

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DO SERTÃO PERNAMBUCANO *CAMPUS*
PETROLINA ZONA RURAL**

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM VITICULTURA E
ENOLOGIA**

**COMPARATIVO DA COMERCIALIZAÇÃO ENTRE
VINHOS IMPORTADOS E VINHOS DO VSSF.**

PETROLINA, PE

2020

ROSICLEIDE RODRIGUES DOS SANTOS

**COMPARATIVO DA COMERCIALIZAÇÃO ENTRE
VINHOS IMPORTADOS E VINHOS DO VSSF.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao IF SERTÃO-PE *Campus* Petrolina Zona
Rural, exigido para a obtenção de título de
Tecnólogo em Viticultura e Enologia.

PETROLINA, PE

2020

ROSICLEIDE RODRIGUES DOS SANTOS

COMPARATIVO DA COMERCIALIZAÇÃO ENTRE VINHOS IMPORTADOS E VINHOS DO VSSF.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao IF SERTÃO-PE *Campus* Petrolina Zona
Rural, exigido para a obtenção de título de
Tecnólogo em Viticultura e Enologia.

Aprovada em: ____ de _____ de ____

Profª.Mariana Barros De Almeida

Esp. Renata Gomes de Barros Santos

Profª.Elis Tatiane Da Silva Nogueira

RESUMO

A viticultura brasileira esta presente em vários Estados brasileiros, é especialmente importante para o Rio Grande do Sul, onde quase a totalidade da produção se destina ao processamento e encontra-se em expansão no Vale do São Francisco (VSSF). Na produção de uva de mesa, a cultura se destaca no VSSF (Pernambuco e Bahia), gerando renda para milhares de famílias, contribuindo fortemente para o desenvolvimento dos territórios envolvidos. A produção de uvas finas para elaboração de vinho destaca-se entre uma das principais atividades econômicas da região, entretanto, os produtores comumente apontam os problemas relativos à comercialização do vinho como um dos mais importantes obstáculos. A fim de conhecer melhor o mercado local de vinhos realizou-se visitas aos principais estabelecimentos comerciais buscando a origem, tipo, classificação e preço dos vinhos. Em todos os estabelecimentos avaliados foram encontrados vinhos de nove nacionalidades, tendo como destaque os vinhos Portugueses e Chilenos presentes em todos os quatro pontos de venda. Percebeu-se que na loja especializada em vinhos teve como destaque a organização e variedades de lotes, diferentemente dos demais estabelecimentos.

Palavras-chave: Viticultura, Vinhos finos de mesa e *Vitis Viníferas*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por todas as conquistas e obstáculos vencido durante todo percurso.

À minha orientadora pelo esforço, dedicação e ensinamentos.

A minha Mãe por ser a maior incentivadora do meu sucesso desde o começo e ao meu querido Pai que não está presente entre nós.

As minhas amigas, Inglides, Marjorie, Joyce, Rayane e Samanda por caminharem juntos comigo nessa jornada.

E ao meu digníssimo esposo José Nailson e meus queridos irmãos Maria Leidiane e Fabio Junior.

Ao IF-Sertão pelo suporte.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

	Página
Tabela 1: Impostações de vinhos nos anos de 2016 e 2017.....	02
Tabela 2: Comercialização de vinhos no mercado interno (em litros) de janeiro a junho	03
Figura 01. Principais tipos de vinhos importados e principais importadores por país de origem (por volume- período janeiro à junho de 2018)	06
Figura 2. Tipos de Vinhos importados (por volume de janeiro a Junho de 2018).....	07

SÚMARIO

	Página
ARTIGO SUBMETIDO A REVISTA SEMIÁRIDO DE VISU.....	01
Resumo.....	01
Introdução.....	02
Material e métodos.....	04
Resultados e Discussão.....	04
Conclusões.....	08
Referências	08



SANTOS, Rosicleide Rodrigues, ALMEIDA, Mariana Barros de, NOGUEIRA, Elis Tatiane da Silva
Estudo de comercialização de vinhos na cidade de Petrolina-Pe

DOI: 00.0000/0000-0000.2018x0y0z0

Comparativo da comercialização entre vinhos importados e vinhos do VSSF.

