

## **WINE ECONOMICS NO BRASIL: UMA REVISÃO DAS PRINCIPAIS EVIDÊNCIAS**

Dieiriane Da Silva Flores (dieiriflores@gmail.com)

Paulo Henrique De Oliveira Hoeckel (paulohoeckel@ufgd.edu.br)

O presente trabalho analisou estudos sobre economia do vinho realizados para o Brasil, apontando os principais resultados encontrados para entender a situação e dinâmica atual do mercado do vinho, visto que o número de estudos nessa área ainda é incipiente e que, conforme Storchmann (2012), nas últimas duas décadas, a área Wine Economics emergiu como um campo em crescimento no mundo em áreas adjacentes a economia agrícola, como finanças, comércio, crescimento e economia ambiental. Dessa forma, torna-se necessário elencar as principais evidências e identificar questões latentes que necessitem de investigação. Assim, realizou-se uma revisão de literatura sobre o tema de Wine Economics aplicados para o mercado brasileiro, além de uma análise descritiva dos dados do Annual Database of Global Wine Markets comparando o Brasil com Argentina e Chile. Os dados analisados mostram que o Brasil teve um crescimento significativo ao longo do período, com um crescimento de pouco mais de 39% de 1995 a 2016 na área total plantada de videira. Considerando o crescimento dos países vizinhos, a Argentina mesmo tendo a maior área plantada ao longo de todo período, apresentou um crescimento moderado de aproximadamente 7% no período. Já o Chile apresentou crescimento significativo, na casa de cerca de 163%, tendo a maior evolução em termos percentuais. O Brasil teve um aumento considerável no volume de produção de vinho em litros, próximo a 33,6% de 2003 a 2015, chegando a uma produção de cerca de 350 milhões de litros. Considerando os países vizinhos, a Argentina embora tenha um volume alto de produção em vinho (cerca de 1,3 bilhões de litros em 2015), comparado com o Brasil e o Chile, teve um aumento de aproximadamente 1,01% ao longo do período. Já o Chile teve um resultado significativo neste período, chegando aproximadamente a um aumento de 92,50% na sua produção (aproximadamente 1,2 bilhões de litros em 2015). Mesmo com uma produção considerável e com um consumo per capita na casa de 1,7 litros ao ano, o Brasil importou em 2016 quase 1 milhão de litros de vinho. As evidências mostram que existem desafios a serem superados pelo setor vitivinícola brasileiro, como a recente redução da demanda e produção, a perda de competitividade e o elevado déficit no balanço comercial, além de as empresas vinícolas precisarem buscar maior eficiência econômica, alocativa e de escala. Para se alcançar um crescimento sustentado do setor as empresas podem explorar as potencialidades dos fatores existentes, como a baixa concentração de mercado, possibilidade de cooperação principalmente para vinícolas de mesma região e de menor porte, possibilidade de apostar em marcas compartilhadas como selos regionais e investir em

inovação e internacionalização para alcançar uma vantagem competitiva sustentável.

Agradecimento: os autores agradecem a UFGD pelo apoio financeiro (bolsa PIBIC/UFGD).