

As transações entre segmentos da Cadeia Viti-Vinícola do Nordeste do Rio Grande do Sul: características e estágio atual

Vinícius Triches*

Title: The transactions between segments of the winegrowing chain in the northeast of Rio Grande do Sul: Characteristics and present stage

RESUMO

No presente trabalho é realizada uma descrição das principais características que regem atualmente as transações entre segmentos selecionados da cadeia produtiva viti-vinícola da Região Nordeste do Rio Grande do Sul, região líder no Brasil na produção da matéria-prima (uva) e também em seus principais derivados. Visando apresentar o estágio atual destas relações, utilizou-se como embasamento teórico a Economia dos Custos de Transação (ECT), buscando verificar as principais estruturas de governança que caracterizam as transações entre os variados segmentos. Na busca dos objetivos específicos do trabalho, utilizou-se pesquisa e revisão bibliográfica disponível sobre o tema, além da realização de entrevistas diretas e semi-estruturadas com profissionais vinculados à cadeia. Entre as principais constatações verificou-se um aprofundamento em transações já consideradas tradicionais, além do surgimento de novas relações. Relevante é destacar a formação de associações que visam buscar reduções de custos via compras e vendas em conjunto, movimento que é derivado do grande poder de barganha de alguns segmentos. Já nas transações entre agroindústria e os segmentos de distribuição, constatou-se a ampliação de canais de distribuição de produtos; entretanto, as grandes redes supermercadistas (estabelecimentos líderes na distribuição de vinhos finos no país) ainda são um local de difícil colocação do produto de origem nacional. Assim, apesar de avanços consideráveis nas duas últimas décadas, a cadeia ainda apresenta importantes gargalos que afetam a sua competitividade.

Palavras-chave: Cadeia produtiva, cadeia viti-vinícola, economia dos custos de transação.

ABSTRACT

This article describes the main characteristics that presently determine the transactions between selected segments of the winegrowing production chain in the northeastern region of Rio Grande do Sul, which is Brazil's leading region in the production of raw material (grapes) and the main products derived from it. To present the present stage of these relations, the article uses the theoretical foundations of the Economy of Transaction Costs to identify the main governance structures that characterize the transactions between the various segments. It uses a review of the literature on the topic as well as direct and semi-structured interviews with professionals who

Recebido em 29.10.2007. Aceito em 10.01.2008

* Mestre em Economia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professor de Economia da Faculdade de Tecnologia (FTEC), Av. Osvaldo Aranha, nº 419, Bairro Cidade Alta, CEP: 95700-000, Bento Gonçalves/RS, Telefone: (54) 3452-6644. E-mail: vtriches@yahoo.com.br.

work in this chain. Among the main findings is an intensification of the traditional transactions and the emergence of new relations. The article highlights the creation of associations that pursue cost reductions through joint purchase and sale derived from the significant bargaining power of some segments. In the transactions between the agribusiness sector and the distribution segments the investigation found a broadening of product distribution channels. However, it is still difficult to place national products in the big supermarket chains, which are the leading organizations in the distribution of fine wine products in the country. This, in spite of significant advances achieved in the two past decades, the chain still presents major bottlenecks that affect its competitiveness.

Keywords: Production chain, winegrowing chain, economy of transactions costs.

JEL Classification: O18, R11.

1 Introdução

A vitivinicultura (produção de uvas, vinhos e seus derivados) é uma atividade que remonta a milhares de anos, sendo sua prática historicamente vivenciada nas diferentes regiões do globo terrestre. O Brasil teve a introdução de videiras em seu território no século XVI. No Rio Grande do Sul, a prática viti-vinícola viria a se constituir, nas décadas finais do século XIX, em uma atividade de importância econômica e social, sobretudo a partir da experiência dos imigrantes italianos que se instalaram principalmente na região nordeste deste estado. No decorrer das décadas iniciais do século XX, a atividade continuaria sua escala de desenvolvimento, com o início da implantação de uma legislação governamental e a chegada de enólogos estrangeiros. Tais especialistas vieram auxiliar no aprimoramento técnico das agroindústrias que iam sendo criadas, além de aumentos expressivos na produção e comercialização dos produtos da cadeia. Atualmente, o cenário da vitivinicultura gaúcha permite constatar que a atividade permanece como uma das mais importantes para a economia do estado rio-grandense, principalmente quando se observa o número de pessoas empregadas na cadeia, o valor dos impostos gerados, as exportações realizadas e o dinamismo direto e o correlato proporcionado por esta atividade.

Dentro da realidade desta cadeia (e de qualquer outra), é imprescindível destacar de que forma são efetuadas as transações entre seus segmentos, transações que competem para o aumento ou diminuição da competitividade da mesma. Isto decorre do fato de que uma coordenação eficiente de toda a cadeia de produção constituir-se-ia em um fator preponderante

para a fabricação de produtos com qualidade e que possuam preços competitivos nos mercados nacional e internacional. Assim, o estudo da forma como estas relações ocorrem torna-se extremamente importante nos tempos atuais, tempos em que a concorrência entre empresas, regiões, países e blocos econômicos torna-se cada vez mais acirrada.

O objetivo do presente artigo é descrever e analisar as principais características das transações entre diferentes segmentos da cadeia produtiva viti-vinícola da Região Nordeste do estado do Rio Grande do Sul, buscando neste sentido apresentar o seu estágio atual. Dentre as transações selecionadas, destacam-se as que envolvem os produtores de insumos e os viticultores ou a agroindústria, os viticultores e a agroindústria e, por fim, a relação entre a agroindústria e os segmentos de distribuição.