Comparison of commercialization between imported wines and VSSF wines.

SANTOS, Rosicleide Rodrigues. Graduada/Viticultura e Enologia

IF SERTÃO-PE- Campus Petrolina Zona Rural. PE 647, Km 22, PISNC N - 4, Zona Rural, Cx. Postal 277
CEP 56.302-970 Petrolina-PE / Telefone: (87) 2101.8050 / E-mail: rosi.jn1234@gmail.com

ALMEIDA, Mariana Barros de. Mestra/Viticultura e Enologia

IF SERTÃO-PE- Campus Petrolina Zona Rural. PE 647, Km 22, PISNC N - 4, Zona Rural, Cx. 277 Postal
CEP 56.302-970 Petrolina-PE / E-mail:mariana.almeida@ifsertao-pe.edu.br

NOGUEIRA, Elis Tatiane da Silva. Especialista/ Viticultura e Enologia

IF SERTÃO-PE- Campus Petrolina Zona Rural. PE 647, Km 22, PISNC N - 4, Zona Rural, Cx. Postal 277
CEP 56.302-970 Petrolina-PE / E-mail: elis.nogueira@ifsertao-pe.edu.br

RESUMO

A viticultura brasileira esta presente em vários Estados brasileiros, é especialmente importante para o Rio Grande do Sul, onde quase a totalidade da produção se destina ao processamento e encontra-se em expansão no Vale do São Francisco (VSSF). Na produção de uva de mesa, a cultura se destaca no VSSF (Pernambuco e Bahia), gerando renda para milhares de famílias, contribuindo fortemente para o desenvolvimento dos territórios envolvidos. A produção de uvas finas para elaboração de vinho destaca-se entre uma das principais atividades econômicas da região, entretanto, os produtores comumente apontam os problemas relativos à comercialização do vinho como um dos mais importantes obstáculos. A fim de conhecer melhor o mercado local de vinhos realizou-se visitas aos principais estabelecimentos comerciais buscando a origem, tipo, classificação e preço dos vinhos. Em todos os estabelecimentos avaliados foram encontrados vinhos de nove nacionalidades, tendo como destaque os vinhos Portugueses e Chilenos presentes em todos os quatro pontos de venda. Percebeu-se que na loja especializada em vinhos teve como destaque a organização e variedades de lotes, diferentemente dos demais estabelecimentos.

Palavras-chave: Viticultura, Vinhos finos de mesa e *Vitis Viníferas*

ABSTRACT

Brazilian viticulture is present in several Brazilian states, it is especially important for Rio Grande do Sul, where almost all production is destined for processing and is expanding in the São Francisco Valley (VSSF). In the production of table grapes, the culture stands out in the VSSF (Pernambuco and Bahia), generating income for thousands of families, contributing strongly to the development of the territories involved. The production of fine grapes for wine making stands out among one of the main economic activities in the region, however, the producers commonly point out the problems related to the commercialization of wine as one of the most important obstacles. In order to get to know the local wine market better, visits were made to the main commercial establishments seeking the origin, type, classification and price of wines. In all the establishments evaluated, wines of nine nationalities were found, highlighting the Portuguese and Chilean wines present in all four points of sale. It was noticed that in the store specialized in wines, the organization and variety of batches stood out, unlike the other establishments.

Keyword: Viticulture, Fine wine and *Vitis vinifera*



Introdução

A partir dos anos 1980, houve uma grande ampliação da fronteira vitícola, com o plantio de uvas no vale do submédio São Francisco, seguindo-se as regiões norte do Paraná, noroeste de São Paulo e norte de Minas Gerais.

