

Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: Situação Recente e Perspectivas

RESUMO

Mostra o surgimento, a evolução e a situação recente da vitivinicultura do Vale do São Francisco no Nordeste do Brasil. Apresenta alguns dados sobre a base produtiva, institucional e de organização social no território, tendo adotado como método de diagnóstico para esse sistema produtivo local o sugerido pela escola francesa. Explica como esse sistema vem sendo expandido e se consolidando em decorrência da ação organizada e cooperativa das empresas produtoras de vinho entre elas e com os demais agentes vinculados à atividade. Mostra a situação recente e destaca a ação do setor público através das políticas de formação de capital humano, crédito subsidiado, redução de impostos, pesquisa agrícola e agroindustrial, melhoria da infraestrutura de apoio à produção e à comercialização e de campanhas promocionais. Conclui destacando a tendência da vitivinicultura na região e de certa pressão sobre esse sistema, dado o fato de as condições da conjuntura atual não serem muito favoráveis para a vitivinicultura do país.

PALAVRAS-CHAVE:

Vinho no Semiárido. O Sistema Produtivo do Vinho. Vitivinicultura no Nordeste.

Tales Vital

- Professor adjunto da Universidade Federal Rural de Pernambuco;
- Pós-doutorado em Economia Territorial;
- Pesquisador-bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) na *Université Pierre Mendès France-Grenoble 2* – França.

1 – ANTECEDENTES

A vitivinicultura é uma atividade recente no Nordeste do Brasil e vem sendo intensificada nesses últimos anos. Uma explicação desse surgimento, na sabedoria popular do enólogo gaúcho Inaldo Tedesco, radicado há mais de vinte anos na área, é que “tendo uva numa região em algum momento vai se produzir vinho”. Evidente que a produção de vinho em escala industrial é bem mais complexa e requer a análise de certo número de variáveis que integram esse Sistema Produtivo Local (SPL). É importante verificar a disponibilidade de terras, mão-de-obra especializada, tecnologia, capital, mercado, logística, créditos, subsídios, experiência das empresas no ramo, entre outros componentes, para compreender o surgimento e crescimento dessa atividade no Nordeste. Portanto, para se ter uma explicação razoável do que está ocorrendo, é necessário aprofundar o conhecimento para poder interpretar adequadamente a afirmativa do enólogo. (VITAL; MORAES; FERRAZ, 2005).

Essa vitivinicultura nordestina está concentrada no Vale do Submédio São Francisco (VSF), no Polo Petrolina-Juazeiro, considerado pelo BNB (1998) como um Polo de Desenvolvimento Integrado. Abrange uma área de 24.385km², com uma população de 504.563 habitantes, com eixo econômico focado na irrigação com fruticultura, olericultura e vitivinicultura. Desse território, fazem parte municípios de Pernambuco (Lagoa Grande, Orocó, Petrolina e Santa Maria da Boa Vista) e da Bahia (Casa Nova, Curaçá, Juazeiro e Sobradinho). O polo tem 100.000ha irrigados e potencial de irrigar 220.000ha. Esse polo tem tido um rápido crescimento populacional devido à gente que vem na busca de oportunidade de trabalho e emprego. A população, em 2000, de 560 mil habitantes, passou, em 2006, para 680 mil habitantes, apresentando no período 22% de taxa de crescimento populacional. Os municípios de Petrolina e Juazeiro, que juntos respondem por 70% da população do polo, tiveram no período 2000-2006 um crescimento populacional de 25%, passando, em mil habitantes, de 393 para 490. (CONDEPE-FIDEM, 2008; FRANÇA, 2008). Como vantagens competitivas do território, o Banco do Nordeste (banco de desenvolvimento regional)

coloca: disponibilidade de terra e água de boa qualidade; mão-de-obra abundante; infraestrutura de irrigação implantada e em expansão; proximidade dos mercados europeu e norte-americano; ciclo produtivo mais precoce e altos níveis de produtividade. Nesse polo, as principais frutas irrigadas para venda nos mercados interno e externo (manga, uva, banana, goiaba, coco verde e acerola) ocupam uma área de 41.700 ha, dos quais, 10 mil ha são destinados à plantação de uva. A exportação anual de uva do polo é de 59 mil toneladas, representando 95% das 62 mil toneladas exportadas pelo país. (VALEXPORT, 200-). As vitiviníferas já ocupam uma área de 700ha, sendo a matéria-prima para o vinho produzido no Vale. (PEREIRA, 2008).

No Nordeste, o cultivo de uvas para produção de vinho em escala industrial começou no município de Floresta-PE, nos anos 1950, com a Empresa Cinzano, que fabrica vermute. A unidade industrial da Cinzano foi vendida ao Grupo Raymundo da Fonte, que passou a produzir vinho para vinagre. Posteriormente, essa unidade foi transferida pelo grupo para o município de Santa Maria da Boa Vista, devido à construção do Lago de Itaparica. (VINHOVASF, 2008). O pioneirismo na fabricação de vinhos finos veio no começo dos anos oitenta do século passado, com a Vinícola Vale do São Francisco em parceria com a Maison Forestier. Essa vinícola, pertencente ao Grupo Pérsico-Pizzamiglio, iniciou a produção na Fazenda Milano, localizada no Município de Santa Maria da Boa Vista. (LINS; VITAL; MENLAU, 1996).

A empresa optou pela produção de vinhos jovens, com tecnologia trazida da Califórnia (EUA), cepas de videiras vindas da Europa, dos Estados Unidos da América, e mão-de-obra especializada de jovens enólogos, na maioria, oriundos do Rio Grande do Sul. Aparentemente, o sucesso dessa empresa, que conseguiu firmar no mercado nacional o seu produto – Vinho Botticelli –, de certa forma, tem estimulado a vinda de outras empresas que operam na elaboração de vinhos, ou seja, “é possível no sertão nordestino produzir o produto”. O fundador da Milano, o italiano Franco Pérsico, já dizia nos anos setenta, em relação a esse assunto, que “o Nordeste era viável”. Evidente que estando garantido esse aspecto nada desprezível, existe uma série de outros fatores não menos

importantes a serem considerados para se entender o que está ocorrendo na área. Isso é possível pela análise sistêmica.

2 – O ENFOQUE DE SISTEMA PRODUTIVO LOCAL

A abordagem de Sistema Produtivo Local (SPL) é identificada como uma forma de organização da produção industrial baseada na presença de economias externas, de conhecimento não-transferível e de formas específicas de regulação, que identifica e salvaguarda a originalidade e a trajetória de um certo tipo de desenvolvimento. Caracteriza-se por uma concentração de empresas que desenvolvem uma mesma atividade historicamente construída e com registro de cooperação entre elas dentro de um território. As condições socioeconômicas são em geral favoráveis e o sistema apresenta certa complexidade na identificação do seu grau de desenvolvimento, sendo o território mais do que um espaço geográfico, mas uma criação coletiva, um campo de ação onde os dispositivos formais e informais de cooperação ou de arbitragem de conflitos são estabelecidos e regulamentados entre os agentes sociais, tendo grande efeito na construção e desenvolvimento do SPL (COURLET, 2001), ou mesmo utilizado para definir o que é SPL. (AZEVEDO, 2003).

No meio acadêmico, o SPL tem assumido denominações diversas e pode ainda ser caracterizado pela proximidade de unidades produtivas, incluindo empresas industriais, empresas de serviços, centros de pesquisa e formação e outras, que mantêm entre si ligações de cooperação mais ou menos intensas conforme a organização e o funcionamento do sistema produtivo em análise. (COURLET et al., 2006). O SPL se caracteriza ainda pela presença sobre um território restrito de certo número de empresas, definindo uma zona delimitada espacialmente e caracterizada por uma especialização econômica distinta. Esse sistema é produto das vantagens que gozam as empresas situadas nesse território devido a economias externas resultantes de forte articulação entre o patrimônio cultural local e a esfera econômica.

Para a identificação do tipo de SPL, segundo o

grau de complexidade crescente dessa organização industrial, pode-se adotar a classificação sugerida por Gioacchino Garofoli (COURLET, 2001), com o emprego das categorias: área de especialização produtiva, referente a empresas geograficamente situadas num mesmo espaço com atividades similares; áreas de sistemas, correspondendo a empresas que mantêm relações institucionais e industriais fortes entre elas e também vínculos com o desenvolvimento regional; e sistema produtivo local, expressão do meio-termo dessas duas condições iniciais. Para chegar a essa diferenciação, Garofoli utilizou a combinação das seguintes variáveis: estrutura da produção (produto único ou vários); grau de integração produtiva das empresas (baixa, horizontal e horizontal-vertical); origem dos empresários (externo, interno-externo, interno); histórico (formação recente ou antiga); fatores de localização (flexibilidade e baixo custo de mão-de-obra, ambiente profissional); tipo de desenvolvimento (extensivo, com crescimento do emprego, ou intensivo, com redução do emprego devido à automação e forte inovação tecnológica); relações entre o sistema produtivo e a formação social local (fraca, forte e muito forte).

Outra forma de identificação de tipos de SPL pode ser dada pela tipologia mista que foi desenvolvida por Courlet et al. (2006), para classificar os SPL marroquinos. No primeiro eixo, as empresas são colocadas segundo as categorias de complementaridade, cooperação e competências distintas, de acordo com a natureza das relações de cooperação e de concorrência entre elas. No segundo eixo, as empresas são distribuídas segundo as categorias área de especialização produtiva, sistema produtivo local e áreas de sistemas, que são utilizadas por Garofoli para classificar os SPL. O cruzamento dos dois eixos resulta em nove tipos de classificação de SPL: i) complementaridade – área de especialização produtiva; ii) complementaridade – sistema produtivo local; iii) complementaridade – áreas de sistemas; iv) cooperação – áreas de especialização produtiva; v) cooperação – sistema produtivo local; vi) cooperação – áreas de sistemas; vii) competências distintas – áreas de especialização produtiva; viii) competências distintas – sistema produtivo local; ix) competências distintas – áreas de sistemas.

Por outro lado, o desenvolvimento do SPL ocorre de forma pendular, com períodos de crescimento e de retração conforme seja o comportamento dos agentes econômicos envolvidos e da conjuntura nacional e internacional. Encontra-se também na literatura (LASTRES; CASSIOLATO, 2008) a denominação de Arranjo Produtivo Local (APL) como sinônimo de Sistema Produtivo Local (SPL), ou ainda para tratar do SPL pouco desenvolvido e com sustentabilidade precária. (AMORIM et al., 2008). No Brasil, a abordagem denominada de SPL ou APL para estudo de aglomerados de empresas de um mesmo segmento industrial é relativamente nova – data dos anos 1990 –, embora esses aglomerados venham sendo estudados há mais de vinte anos a partir de outras abordagens teóricas. (MACHADO, 2008; AMORIM et al., 2008).

Segundo Lastres e Cassiolato (2008, p. 3), a Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (RedeSist) – define como Arranjos Produtivos Locais:

Aglomerados territoriais de agentes econômicos, políticos, e sociais – com foco específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas – que podem ser desde produtoras de bens e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros – e suas variadas formas de representação e associação. Inclui também diversas outras instituições públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos (como escolas técnicas e universidades); pesquisa, desenvolvimento e engenharia; políticas, promoção e financiamento. Esses arranjos, quando desenvolvidos, transformam-se em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, ou seja, tornam-se arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local.

Assim, consideramos que a dimensão institucional e regional constitui elemento crucial do processo de capacitação produtiva e inovativa. Diferentes contextos, sistemas cognitivos e regulatórios e formas de articulação e aprendizado interativo entre agentes são reconhecidos como fundamentais na geração e difusão de conhecimentos e particularmente aqueles tácitos. Tais sistemas e formas de articulação podem

ser tanto formais como informais.

Lastres e Cassiolato (2003, p. 3) argumentam que o enfoque teórico de Arranjos Produtivos Locais, adotados pela RedeSist, para estudos de aglomeração industrial apresenta as seguintes vantagens:

Representar uma unidade prática de investigação que vai além da tradicional visão baseada na organização individual (empresa), setor ou cadeia produtiva, permitindo estabelecer uma ponte entre o território e as atividades econômicas, as quais também não se restringem aos cortes clássicos espaciais com os níveis municipais e de micro-região; focalizar um grupo de diferentes agentes (empresas e organizações de P&D, educação, treinamento, promoção, financiamento, etc.) e atividades conexas que usualmente caracterizam qualquer sistema produtivo e inovativo local; cobrir o espaço que simboliza o lócus real, onde ocorra aprendizado, são criadas as capacitações produtivas e inovativas e fluem os conhecimentos tácitos; representar um nível que ao ser contemplado pode tornar as políticas de promoção do empreendedorismo e do desenvolvimento industrial e inovativo mais efetivas, cabendo enfatizar a relevância tanto da participação de agentes locais e de atores coletivos como da coerência e coordenação regionais e nacionais.