Dentre os procedimentos metodológicos utilizados destacam-se: (a) Em relação ao referencial teórico, utilizou-se bibliografia pertinente acerca da Economia dos Custos de Transação, buscando uma seleção entre autores nacionais e internacionais que versaram satisfatoriamente sobre o tema; (b) Quanto à análise da situação atual da cadeia produtiva viti-vinícola do RS e do Nordeste Gaúcho, predominou a apresentação de dados primários e secundários obtidos de documentos impressos ou oriundos de sítios eletrônicos (*sites*) de órgãos governamentais e organizações da cadeia viti-vinícola gaúcha e brasileira; (c) Para a descrição das características e análise do atual estágio das transações entre os segmentos selecionados da cadeia utilizou-se pesquisa e revisão bibliográfica disponível sobre o tema (artigos, livros, jornais, dissertações e teses, dentre outros), além da realização de entrevistas diretas e semi-estruturadas com profissionais vinculados à cadeia viti-vinícola gaúcha, previamente determinados pelo pesquisador. O tamanho da amostra (17 profissionais entrevistados) foi definido no sentido de atender as diferentes peculiaridades de atores existentes na cadeia. Foram realizadas, desta forma, entrevistas com profissionais vinculados a organizações públicas de pesquisa e extensão, entidades privadas e públicas de ensino, organizações representativas de nível estadual e nacional dos atores da cadeia, sindicatos de trabalhadores rurais e representantes de vinícolas e cooperativas vinícolas. Na busca de seus objetivos, o artigo se divide em três partes, além dessa introdução. Inicialmente é abordado o referencial teórico utilizado; na

segunda, é destacado o estudo que é o objetivo do presente trabalho e, por fim, na quarta, são feitas as considerações finais e conclusões.

2 Economia dos custos de transação (ECT)

Ao longo da história econômica o interesse no estudo e análise dos custos de transação nos processos econômicos ganhou grande impulso e divulgação a partir da publicação do artigo *The Nature of the Firm* (em português intitula-se “A natureza da firma”) de Ronald Coase no ano de 1937, de acordo com relato de Fiani (2002). Mesmo que se reconhecesse a existência destes custos, a análise econômica tradicional partia do pressuposto de que os mesmos deveriam ser negligenciados devido ao fato de possuírem pouca importância ao longo das transações econômicas. Isso faria com que os únicos custos levados em consideração fossem os relacionados aos custos de produção das firmas. A partir da abordagem de Coase, os custos de transação entrariam de vez nas discussões acerca das relações entre empresas e mercados. Neste sentido, Fiani (2002) destaca que

o artigo de Coase deu início, dessa forma, ao estudo das condições sob as quais os custos de transação deixam de ser desprezíveis e passam a ser um elemento importante nas decisões dos agentes econômicos, contribuindo para determinar a forma pela qual são alocados os recursos na economia (Fiani, 2002, p. 268).

Buscando identificar uma definição do que seja uma empresa (e seu motivo de existência fundamental) dentro de um mundo econômico complexo, Coase destaca o ponto de partida para a visualização dos custos de transação, de acordo com as palavras de Fiani (2002):

Em outras palavras, empresas, isto é, organizações que decidem hierarquicamente a alocação dos fatores de produção no seu interior, substituindo o mecanismo de mercado, existem porque os custos de transação, ou seja, os custos de recorrer ao mercado, são significativos entre as etapas do seu processo de produção (Fiani, 2002, p. 268).

A partir desta perspectiva, uma empresa ou firma, de acordo com Coase, é muito mais do que uma simples relação mecânica entre um vetor de insumos e outro de produtos, associada a uma determinada tecnologia. É uma “relação orgânica entre agentes que se realiza através de

contratos, sejam eles explícitos, como os contratos de trabalho, ou implícitos, como uma parceria informal” (Zylbersztajn e Neves, 2000, p. 24). Tratar-se-ia, desta forma, de um conjunto de contratos entre agentes especializados que trocam informações e serviços entre si com o objetivo de produzir um bem final, segundo destaca Zylbersztajn e Neves (2000).

Dentro desta lógica, Zylbersztajn e Neves (2000) destaca que o funcionamento do mercado levaria a formação de custos para a sua operação, fato este que se contrapõe à análise dos teóricos neoclássicos, onde o mecanismo de preços funcionaria como um alocador eficiente dos recursos do sistema econômico. Os custos de transação podem ser definidos como “os custos *ex-ante* de esboçar, negociar e salvaguardar um acordo e, sobretudo, os custos *ex-post* decorrentes de problemas de adaptação que surgem quando a execução de um contrato é imprecisa como resultado de atrasos, erros ou omissões” (Farina *et al.*, 1997, p. 283).

Para Pondé (1994), a ECT buscaria em relação a seus objetivos fundamentais, a análise das

[...] relações sociais que viabilizam a realização das transações, entre as quais acordos contratuais formalizados, confiança mútua e redes de compromissos tácitos, valores compartilhados e rotinas interdependentes, que configuram um conteúdo de organização presente, tanto nos mercados como no interior das firmas (Pondé, 1994, p. 16).

Tendo em vista que qualquer transação (unidade básica de análise) envolve risco e os agentes estão cientes deste fato, dois são os pressupostos básicos e fundamentais para o reconhecimento da existência de custos de transação, os quais constituem os alicerces básicos de sustentação da ECT: a racionalidade limitada e a possibilidade de comportamento oportunístico por parte dos agentes econômicos.