A atividade ocupa uma área de aproximadamente 83.700 hectares, com uma produção anual variando entre 1.300 e 1.400 mil toneladas, na qual em torno de 40% da produção é destinada ao processamento, podendo destacar a elaboração de vinhos e espumantes (MELLO, 2014). De forma geral, a vitivinicultura brasileira encontra-se num grau de desenvolvimento ainda inferior ao de muitos países mais participativos no mercado mundial de vinhos.

De qualquer forma, segundo Rocha et al. (2008), a vitivinicultura vem apresentando crescimento nos últimos anos. Ademais, vem se constituindo como alvo de pesquisas e estratégias de políticas públicas. Como exemplos, podem-se citar a Indicação Geográfica dos Vinhos do Vale do Submédio São Francisco, realizada pela associação de vicultores do Vale, a VINHOVASF. Tais medidas são importantes para estimular a cadeia produtiva do vinho, a qual envolve vários setores e é reconhecidamente grande geradora de emprego e renda. Todavia, ainda são muitas as barreiras a serem suplantadas.

Estimativas indicam que em nossa população tem em torno de 30 milhões de consumidores regulares de vinho e 800 mil aficionados. O consumidor brasileiro prefere vinho tinto, seguido pelos espumantes. Os vinhos brancos possuem um nicho pequeno, mas crescente, enquanto os vinhos rosados têm consumo bastante restrito (COPELLO, 2015). Os maiores crescimentos de comercialização registrados pelas vinícolas brasileiras são os espumantes, entre eles destacando-se o espumante Moscatel, segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN, 2016).

O setor de bebidas ocupa posição de relevância na economia nacional. O dinamismo que se observa hoje em dia é um fator altamente explicativo do mercado de bebidas no Brasil e da posição de destaque que diversas empresas do País ocupam no cenário internacional. Tal indústria é caracterizada por produzir bens relativamente homogêneos e destinados, basicamente, ao consumo interno. Por envolver um processo de fabricação cujas técnicas já são bastante conhecidas e com nível de exigência não tão rigoroso quanto à capacitação tecnológica, as necessidades de investimentos em pesquisa não são impeditivas ao ingresso de novas empresas, apesar da reconhecida importância de inovações em processos e técnicas de comercialização na determinação do sucesso nesse mercado (ROSA et al., 2006).

Já no segmento de vinhos, o que vem se observando é uma participação cada vez maior de produtos importados nos hábitos do consumidor brasileiro; podendo esse aumento estar diretamente relacionado ao aumento das importações (TABELA 1). Este fato é ainda mais significativo quando se trata dos vinhos considerados finos, de qualidade superior aos convencionais ou vinhos de mesa (ROSA et al., 2006).

Tabela 1: Importações de vinhos nos anos de 2016 e 2017.

IMPORTAÇÃO

	2016	2017	2016-2017
Espumante	1.077,253	1.934,504	79,58%
Vinhos Importados	35.145,039	48.472,441	37,92%
Total Importados	36.222,292	50.406,945	39,1%

Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços-AliceWeb



O mercado nacional de vinhos é fortemente marcado pela incidência de importações. No período 1990/1995, por exemplo, houve um acréscimo de 32,2% no consumo de vinhos importados e, no período 1996/2001, o aumento foi de 3,5%, com decréscimo no consumo de vinhos nacionais (FRANCO, 2007). Analisando os anos mais recentes, percebe-se também que a demanda de importação de vinhos no Brasil vem crescendo consideravelmente, tendo dado um salto significativo a partir do início do século XXI. Estudos como o de Mello (2004) mostram que os vinhos importados vêm realmente tomando cada vez mais o espaço dos vinhos nacionais no consumo interno. Segundo a autora, a participação dos vinhos importados em relação aos vinhos finos (de viníferas) comercializados no País evoluiu de 41,2% em 1998 para 62,3% do total consumido, em 2004.