Essa abordagem vem sendo aprimorada não só como instrumento de análise de aglomerados de empresas conjuntamente com outras organizações, mas também como base de referência para gerar tecnologia de mobilização de atores de modo a organizá-los em rede para estimular e desencadear processos de mudança. Procura assim contribuir no desenvolvimento do Arranjo Produtivo Local (APL) para se transformar em Sistema Produtivo Local (SPL), forma superior de organização mais sistêmica, sustentável e com maior nível de interdependência e cooperação entre os agentes. (AMORIM et al., 2008). Esses autores entendem que o APL deve ser analisado considerando as dimensões produtiva, institucional e comunitária do território. Sugerem o desenvolvimento da capacidade produtiva, a formação e fortalecimento do capital social e boa governança, a formação de competências e o aprendizado dos seus agentes, como vertentes para garantir sustentabilidade e melhoria da competitividade do APL. Propõem um modelo de tecnologia de mobilização social para o desenvolvimento de APL baseado na abordagem cooperativa e com três

componentes. O primeiro Fórum Para a Mudança deve ser composto por um grupo maior de atores envolvidos de alguma forma com o arranjo produtivo. Esses atores são identificados, selecionados e convidados a participar. O Fórum, quando em funcionamento, será desdobrado em diversos grupos de trabalho, ou seja, nos Laboratórios para Inovação, o segundo componente. Esses laboratórios tratam de realizar tarefas específicas necessárias para resolver problemas do APL e, para isso, estarão vinculados a instituições portadoras do estado da arte referente ao tema abordado. Essas instituições se constituem nos Pontos de Escuta, que é o terceiro componente do modelo. Dessa maneira, essa abordagem torna-se tanto unidade de análise quanto objeto de ação de políticas industriais. (CASSIOLATO; SZAPIRO, 2003).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas,

Arranjos Produtivos são aglomerados de empresas localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm algum vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa [...]. Um Arranjo Produtivo Local é caracterizado pela existência da aglomeração de um número significativo de empresas que atuam em torno de uma atividade produtiva principal [...]. Território é um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que se projetam em um determinado espaço, nesse sentido o Arranjo Produtivo Local também é um território onde a dimensão constitutiva é econômica por definição apesar de não se restringir a ela. (SEBRAE, 2008c).

O enfoque de APL está largamente divulgado e vem sendo empregado por diversas organizações no país vinculadas ao setor produtivo. Para proceder ao diagnóstico de APL ou SPL, Courlet et al. (2006) propõem o seguinte procedimento:

i) visualizar esse sistema produtivo incluindo o número de firmas, produtos, tecnologias de processo e seus resultados; ii) grau de complexidade do sistema dado pela concorrência e/ou cooperação entre as firmas, ligação com fornecedores e distribuidores e acesso a financiamentos; iii) mercado local de trabalho quanto a flexibilidade e geração de competências para o negócio; iv) histórico de seu desenvolvimento no território, passando

pela instalação das firmas, suas origens, tradição e conhecimento; v) papel do território dado pela proximidade geográfica entre as firmas e os canais estabelecidos entre as mesmas; vi) papel das organizações do estado e da sociedade civil, através de instituições de intermediação e de associações representativas.

Ainda segundo Courlet (2001), observa-se que o desenvolvimento de SPL em países do terceiro mundo pode ser formado com o aporte inicial de capitais de firmas locais ou externas, utilizando uma base de conhecimento sobre a atividade econômica já disponível no local ou trazida de fora, ou, ainda, de situações resultantes da combinação dessas variáveis. Esse tipo de diagnóstico vem sendo aplicado em estudos de SPL na América do Sul (COURLET; AZEVEDO; HSAINI, 200-) e no Magreb (ROYAUME..., 2005) e tem permitido, dados os cenários alternativos, estabelecer estratégias e definir projetos para o desenvolvimento desse tipo de estrutura industrial. Medidas estratégicas voltadas para fortalecer o SPL podem ser tomadas a partir da realização do diagnóstico. (Figura 1). Essas medidas podem ser direcionadas para mudar relações de política externa de âmbito nacional e/ou estadual, ou, ainda, estar voltadas para dentro do território ou mesmo diretamente nas empresas.

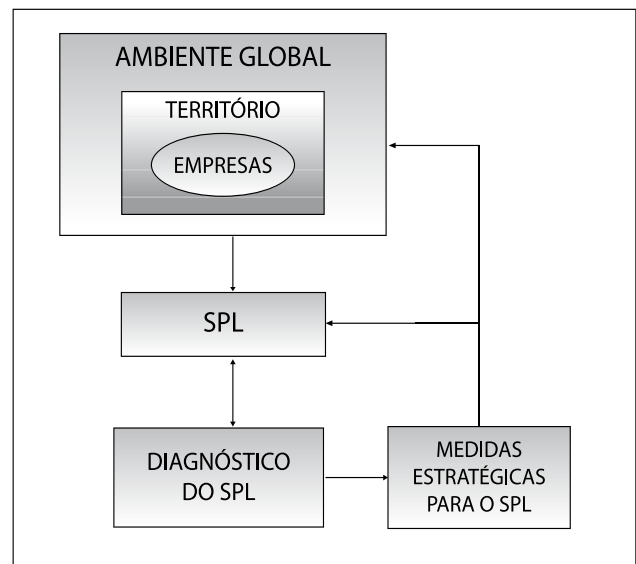


Figura 1 – Modelo de Intervenção para Melhoria de SPL

Fonte: Elaborada Própria do Autor.

2.1 – Modelo para o Diagnóstico do SPL do Vinho do Vale do São Francisco

Primeiro, é necessário entender por que se considerou a organização industrial do vinho do Vale do São Francisco (VSF) como um SPL. Pela tipologia sugerida por Courlet et al. (2006) e vista no decorrer do estudo, esse SPL é do tipo cooperação – área de especialização produtiva, ou seja, a cooperação é expressa pelos preços praticados, que são mais ou menos uniformes, adoção de práticas uniformes de gestão da força de trabalho, atendimento de demanda excedente de uma empresa por outra sem perda do cliente pela primeira. O SPL corresponde a uma área produtiva de especialização com forte cooperação entre as empresas, uso de recursos comuns para treinamento do pessoal, condução de ações comuns em defesa dos interesses das empresas. A área de especialização produtiva é expressa por: produto único (vinho); baixa interdependência entre as empresas para gerar o produto; os empreendedores na maioria vieram de fora; a atividade

é recente na área; a mão-de-obra é flexível, tem um custo baixo de contratação, em um ambiente mais ou menos profissionalizado; o desenvolvimento é extensivo, com expansão do emprego, embora já se registre em algumas empresas certa substituição de mão-de-obra pela mecanização da colheita; fraca relação entre o sistema produtivo e a formação social local.

Entendido o tipo de SPL, o modelo utilizado para o diagnóstico da situação deste SPL do vinho do Vale do São Francisco no Nordeste do Brasil (Figura 2) observou os procedimentos sugeridos por Courlet et al. (2006), destacando: i) o surgimento da atividade na região, ou seja, desde quando o vinho passa a ser produzido em escala industrial, assunto abordado no início do texto; ii) as firmas entrantes – em número, origem geográfica, época de instalação, origem do capital investido – e o sistema produtivo adotado, incluindo área cultivada com uvas viníferas, variedades empregadas, disponibilidade e qualidade do pessoal

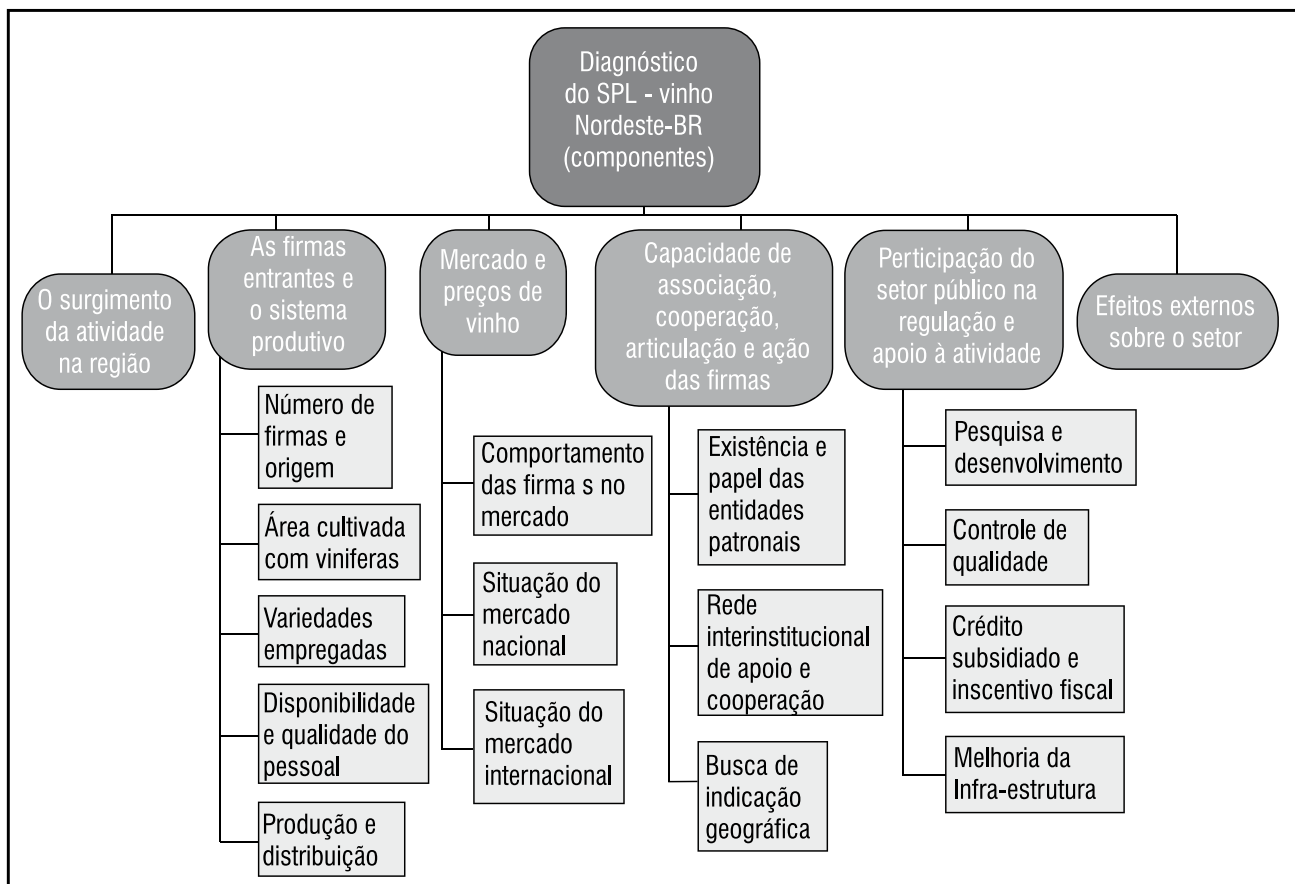


Figura 2 – Modelo para o Diagnóstico do SPL do Vinho – NE/BR

Fonte: Elaboração Própria do Autor.

utilizado, tecnologia empregada no campo e na fabricação do vinho, a produção obtida e a logística de distribuição; iii) comportamento das firmas no mercado quanto à amplitude da distribuição, revendedores e relações de contrato – situação de abastecimento e consumo de vinho no mercado nacional e a tendência do mercado internacional em relação à produção global e o consumo de vinho desagregando por continente; iv) capacidade de associação, de cooperação e ação dessas firmas através de suas entidades representativas em busca de melhorias para o conjunto da indústria local; v) participação do setor público na regulação e apoio à atividade vitivinícola através de pesquisa e desenvolvimento, controle de qualidade, crédito subsidiado, incentivo fiscal, melhoria da infraestrutura, eventos promocionais e *marketing* estatal; vi) efeitos externos sobre o setor decorrentes de variações cambiais, comportamento climático em relação às safras de uvas viníferas, entre outros.

Os resultados do diagnóstico permitiram proceder à classificação quanto à complexidade e verificar a situação recente desse SPL e de sua sustentabilidade no médio e longo prazos. Possibilitou ainda sugerir medidas estratégicas voltadas para fortalecer a vitivinicultura regional.

2.2 – Levantamento e Organização dos Dados da Pesquisa

Afora a identificação e uso de dados secundários disponíveis, incluindo livros, documentos impressos e consultas por via da Internet, foi realizado um levantamento de campo durante o 2º semestre de 2007 com visitas ao território, às empresas e a organizações vinculadas ao APL. Foram feitas entrevistas dirigidas com esses agentes sobre os componentes do sistema, incluindo produção, mercado, equipamentos e tecnologia, infraestrutura, pesquisa e desenvolvimento, disponibilidade e qualidade de mão-de-obra, *marketing*, crédito agrícola e agroindustrial e subsídios ao setor. O efeito da política cambial sobre as importações e exportações de vinho foi também objeto de discussão com representantes das empresas. Foram também entrevistados representantes de organizações representativas das empresas, sindicatos de trabalhadores, prefeituras, agências bancárias e de órgãos do governo do estado com atuação no território.