O primeiro pressuposto consumou um afastamento explícito com a ortodoxia econômica neoclássica, que advoga a tese da racionalidade ilimitada dos agentes quando da tomada de decisões. Uma racionalidade limitada por partes dos agentes econômicos estaria relacionada à extrema complexidade do ambiente econômico e social que cerca a decisão dos agentes, fato este que caracterizaria a não possibilidade de uma racionalidade plena e absoluta. Assim, mesmo que o ser humano condicione o seu comportamento à razão, isto é feito de forma limitada. A

aceitação deste pressuposto exprime a visão de que os contratos são incompletos, visto que seria impossível para os agentes uma previsão e processamento de todas as contingências futuras relativas aos mesmos.

Quanto ao segundo pressuposto, ou seja, o oportunismo por parte dos agentes, este estaria relacionado, assim como o pressuposto anterior, à possibilidade do surgimento de problemas de adaptação originados de contratos incompletos. Zylbersztajn e Neves (2000) destaca que o oportunismo “[...] implica o reconhecimento de que os agentes não apenas buscam o auto-interesse, que é um típico interesse neoclássico, mas podem fazê-lo lançando mão de critérios baseados na manutenção de informação privilegiada” (Zylbersztajn e Neves, 2000, p. 31), além de, em última análise, ferirem códigos de ética reconhecidos pela sociedade.

Já as características das transações seriam três, segundo destaca Williamson (*in* Zylbersztajn e Neves, 2000): frequência, incerteza e especificidade dos ativos. A primeira característica estaria relacionada ao número de vezes que os agentes realizam as transações, se uma ou várias vezes. Nesta situação, importante é frisar o papel da reputação, onde a adoção de comportamentos oportunistas em uma determinada transação pode significar perda futura de renda nas outras transações que serão realizadas no futuro, caso estas sejam ainda necessárias.

A segunda característica, ou seja, a incerteza, está vinculada à impossibilidade de previsão de choques futuros, dificuldades do reconhecimento de informações relevantes ao contrato e a variância relacionada a uma certa distribuição de probabilidades. Já a especificidade dos ativos (terceira característica e a mais importante para Williamson) é caracterizada pelo autor “[...] como sendo a perda de valor dos ativos envolvidos em determinada transação, no caso desta não se concretizar, ou do rompimento contratual” (Williamson *in* Zylbersztajn e Neves, 2000, p. 29). Cabe destacar que um ativo específico é aquele que sofre perda de valor quando utilizado para outro fim. Assim, no caso de uma alta especificidade dos ativos, um ou ambos os agentes envolvidos terão perdas no caso da transação não se realizar, visto que não se encontra uso alternativo para a manutenção do valor; além disso, maiores serão os riscos e problemas de adaptação e, conseqüentemente, os custos de transação.

Também é relevante destacar que, dependendo do grau de presença dos atributos das transações citadas acima (frequência, incerteza e especificidade dos ativos), são criadas formas capazes de garantir a continuidade da transação, além de diminuir comportamentos oportunistas por parte de alguns agentes. De acordo com Hiratuka (1997), estas seriam as relacionadas aos mercados, às hierarquias (integração vertical) e às estruturas híbridas.

Organizar as atividades econômicas por meio do mercado é viável quando não há a presença de ativos específicos significativos e as adaptações autônomas são suficientes, ou seja, quando parte da transação pode atuar eficientemente sem consultar a outra. Este tipo de coordenação refere-se à análise da teoria neoclássica, onde produtores e consumidores possuem estímulos autônomos para responder às mudanças de preços. Assim, poderiam procurar novos parceiros para transações, sem que isso implicasse perdas monetárias.

Com o maior desenvolvimento das atividades econômicas e, por conseguinte, das transações, o aumento de investimentos em ativos específicos acaba por tornar-se uma realidade. Essa realidade acaba por reduzir a autonomia das partes envolvidas nas transações. Assim, as interações entre os agentes deixam de ser impessoais e instantâneas, como as realizadas no mercado, para serem caracterizadas por laços de dependência mútua, onde nas relações entre estes agentes podem emergir situações tanto de conflito como de cooperação, segundo destacado por Pondé (1994). A partir deste momento surge a necessidade de criação de hierarquias, fazendo com que determinados estágios da cadeia produtiva, tanto a montante como a jusante, sejam internalizados na firma. Para Hiratuka (1997):

[...] a hierarquia cria uma estrutura de autoridade interna que proporciona a resolução de conflitos contratuais de maneira mais rápida e estabelece uma conduta mais unificada entre os agentes participantes, o que diminui comportamentos oportunistas, por meio de mecanismos de controle e incentivos (Hiratuka, 1997, p. 22).

A terceira e última forma apresenta-se como um “meio-termo” entre as formas organizacionais anteriores. Trata-se, neste sentido, de uma forma híbrida que combina elementos do tipo mercado e tipo hierarquia. De acordo com Hiratuka (1997), elas aparecem quando as

partes da transação, embora mantenham autonomia, estão em ambientes em que existem ativos específicos relevantes. Assim, trata-se de uma relação de dependência bilateral.

É neste sentido que uma estrutura de governança é um conjunto de instituições (regras) inter-relacionadas capazes de garantir a integridade de uma transação ou de uma seqüência de transações, segundo destacado por Williamson (*in* Zylbersztajn e Neves, 2000). O conteúdo destas regras incluiria mecanismos de incentivo para a atuação dos agentes de acordo com os objetivos das organizações, além de outros de controle para as ações dos mesmos. Assim:

Mecanismos de incentivo são instrumentos para conciliar o auto-interesse dos membros com os objetivos da organização: ao perseguir suas próprias metas, não importa quais sejam, o membro acaba contribuindo para que a organização as atinja. Mecanismos de controle relacionam-se com o fluxo de informações concernentes ao desempenho de cada membro (Zylbersztajn e Neves, 2000, p. 35).