O setor vitivinícola precisa que pesquisas sejam realizadas a fim de levantar informações relevantes em relação ao mercado de vinhos e espumantes, e a partir delas definir as tendências do mercado e posteriormente buscar estratégias para o crescimento e desenvolvimento desse setor. As publicações referentes à comercialização de vinhos e espumantes limitam-se em sua maioria ao Rio Grande do Sul (PROTAS et al, 2016), se fazendo necessário a implementação de pesquisas nas demais regiões vitivinícolas brasileiras.

Dados publicados a respeito da comercialização dos vinhos nos anos de 2016 e 2017 mostram uma diminuição significativa (TABELA 02) demonstrando que é preciso conhecer esse mercado para que seja possível estabelecer estratégias para alavanca-lo.

DESEMPENHO DE VENDAS

Tabela 2: Comercialização de vinhos no mercado interno (em litros) de janeiro a junho

	2016	2017	2017 2016
Vinhos tranquilos	97.452,399	88.010,459	-9,69%
Espumantes	4.581,555	3.966,933	-13,42%
Total global	148.653,375	136.846,609	-7,94%

Fonte: Cadastro vinícola-instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), Ministério da Agricultura, Pecuária e abastecimento (Mapa) e Secretaria Estadual de Agricultura, Pecuária e Irrigação (Seapi-RS).

O mercado consumidor é dinâmico, e é influenciado por diversos fatores. Assim, para obter sucesso no mercado, é preciso saber para quem vender, quanto compram, quais suas preferencias, ou seja, quem é o comprador e o que ele deseja comprar (COPELLO, 2015).

O Brasil é um mercado em ebulição no consumo de vinhos e espumantes, apesar do consumo per capita ainda ser muito baixo. Enquanto cada brasileiro consome em média cerca de 50 litros de cerveja e 6 de cachaça ao ano, o consumo de vinhos finos fica em torno de 2 litros per capita ao ano (COPELLO, 2015).

Os canais de venda se apresentam como os principais interlocutores entre a indústria e o consumidor. Considerando fatores próprios do negócio como a lucratividade, no momento de optar por quais produtos comercializar ou mesmo no momento da venda, são eles que, em grande parte, definem o que o consumidor irá comprar. Nesse contexto, o presente trabalho teve como principal objetivo analisar a comercialização de vinhos tranquilos e espumantes na cidade de Petrolina, fazendo um levantamento do panorama dos canais de distribuição e a partir dos dados e observações feitas estabelecer estratégias para alavanca-lo.



SANTOS, Rosicleide Rodrigues, ALMEIDA, Mariana Barros de, NOGUEIRA, Elis Tatiane da Silva
Estudo de comercialização de vinhos na cidade de Petrolina-Pe

Material e métodos

O trabalho foi realizado através de levantamento de dados em quatro estabelecimentos comerciais na cidade de Petrolina-PE. A seleção dos estabelecimentos deu-se de forma aleatória seguindo alguns critérios de classificação dos canais sendo uma Loja Especializada, um Varejista Médio, um Varejista Grande e um Atacadista.

As visitas para preenchimento dos questionários e observação foram realizados no segundo semestre de 2019, onde foram visitados:

ESTABELECIMENTO 1- Loja especializada em venda de Vinhos e Destilados

ESTABELECIMENTO 2- Varejista Médio

ESTABELECIMENTO 3- Varejista Grande

ESTABELECIMENTO 4- Atacadista

No momento da visita foram preenchidos os questionários com os dados levantados e observados descritos abaixo:

RELATIVOS AOS ESTABELECIMENTOS

- Tipo de Estabelecimento (se Loja Especializada, Varejista Médio, Varejista Grande ou Atacadista.
- Organização dos vinhos (Ótima, Boa ou Regular)
- Pessoa especializada para auxiliar o cliente (Sim ou Não)

PARA VINHOS IMPORTADOS

- Origem dos vinhos por países;
- Tipos de Vinhos comercializados em relação a cor (tinto, branco, rosé);
- Classificação dos vinhos quanto aos tipos (tranquilos, licoroso e espumante);
- Preço praticado (vinho mais barato e mais caro por país)

PARA VINHOS DA REGIÃO DO VALE DO SUBMÉDIO SÃO FRANCISCO

- Qual a Empresa/Vinícola;
- Tipos de Vinhos comercializados em relação a cor (tinto, branco, rosé);
- Classificação dos vinhos quanto aos tipos (tranquilos, licoroso e espumante);
- Preço praticado (vinho mais barato e mais caro por empresa).