Além disso, com a ida a Vinhuva Fest 2007, realizada no Município de Lagoa Grande, durante o mês de outubro, foi possível participar do 5º Seminário Técnico sobre Vitivinicultura, que ocorreu nas instalações da Embrapa Semiárido, onde pesquisadores, técnicos e representantes de organizações da classe produtora fizeram uma avaliação sobre a situação das importações, da produção e da distribuição de vinho no país e na região.

Os dados secundários e os coletados nas entrevistas dirigidas e no seminário foram organizados por componente de diagnóstico do SPL de modo a facilitar a apresentação dos resultados.

3 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

3.1 – As Empresas Vitivinícolas do Território

Em número de oito, essas empresas têm origens e situações bastante diferenciadas. Dois enólogos que eram vinculados à Botticelli e que estão na região há mais de vinte anos iniciaram seus próprios negócios e instalaram duas novas vinícolas, a Bianchetti e a Garziera, e ambas firmaram suas marcas e produzem vinhos de boa qualidade. A empresa de origem francesa Ducos Vinícola, que ainda utiliza as instalações da Garziera para produzir seu vinho de marca Château Ducos, foi recentemente vendida a um consórcio franco-italiano vinculado ao transporte marítimo e está construindo uma unidade industrial, com pretensões de ampliar a área cultivada e a produção. A Vitivinícola Santa Maria S/A, do grupo Raymundo da Fonte, tinha como principal produto o vinagre de vinho de marca “Minhoto” e a produção de vinho com a marca “Adega do Vale”. Com a entrada no mercado de vinagre de cana-de-açúcar, essa unidade industrial entrou em crise. Para sobreviver no mercado, a Vitivinícola Santa Maria se associou a duas empresas, a Expand Store, grande importadora e distribuidora de vinhos no Brasil, com sede em São Paulo e mais de 25 lojas espalhadas nas grandes cidades do país (JC..., 2004), e a Dão Sul, empresa portuguesa que fabrica e distribui seus vinhos em Portugal e no restante da Europa. Essas três criaram a Empresa Vinibrasil, que, em 2004, iniciou a produção com um vinho de um único corte das castas Cabernet Sauvignon e Syrah, o Rio-Sol. Presentemente, a Vinibrasil vem diversificando a produção com novos

Tabela 1 – Cronologia da Instalação das Empresas Vitivinícolas no Polo Juazeiro-Petrolina, Nordeste do Brasil

Município – Estado	Fazenda	Empresa (s)	Ano de Instalação	Ano de Produção de Vinho (*)	Marca(s) do Produto
Santa Maria da Boa Vista – PE	Milano	Vinícola Vale do São Francisco Ltda.	1970	1986	Botticelli
Lagoa Grande – PE	Carnaubeira	Adega Bianchetti Tedesco Ltda.	2000	2001	Bianchetti
	Garibaldina	Vitivinícola Lagoa Grande Ltda.	1990	2001	Carrancas, Garziera
	Planaltino 1.600ha	Vitivinícola Santa Maria S/A (**)	1987	2004	Adega do Vale do São Francisco
		Vinibrasil (***)	2004	2004	Rio Sol
Ducos 125ha	Ducos Vinícola Comércio Indústria e Exportação Ltda.	2001	2003	Château Ducos	
Casa Nova –BA	Ouro Verde - 700ha	Ouro Verde Ltda.	1985	2002	Terra Nova - Miolo
Petrolina - PE	Próx. Distrito Industrial (****)	Vitivinícola Vale do Sol Ltda.	2006	2006	Vinho do Vale (vinho de mesa– granel)
	Distrito Industrial	A Indústria e Comércio de Bebidas Rodrigues da Silva Ltda. (do Grupo Comary)	2007	(*****)	Cantina da Serra (vinho de mesa – engarrafamento)

Fonte: Elaboração Própria do Autor a Partir dos Dados da Pesquisa de Campo.

(*) Dados sujeitos a correções.

(**) Empresa desativada em 2004.

(***) O grupo português Dão Sul, a distribuidora de vinhos Expand Store e o Grupo Raymundo da Fonte da Vitivinícola Santa Maria S/A (Vinagre Minhoto) iniciaram uma parceria em 2004, criando a Vinibrasil. Em 2006, o grupo português assumiu o controle da empresa.

(****) O Grupo Passarim, com a empresa Bella Fruta Ltda., instalada em Lagoa Grande na Fazenda Passarinho, iniciou a produção de uva em 1990 e de vinho popular (vinho de mesa) para venda a granel, em 2000. Em 2004, o grupo, com uma outra razão social, Vitivinícola Vale do Sol Ltda., decidiu transferir a unidade industrial de produção de vinho para as proximidades do Distrito Industrial de Petrolina.

(*****) Unidade industrial instalada, com produção prevista para ser iniciada em fevereiro de 2008 (informações obtidas na indústria e na AD Diper).

vinhos e o Grupo Raimundo da Fonte vendeu sua participação para a Dão Sul, que tem o controle da empresa. Outra empresa, a maior delas, a Ouro Verde, adquiriu em leilão do Banco do Brasil as instalações da antiga Vitivinícola Terra Nova, criada pelo japonês Mamoru Yamamoto nos anos 1980 e instalada no município de Casa Nova-BA. Desse empreendimento participam a Vinícola Miolo Ltda., que se associou à empresa Lovara Vinhos Finos Ltda., fundando a Empresa Fazenda Ouro Verde Ltda. Verifica-se, portanto, um movimento de concentração de capitais para expansão de investimentos no setor. A empresa

Bella Fruta Ltda., do grupo Passarim, do Rio Grande do Sul, era a única empresa instalada nessa região, na Fazenda Passarinho, que produzia, com uvas de descarte, vinho comum (ou de mesa) vendido a granel e tem nessa produção experiência de âmbito nacional. O grupo econômico Passarim criou outra empresa em Petrolina para suas operações de produção desse tipo de vinho, a Vitivinícola Vale do Sol Ltda. A produção de vinhos finos estava em teste pelo grupo, que chegou a utilizar para essa produção as instalações industriais da Fazenda Ouro Verde. Contudo, parece ter desistido de entrar na produção de vinhos finos e continua com

vinho de mesa na sua nova unidade industrial instalada próximo ao distrito industrial do município de Petrolina. Essa transferência de local, segundo técnicos da empresa, deveu-se à concentração da matéria-prima no entorno dessa cidade, o que barateou o custo de transporte e de manutenção da unidade industrial. A produção foi iniciada nas novas instalações desde 2006 e a outra foi desativada. Na Tabela 1, apresentam-se as datas de instalação e de produção dessas empresas na área.

A novidade em relação a vinho comum (ou de mesa) é a decisão do grupo Comary¹ de instalar em 2007, no Polo Industrial de Petrolina, uma unidade industrial com capacidade de produzir 24 mil litros/ano. Essa unidade deverá começar a produzir em fevereiro de 2008. A produção será direcionada para atender principalmente o mercado do Nordeste e Norte do país. Por outro lado, a empresa Farmfruit Agroindustrial S/A, do grupo da Construtora Engeterra, está instalando uma unidade industrial no município de Santa Maria da Boa Vista, com capacidade de produção de 7.500t de sucos concentrados diversos, inclusive de uva. O mercado previsto para essa produção está distribuído entre Pernambuco, 50%, outros estados, 40%, e exportação, 10%.

Recentemente, outras empresas se instalaram na área com o propósito de produzir vinho, a exemplo da Cooperativa de Colônia, de origem Uruguaia, da Baccos, de São Paulo, da Fazenda Dom Teodósio, de um grupo de Portugal, entre outras.

3.2 – O Sistema Produtivo do Vinho do VSF

3.2.1 – Área com uva vinífera e vinho produzido

Pode-se listar como fatores indicativos do crescimento dessa atividade no VSF, além da instalação de novas empresas, a expansão de área cultivada com uvas de variedades viníferas e o volume de vinho produzido pelas empresas. (VALE DO SÃO FRANCISCO..., 2008).

1 A Indústria e Comércio de Bebidas Rodrigues da Silva Ltda., instalada em Petrolina, é do mesmo grupo da Indústria de Bebidas Comary Ltda., originária de Teresópolis-RJ. Distribui no país, entre outros produtos, a sangria de marca Cantina da Serra e o coquetel de marca Selvagem. Esse segundo produto teve grande aceitação no mercado e permitiu, no final dos anos noventa do século passado, um rápido crescimento dessa indústria. Disponível em: <<http://www.comary.com.br>>.

Em 2003, a Vinibrasil recebeu da Vitivinícola Santa Maria 150ha de plantio de uvas viníferas; essa área foi ampliada para 200ha em 2005 e mantida em 2006. (Tabela 2). A Vinícola Vale do São Francisco, que chegou à região nos anos setenta, vem recuperando o cultivo de uvas para vinho: estava em 2003 com 90ha e, com a perspectiva de expansão, passou para 150ha em 2006.

A Fazenda Ouro Verde tem projeto no Banco de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para ampliação da indústria e plantio de mais 400ha de uva para vinho. Em 2003, tinha 50ha, passou para 80 em 2005 e 100ha em 2006. A Vitivinícola Lagoa Grande, entre 2003 e 2006, passou seu plantio de uvas viníferas de 45ha para 100ha. A Adega Bianchetti passou, no mesmo período, de 8ha para 17ha, e a Ducos Vinícola passou de 16ha para 18ha. Pelos dados levantados em campo, a produção de vinhos, em milhões de litros, foi ampliada de 5,85 em 2005 para 9,10 em 2006. Nesse último ano, do total produzido, em milhões de litros, 6,10 foram de vinhos finos e 3,00 de vinho de mesa. A produção total de vinho deverá continuar crescendo, mas em ritmo lento.

3.2.2 – Tecnologia de produção e força de trabalho

As empresas, na grande maioria, optaram pela tecnologia trazida da Califórnia – EUA de fabricação de vinhos jovens, passando pelo processo de recepção e prensagem da matéria-prima, clarificação, fermentação, estabilização, filtragem, engarrafamento, estocagem, amadurecimento e expedição. (SKORONSKI et al., 2008). Poucas dispõem de equipamentos para produzirem vinhos envelhecidos em barris de carvalho. A aquisição de equipamentos, produtos enológicos, acessórios, barricas, cápsulas, rolhas, rótulos e embalagens é realizada em Recife, Salvador e no Sul e Sudeste do país. Poucas empresas fornecem esses materiais², tendo elas poder de oligopsonia. (LIMA; CAMPOS, 2005).

2 A Indústria Nordestina de Vidros S.A. (INOVISA), instalada em Vitória de Santo Antão – PE, (Disponível em: <<http://www.entrei.net>>) e a Companhia Industrial de Vidros (CIV), instalada em Recife-PE. Disponível em: <<http://www.telistas.net>>. São fornecedoras de garrafas Equipamentos. Outros insumos, são adquiridos de empresas especializadas do Sul e Sudeste, como o Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac), Enoitalia, Amazon Grup, EnoBrasil, AEB Grup, Trianon, para citar algumas. ABE. Disponível em: <<http://www.enologia.org.br>>.

Tabela 2 – Vinícolas do Vale do São Francisco – Área com Uva Vinífera e Produção de Vinho

Tipo de vinho	Empresa	Fazenda ou Local	Área com Uvas Viníferas (em ha) (***)		Litros de Vinho Produzido (em 1.000 litros) (****)	
			2005	2006	2005	2006
Vinhos Finos	Vinibrasil	Planaltina	200	200	500	1.500
	Vinícola Vale do São Francisco Ltda.	Milano	120	150	1.300	1.500
	Adega Bianchetti Tedesco Ltda.	Carnaubeira	15	17	600	600
	Vitivinícola Lagoa Grande Ltda.	Garibaldina	70	100	1.000	1.200
	Ducos Vinícola Comércio Indústria e Exportação Ltda.	Ducos (*)	18	18	150	100
	Ouro Verde Ltda. (Miolo)	Ouro Verde	80	100	800	1.200
Subtotal (a)			503	585	4.350	6.100
Vinhos de Mesa	Vitivinícola Vale do Sol Ltda.	Próx. Distrito Industrial (**)	1.500	3.000
Subtotal (b)			1.500	3.000
Total (a+b)			503	585	5.850	9.100

Fonte: Elaboração Própria do Autor Baseada nos Dados da Pesquisa de Campo.

(*) Utiliza as instalações da indústria Garziera para a produção do vinho, mas está instalando sua unidade industrial.

(**) A Fazenda Passarinho, em Lagoa Grande, pertencente ao grupo Passarim, produz uvas de mesa e uvas viníferas (8ha). As uvas de descarte são direcionadas para produção de vinho comum ou de mesa, na unidade industrial de Petrolina. A unidade também compra uva de descarte de outras empresas.

(***) Valores sujeitos a correção.

(****) Valores sujeitos a correção.