3 Transações entre os segmentos na cadeia viti-vinícola do Nordeste Gaúcho: um debate sobre suas características e estágio atual

Este tópico procura analisar as transações entre os principais segmentos da cadeia viti-vinícola, ressaltando-se as principais características das relações entre os mesmos. Para tanto, é analisado o atual estágio das transações entre os segmentos produtores de insumos e os viticultores ou a agroindústria, viticultores e a agroindústria e, por fim, entre a agroindústria e os segmentos de distribuição.

3.1 Análise das transações entre os segmentos produtores de insumos e os viticultores ou a agroindústria

Considerando que nas transações deste tipo na cadeia viti-vinícola do Nordeste do RS não se caracterizam a presença de ativos específicos significativos, as relações entre estes segmentos podem ser caracterizadas como puramente de mercado. Entretanto, não se trata de um mercado que se assemelha a uma estrutura parecida com a concorrência perfeita (razoável equivalência de “poderes” entre produtores e consumidores), visto que se percebe um elevado poder de influência dos segmentos produtores de insumos tanto vitícolas como agroindustriais.

Isso decorre, em grande parte, do fato da cadeia viti-vinícola gaúcha (e conseqüentemente a da Região Nordeste Gaúcho) enfrentar problemas de escala, principalmente em comparação a outras cadeias de bebidas, fator destacado pela grande maioria dos entrevistados. Comparativamente à cerveja, verifica-se que os custos de insumos como rótulos e garrafas, entre outros, são bem superiores, visto que a vitivinicultura é um mercado efetivo de compra bem menor que o da outra bebida citada, devido à sua menor escala de produção. Mesmo em relação às compras de insumos viti-vinícolas de outros países (neste caso, fala-se principalmente em relação à Argentina, Chile e os países europeus tradicionais), a produção vinícola nacional também apresenta custos maiores, comparativamente aos primeiros, devido ao mesmo problema de escala.

Outro fator que contribui para a manutenção e aprofundamento deste predomínio de “forças” nas relações de governança por parte dos produtores de insumos é que a grande maioria das compras de insumos vitícolas e agroindustriais são feitas de forma isolada, o que dá um maior poder aos segmentos de venda destes produtos quando das decisões referentes a preços e quantidades. Iniciativas que começam a buscar uma reversão deste quadro, com uma conseqüente diminuição do poder de barganha por parte dos produtores de insumos, serão destacadas ainda neste item.

As transações de compra de insumos por parte dos viticultores são feitas, principalmente, em casas agrícolas e também através de fornecedores autônomos, que se deslocam até as casas dos viticultores com os produtos. Já a compra de tratores, de acordo com um dos entrevistados (Entrevista nº 03, 2007), é feita de forma monopolística no estado, pois existe apenas um vendedor que disponibiliza as três marcas existentes.

Os insumos de maquinário e equipamentos utilizados pelas vinícolas são oferecidos em larga escala no mercado, sendo importados, embora em alguns casos a produção nacional já abasteça uma parte deste mercado. Os insumos enológicos (para a produção dos vinhos) também tiveram ampliação de oferta nos últimos anos, mas permanecem em sua maior parte importados.

Já os insumos do chamado “custo seco” (garrafas, rótulos, cápsulas, rolhas, etc.) de engarrafamento apresentam outra peculiaridade: apesar da importância dos importados, empresas nacionais apresentam elevado poder de barganha, aliadas em menor escala a pequenas empresas produtoras destes insumos, com pouco poder no mercado. De acordo com informações destacadas por um dos profissionais consultados (Entrevista nº 12, 2007), a garrafa é produzida no Brasil por apenas uma empresa, o que fez com que em alguns anos vinícolas tenham importado este vasilhame da Argentina, por apresentar custo mais baixo. As rolhas de cortiça natural (dominante nos vinhos finos) são importadas em sua maior parte da Espanha e de Portugal, fazendo com que as vinícolas sofram as conseqüências das variações cambiais sobre seus custos no mercado interno, além do elevado imposto de importação. Já as cápsulas e rótulos utilizados são quase todos de origem nacional.

Visando superar os gargalos no fornecimento de insumos, novas iniciativas começam a despontar visando aumentar as relações de parceria para a compra dos mesmos, além de vendas conjuntas, mesmo que ainda pouco tenha sido realmente efetivado. Assim, destacam-se, entre outras, a Associação Gaúcha dos Engarrafadores de Vinho (AGEVIN) e a Central de Negócios Cooperativados (CENECOOP).

A AGEVIN é formada por 14 (catorze) vinícolas de Flores da Cunha associadas que visam a atuar de forma conjunta na compra de insumos, buscando a efetivação de negociações coletivas com fornecedores, melhores preços e melhorias na qualidade dos insumos, de acordo com seu perfil institucional (AGEVIN, 2007). Criada no início de 2006, a associação faz parte do programa *Juntos para Competir*, do SEBRAE/RS, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e a Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL).

Já a CENECOOP foi constituída em outubro de 2006 com a participação de 9 (nove) cooperativas vinícolas da Serra Gaúcha. De acordo com o diretor executivo da Federação das Cooperativas Vinícolas do RS (FECOVINHO) e da CENECOOP (Entrevista nº 06, 2007), a constituição da central é conseqüência do Planejamento Estratégico da FECOVINHO, como uma das estratégias para dar sustentabilidade às unidades familiares de produção cooperativadas. Sua atuação consiste na compra conjunta de insumos enológicos (enzimas, leveduras, açúcar, etc.),

vitícolas (adubos, por exemplo) e industriais (rolhas, rótulos, etc.), além da venda de vinhos a granel (vendas de uma parte dos vinhos das cooperativas sendo realizadas pela central, objetivando uma centralização do negócio que impeça a elevada barganha dos engarrafadores do centro do país) e posteriormente o engarrafamento em uma única planta industrial, com o lançamento de uma marca coletiva das cooperativas vinícolas gaúchas, a exemplo da experiência argentina de sua federação de cooperativas, a FECOVITA.

