os atores envolvidos e reforça o papel do associativismo na vitivinicultura.

O padrão tecnológico da produção nacional também deve ser objeto de ação do setor, visando preservar e reforçar o processo de modernização em produção de vinhos finos, sucos de uvas e, especialmente, do vinho de consumo corrente, contribuindo para mudar a imagem desse setor e para atender adequadamente a todos os diferentes segmentos do mercado com produtos de qualidade apropriada e a preços competitivos.

As proposições de ações visam contribuir diretamente para a ampliação do mercado nacional, em termos absolutos e per capita, permitindo o aumento da produtividade e a redução de custos fixos, com o aumento dos volumes de distribuição de vinhos e sucos e a redução das margens comerciais.

A parceria entre produtor e indústria, lastreada por um trabalho de desenvolvimento do produtor, fiscalização pelo setor e aprimoramento tecnológico, com forte ação associativista, é uma decorrência natural de todo um conjunto de ações que devem ser implementadas. A análise da estrutura produzida pelo grupo mostra um fim em si; é o resultado de um conjunto de ações, e é fundamental para tornar o setor mais competitivo.

A conseqüência esperada do conjunto de objetivos propostos é o aumento da qualidade, com redução de preços, embasados numa integração mais racional dos agentes componentes do setor. Tal mudança capacitará o setor vitivinícola a enfrentar com maiores condições de sucesso qualquer um dos cenários previstos para a década de 90, com base em políticas setoriais robustas e que atendam aos interesses de todos os segmentos do setor.

AGRADECIMENTOS

Os autores do trabalho e o Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho da EMBRAPA agradecem as pessoas e instituições a seguir relacionadas pela contribuição na realização deste trabalho como respondentes de questionários ou pela assessoria prestada.

Nome	Instituição
Adão C. Brião	EMATER/RS
Adolfo Alberto Lona	De Lantier Vinhos Finos Ltda.
Agostinho Guizzo	Viticultor
Alberto Miele	EMBRAPA/CNPUV
Albino Grigoletti Júnior	EMBRAPA/CNPUV
Alcides Volpatto	EMATER/RS
Alcieri Dall'Oglio	Viticultor
Almir Cavalete	Viticultor
Almir Pavan	Viticultor
Amaury Felisberto Dal Conte	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS
Angelo Antônio Todeschini	Prefeitura Municipal de Nova Bassano
Armando Gusso	Prefeitura Municipal de Carlos Barbosa
Armando Luiz Formolo	Cooperativa Vitivinícola Forqueta Ltda.
Avelino Zatt	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS
Carlos Alberto Ely Machado	EMBRAPA/CNPUV
Carlos Eugênio Daudt	Universidade Federal de Santa Maria
Carlos Renato Kurtz	EMATER/RS
Celito Crivellaro Guerra	EMBRAPA/CNPUV
Ciro Pavan	Cooperativa Vinícola Aurora Ltda.
Cláudio Muraro	Muraro & Cia Ltda.
Danilo Cavagni	Produtora de Vinhos Finos Ltda.
Darci Miolo	Viticultor
Darví Sioato	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São Marcos
Denis Debiasi	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Garibaldi
Diogo Guerra	EMATER/RS
Emílio Ristow	Indústrias Alimentícias Maguary S.A.
Érlio Heberli	Cooperativa Vinícola Aliança Ltda.
Estêvão Milani	Viticultor
Eugênio Rizzardo	Câmara Municipal de Vereadores de Bento Gonçalves
Fortunato Janir Rizzardo	Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Francisco Mandelli	EMBRAPA/CNPUV
Gabriel Petrolli	Viticultor
Gilberto Luiz Salvador	EMATER/RS
Gildo Almeida da Silva	EMBRAPA/CNPUV
Gilmar Barcelos Kuhn	EMBRAPA/CNPUV
Gilmar de Oliveira Brum	Banco do Brasil S.A.
Hilário Lunelli	Viticultor
Idalêncio Francisco Angheben	Produtora de Vinhos Finos Ltda.
Ivaldo Dalla Rosa	EMATER/RS
Jaime Luiz Lovatel	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS
Japiassu de Melo Freire	EMBRAPA/CNPUV
João Bianchi	Viticultor
João Fernando Silvestrin	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Farroupilha
João Giugliani Filho	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Jorge Tonietto	EMBRAPA/CNPUV
José Carlos Fráguas	EMBRAPA/CNPUV

José Carlos Simundi	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS
José Fernando da Silva Protas	EMBRAPA/CNPUV
José Ferronato	Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Juarez Valduga	Luiz Valduga & Filhos Ltda.
Loiva Maria de Mello Freire	EMBRAPA/CNPUV
Loreno Carraro	Viticultor
Lorindo Zacaron	Viticultor
Lourenço Mônaco Sobrinho	UVIBRA
Lucindo Copat	Vinhos Salton S.A.
Luiz Antenor Rizzon	EMBRAPA/CNPUV
Luiz Antônio Bustos	Pedro Domecq do Brasil Indústria de Bebidas Ltda.
Luiz Carlos Kaster	EMATER/RS
Luiz Dall'Ogeiro	Viticultor
Mansueto Serafini Filho	Prefeitura Municipal de Caxias do Sul
Marco Antônio Dal Bó	EPAGRI
Mário Mazzocato	Cooperativa Vinícola Aurora Ltda
Mário Raul Geisse Garcia	Vinícola Cave de Amadeu Ltda.
Mário Roman	Viticultor
Mauro Celso Zanuz	EMBRAPA/CNPUV
Moacyr Falcão Dias	Pesquisador
Nelson Cavaleri	Viticultor
Olavo Roberto Sônego	EMBRAPA/CNPUV
Olir Schiavinin	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Flores da Cunha
Orestes Salvadori	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Bento Gonçalves
Paulo Buffon	Viticultor
Paulo Fachin	EMATER/RS
Paulo Roberto Poletto	EMATER/RS
Pedro Molon	Irmãos Molon Ltda.
Pedro Paulo Zanatta	UVIBRA
Raul Bigarella	FECOVINHO
Rinaldo Dal Pizzol	UVIBRA
Rui Todeschini	Viticultor
Sadi Manfredini	EMBRAPA/CNPUV
Saulo de Jesus Soria Vasco	EMBRAPA/CNPUV
Sérgio Foletto	Escola Agrotécnica Federal Presidente "Juscelino Kubitschek"
Severino Ferrari	Cooperativa Vitivinícola Pompéia Ltda.
Telmo Fanttinelli	Prefeitura Municipal de Garibaldi
Ulises Provensi	Viticultor
Ulisses Vítório Pasa	Prefeitura Municipal de Antônio Prado
Valério Petro Mondin	EPAGRI
Valmir Villa	Viticultor
Vandenir Antonio Miotti	Prefeitura Municipal de Garibaldi

**Produção Gráfica e Impressão:
Editora São Miguel
Caxias do Sul - RS**

Esta publicação foi patrocinada por:

Almadén

O VINHO DESOBEDIENTE.

Forestier

O clássico de corpo e alma.