O pessoal para o trabalho na indústria do vinho, sobretudo os enólogos, é recrutado no Sul do país e até mesmo no exterior e, recentemente, vem sendo formado na própria região. Para as atividades de campo, devido ao fato de no local existir o grande polo nacional de fruticultura irrigada, inclusive de produção de uva, encontra-se com facilidade mão-de-obra especializada para cada etapa do processo produtivo (CAVALCANTI et al., 2008) e também diferenciada por gênero para as diferentes tarefas. (CAVALCANTI; SILVA, 2008). A contratação é feita diretamente pelas empresas ou com a intermediação de empreiteiros. O sindicato de trabalhadores rurais tem exercido forte presença na fiscalização das condições de trabalho e

na negociação salarial, por meio de dissídios coletivos, e também na regularização de direitos trabalhistas.

3.3 – Mercados e Preços dos Vinhos

3.3.1 – Mercado das empresas vitiviníferas do VSF

A afirmativa de Gaspar Garziera de que “Vinho é Marca” reflete em parte a situação do mercado para os vinhos do São Francisco. O mercado é diferenciado para aqueles que têm marca já conhecida pelos consumidores. Além da marca, é preciso que o produto esteja dentro das grandes redes de distribuição, tenha qualidade e preço competitivos. Nesse particular, as empresas instaladas no São Francisco diferem

em relação à inserção no mercado. As maiores têm marca conhecida e canais de escoamento do produto garantido tanto no país como no exterior. A Ouro Verde, da marca Terra Nova – Miolo, tem um produto nacionalmente conhecido, além de representantes no exterior; portanto, não tem dificuldades de colocar o produto no mercado e começou a exportar os vinhos do Vale para os Estados Unidos, onde existe tradição de consumo de vinhos jovens. Além disso, dada a produção ser maior que a proveniente dos vinhedos próprios, a empresa tem adquirido vinho a granel, do tipo Shiraz, da Vitivinícola Lagoa Grande para engarrafamento, representando certa integração econômica entre essas duas empresas. A Vinibrasil, com as marcas Adega do Vale e Rio-Sol, tem à disposição no país a rede da Expand Store e seu produto está também nas lojas das grandes redes das capitais. Na Europa a distribuição é realizada pela Dão Sul.

As empresas menores diferem entre as que conseguiram firmar a marca e entrar nas grandes redes de distribuição e as que ainda estão buscando esse espaço de negócio. A Vinícola do Vale do São Francisco, a mais antiga delas, conseguiu firmar a marca Botticelli através de campanhas promocionais e de um agressivo *marketing* junto a grandes distribuidores, como as redes de supermercados Bompreço, Comprebem e Carrefour, sendo o produto conhecido em todo o território nacional. A Vinícola Lagoa Grande e a Adega Bianchetti Tedesco estão também colocando seus produtos nas grandes redes de supermercados local e regional. A Ducos Vinícola, que antes visava trabalhar com distribuidores especializados, explorando o binômio qualidade-preço do produto, com a venda da empresa, os novos proprietários pretendem colocar vinho a granel no mercado da Inglaterra.

Quanto aos preços médios de outubro de 2007 nessa indústria, os vinhos varietais tinto seco (Cabernet Sauvignon, Shiraz) estavam sendo vendidos a R\$ 10,00 (US\$ 5,58) e R\$ 11,00 (US\$ 6,14) a garrafa de 750ml. Os brancos secos (Chenin Blanc e Sauvignon Blanc) a R\$ 9,00 (US\$ 5,02), os espumantes (Tipo Asti e Moscatel) a R\$ 17,00 (US\$ 9,49). Os vinhos de corte (Carrancas e Dom Francesco) têm preços mais baixos, sendo a garrafa do vinho branco suave e do rosé suave vendida a R\$ 7,00 (US\$ 3,91), enquanto o

tinto seco e tinto suave custavam na fonte de produção R\$ 8,00 (US\$ 4,47). Devido à valorização recente do câmbio nominal no país, os preços colocam o produto menos competitivo no mercado internacional de vinhos populares. Na Europa, esses vinhos estão na faixa de até 5,0 euros ou US\$ 5,9 (PRIX, 2008) e, nos EUA, US\$ 6,00 a 7,00. (WINE PRICES, 2008; CABERNET..., 2008).

Em termos da comercialização do vinho do Vale nas grandes redes de supermercados da cidade do Recife (Carrefour, Bompreço e Comprebem), a 700km da fonte de produção, em outubro de 2007, a garrafa de 750ml de Cabernet Sauvignon estava sendo vendida a R\$ 12,80, o Syrah a R\$ 13,10 e o Espumante Moscatel a R\$ 21,17, com *mark-up* (HOFFMANN et al., 1987) de 22%, 16% e 15%, respectivamente, e margens de 28%, 17% e 18%. A diversificação por tipos de vinhos finos varietais, de corte e de mesa, de diferentes marcas e embalagens, é uma das estratégias de mercado utilizadas pela indústria local para atingir um maior número de consumidores³.

Na estratégia de *marketing*, o diferencial de qualidade de seus produtos vem sendo buscado pelo conjunto das empresas, tanto através da participação em concursos de vinhos no país e no exterior quanto pela referência em revistas especializadas e obtenção de certificados de produção que respeita o meio ambiente. Afora a diferenciação dos vinhos do VSF, com 13 deles já premiados (ABE, 2008), a diversificação de produtos também está na pauta das empresas. A Vitivinícola Lagoa Grande começou em 2007 a produzir o suco de uva com a marca 'Sol do Sertão' e mantém uma articulação com agências de viagens e hotéis para o seu programa de enoturismo. Em 2005, recebia cerca de 700 visitas/mês; em 2007, esse número passou para 3.000 visitas/mês, refletindo a curiosidade de pessoas interessadas em ver como se fabrica vinho em pleno Sertão. A ViniBrasil mantém, através do restaurante Maria Bonita, instalado em Petrolina, um programa de visitas à unidade industrial.

3 O VSF já dispõe de 50 tipos de vinhos finos, espumantes, e populares. A Ouro Verde produz 5 de marca Terra Nova-Miolo. A Lagoa Grande produz 12, sendo 5 varietais Garziera, 4 assemblage Carrancas, 3 de mesa Sertão. A Vinibrasil produz 12, sendo 5 varietais e 1 porto, todos Adega do Vale, e 6 de assemblage, 5 Rio Sol e 1 Paralelo 8. A Adega Bianchetti produz 5 varietais Bianchetti. A Vinícola VSF produz 14, sendo 7 varietais Botticelli, 5 assemblage Don Francesco e 2 filtrado Cristal do Vale. A Ducos produz 2 varietais Ducos.

Todas as empresas vitivinícolas dispõem de alguma estrutura para receber visitantes.

3.3.2 – Mercado nacional de vinho

No país, a demanda aparente de vinho (de mesa, fino e espumante), em 2007, medida em milhões de litros, estava em 316,7 para uma produção de 318,3 e disponibilidade interna de 400,1. (Tabela 3).

Registra-se elevação de excedente do produto no mercado interno, provocando certa preocupação dentro do setor, que busca ampliar o consumo do vinho nacional no país⁴.

Contudo, em relação aos vinhos finos e espumantes, o país é importador. (Tabela 4). As importações são realizadas principalmente de países vizinhos. Chile, Argentina e Uruguai fornecem 63,9% do total importado; a União Europeia (Itália, Portugal, França, Espanha e Alemanha) participa com 34,4% e outros países, com 1,7%. A valorização cambial no país reabriu o mercado para o vinho europeu. As importações pelo Brasil de vinhos da Argentina e do

Chile têm sido significativas devido à proximidade desses mercados, redução de impostos e a conversão cambial favorável para esses dois países. Em 2003, no mercado de vinhos finos, a demanda interna era de 53 milhões de litros e os importados correspondiam a 50% das vendas no país. O Chile ocupou a primeira posição de fornecedor, com 29,7%, a Argentina, a segunda, com 21,3%, e a Itália, a terceira, com 19,7%. Dessas importações, países sul-americanos (Chile, Argentina e Uruguai) forneceram 54,6% e países da Europa (Itália, Portugal, França, Espanha e Alemanha), 42,3%. Em 2006, essa demanda interna passou para 68,8 milhões de litros, com o Chile fornecendo 32,6%, a Argentina, 25,7% e a Itália, 17,0%. De países da América do Sul, importaram-se 58,4% e da Europa, 43,0%, aumentando a hegemonia de países latinos nesse mercado.

A expansão da produção interna e também das importações levou ao crescimento dos estoques do produto nacional, que tem perdido espaço para os vinhos importados devido à preferência dos consumidores pelo produto importado, que vem chegando a preços

Tabela 3 – Disponibilidade e Consumo Aparente de Vinhos e Espumantes no Brasil (BR) – com Base nos Dados do Rio Grande do Sul (RS): 2003-2007 (em 1.000.000 litros)

Ano	Estoque Inicial	Produção RS (**)	Importação BR	Exportação BR	Disponibilidade Interna	Vendas no Merc. Interno (***)	Estoque Final
2003	31,7 (*)	232,0	29,2	1,3	291,6	274,3	17,3
2004	17,3	355,5	39,0	2,9	408,9	290,1	118,8
2005	118,8	271,4	40,8	3,6	427,4	341,2	86,2
2006	86,2	217,2	50,7	3,5	350,6	326,4	24,2
2007	24,2	318,3	60,8	3,2	400,1	316,7	83,4

Fontes: Embrapa Uva Vinho. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br>>. Artigos de Mello (2008a, 2008b, 2008c, 2008d, 2008e, 2008f, 2008g, 2008h).

(*) Só o excedente de 2002.

(**) Produção de vinhos do RS.

(***) Comercialização de vinhos do RS + vendas das importações.

⁴ No plano mundial, a matéria-prima, as vinhas, uvas para a produção de vinho, vem desde os anos oitenta mantendo um tênue crescimento, com redução de área cultivada na Europa – que detém 60% do cultivo – e expansão nas Américas, Oceania, África e Ásia. (CASTELLUCCI, 2005; AIGRAIN, 2008).

reduzidos no mercado interno. Segundo Mello (2007a), esse comportamento é explicado pela globalização, que aumenta a circulação de mercadorias no cenário internacional – os excedentes crescentes de vinho nesse mercado global e o câmbio valorizado no país vêm favorecendo as importações. Esses fatores têm colocado os vinhos finos produzidos no país em condições desfavoráveis nos mercados interno e externo, gerando excedentes deste tipo de vinho. O governo federal tem procurado reduzir os estoques de vinhos finos, aplicando a política de Prêmio de Escoamento da Produção do Governo Federal (PEP) quando esses vão para corte com vinhos de mesa, resultando em vinhos de *assemblage*, para venda à população de faixas de renda mais baixas. (MELLO, 2007h).

Em 2007 comercializou-se, internamente, em milhões de litros, um montante de 80,7, sendo 57,6 importado e 23,1 nacional. No ano de 2006 esses valores estavam em 71,4; 46,3 e 25,0, respectivamente. (MELLO, 2008h). Os vinhos finos importados ocupam cerca de 3/4 do consumo interno.

A comercialização de vinhos de mesa no mercado nacional também vem caindo devido aos importados. O Rio Grande do Sul (RS), que deteve mais de 90% da produção nacional, no ano 2006, comercializou,

em milhões de litros, 245,0 e, em 2007, as vendas caíram para 225,9. Situação inversa vem ocorrendo com suco de uva (concentrado e integral), cujo consumo e exportações líquidas encontram-se em crescimento. No RS, em 2006 comercializou-se suco de uva concentrado e integral, em milhões de litros, no montante de 115,8 e 15,4, respectivamente. Em 2007, esses números chegaram a 128,0 e 18,4. As importações de suco de uva estão em queda – passaram de 1.810t a 1.540t entre 2006 e 2007. As exportações cresceram nesse mesmo período de 3.415t para 6.622t, respectivamente. A produção de suco de uva vem historicamente crescendo no Rio Grande do Sul, estado representativo do país. Nesses dois anos, passou, em milhões de litros, de 101,0 para 107,2. Ainda é muito baixo o consumo anual *per capita* de vinho no país (2 l) se comparado a outros países (Chile 23 l, Argentina 28 l, Portugal 47 l, França, 54 l), embora, segundo especialistas, esse consumo interno esteja relativamente estável e com tendência ligeiramente decrescente. Apesar das dificuldades, existe margem para melhorar o desempenho da indústria nacional no mercado interno. Promover a expansão de consumo, ter um maior controle sobre a qualidade do produto importado e aumentar a fiscalização na entrada podem ser alternativas viáveis.

Tabela 4 – Disponibilidade e Consumo Aparente de Vinhos Finos e Espumantes no Brasil (BR) – com Base nos Dados do Rio Grande do Sul (RS): 2003-2007

Ano	Estoque Inicial	Produção RS (**)	Importação BR	Exportação BR	Disponibilidade Interna	Vendas no Merc. Interno (***)	Estoque Final (****)
2003	0,8 (*)	29,5	29,2	1,3	58,2	53,6	4,6
2004	4,6	43,0	39,0	2,9	83,7	62,3	21,4
2005	21,4	45,4	40,8	3,6	104,0	60,3	43,7
2006	43,7	32,1	50,7	3,5	126,5	71,4	55,1
2007	55,1	43,1	60,8	3,2	155,8	80,7	75,1

Fontes: Embrapa Uva Vinho. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br>>. Artigos de Mello (2008a, 2008b, 2008c, 2008d, 2008e, 2008f, 2008g, 2008h).