Mesmo com pouca representatividade no momento, a percepção é que estas iniciativas de compras e vendas conjuntas devem crescer ainda mais em importância nos próximos anos. Isso porque a compreensão do momento atual da vitivinicultura gaúcha e brasileira criou uma consciência entre agentes produtores de uvas, vinhos e seus derivados de que somente a ação conjunta poderá torná-los mais competitivos. Desse modo, eles podem reduzir o poder de mercado (barganha) dos produtores de insumos e, assim, rebaixar os preços dos principais itens que lhes são necessários para a fabricação de seus produtos.

3.2 Análise das transações entre os viticultores e a agroindústria

Conforme a totalidade dos entrevistados, as relações entre os produtores de uva e a agroindústria viti-vinícola se destacaram por uma maior associação e cooperação nos últimos anos, criando assim cada vez maiores relações de parcerias estáveis no fornecimento de matéria-prima (sobretudo das variedades viníferas), com redução considerável das transações via mercado. Assim, com o aumento dos investimentos em ativos específicos (será visto a seguir), destaca-se a formação de hierarquias na relação viticultor-agroindústria, com redução considerável de comportamentos oportunistas por parte de ambos e maiores mecanismos para o controle e incentivos para manutenção e ampliação destas transações.

Entre os fatores que explicam esta tendência estão a necessidade de manutenção dos mesmos fornecedores ao longo das safras por parte das vinícolas, visando assim a uma maior homogeneização na qualidade da uva por ela utilizada, principalmente para a produção de vinhos finos. Além disso, as vinícolas sentem a necessidade de garantir um fluxo razoável de matéria-prima ao longo dos anos, garantindo assim as diferentes variedades para a produção de seus

vinhos e outros derivados da uva e do vinho. De acordo com Miele (2000):

Na viti-vinicultura, em particular nos vinhos finos, é fundamental que se estabeleça uma relação de longo prazo entre os viticultores e vinícolas para se desenvolver um vinho típico da região, de características constantes ao longo dos anos e cujas quantidades e qualidade ofertadas permitam o desenvolvimento de políticas coerentes de distribuição junto aos estabelecimentos de varejo e frente ao consumidor (Miele, 2000, p. 84).

Quanto aos viticultores, a impressão geral dos entrevistados é que estes tendem a ganhar com as relações de parceria porque, de modo geral, garantem a distribuição de sua uva, o que, com o acompanhamento técnico das vinícolas durante a produção, tende a melhorar seus rendimentos recebidos. Assim, a maioria dos viticultores gaúchos produtores de variedades viníferas fornecem uvas sempre para as mesmas vinícolas; já entre os produtores de americanas e híbridas, esta relação aparece em menor quantidade, mesmo que também tenha aumentado significativamente.

Dentre os fatores que explicam, historicamente, as diferenças na proporção do destino por parte dos viticultores de uvas comuns ou viníferas (finas) para a agroindústria, Miele (2000) destaca que a presença maior de relações de mercado na distribuição de uvas comuns para as vinícolas deriva do fato de os produtores deste tipo de uva terem mais opções de venda do que o produtor de uva fina: o primeiro pode vender tanto para uma vinícola que produza vinhos comuns como para uma agroindústria de sucos e também para o mercado consumidor da fruta *in natura*, opções estas não possíveis para o segundo, visto que só podem destinar suas produções para a agroindústria produtora de vinhos finos. Já as principais diferenças entre as vinícolas produtoras de vinhos comuns ou finos estariam, entre outras, com vantagem para a agroindústria de vinhos finos, na maior especificidade de capital (a produção de vinhos finos emprega tradicionalmente mais tecnologia que a produção de comuns), maior especificidade de capital humano (investimentos em recursos humanos como enólogos e agrônomos) e na maior especificidade de marca na produção de vinhos finos (maiores gastos em promoção).

Retomando a questão relacionada à associação entre viticultores e agroindústria, constata-se que somente através de uma melhoria contínua na relação viticultor-agroindústria será solucionado o problema de fornecimento de matéria-prima em quantidade e qualidade adequadas

para os segmentos transformadores da cadeia, tanto que estas relações duradouras são apoiadas tanto pelas organizações vinculadas às vinícolas (UVIBRA e AGAVI, entre outras), como também pelos sindicatos de trabalhadores rurais. Isso parte da noção de que o sucesso do segmento produtor de matéria-prima é relacionado ao sucesso da agroindústria, e vice-versa, ou seja, a melhoria de um garante também a do outro.

Além do fornecimento da uva, os vínculos entre viticultores e vinícolas também incluem, em alguns casos, o fornecimento de insumos para adubação e tratamentos químicos, com acompanhamento e orientação de um engenheiro agrônomo da própria vinícola ao longo do plantio e a maturação da uva, visando assim à produção de uma matéria-prima adequada e condizente com as necessidades empresariais (Entrevista nº 01, 2007). Associados a contratos informais, configura-se, desta forma, uma crescente formação de ativos específicos nestas relações, com fortes estímulos para a permanência de vínculos entre estes segmentos.