Resultados e discussão

RELATIVO AOS ESTABELECIMENTOS

Todos os estabelecimentos visitados na pesquisa possuem também outras bebidas alcoólicas à disposição de seus clientes. Na loja especializada observou-se que o vinho era o carro chefe do estabelecimento pois representavam quase a totalidade das bebidas comercializadas, compartilhando o espaço apenas com alguns licores e destilados finos.



Nos demais canais de distribuição (Varejista Médio, Varejista Grande ou Atacadista), os vinhos disputavam atenção e espaço com outras bebidas como cerveja, whisky, tequila, cachaça, ice e gin.

Os quatro canais de venda visitados possuem características próprias de cada segmento, no tocante a organização e auxílio aos clientes. No momento da compra a loja especializada demonstrou uma larga vantagem em relação aos demais canais estudados que não possuíam qualquer tipo de ajuda ao cliente. Dentre os estabelecimentos visitados, no Atacadista observou-se uma grande variedade de rótulos, porém dispostos de maneira desordenada, dificultando no momentos da compra pelo cliente, a justificativa do estabelecimento para essa falta de organização foi que haviam poucos rótulos de alguns países e por isso eles acabavam organizando todos no mesmo espaço.

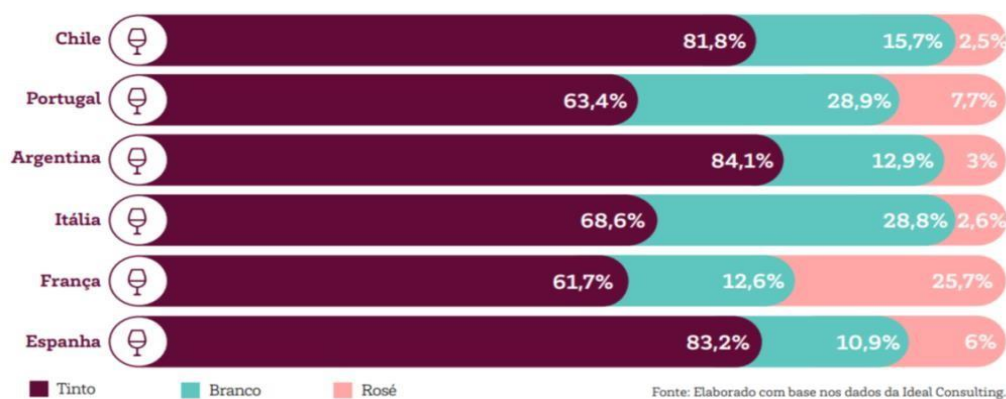


FIGURA 01. Principais tipos de vinhos importados e principais importadores por país de origem (por volume- período Janeiro à Junho de 2018). Elaborado com base nos dados da Ideal Consulting.

Nos últimos 2 anos a importação de bebidas (champanhe, espumantes, proseccos e vinhos) sofreu altos e baixos, registrando aumento ou queda no volume, dependendo da categoria da bebida. Analisando de forma conjunta as diferentes categorias, verifica-se que, o aumento no volume total de importação destas bebidas ficou na casa de 5,0%, uma vez que, foram importados no total 619.844 litros de todas as bebidas entre janeiro e junho deste ano.

Apesar da flutuação nas importações, os vinhos estrangeiros estão com grande força no mercado nacional e ocupam um espaço significativo nos canais de venda e nas opções de compras do consumidor. Isso pode ser atribuído à estabilidade econômica observada na última década, aliada à queda da taxa de câmbio, que resultou na entrada de uma grande quantidade de vinhos importados no mercado nacional. A facilidade de acesso e o valor muito semelhante ao do vinho nacional possibilitaram aos canais de venda aumentar a diversidade de suas cartas de vinhos e proporcionaram ao consumidor uma riqueza maior de variedades e novos produtos. E essa diversidade foi encontrada em todos os estabelecimentos visitados.