(*) Só o excedente de 2002.

(**) Produção de vinhos do RS.

(***) Comercialização de vinhos do RS + vendas de importados.

(****) Para diminuir os estoques, tem-se feito com, apoio do governo, o corte desse vinho fino com o vinho de mesa.

As exportações brasileiras de vinho são ainda incipientes e a organização das exportações é muito precária. Só em 2002, seis grandes empresas produtoras no país fizeram um consórcio para exportar e divulgar seus vinhos no mercado externo. (SILVA, 2008). Em 2004, esse consórcio é ampliado pelo Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), representando as empresas, e pelo governo, através da Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos – ApexBrasil, através do projeto setorial integrado *Wines From Brazil* (WFB), com a finalidade de divulgar e promover as exportações dos vinhos brasileiros mediante a participação das empresas brasileiras em feiras internacionais, a edição de revistas especializadas com matérias sobre as regiões produtoras de vinho no país e de seus vinhos. Como resultado desse esforço, o produto está sendo vendido em vinte e cinco países – com destaque para sete da EU (Suíça, Suécia, Dinamarca, Alemanha e Inglaterra, Itália, França), EUA e Japão – a preços bastante favoráveis para as empresas exportadoras, que já somam vinte, sendo uma a Fazenda Ouro Verde do VSF. (MASIERO, 2008; SILVA, 2008).

3.3.3 – Mercado internacional de vinho

No cenário internacional de 2006, o Brasil ocupava o 15º lugar na produção de vinho e o 26º lugar como importador. (MELLO, 2007h). Em 2007, o déficit na balança comercial brasileira relativo a esse agronegócio foi de 150,28 milhões de dólares, correspondendo, em milhões de litros, a 57,6 importados e 3,28 exportados. Portanto, o Brasil vem sendo um bom mercado para os países exportadores. A produção mundial de vinho

em milhões de hectolitros tem variado bastante nessas duas últimas décadas. No ano de 1980, chegou ao ápice com 333,6, entrou em queda até a metade dos anos noventa, com média de 225,0. A partir de 1996, voltou a apresentar uma lenta tendência de crescimento até 2004, quando chegou a 300,2. A partir daí, a produção vem caindo: em 2006, produziram-se, em milhões de hl, 281,3, e a previsão para 2007 é de 266,4. (Tabela 5). A Europa exerce papel dominante no mundo do vinho (Tabela 6), com maior produção, consumo, exportação e importação, enquanto a América ocupa o segundo lugar. A Oceania é o terceiro em produção e exportação. A Ásia é importante no consumo e importação e a África apresenta baixa produção, exportação e importação. O consumo mundial tem-se mantido abaixo da produção, gerando excedentes que vêm aumentando os estoques de vinho no mundo.

A produção está sendo reduzida nos tradicionais países exportadores da União Europeia (França, Espanha, Itália, Alemanha e Portugal) e cresce em países exportadores do Hemisfério Sul (Argentina, Chile, África do Sul, Austrália) e nos Estados Unidos.

O consumo anual *per capita* cai na maioria dos países tradicionais exportadores (França, Itália, Espanha, Portugal, Argentina e Chile) e cresce em alguns países da Europa do Leste (Eslovênia, Hungria, Romênia, Rússia) e nos novos países produtores e exportadores da América (EUA) e Oceania (Austrália, Nova Zelândia). Contudo, a tendência global de consumo *per capita* é decrescente. (CLEMENTE, 2008; SOUZA, 2007; CASTELLUCCI, 2008; TCHUBUKOVA, 2008). No plano internacional, o consumo de vinho em

Tabela 5 – Produção, Consumo e Estoque Mundial de Vinho: 2003-2007 (em milhões de hectolitros)

Anos	2003	2004	2005	2006	2007(*)
Produção mundial de vinho	265,9	300,2	282,5	281,3	266,4
Consumo mundial de vinho	235,2	237,0	237,6	241,0	241,1
Estoque (produção-consumo)	30,7	63,2	44,9	40,3	25,3
Estoque acumulado (**)	-----	93,9	138,8	179,1	204,4

Fonte: OIV. Disponível em: <<http://www.oiv.int/fr/accueil/index.php>>. Acesso em: 12 out. 2008.

(*) Estimativa.

(**) Dados calculados.

Tabela 6 – Comportamento da Distribuição do Agronegócio do Vinho por Continente (ano de 2006 em %)

Continentes	Produção	Consumo	Exportação	Importação
Europa	68,6	67,4	71,1	75,6
América	17,3	20,6	13,7	16,2
Ásia	4,8	7,2	0,4	4,3
Oceania	5,5	2,3	10,8	1,0
África	3,8	2,6	4,6	3,0
Mundo	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Magalhães (2006).

milhões de hl vem aumentando. Em 2003, era de 228,6 e, no ano de 2006, estava em 241,0, com previsão de manter esse consumo em 2007. (AIGRAIN, 2008).

Mesmo com as campanhas antialcoolismo e mudanças de hábito dos consumidores para um novo estilo de vida, que diminui o consumo de vinho na alimentação, o consumo global voltou a aumentar na primeira década deste século XXI devido à inclusão de novos consumidores em países emergentes e o crescimento populacional. A abertura do mercado mundial vem contribuindo com esse crescimento e países não-produtores consomem mais vinho. (MONTAIGNE; COUSINIÉ, 2004). Esse comportamento vem reduzindo as dificuldades que essa indústria tem encontrado para o seu crescimento em escala mundial e também favorecendo os novos países produtores devido às assimetrias de mercado.

3.4 – Organização e Ação do Setor Privado e Apoio do Governo

A criação em 1968, pelo governo federal, do Polo de Irrigação de Petrolina–Juazeiro, presentemente gerenciado pela Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco – Codevasf, constituiu-se em pré-condição para instalação da vitivinicultura na região. Nesse pólo, existem sete projetos de irrigação (Mandacaru, Bebedouro, Curaçá, Maniçoba, Nilo Coelho, Maria Tereza, e Tourão), ocupando uma área total de 68.379ha e uma área irrigada de 41.138ha, com 2.861 lotes do tipo unidade familiar, 3.179 lotes empresariais e 113 lotes destinados a técnicos em ciências agrárias. Dentro das empresas desses perímetros, a uva é o segundo produto mais cultivado. (SAMPAIO et al., 2004). A agricultura irrigada familiar e empresarial dentro do mesmo espaço tem permitido certa parceria na difusão de novas tecnologias de produto e de processo,

introduzidas por entidades do governo e do setor privado, a exemplo de variedades de uva sem semente para consumo *in natura* e uvas para vinho.

3.4.1 – Entidades representativas dos empresários, papéis e ações

A principal organização representativa do setor privado vinculada a produção de frutas e de vinhos no Vale do Submédio São Francisco é a Associação dos Produtores Exportadores de Hortigranjeiros e Derivados do Vale do São Francisco (Valexport). Essa associação tem tido importante papel na modernização comercial, tecnológica e gerencial do setor, com mais de vinte projetos e/ou ações realizadas. As 35 empresas a ela associadas respondem por 70% das frutas do Vale produzidas para comercialização e por 80% das exportações desse principal polo frutícola do país. Entre os filiados, estão cinco empresas produtoras de vinho das sete existentes na região. As empresas associadas atuam conjuntamente na formulação de estratégias, visando atingir objetivos comuns e fundamentais para a obtenção de vantagens competitivas. A Valexport agregou seus filiados em Câmaras Setoriais, de acordo com os interesses de negócios, com o objetivo de coordenar ações visando à promoção de produtos nos mercados interno e externo – no caso do vinho, promover o desenvolvimento de pesquisa para a melhoria de qualidade. Foi então criado o Grupo do Vinho do Vale (GVV), câmara que tem conduzido essa política e que busca para isso estreita cooperação com o governo e outros agentes. Em 2002, apresentou, junto com as firmas vinícolas, a Embrapa Semiárido e o ITEP, um projeto na Agência Financiadora de Estudos e Projetos – Finep para ampliar o número de uvas viníferas no VSF. (VALEXPORT, 2008).

Mesmo dispondo do GVV, os empresários do vinho, visando melhorar o *marketing* e expandir seus negócios em escala nacional e mundial, criaram em 2006 uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), denominada Instituto do Vinho (VinhoVasf). Esse instituto, entre outras atividades, conta com o apoio da Embrapa Semiárido e contratou assessoria especializada⁵. Está tratando de obter o registro de indicação geográfica – indicação de procedência e/ou denominação de origem (TONIETTO; ZANUS, 2008) para o vinho do VSF, junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Esse Instituto está capacitando seu quadro técnico no exterior, utilizando o conhecimento da ViniBrasil com instituições especializadas em Portugal, como o Instituto Superior de Agronomia de Lisboa, a Universidade Técnica de Lisboa, a Universidade do Porto e a Estação Vitivinícola Nacional (EVN).

Além disso, esses empresários do vinho têm tido um forte papel na geopolítica dos municípios onde as empresas estão instaladas. Alguns já estiveram à frente de administrações municipais e trataram de ampliar as ações públicas locais para fortalecer a atividade vitivinícola na região. Um dos resultados mensuráveis é a festa da uva e do vinho do Município de Lagoa Grande.

3.4.2 – Entidades representativas do setor público e ações de apoio

No plano federal, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) mantém em funcionamento uma Câmara Setorial, criada em 2004, e vinculada ao Conselho do Agronegócio, para tratar de políticas de estruturação, integração e crescimento do setor. A Câmara da Cadeia Produtiva de Viticultura, Vinhos e Derivados é de caráter consultivo e dela participam 41 órgãos e entidades vinculadas a essa atividade econômica, que têm a presidência entregue ao setor privado e a secretaria, ao setor público. (BRASIL. MINISTÉRIO..., 2008). Como resultado da atuação da Câmara, registra-se: ampliação em 2006

do limite de crédito à comercialização para as unidades de beneficiamento ou industrialização de uva nas operações de Empréstimo do Governo Federal (EGF), através do Banco do Brasil; elevação em 2007 do preço mínimo da uva industrial; e redução em 2007 de estoques das empresas através da venda de 5,5 milhões de litros de vinho, contemplados com o Prêmio de Escoamento da Produção do Governo Federal (PEP), cuja operação de venda foi realizada em leilões da Companhia Brasileira de Abastecimento (Conab). (BRASIL. MINISTÉRIO..., 2008).

No plano local, a atividade vitivinícola do VSF é beneficiária direta da criação pelo governo do polo de irrigação e vem ainda sendo fortemente apoiada com projetos de pesquisa e desenvolvimento, preparação de mão-de-obra, crédito subsidiado, redução de impostos, melhoria da infraestrutura, entre outras ações, como a divulgação oficial em ampla escala de atividades emergentes nesse território.

i) Pesquisa e Desenvolvimento

O Centro de Pesquisa Agropecuária do Trópico Semiárido da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa está instalado no perímetro de irrigação Bebedouro e no perímetro de Mandacaru, onde a empresa tem uma estação experimental. (SAMPAIO et al., 2004).

Grande esforço de pesquisa e desenvolvimento da vitivinicultura vem sendo realizado nesse território por esse Centro da Embrapa em parceria com as Empresas, o GVV-Valexport, a Associação Instituto Tecnologia de Pernambuco (ITEP) e órgãos de financiamento, como a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e a Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (Facepe). Esse esforço está direcionado para a introdução de variedades de uvas para produção de novos vinhos, testes de maturação de uvas, testes de irrigação e de carência hídrica e manejo integrado de combate de pragas nos cultivos.

Varietais em Produção no Território

As cepas de uva de vinho tinto importadas da Europa e que se aclimataram bem na região foram a Petite Syrah (França) ou Shiraz (Austrália), Cabernet Sauvignon,

⁵ A indicação geográfica ou de *terroir* para o vinho do VSF abrange tanto aspectos do meio natural, incluindo clima, solo, relevo, altitude, insolação, quanto aspectos do saber humano local, passando pela escolha das variedades, do processo adotado na produção da uva vinífera e do próprio vinho. Essa mistura identifica o vinho como característico daquele local, daquela área geográfica definida e não pode ser reproduzido em nenhum outro espaço físico-social, e isso é que dá a diferenciação na qualidade. (TONIETTO, 2008).

Tannat e recentemente a Rubi Cabernet vinda da Califórnia – EUA, onde o clima é de altas temperaturas, como no Vale. (FERRANTE, 2008). Entre as cepas de uva para vinhos brancos predominam a Chenin Blanc, Moscato Cannelli e a Moscato Itália. Os vinhos finos das diferentes vinícolas recebem os nomes desses varietais e, mesmo quando são vinhos de corte, as uvas também são identificadas nos rótulos das garrafas.