Quanto aos cooperativados, estes são produtores que têm deveres estatutários de garantirem a entrega de sua produção de uva à cooperativa à qual são associados, visto que por isso mesmo são considerados sócios da mesma. De acordo com o presidente da FECOVINHO (Entrevista nº 07, 2007), as cooperativas gaúchas, após serem atingidas por uma crise de grandes proporções na década de 1990, causada entre outros fatores por adulterações de produtos, má gestão administrativa e as conseqüências referentes à baixa qualidade da uva recebida, começaram a ensaiar uma recuperação nos últimos anos, com melhorias nas relações entre cooperativado e cooperativa. Entre elas estão (de acordo com a mesma fonte): (a) Diminuição dos comportamentos oportunistas por parte dos cooperativados: isto foi conseguido pelo maior controle por parte das cooperativas do seu cadastro de cooperativados, com punições e expulsões para quem desvia parte ou a totalidade da produção; (b) Incentivo ao aumento da qualidade da matéria-prima: maiores estímulos à produção de uvas com maior qualidade e com variedades adequadas ao solo e clima, o que tende a gerar retornos melhores a todos.

As transações via mercado, apesar da perda de espaço comentada, continuam a ter importância nas relações entre os segmentos produtores e transformadores, ainda mais em períodos de grandes problemas climáticos, como secas, estiagens ou chuvas prolongadas, quando

o comportamento oportunista por parte de viticultores ou das vinícolas tende a ser mais importante. Além disso, percebeu-se um maior número de transações via mercado nas vendas de uva para outros estados, com destaque para viticultores de Santa Catarina (Entrevista nº 03, 2007).

Mesmo com a maior associação mútua entre viticultores e vinicultores, percebeu-se, ao longo das entrevistas, um novo movimento nas relações de governança consolidado nos últimos anos. Assim, algumas empresas vinícolas de médio e grande porte, cujo foco é a produção de vinhos finos e espumantes, iniciaram o plantio de seus próprios parreirais, visando à produção de uva de acordo com as variedades e qualidades que desejam, mesmo que ainda optem por parcerias com os viticultores.

Além da obtenção da variedade, qualidade e quantidade desejada, outra explicação para o aumento deste processo residiu na ausência de uvas viníferas tintas em alguns anos. Tal fato acabou forçando as vinícolas a plantarem seus próprios vinhedos, os quais se localizam principalmente nas Serras do Sudeste e na Fronteira Gaúcha, regiões com características climáticas e topográficas adequadas para estes plantios (Entrevista nº 02, 2007). Entre estas iniciativas, destacam-se a Vinícola Salton (com a implantação de vinhedos no município de Bagé), a Miolo (em Candiota) e a Angheben, Lídio Carraro e a Casa Valduga, com plantios na cidade de Encruzilhada do Sul, entre outras.

Outra nova realidade percebida ao longo das entrevistas é o fato de que alguns produtores de uva, principalmente a partir dos anos 1990, começaram a se tornar vinicultores, ou seja, criaram sua própria cantina. Isto se confirma no aumento do número de estabelecimentos de vinificação observado nos relatórios das entidades organizacionais do estado, além de notícias em meios de comunicação da Serra Gaúcha e relatos de pessoas próximas. Em menor proporção, uma parte destes viticultores tornaram-se donos de pequenas agroindústrias produtoras de suco de uva. Esses novos vinicultores e produtores de suco se aproveitam, em grande parte, do enoturismo para a venda de seus produtos.

3.3 Análise das transações entre a agroindústria e os segmentos de distribuição

No segmento de distribuição de vinhos e outros derivados, o varejo tem maior importância que o atacado, fator decorrente em grande parte de sua proximidade com o consumidor. Entre os principais canais de comercialização de vinhos finos destacam-se as redes de super e hipermercados, as lojas de especialidades, os chamados “pontos de dose” (restaurantes, bares e boates), vendas diretas aos consumidores em varejo das próprias vinícolas, além do mercado externo. Para os vinhos comuns destaca-se principalmente a distribuição a granel para os estados da Região Sudeste (realizada principalmente através de caminhões-pipa), além dos mesmos canais dos vinhos finos e também aqueles relacionados aos pequenos comércios familiares de produtos agrícolas, como carnes, pães e bebidas, entre outros.

Detectado pela totalidade dos entrevistados, o grande problema verificado ao longo das transações entre a agroindústria e a distribuição é o elevado poder de barganha do principal distribuidor de vinhos finos do país: as grandes redes de super e hipermercados. Estes segmentos distribuidores possuem grande barganha porque, entre outros motivos, podem encomendar diretamente os vinhos importados, não realizando contratos com os distribuidores internacionais de vinhos, que muitas vezes são as próprias vinícolas estrangeiras. Além disso, notou-se que a política de comércio exterior brasileira favorece/beneficia as importações por estas grandes redes, principalmente aliada à excessiva valorização da moeda nacional nos últimos anos.

Com isso, nota-se que a entrada de vinhos finos brasileiros nas grandes redes de supermercados é muito difícil. Entre as explicações para estas dificuldades, encontram-se as exigências feitas pelos grandes supermercados, que muitas vezes pedem contratos de longo prazo na distribuição dos vinhos, além de exigir outros aspectos; como degustações gratuitas, determinação das quantidades colocadas, condições de pagamento e até o “enxoval completo”, ou seja, quando uma nova loja da rede de supermercados é inaugurada as vinícolas que querem garantir um espaço de venda no mesmo têm que destinar um primeiro estoque inteiro gratuitamente para esta loja vender (Entrevista nº 05, 2007).

Outro aspecto relevante na distribuição de vinhos finos no mercado nacional é que os

agentes importadores possuem estruturas bem mais ágeis e organizadas de comercialização do que os produtores brasileiros. Esta forte logística de distribuição de produtos importados, aliada aos custos elevados da produção nacional, torna a venda do vinho nacional nestes locais ainda mais difícil. Mesmo com o aumento dos canais de distribuição de vinhos e a formação de contratos de garantia de fornecimento, com a criação de diversos centros de distribuição para o restante do país, a cadeia ainda tem este importante gargalo que ganha maior dimensão quando se verifica que uma distribuição conjunta por parte das vinícolas do estado praticamente inexistente atualmente.