Os vinhos Portugueses além de terem sido encontrados em todos os estabelecimentos visitados, foi o país que encontrou-se o maior número de tipos de vinhos Tinto, Branco, Rosé e Licorosos dando destaque especial aos Licorosos que só foram encontrados desse País. Em relação aos preços os mesmos variaram para os vinhos Tintos entre R\$ 21,00 e R\$ 410,00, vinhos Brancos entre R\$ 32,00 e R\$ 175,89, vinhos Rosés entre R\$ 36,00 e R\$ 109,00 e vinhos Licorosos entre R\$ 69,99 e R\$ 270,00.



Os vinhos da França, Uruguai foram encontrados apenas em um único estabelecimento que foi a loja especializada e os Austrália no Varejista além de só terem sido encontrados vinhos Tintos desses países. No tocante aos preços o vinho Uruguai foi encontrado um único exemplar de vinho Tinto no valor de R\$ 32,00. Os vinhos Tintos Franceses variaram entre R\$ 52,00 e R\$ 98,00. Os vinhos Tintos Australianos variaram entre R\$ 29,99 e R\$ 65,59.

Os vinhos da África do Sul foram encontrados na loja Especializada, no Varejista Médio e no Atacadista. Sendo encontrados vinhos Tintos nos três canais de distribuição e apenas um exemplar de vinho Branco no Atacadista. Não foram encontrados vinhos Espumantes e Licorosos desse país em nenhum dos estabelecimentos. Os preços dos vinhos Tintos variaram entre R\$ 35,00 e R\$ 85,00 e os vinhos Brancos foram encontrados em apenas um exemplar no valor de R\$ 72,00.

Os vinhos Argentinos foram encontrados em 3 dos 4 estabelecimentos sendo que na Loja Especializada foram encontrados vinhos Tintos, Brancos e Rosès e no Varejista médio e no Atacado apenas vinhos Tintos. Em relação aos preços os mesmos variaram para os vinhos Tintos entre R\$ 19,90 e R\$ 99,00, vinhos Brancos de R\$ 38,00 e R\$ 58,00 e vinho Rosè foram encontrados apenas um exemplar no valor de R\$ 63,00.

Os vinhos Chilenos foram encontrados em todos os estabelecimentos, sendo que na Loja Especializada e no Varejista Médio foram encontrados o maior variedade de vinhos tintos, brancos e rosès, no Varejista Médio encontravam-se a venda vinhos Tintos e Brancos e no Atacadista apenas vinhos tintos. Em relação aos preços os mesmos variaram para os vinhos Tintos entre R\$ 25,00 e R\$ 252,00, Vinhos Brancos de R\$ 25,00 e R\$ 72,85 e Vinhos rosès entre R\$ 25,00 e R\$ 28,95.

Os vinhos Italianos foram encontrados em 3 estabelecimentos, merecendo destaque a Loja Especializada onde foram encontrados vinhos Tintos, Brancos e Espumantes, no Varejista Médio foram encontrados vinhos Tintos e Brancos e no Atacadista apenas um vinho Rosè. Não foram encontrados vinhos Licorosos desse país em nenhum dos estabelecimentos. Em relação aos preços os mesmos variaram para os vinhos Tintos entre R\$ 28,00 e R\$ 81,39, vinhos brancos de R\$ 38,00 e R\$ 42,69, foi encontrado apenas um exemplar de vinho Rosè no valor de R\$ 170,00 bem como um vinho Espumante no valor de R\$ 56,00.