Novas Varietais

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) Semiárido e o GVV-Valexport, com o Projeto Vinho de Qualidade, têm um financiamento pela Finep para introdução e teste de novas variedades. Os experimentos iniciados em 2002 são realizados dentro de fazendas de empresas. Na Fazenda Garibaldina, da Vinícola Lagoa Grande, estão sendo testadas 28 varietais copa e cinco varietais porta-enxerto ou cavalo. Na Fazenda Planaltina, da Vinibrasil, o teste é de 28 varietais copa e um porta-enxerto, enquanto na Fazenda Milano, da Vinícola do Vale do São Francisco, o experimento é de 28 varietais copa e um porta-enxerto. Os porta-enxerto são, na maioria, de uvas silvestres americanas resistentes a fungos de solo e reproduzidos pelo Instituto Agrônomo de Campinas (IAC 572, conhecido na área como Jales; IAC 313, conhecido como tropical; IAC 766). Outros cavalos de origem francesa em teste são o SO4 e o 420A. Estão sendo testados 16 cultivares de uvas tintas (Alfrocheiro, Barbera, Deckrot, Periquita, Petit Verdot, Tenipranillo, Trincadeira, Alicante Bouschet, Anceolata, Cabernet Sauvignon, Grenache, Merlot, Moscato de Hamburgo, Ruby Carbenet, Sangiovese e Tinta Roriz) e 12 cultivares de uvas brancas (Colombard falsa, Flora, Malvazia Bianca, Schonburger, Castelão, Chenin Blanc, Colombard, Gewurztraminer, Moscato Canelli, Regner, Siegerrebe, Sylvaner). Os resultados estão sendo direcionados para verificar a adaptação dos cultivares na área, produtividade, teor de sólidos solúveis, acidez total do mosto, teores de antocioninas e de taninos e também a qualidade do vinho produzido com cada cultivar. (LIMA, 2007).

Maturação das Uvas

Outra pesquisa interessante sobre maturação das uvas de cepas de Tannat, Cabernet Sauvignon, Moscato

Cannelli, Chenin Blanc e Isabel é realizada pela Embrapa na Estação de Pesquisa Mandacaru. O laboratório de pós-colheita vem testando concentração de fenóis, ácidos, sólidos solúveis e síntese de pigmentos.

Irrigação, Carência Hídrica e Controle de Pragas

Na estação de pesquisa de Bebedouro, a Embrapa está testando manejo de irrigação com déficit controlado e com secamento parcial do sistema radicular em videiras Petite Syrah e Moscato Cannelli. Em termos da matéria-prima para a elaboração do vinho, quanto mais vigorosa a planta, menos qualidade tem a uva, ou seja, como diz Jean-Luc C. Trille, antigo Gerente da Ducos: “a planta tem que sofrer para a uva ser de boa qualidade na elaboração do vinho”. O controle de pragas através de manejo integrado da cultura tem sido também pesquisado pela empresa.

ii) Laboratório de Microvinificação

Na sede da Embrapa Semiárido, foi instalado um laboratório de microvinificação (vinícola-piloto) para monitorar a qualidade do vinho produzido na região e poder auferir a certificação de indicação de procedência. Esse laboratório contou para a sua construção com recursos da Finep e do ITEP (ALBUQUERQUE; RIBEIRO, 2007) e funciona nas suas instalações o Centro Tecnológico da Uva e do Vinho, cuja gestão é de responsabilidade da VinhoVasf. (ITEP, 2007).

iii) Capacitação de Pessoal

O esforço de capacitação de pessoal para atender a demanda da vitivinicultura local tem sido grande. O Centro Federal de Educação Tecnológica de Petrolina (Cefet) – Petrolina (INFORMAÇÃO..., 2008) criou em 2004 o Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia, com duração de três anos, para formar tecnólogos de nível superior nesta área de conhecimento. A primeira turma, de 2005-2007, começou com 34 alunos e formou 16. A perspectiva de trabalho desses tecnólogos é atuar no campo orientando cultivos de uva irrigada nas unidades industriais de fabricação de vinho, em hotéis, restaurantes e casas especializadas de revenda de vinhos. Dado o mercado para esses profissionais ainda ser restrito no território e pouco conhecido, o Cefet pretende suspender o vestibular a partir do ano

de 2008 por considerar que a demanda pela indústria local já está atendida. Contudo, não se tem pensado na possibilidade de capacitar mão-de-obra neste setor para atender outras regiões do país e do exterior, visto que os equipamentos para capacitação desse tipo de profissional estão disponíveis e ficarão ociosos.

A capacitação para o trabalhador da uva irrigada na agricultura familiar e empresarial tem sido promovida pelas empresas revendedoras de equipamentos de irrigação e insumos, pela própria Embrapa, pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e outras instâncias de governo e do setor privado. (SANTOS; VITAL, 200-). Contudo, o maior aprendizado vem da prática da atividade dentro das empresas e nos lotes dos colonos onde a transferência do conhecimento ocorre entre os trabalhadores mais experientes e os novatos. A especialização do trabalho em todos os níveis é uma característica dominante na viticultura irrigada desse território. Esse mesmo aprendizado ocorre dentro da indústria do vinho.

iv) Crédito Subsidiado

Neste campo, as ações importantes vêm sendo os financiamentos dos plantios de uva e de instalação das unidades industriais de fabricação de vinho com juros subsidiados pelos bancos oficiais – Banco do Brasil (BB), Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e o Banco de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O BNB, principal agente financeiro na área, é o operador do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE). O Fundo mantém programas de investimento para a agricultura irrigada e a agroindústria com taxa de juros de 6% a 14% ao ano, bônus de adimplência de 25% (área semiárida) e prazo de pagamento de até 12 anos. O BNDES, através dos programas de apoio ao desenvolvimento regional e a fruticultura, ambos com juros subsidiados, também está financiando empresas do setor, a exemplo da Fazenda Ouro Verde Ltda., de propriedade da Miolo – Lovara. As firmas, contudo, reclamam dos altos custos por hectare para implantação de novos parreirais, incompatíveis com os créditos oferecidos, em vista dos prazos para maturação das parreiras e o período de amadurecimento dos vinhos. (LIMA; CAMPOS, 2005).

v) Infraestrutura

Atendendo reivindicações dessa indústria, o governo do estado tem procurado melhorar o acesso às empresas, com a construção e inauguração em 2003 da rodovia estadual PE – 547, de 64km, margeando o rio São Francisco entre os municípios de Lagoa Grande e Santa Maria da Boa Vista. Essa rodovia, conhecida como estrada dos vermelhos, ou rota dos vinhos, tem facilitado o acesso e o desenvolvimento do enoturismo nas vinícolas localizadas nessa área. Em Lagoa Grande, no ano de 2006, o governo do estado pavimentou 11,4km de estrada carroçável que ligava o Distrito de Vermelho à PE-547. Esse investimento melhorou ainda mais o acesso às vinícolas. (SIEPE, 2008). Registra-se expansão da eletrificação rural e da telecomunicação na área. A Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero) procedeu a reformas no Aeroporto Senador Nilo Coelho, de Petrolina, transformando-o num aeroporto tipo exportador, com o aumento da pista de pouso e decolagem para 3.250 metros, o que permite o acesso de aeronaves com capacidade de até 110 toneladas. (FÓRUM CONTATO RADAR, 2008; BRASIL & AEROPORTO..., 2008). No aero-shopping está instalada uma revenda de vinhos regionais para atender os 170 mil passageiros que circulam durante o ano no aeroporto.

vi) Incentivo Fiscal

O desenvolvimento do SPL vitivinícola continua sendo meta prioritária para o governo de Pernambuco. Empresas vinculadas a essa atividade produtiva e instaladas no Sertão vêm recebendo incentivos fiscais da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco – AD Diper através do Programa de Desenvolvimento do Estado de Pernambuco⁶. Na zona do Sertão, a concessão de crédito presumido chega a 95% do imposto devido para vendas dentro da região Nordeste e mais 5% de crédito presumido cumulativo, quando as vendas forem para fora da região, podendo, assim, chegar a 100% de concessão fiscal. (AD DIPER, 200-). A vitivinicultura tem-se beneficiado dessa política, submetendo seus projetos industriais à AD Diper.

⁶ Lei estadual n. 13.280 de 17 de agosto de 2007.

A capacidade instalada das empresas que recebem incentivos fiscais é bem maior que a produção declarada (Tabela 7), existindo certa folga para crescimento da produção sem necessidade, no curto prazo, de se fazerem novos investimentos⁷.

vii) Divulgação, Eventos Promocionais e Enoturismo

Os vinhos do VSF têm sido amplamente divulgados pela mídia do país, com destaque para a mídia de Pernambuco e Bahia. Os eventos promocionais desse agronegócio são os concursos de vinhos, a divulgação em revistas especializadas e as feiras. A participação em concursos de vinho no país e no exterior tem sido importante para divulgar a qualidade do vinho do VSF, e as empresas têm contado para isso com recursos do WFB e dos governos de Pernambuco e da Bahia. (ABE, 2008). A premiação é proporcional à participação nos concursos: quanto maior a participação, maior o número de premiações recebidas. A qualidade do produto tem sido reconhecida entre os fabricantes e especialistas do mundo do vinho.

A Fazenda Ouro Verde Ltda., que detém a marca Terra Nova, teve premiados os vinhos: Cabernet Sauvignon/ Shiraz-2006 (Medalha de Prata na Vinandino-2007, Mendoza – Argentina), Shiraz (Medalha de Ouro no III Concurso Internacional de Vinhos do Brasil-2006, Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul), Moscadel-2003 (Grande Medalha de Prata na *Mundus Vini*-2006, Nestadtweinstrasse – Alemanha), Espumante Moscatel-2004 (Grande Medalha de Prata na *San Francisco International Wine Competition*-2005, San Francisco-EUA), Espumante Moscatel-2005 (Medalha de Prata na *Effervescents Du Monde*-2005, Dijon – France), *Moskadel*-2002 (Grande Medalha de Ouro na *Panama Vinos*-2003, Panama), *Cabernet Sauvignon/ Shiraz*-2002 (Medalha de Ouro na *Panama Vinos*-2003, Panama), Espumante Moscatel-2001 (Grande Medalha de Ouro na *Vinitaly*-2002, Verona – Itália).

A Vinícola Vale do São Francisco S.A, com a marca Botticelli, teve premiados os vinhos: Tanat Seleção

(Medalha de Prata na *Grand Hyatt – Wine Awards* - 2005, São Paulo-SP), o Moscato Canelli Seco-2004 – o mais representativo na categoria branco fino aromático – e o Chenin Blanc-2005 – vinho branco não-aromático selecionado –, ambos na Avaliação da Associação Brasileira de Enologia-2005, Bento Gonçalves-RS. *Ruby Cabernet* (1º lugar na 2ª Análise Regional de Vinhos do Clube dos Amigos do Vinho-PB, João Pessoa, 2006). Os vinhos da Botticelli têm sido indicados pela revista especializada *Vinho Magazine*.

A ViniBrasil, com as marcas Rio Sol, obteve importante prêmio para um de seus vinhos: Cabernet Sauvignon/Shiraz 2003 (Medalha de Ouro no II Concurso Internacional de Vinhos do Brasil-2004, Bento Gonçalves-RS). Além disso, em meados desse mesmo ano, a revista inglesa especializada *Decanter* premiou esse vinho com medalha de bronze na *Decanter World Wine Awards*.

No ano de 2007, a revista norte-americana *Wine Spectator*, na sua edição especial top100, que divulga e pontua os 100 melhores vinhos provados durante o ano, atribuiu 83 pontos ao Rio Sol, único vinho brasileiro a figurar nessa lista.

A Vitivinicultura Lagoa Grande Ltda., com a marca Garziera, teve premiado o Espumante Moscatel (Grande *Mensão na Vinitaly*-2005, Verona-Itália).

A Adega Bianchetti Tedesco tem para seus vinhos o selo IBD da Associação de Certificação Instituto Biodinâmico. Essa Associação certifica no país produtos orgânicos e biodinâmicos e tem reconhecimento internacional.⁸

Afora os concursos, foram realizadas diversas missões no exterior para participação de feiras, principalmente na Europa, com apoio do governo do Estado de Pernambuco para divulgação do vinho produzido na região.

Internamente, o principal evento promocional é a Festa da Uva e do Vinho do Nordeste, que acontece

⁷ Algumas dessas empresas, para aproveitarem a capacidade disponível de seus equipamentos, também produzem e fornecem vinho a granel para engarrafamento por outras empresas instaladas fora desse território, a exemplo da Engarrafadora Igarassu Ltda., que produz o conhecido Vinho Carreiro (de mesa) e está instalada há mais de vinte anos no Município de Igarapé-PE.

⁸ O Instituto Biodinâmico recebe auditoria do Departamento de Agricultura dos EUA e está recomendado pelo Programa Orgânico Norte-americano. Os produtos com certificado IBD são exportados para Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, EUA, França, Holanda, Japão, Reino Unido, Suécia, Suíça e Canadá. Disponível em: <<http://www.ibd.com.br/>>.