A difícil realidade destacada acima leva à constatação de que não existe uma noção de cadeia produtiva entre os segmentos produtores de vinhos finos e os distribuidores destes tipos de vinhos. Assim, apesar da associação crescente (formação de hierarquias) entre os produtores de uva e o segmento agroindustrial (transformação), o segmento distribuidor (neste caso, em maior destaque as grandes redes de supermercados) não apresenta conexão com os interesses do segmento anterior destacado devido a esta relação fortemente mercantil, configurando assim um relevante gargalo que afeta enormemente a competitividade e até a sobrevivência futura da cadeia.

Outra forma de distribuição que vem ganhando cada vez mais importância no mercado nacional de vinhos finos são as lojas de especialidades, principalmente nos grandes mercados consumidores, como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e o próprio RS. Entre os fatores que explicam este avanço estão a abertura comercial, que facilitou a importação de vinhos, e o crescente interesse que o vinho e outras bebidas provenientes da uva e do próprio vinho vêm despertando nas últimas décadas. Mesmo com o predomínio dos importados, este é um canal relevante para a distribuição de vinhos finos gaúchos, sendo que esta tendência foi destacada por vários entrevistados.

Os chamados “pontos de dose” se constituem também em importante canal de distribuição de vinhos finos nacionais, principalmente para as vinícolas pequenas, que muitas vezes não têm como destinar os volumes exigidos pelas grandes redes supermercadistas, além dos já citados problemas citados acima para a colocação nestes locais.

Referente aos vinhos comuns, a venda deste tipo de vinho a granel para o centro do país também é marcada pelo grande poder de barganha do segmento distribuidor, representado por um número seletivo de engarrafadores com estruturas consolidadas para uma distribuição posterior, que se misturam às inúmeras agroindústrias gaúchas que desejam vender seu produto. Como comentado anteriormente, iniciativas que visam reduzir este poder excessivo de um dos elos desta relação já estão sendo colocadas em prática, principalmente na venda deste tipo de vinho.

Por fim, a venda direta ao consumidor pelas vinícolas é outra forma que vem se desenvolvendo bastante nos últimos anos, acompanhando uma prática generalizada dos países tradicionais, de acordo com Miele (2000). Este movimento é realizado aproveitando-se do enoturismo e da enogastronomia, com a venda em varejos das próprias vinícolas. Cabe destacar, neste sentido, a região do Vale dos Vinhedos, situado entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. Entretanto, uma dificuldade que se apresenta nesta forma de distribuição é que a mesma se restringe às regiões produtoras, distantes da maioria dos principais centros consumidores brasileiros.

4 Considerações finais e conclusões

De acordo com o que foi exposto, pode-se concluir que as transações entre os diferentes segmentos da cadeia viti-vinícola do Nordeste Gaúcho passaram e ainda estão passando por uma fase de importante aprimoramento, consolidando desta forma realidades já características da formatação da cadeia, mas por outro lado abrindo espaço para novas configurações. Entretanto, apesar dos diversos avanços alcançados nas duas últimas décadas, gargalos importantes ainda são apresentados, reduzindo fortemente a competitividade desta cadeia.

Em relação às transações entre produtores de insumos e os viticultores ou a agroindústria, percebe-se que os primeiros ainda possuem grande poder de barganha, oriundo em grande parte do fato destes serem segmentos monopolísticos ou oligopolísticos, bem como pela pequena escala dos segmentos produtores de derivados (agroindústria) quando realizam suas compras. Assim, as relações podem ser consideradas como eminentemente mercantis, com ausência quase total de ativos específicos significativos. O grande poder na determinação de

preços exercido pelos fornecedores de insumos é um dos gargalos fundamentais desta cadeia; entretanto, observam-se iniciativas relevantes que visam a alterar esta situação desfavorável, principalmente para a agroindústria, onde iniciativas como compras e vendas em conjunto visam a reduções de custos.

As transações entre viticultores e a agroindústria destacam-se por um aumento das relações de parceria (principalmente no fornecimento de uvas viníferas), visando ao fornecimento de matéria-prima em quantidade e qualidade adequadas às necessidades da agroindústria, como também uma garantia maior da compra de uva produzida pelos viticultores, o que garantiria a manutenção do emprego e uma melhor renda para estes agricultores. Assim, estaria sendo efetuada uma importante formação de hierarquias, com aumento de investimentos em ativos específicos e redução de comportamentos oportunistas por parte dos agentes, dentre outras novidades. Também é importante mencionar que diversas vinícolas começaram a plantar seus próprios vinhedos, visando à produção de uvas de acordo com suas necessidades específicas, assim como um movimento interessante de transformação de viticultores em produtores de vinhos e sucos nos últimos anos. Mesmo com essas modificações, ressalta-se que as transações de mercado ainda são relevantes no fornecimento de uvas comuns às cantinas.