Os vinhos Espanhóis foram encontrados em 3 dos 4 canais visitados, apenas o Varejista Grande não possuía nenhum tipo de vinho desse país. Estavam disponíveis vinhos Tintos, Brancos e Espumantes. Vale destacar que os Espumantes Espanhóis foram encontrados nos três estabelecimentos. Em relação aos preços os mesmos variaram para os vinhos Tintos entre R\$ 38,59 e R\$ 118,00, vinhos Espumantes entre R\$ 38,25 e R\$ 99,00 e em relação ao vinho branco só foi encontrado um único vinho no valor de R\$ 36,45.

Na Figura 2, observa-se os tipos de vinhos que são importados, sendo notório a predominância das importações dos vinhos tintos, seguidos dos Brancos e em menor expressividade dos vinhos Rosès. Vale destacar que os vinhos Tintos lideram com folga em todos os canais de comercialização visitados na pesquisa, o que nos faz afirmar que mesmo a maior parte do território brasileiro estando sob o clima Tropical esse Tipo de Vinho é o mais consumo em todo território Nacional como mostram os dados da IBRAVIN, que no primeiro semestre de 2019 foram vendidos mais de 76 milhões de litros de vinhos tintos, o que corresponde a mais de 80% do volume total.



SANTOS, Rosicleide Rodrigues, ALMEIDA, Mariana Barros de, NOGUEIRA, Elis Tatiane da Silva
Estudo de comercialização de vinhos na cidade de Petrolina-Pe

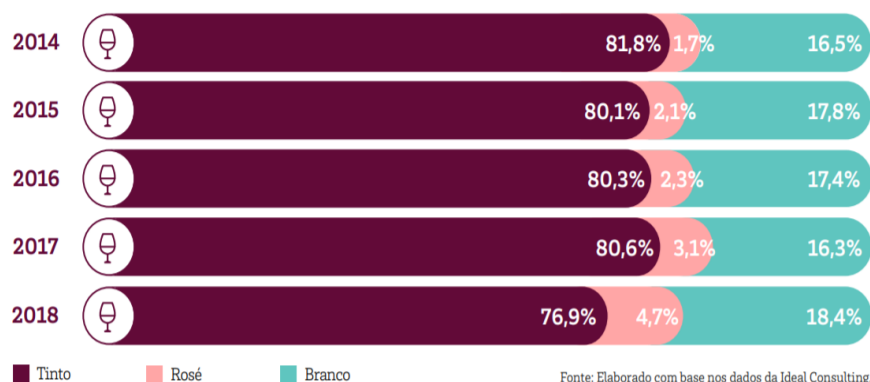


FIGURA 2. Tipos de Vinhos importados (por volume de janeiro a Junho de 2018).

PARA VINHOS DA REGIÃO DO VALE DO SUBMÉDIO SÃO FRANCISCO

Em Pernambuco, as Fazendas de uvas e Indústrias Vitícolas localizam-se principalmente nos municípios de Petrolina, Lagoa Grande e Santa Maria da Boa Vista em Pernambuco e na Bahia concentram-se nas cidades de Juazeiro, Casa Nova e Curaçá, totalizando 7 vinícolas atualmente em pleno funcionamento gerando empregos e renda, alavancando diversos setores da economia.

Sobre os vinhos das empresas locais, foram encontrados produtos de 5 das 7 Vinícolas, com destaque para a Loja Especializada onde foram encontrados o maior número de Empresas, já o Varejista Grande e o Atacadista foram os que ofereciam a menor variedade de produtos das empresas locais.