Tabela 7 – Empresas Vitivinícolas que Recebem Incentivos da AD Diper

Municípios	Empresas em Produção	Produto Principal	Capacidade Instalada (litros/ ano)
Sta Maria da Boa Vista	Vinícola do Vale do São Francisco S.A	Vinho fino	2.500.000
Lagoa Grande	Adega Bianquetti Tedesco Ltda.	Vinho fino	600.000
	Ducos Vinícola Com Ind.e Export. Ltda.	Vinho fino	400.000
	Vitivinícola Lagoa Grande Ltda. (Gaziera)	Vinho fino e suco de uva	6.000.000
	Vinhos do Brasil S.A (Vinibrasil) (*)	Vinho fino	7.000.000
Subtotal (A)			16.500.000
	Empresa Instala Sem Produção		
Petrolina	Indústria e Comércio de Bebidas Rodrigues e Silva Ltda. (Comary)	Vinho de mesa e outros produtos	24.000.000
Subtotal (B)			24.000.000
Total (A+B)			40.500.000
Sta Maria da Boa Vista	Empresas em Implantação		
	Farmfruit Agroind. S.A	Suco de uva (**)	7.500.000

Fonte: Dados de Janeiro de 2008 Fornecidos por AD Diper-Prodepe.

(*) A Vinibrasil adquiriu a Vitivinícola Santa Maria S.A. (vinagre de vinho e vinho fino), com capacidade instalada de 20.000.000 litros/ano. Não se sabe, todavia, se essas instalações estão sendo utilizadas.

(**) Diversificação da produção iniciada por empresas vinculadas a vitivinicultura. A referida empresa está com projeto para instalação da unidade industrial.

nos anos ímpares, no mês de outubro, no Município de Lagoa Grande-PE. Nesse evento, são desenvolvidas diversas atividades, como seminários, visitas técnicas e de enoturismo, exposição de uvas e vinhos, rodada de negócios e feira dos produtos típicos de municípios do Polo de Petrolina-Juazeiro. Da festa, participam mais de cinquenta mil pessoas. (VINHUVA FEST, 2007). Para melhorar o *marketing* e expandir os negócios em escala mundial, a vitivinicultura do Vale, através do Instituto do Vinho (Vinhovastf), passou presentemente a contar com o apoio do Núcleo de Gestão do Porto Digital.⁹ A Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur) está divulgando o vídeo Rota do Sertão do São Francisco – Roteiro do Vinho, para estimular o turista a visitar o local. A Associação Interestadual de Turismo, com atuação em Petrolina, Lagoa Grande e Santa Maria

da Boa Vista, mantém convênio com o Sebrae a fim de dinamizar o trade local e promover eventos para o crescimento do turismo nesses municípios. (SEBRAE, 2008c). Registra-se, portanto, um grande esforço do setor público para o desenvolvimento deste SPL.

3.5 – Efeitos Externos sobre o Setor Vitivinícola

Na política comercial externa, a recente valorização cambial em decorrência da desvalorização do dólar tem barateado os produtos de importação e encarecido os exportados. Nesta condição, aumenta a entrada de produtos fabricados no exterior substituindo produtos similares fabricados no Brasil, tendo efeitos negativos para o mercado de vinhos nacionais, incluindo os vinhos do VSF. Os excedentes de vinho na UE, Chile e Argentina estão sendo colocados a preços mais baixos no mercado nacional. As vendas do vinho nacional despencaram entre 2006-2007, passando, em milhões de litros, de 43 para 20,9, o que tem deixado o setor em alerta. A União Brasileira da Vitivinicultura (Uvibra), órgão nacional que representa a indústria do vinho,

⁹ O Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD) é uma organização da sociedade civil de interesse público, instalada há mais de sete anos na área portuária do Recife, sendo responsável pelo fortalecimento do sistema produtivo local de tecnologia da informação e comunicação. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/>>.

está reivindicando junto ao governo a aplicação de duas medidas: i) redução de impostos – Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Programa de Integração Social (PIS)/Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS),¹⁰ que estão em torno de 50% do valor de venda da garrafa de vinho (LIMA, 2006); e ii) aprovação no Congresso Nacional da Medida Provisória (MP) n. 413, que aumenta a taxa sobre produtos importados, incluindo os vinhos. (SEBRAE-RS, 2008c). Outro aspecto a ser considerado é o que se diz sobre a entrada irregular de vinhos importados pelas fronteiras do país, ampliando a competição assimétrica com o vinho nacional. No plano mundial, vem ocorrendo aumento dos plantios de uvas viníferas, da produção de vinhos e do consumo. A dinâmica desses crescimentos é que vai definir o comportamento do setor. Nesse aspecto, o consumo de bens substitutos, como cerveja, deve ser considerado para as análises de tendência do setor.

4 – PANORAMA DA VITIVINICULTURA DO VALE DO SÃO FRANCISCO

O Sistema Produtivo do Vinho do Vale do São Francisco está em processo de consolidação, embora em ritmo bastante modesto. Alguns fatores vêm contribuindo de forma positiva: i) disponibilidade de terras apropriadas ao cultivo irrigado de uva para vinho, com cinco safras a cada dois anos, ou seja, 1 ha cultivado na região tem produção equivalente a 2 ½ha cultivados na Serra Gaúcha, principal área produtora de vinho no país, o que demonstra ser uma vantagem reconhecida por todas as empresas do setor instaladas no Vale; ii) existir uma base tecnológica de produção irrigada consolidada onde a viticultura tem papel de destaque, sendo a uva o segundo produto com maior área irrigada; iii) existir pessoal disponível, qualificado e a baixo custo para atender as necessidades do setor; iv) existir uma cultura de produção de vinho trazida há mais de vinte anos por jovens imigrantes da região produtora de vinho do Sul do país e por europeus que se instalaram e permaneceram no VSF; v) existir disponível uma tecnologia de produção de vinhos jovens trazida da Califórnia – EUA e de domínio

¹⁰ IPI, PIS, Cofins e ICMS.

de enólogos radicados na área; vi) vir ocorrendo a entrada de capitais externos na atividade através de empresários que, após visitarem o Vale, resolveram investir na vitivinicultura, quer isoladamente quer através de consórcios, a exemplo da Miolo – Lovara, Ducos e Dão Sul; vii) algumas das empresas têm redes nacionais e internacionais de distribuição, o que vem facilitando a colocação do vinho do Vale em diversas praças; viii) vir recebendo forte apoio do governo, expresso em melhoria da infraestrutura rodoviária e aeroportuária, crédito subsidiado, incentivos fiscais, capacitação e sobretudo pesquisa e desenvolvimento; xi) ter uma forte organização e cooperação entre as firmas através de suas entidades de representação técnica e política, que buscam fortalecer essa indústria.

Contudo, o SPL do vinho do VSF tem encontrado ainda muitas barreiras para o seu crescimento: i) o mercado interno de vinho é concentrado no Sul e Sudeste onde são consumidos mais de sessenta por cento da oferta do produto nacional, uma vez que o vinho produzido e engarrafado no Nordeste é pouco conhecido; ii) a divulgação, apesar de ter melhorado com os *sites* das firmas, ainda é muito tênue e a resistência dos distribuidores é muito grande, que dão preferência por vinhos do Sul do país e importados, dominando agora os do Chile, da Argentina e da Itália, com preços baixos devido ao câmbio favorável; iii) havendo disponibilidade e preços acessíveis, o consumidor tem preferido comprar o vinho e/ou espumante importado, o que reflete uma posição até certo ponto preconceituosa de que o produto de fora é sempre melhor que o interno, mesmo sem que se saibam, na maioria dos casos, as condições como eles são produzidos; iii) outro aspecto relevante é ainda a falta de identidade do vinho do VSF, que só pode ser dada pelo registro de indicação geográfica, ativo intangível importante nesse agronegócio onde a marca do vinho passa a ser dada pela referência territorial.

Há, portanto, necessidade de direcionar esforços para superar os fatores limitantes ao desenvolvimento do SPL.

5 – MEDIDAS ESTRATÉGICAS SUGERIDAS PARA A VITIVINICULTURA DO VSF

Tomando como referência a síntese do diagnóstico realizado, foi possível propor medidas

estratégicas para fortalecer o SPL da vitivinicultura do VSF. (Figura 3). Algumas dessas medidas são direcionadas para o ambiente global, outras para o território e outras dirigidas para as empresas.

No ambiente global, para diminuir a crise interna do setor devido à queda nas vendas de vinho nacional no mercado interno, propõe-se ao governo: i) instituir um bônus temporário para equiparação de preços com vinhos importados e melhoria da concorrência, o que pode, talvez, ser mais fácil do que alterar os impostos; ii) monitorar o comportamento do consumo de vinho e dos principais bens substitutos no país; iii) promover campanhas de divulgação do vinho do VSF em todo o país e no exterior; e iv) instalar casas de vinho do VSF nas capitais do Nordeste com o apelo bairsta de ser vinho nordestino de qualidade.

No plano territorial, propõe-se: i) continuar a intensificar as ações para o reconhecimento de indicação geográfica – indicação de procedência e denominação de origem – para os vinhos do VSF, incorporando ao produto esse referencial de valor intangível; ii) integrar mais a atividade com outras complementares, como a produção de queijos de cabra para acompanhar o vinho; iii) incluir o enoturismo como mais um componente do turismo no meio rural, vinculado à paisagem sertaneja, à história dos municípios, à cultura, ao artesanato e ao meio ambiente, onde se destacam os passeios no Rio São Francisco; iv) introduzir e testar variedades de uvas viníferas e produzir novos vinhos; v) dado o fato de haver equipamentos disponíveis, tornar a área um centro de capacitação de profissionais em produtos da vitivinicultura para fornecer mão-de-obra qualificada nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país.

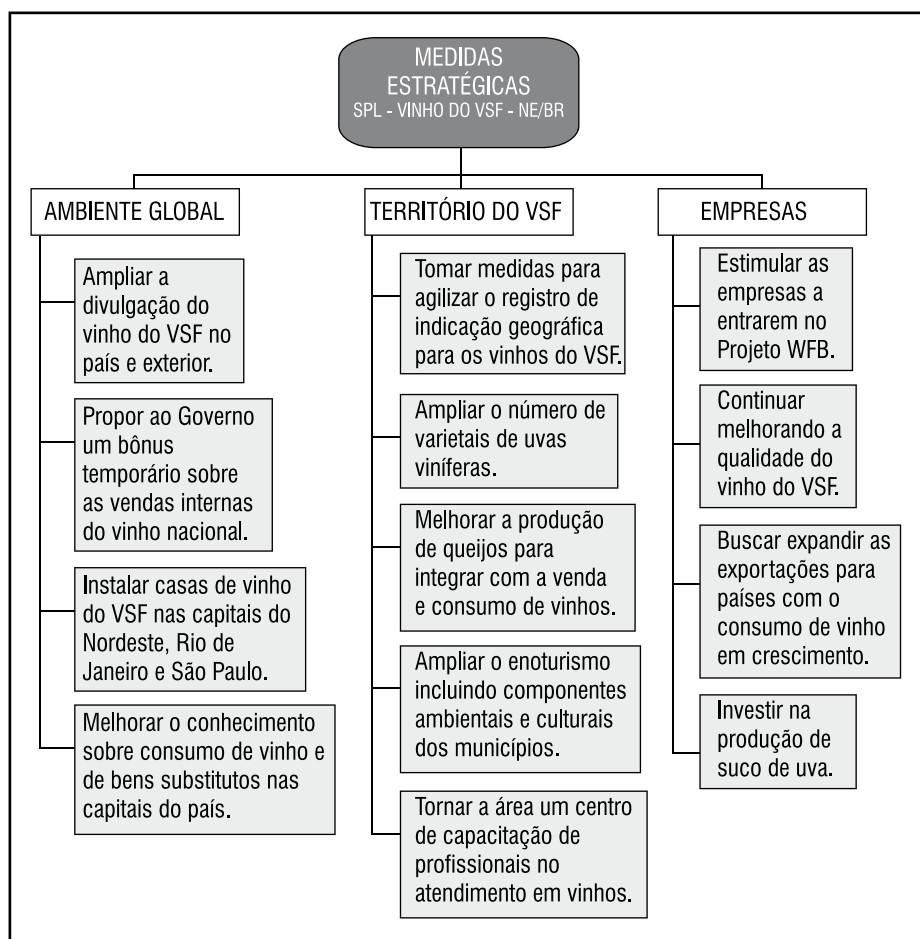


Figura 3 – Medidas Estratégicas para o SPL do Vinho do VSF – NE/BR

Fonte: Elaboração Própria do Autor.

No plano das empresas, a entrada em bloco no projeto setorial integrado *Wines From Brazil* daria mais condições de exportação do vinho do VSF, sobretudo, para onde o consumo está aumentando. A qualidade do produto deve continuar sendo melhorada e as empresas que têm projeto de diversificação produtiva devem observar as condições favoráveis da demanda no mercado de sucos de uva, o que justifica novos investimentos nessa área.

Apesar de o mercado de vinho ser bastante concorrencial, com uma atomização de produtos e marcas, é possível encontrar nichos de mercado para o produto regional, sobretudo quando atrelado a grandes redes de distribuição no país e no exterior.

Mantidas as condições atuais, o mais provável é que o SPL da Vitivinicultura do VSF continue crescendo devido à rede de sustentação local estabelecida entre os agentes vinculados ao setor. Outrossim, retomando seu enquadramento conceitual, esse SPL é do tipo área de especialização produtiva com certa cooperação entre as firmas e forte adoção de inovação tecnológica no processo de produção, distribuição e gestão empresarial.