Quanto à relação agroindústria-distribuição, dois aspectos principais podem ser elencados. O primeiro é o elevado poder de barganha das grandes redes supermercadistas distribuidoras, que exigem enormes garantias para a colocação do vinho fino nacional em suas prateleiras. Além disso, a atual legislação brasileira permite a importação direta por parte destas redes das bebidas de outros países. O segundo aspecto é que outros meios de distribuição tiveram grande desenvolvimento nos últimos anos, constituindo-se em boas possibilidades para a colocação de vinhos e outros derivados, ainda mais quando se sabe que a agroindústria de pequeno e médio porte está praticamente impossibilitada de penetrar nas grandes redes supermercadistas. Destacam-se, desta forma, os chamados “pontos de dose”, as vendas diretas e as lojas especializadas. Quanto aos vinhos comuns, destaca-se a venda a granel para os estados do centro do país, com grande poder de barganha dos segmentos engarrafadores e distribuidores lá localizados. De modo geral, a relação agroindústria-distribuição pode ser considerada como

predominantemente mercantil, mesmo que algumas iniciativas de contratos de distribuição comecem a ser efetivadas.

Em linhas finais, o que se observa é que, apesar da maior associação (relações de parceria) entre viticultores e agroindústria, há uma flagrante desconexão entre os interesses destes primeiros com os demais segmentos, tanto aqueles a jusante (produtores de insumos) como a montante (segmentos de distribuição). Assim, por mais aprimoramento que haja na relação viticultor-agroindústria, esta melhora não será tão aparente e significativa quando as agroindústrias esbarrarem em segmentos distribuidores que dificultam a entrada dos produtos em suas prateleiras pelos mais diferentes motivos, por exemplo. Além disso, a presença de empresas monopolistas ou oligopolistas no segmento produtor de insumos para a agroindústria contribuirá para a majoração dos preços dos produtos finais da cadeia, visto a impossibilidade de desconsiderar estes aumentos de custos ao longo do processo produtivo.

Esta desconexão de interesses ao longo dos elos da cadeia acaba por criar uma realidade que colabora para reduzir a sua competitividade, principalmente na produção de vinhos finos. Urge, neste sentido, a necessidade de implementação de diversas políticas públicas e privadas que visem minimizar estes gargalos que afetam enormemente esta atividade de grande relevância econômica, social, histórica e cultural da Região Nordeste do RS. Entretanto, este já seria um tema para um novo trabalho.

Referências

AGEVIN. 2007. Associação Gaúcha de Engarrafadores de Vinho. Material institucional de divulgação da entidade (CD-ROM).

FARINA, E.; AZEVEDO, P. e SAES, M.S. 1997. *Competitividade: mercado, estado e organizações*. São Paulo, Editora Singular, 283 p.

FIANI, R. 2002. Teoria dos Custos de Transação. In: D. KUPFER e L. HASENCLEVER (org.), *Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil*. Rio de Janeiro, Editora Campus, p. 267-286.

HIRATUKA, C. 1997. Estruturas de coordenação e relações interfirmas: uma interpretação a partir da teoria dos custos de transação e da teoria neo-schumpeteriana. *Revista Economia Empresa*, 4(1):17-32.

MIELE, M. 2000. *Análise da transação entre produtores de uva e a agroindústria vinícola: o caso dos vinhos finos no sistema agroindustrial viti-vinícola do Rio Grande do Sul*. São Paulo, SP. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, 84 p.

PONDÉ, J.L. 1994. *Coordenação, custos de transação e inovações institucionais*. Texto para Discussão nº 38. Campinas, UNICAMP, 26 p.

ZYLBERSZTAJN, D. e NEVES, M.F. (orgs.). 2000. *Economia & gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo, Pioneira, 250 p.

Anexo

1. Questionário Aplicado

- a) De que forma são caracterizadas as diferentes transações entre os segmentos da cadeia?
- b) Quais as principais potencialidades originadas das transações efetuadas na cadeia?
- c) Quais os principais gargalos originados das transações efetuadas na cadeia?
- b) Quais as principais mudanças que ocorreram nas estruturas de governança (transações) da cadeia nas duas últimas décadas?

2. Lista de Entrevistados

Alceu Dalle Molle – Presidente da FECOVINHO e da Cooperativa Vinícola Aliança.

Antônio Czarnobay – Gerente Técnico da Cooperativa Vinícola Aurora e Diretor de Enologia da Associação Brasileira de Enologia (ABE).

Carlos Raimundo Paviani – Presidente Executivo do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN).

Daniel Basile – Diretor Industrial da Tecnovin do Brasil Ltda. e Diretor Técnico da União Brasileira de Viti-Vinicultura (UVIBRA).

Darci Dani – Diretor executivo da Associação Gaúcha de Vinicultores (AGAVI).

Eduardo Giovannini – Professor adjunto do Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves (CEFET/BG) no Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia.

Gilberto Luiz Salvador – Engenheiro agrônomo e Extensionista Rural da Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica (EMATER/RS).

Hélio Luiz de David Marchioro – Diretor Executivo da FECOVINHO e do CENECOOP.

Ismar Pasini – Gerente Administrativo da Cooperativa Vinícola São João.

Jaime Evaldo Fensterseifer – Professor da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (EA/UFRGS) e do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CEPAN/UFRGS) e Coordenador Técnico do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Viti-Vinicultura do RS – Visão 2025.

Jaime Milan – Diretor executivo da Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE).

José Fernando da Silva Protas – Secretário Executivo da Câmara Setorial da Viticultura, Vinhos e Derivados e Pesquisador do Centro Nacional de Pesquisa da Uva e Vinho (CNPUV/EMBRAPA).

Loiva Maria Ribeiro de Mello – pesquisadora do CNPUV/EMBRAPA.

Odir Schiavenin – Presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Flores da Cunha e Nova Pádua, Coordenador da Comissão Interestadual da Uva (abrange os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina).

Rinaldo Dal Pizzol – Diretor Geral da Vinícola Monte Lemos.

Sônia Rejane Unikowsky Teruchkin – Técnica da Fundação de Economia e Estatística do estado do Rio Grande do Sul (FEE/RS).