Apenas uma Vinícola da Região possuem vinhos em todos os estabelecimentos visitados. Com relação aos Tipos de vinhos foram encontrados vinhos Tintos, vinhos brancos e Espumantes. Diante dos dados levantados e observados, foram feitas algumas considerações a fim de melhorar os serviços prestados por esse canais:

- Investir em capacitação dos vendedores através de cursos ou material instrutivo disponibilizados pela indústria vitivinícola; Discriminar de forma clara através de placas informativas produtos como: vinho, sangria, coquetéis, espumantes, sidras e filtrados;
- Disponibilizar material informativo para os clientes e promover degustações no ponto de venda;
- Intensificar a divulgação e comercialização de vinhos mais leves como porta de entrada para o consumo de vinhos;
- Investir em campanhas específicas focadas no perfil do consumidor de cada tipo de vinho como forma de intensificar resultados;
- Incentivar o consumo de vinho como hábito cotidiano e sem a rigidez de seguir um ritual, o qual pode inibir o consumo entre as classes menos favorecidas;
- Incentivar o consumo de espumantes em pequenas comemorações familiares, profissionais ou entre amigos, aumentando sua versatilidade de consumo;
- É necessário fortalecer o posicionamento dos vinhos no mercado, trabalhar sua imagem e torná-la uma bebida única, sem substitutos. Enfatizar características singulares dos vinhos como a questão de ser uma bebida salutar, que não possui efeitos adversos, propícia para integrar, etc.
- Os preços encontrados de cada estabelecimento tinha uma variação, para vinhos tintos os preços variava entre R\$ 17,90 a R\$ 108,00, vinhos brancos R\$ 19,00 a R\$ 23,90 e vinhos espumantes de R\$ 22,00 a R\$32,90.



SANTOS, Rosicleide Rodrigues, ALMEIDA, Mariana Barros de, NOGUEIRA, Elis Tatiane da Silva
Estudo de comercialização de vinhos na cidade de Petrolina-Pe

Conclusões

Mapear o mercado de vinhos constitui-se em um meio de conhecer a real situação do produto e o conhecimento e domínio da posição que o vinho está ocupando no mercado local permitem identificar e prever situações que possam influenciar positiva ou negativamente na demanda, permitindo que a partir desses dados obtidos se desenvolvam ações antecipadas e preventivas no intuito de manter o mercado estável e o consumo em crescimento.

Os quatro canais de venda visitados possuem peculiaridades específicas próprias de cada segmento, os serviços agregados e a variedade de produtos oferecidos nos levam a concluir que as lojas especializadas são o melhor local para se adquirir vinhos.

Referências

- COPELLO, M. Brasil, mercado em ebulição. Revista Vinhos do Brasil. Rio de Janeiro. p.34- 37. 2015.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS – FAO. Statistical Databases. Disponível em: . Acesso em: 08 jan. 2020.
- FRANCO, S. H. A. Análise e perspectivas da produção, comercialização e exportação de vinhos no Brasil. 2007. 45f. Monografia de conclusão de curso – FEA, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2007.
- IBRAVIN. Estudo do mercado brasileiro de vinhos tranquilos e vinhos espumantes: Quantitativo e Demanda. Instituto Brasileiro do Vinho, 2016. Disponível em: Acessado em: 10 de abril de 2016.
- MELLO, L. M. R. Vitivinicultura Brasileira: panorama 2013. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2014.
- MELLO, L. M. R. de. Tendência de Consumo e Perspectiva do Mercado de Vinhos no Brasil. Artigos Técnicos. Disponível em: < <http://www.cnpuv.embrapa.br/>. >.. Acesso em: 09 dez. 2019.
- PROTAS, J, F, S; CAMARGO, U, A; MELO, L, M, R. A vitivinícola brasileira: realidades e perspectivas. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Bento Gonçalves, 2002. Disponível em: Acessado em 09 de Abril de 2016.
- ROCHA, P.; VERDI, A.; FRANCISCO, V. L. F. S. Panorama da vitivinicultura brasileira. Disponível em: . Acesso em: 10 Jun.2020.
- ROSA, S. E. S.; COSENZA, J.P.; LEÃO, L.T.S. Panorama do setor de bebidas no Brasil. In: BNDES Setorial, n. 23, p. 101-150. Rio de Janeiro: BNDES, 2006.
- TRICHES, D.; SIMAN, R. F.; CALDART, W.L. A identificação e análise da cadeia produtiva da uva e vinho na região da Serra Gaúcha. Caxias do Sul: UCS, 2004.