ABSTRACT

This study presents the emergence, the evolution and the recent situation of wine in the Valley of San Francisco in northeastern Brazil. It also presents some data on the production, institutional and social organization in the territory, adopting as diagnosis method for this local productive system, the one suggested by the French school. It explains how this system has been expanded and is consolidating, due to the action of organized and cooperative companies producing wine among them and with other agents connected to the activity. It shows the recent situation and highlights the action of the public sector through the policies of human capital formation, subsidized credit, tax cuts, agro-industrial and agricultural research, improvement of support infrastructure to the production and marketing and promotional campaigns. The results highlight the trend of wine in the region and some pressure on the system, due to the fact that the conditions of the current situation are not very favourable to the wine culture in the country.

KEY WORDS:

Wine in the semi-arid. Productive System of Wine. Wine Culture in the Northeast of Brazil.

REFERÊNCIAS

- ABE. **Premiações**. Disponível em: <<http://www.enologia.org.br>>. Acesso em: 12 mar. 2008.
- AD DIPER. **Pernambuco**: incentivos. Recife, [200-].
- AIGRAIN, P. **Elements de conjoncture vitivinicole disponible début octobre 2007**. Paris: OIV, [200-]. Disponível em: <<http://www.oiv.int/fr/accueil/index.php>>. Acesso em: 12 out. 2008.
- ALBUQUERQUE, T. C. S. de; RIBEIRO, M. Seminário ressalta vantagens da produção de vinho no Vale do São Francisco. **Agronline**. Disponível em: <<http://www.agronline.com.br/agronoticias/noticia.php?id=366>>. Acesso em: 20 dez. 2007.
- AMORIM, M. A. et al. **A construção de uma metodologia de atuação nos Arranjos Produtivos Locais (APLs) no Estado do Ceará**: um enfoque na formação e fortalecimento do capital e da governança. Disponível em: <<http://www.ucdb.br/coloquio/arquivos/monica.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2008.
- AZEVEDO, B. Clusters: os distritos industriais em países em desenvolvimento. **Desenvolvimento em Questão**, ano 1, n. 2, p. 99-121, jul./dez. 2003.
- BNB. **Polo Integrado Petrolina/Juazeiro**: atuação inovadora potencializa desenvolvimento. [S.l.], 1998.
- BRASIL & o aeroporto de Petrolina. Disponível em: <<http://olhares.aeiou.pt/>>. Acesso em: 19 mar. 2008.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **O setor produtivo da viticultura, vinhos e derivados**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 22 abr. 2008.
- CABERNET SAUVIGNON WINE. **Find, compare and buy at bizrate**. Disponível em: <http://www.bizrate.com/buy/products_SEARCH_GO...>. Acesso em: 20 mar. 2008.
- CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. Uma caracterização

de arranjos locais de micro e pequenas empresas. In: LATRES, H. M. M. et al. **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

CASTELLUCCI, M. F. **OIV: statistiques mondiales**. Paris, 2005. Disponível em: <<http://www.oiv.int/fr/accueil/index.php>>. Acesso em: 15 abr. 2008.

CAVALCANTI, J. S. B. et al. Os trabalhadores no contexto da globalização dos alimentos. In: GT ANPOCS – TRABALHADORES, SINDICATOS E A NOVA QUESTÃO SOCIAL: SEMINÁRIO INTERMEDIÁRIO, 2003, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2003. Disponível em: <<http://sindicalismo.pessoal.bridge.com.br/Saleteinter03.rtf>>. Acesso em: 5 abr. 2008.

CAVALCANTI, J. S. B.; SILVA, A. C. B. da. **Globalização, estratégias produtivas e o trabalho de homens e mulheres na fruticultura de exportação: o caso do Vale do São Francisco**. Disponível em: <<http://168.96.200.17/ar/libros/pernambuco/glob.doc>>. Acesso em: 5 abr. 2008.

CLEMENTE, J. F. **Chile: regiões & uvas**. Disponível em: <<http://falandodevinhos.wordpress.com/2008/03/07/chile-regioes-e-uvas>>. Acesso em: 7 mar. 2008.

CONDEPE. **Perfil municipal**. Disponível em: <<http://www.condepefidem.pe.gov.br>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

COURLET, C.; AZEVEDO, B.; HAZAINI, A. **Propuesta estratégica y metodológica para la implementación del proceso de desarrollo local a Bariloche**: Provincia de Rio Negro, Argentina. Grenoble: Institut de Recherche Économique sur la Production et le Développement, [200-].

COURLET, C. et al. **Territoire et développement économique en Maroc: les cas systèmes productifs localisés**. Paris: L´Harmattan, 2006.

COURLET, C. **Territoires et régions: les grands oubliés du développement économique**. Paris: L´Harmattan, 2001.

FERRANTE, D. D. **Tinto no sertão**. Disponível em: <http://Olinpus.het.brown.edu/Zope/brownzilians/1076375852/index_html>. Acesso em:

26 jan. 2008.

FÓRUM CONTATO RADAR. **Petrolina: aeroporto tipo exportação**. Disponível em: <<http://forum.contatoradar.com.br/>>. Acesso em: 19 mar. 2008.

FRANÇA, F. M. C. **Documento referencial do Polo de Desenvolvimento Petrolina/Juazeiro**. Disponível em: <<http://www.bnb.gov.br>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

HOFFMANN, R. et al. **Administração de empresa agrícola**. 5. ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1987.

INFORMAÇÃO sobre IES: educação superior: cursos e instituições. Disponível em: <<http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

INVERTIA: o portal de economia e finanças do Terra: conversor de moedas. Disponível em: <<http://br.invertia.com/>>. Acesso em: 15 dez. 2007.

ITEP. **Difusão tecnológica: Núcleo de Gestão de Centros Tecnológicos**. Disponível

em: <http://www.itep.br/difisao_tcnologica/nct_difusao.asp>. Acesso em: 15 dez. 2007.

JC: São Francisco: empresa do Vale lança vinho para exportação. **Jornal do Commercio**, 25 abr. 2004. Economia, p. 2.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. Novas políticas na era do conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. **Revista Parcerias Estratégicas**, v.1, n. 17, p. 5-30, set. 2003. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist/artigos/LasCasParcerias.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

LIMA, J. P. R.; CAMPOS, L. H. R. C. **Iniciativas estratégicas para apoiar inovações no Nordeste**. Recife: INOVANORDESTE, 2005.

LIMA, M. A. C. Introdução de novas cultivares de uvas para vinhos finos no Submédio São Francisco. In: SEMINÁRIO DE VITINICULTURA, 5., 2007, Petrolina. **Anais...** Petrolina: Embrapa, 2007.

LIMA, R. C. **Perfil econômico e cenários de desenvolvimento para a cadeia produtiva de vinho e**

uva. Recife: PROMATA, 2006.

LINS, R. M.; VITAL, T. W.; MENELAU, A. S. Organização agroindustrial para a produção de vinhos finos na região do São Francisco, Sertão de Pernambuco.

Pesquisa Acadêmica CMARCR- UFRPE, Recife, v. 3, p. 101-126, 1996.

MACHADO, S. A. **Bate-papo programado:** arranjos produtivos locais. [S.l.]: IPT, 2003. Disponível em: <<http://www.ipt.br/tecnologia/chat/?ARQ=100>>. Acesso em: 27 mar. 2008.

MAGALHÃES, V. **Power point OIV:** word statistics. [S.l.], 2006.

MASIERO, L. **APEX-Brasil e Ibravin apresentam balanço do Projeto Setorial Integrado Wines from Brazil.** Disponível em: <http://www.apexbrasil.com.br/noticia_detalhe.aspx?idnot=1033>. Acesso em: 18 abr. 2008.

MELLO, L. M. R. de. **Atuação do Brasil no mercado internacional de uvas e vinhos:** panorama 2003. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 3 mar. 2008a.

_____. **Atuação do Brasil no mercado internacional de uvas e vinhos:** panorama 2004. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 4 mar. 2008b.

_____. **Atuação do Brasil no mercado vitivinícola mundial:** panorama 2005. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 4 mar. 2008c.

_____. **Atuação do Brasil no mercado vitivinícola mundial:** panorama 2007. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2008d.

_____. **Produção e comercialização de uvas e vinhos:** panorama 2003. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 3 mar. 2008e.

_____. **Produção e comercialização de uvas e vinhos:** panorama 2005. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2008f.

_____. **Viticultura brasileira:** panorama 2006. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2008g.

_____. **Viticultura brasileira:** panorama 2007. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2008h.

MONTAIGNE, E.; COUSINIÉ, P. Le marche mondial du vin en 2004. In: D´HAUTEVILLE, F. et al. **Bacchus 2005:** enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole. Paris: Dunod, 2004. 305 p. p 3-30.

PEREIRA, G. E. **VinhoVASF:** notas técnicas. Disponível em: <<http://www.vinhovsaf.com.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

PORTO digital: gestão. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/ctudo-porto-modelo.php>>. Acesso em: 15 dez. 2007.

PRIX vin, prix alcool: vins au catalogue. Disponível em: <http://75cl.com/resultats_d_une_recherche.htm?prixmax=5&prixmax=10>. Acesso em: 20 mar. 2008.

ROYAUME DU MAROC-MATEE. **Étude sur le développement des bassins d´emploi:** cas des systemes productifs localisés (SPL) ou Maroc: rapport de synthèse finale. [S.l.], 2005.

SAMPAIO Y. et al. Agricultura irrigada no Polo Petrolina–Juazeiro: impactos dos investimentos públicos e privados. In: SAMPAIO, E. V. S. B.; SAMPAIO, Y. (Org). **Ensaio sobre economia da agricultura irrigada.** Fortaleza: BNB, 2004. p. 27-186.

SANTOS, C. S.; VITAL, T. W. **A viticultura no Vale do São Francisco e seu capital humano.** [S.l.]: UFRPE, [200-]. Mimeografado.

SEBRAE. **Arranjos produtivos locais.** [S.l.], [200-]. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>>. Acesso em: 10 mar. 2008a.

_____. **Turismo.** Petrolina, [200-]. Disponível em: <<http://www.pe.sebrae.com.br>>. Acesso em: 24 abr. 2008b.

_____. **Viticultura:** dólar em queda derruba venda de vinho brasileiro. Porto Alegre, [200-]. Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/>>. Acesso em: 24 abr. 2008c.

SIPE. **Obras de infraestrutura incrementam o sertão do São Francisco**. Disponível em: <www.infra.pe.gov.br>. Acesso em: 19 mar. 2008.

SILVA, C. M. Exportação de vinhos brasileiros: um breve histórico. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 7 mar. 2008.

SKORONSKI, E. et al. **Produção de bebidas por fermentação**: vinhos e cervejas. Florianópolis. UFSC, 2004. Disponível em: <http://www.enq.ufsc.br/labs/probio/disc_eng_bioq/trabalhos_pos2004/vinho_cerveja/>. Acesso em: 5 abr. 2008.

SOUZA, A. F. de. Estados Unidos ultrapassam a França no consumo de vinho: produtores nacionais estavam preparados e exportam cada vez mais para a América. **Diário Econômico**, 31 jan. 2007. Disponível em: <<http://www.vinhos.online.pt/>>. Acesso em: 16 abr. 2008.

TCHUBUKOVA, D. **Estudo vinhos**: Rússia. Disponível em: <www.missaorussia.gov.pt/ResourcesUser/ARussiaMais/Vinhos.doc>. Acesso em: 20 abr. 2008.

TONIETO, J. **Afinal o que é Terroir?**. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

TONIETO, J.; ZANUS, M. **Indicações geográficas de vinhos finos do Brasil**: leis e normativas para reconhecimento. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br>>. Acesso em: 20 abr. 2008.

VALE do São Francisco: produtores de uvas refazem os projetos: videiras destinadas à produção de vinhos ganham espaço nas lavouras. Disponível em: <<http://www.ruralnet.com.br/>>. Acesso em: 16 mar. 2008.

VALEXPORT. **GVV**: Grupo do Vinho do Vale. [S.l.], [200-]. Disponível em: <http://www.valexport.com.br/cam_gvv.htm>. Acesso em: 10 fev. 2008.

VALEXPORT: há 19 anos unindo forças para o desenvolvimento do Vale do São Francisco e da fruticultura brasileira. [S.l.], [200-].

VINHOVASF. **Histórico**. Disponível em: <<http://www.vinhovASF.com.br>>. Acesso em: 18 abr. 2008.

VINHUVA FEST: FEIRA DO VINHO E DA UVA DO VALE

DO SÃO FRANCISCO, 5., 2007, Lagoa Grande. **Anais...** Lagoa Grande, 2007.

VITAL, T. W.; MORAES, F. R.; FERRAZ, F. Z.E. Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: um arranjo produtivo em expansão. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto, 2005.

WINE PRICES: wine prices. Disponível em: <http://www.nissleywine.com/wine_Prices.htm>. Acesso em: 20 mar. 2008.

Recebido para publicação em: 18.08.2008