

### SETOR DE VINHOS

O setor de vinhos brasileiro apresenta uma característica marcante diferente de outros mercados de vinhos. Para fazer algum relato sobre a cadeia de vinhos deve-se caracterizar que o mercado estrangeiro somente aceita produtos originários da variedade de uvas finas (*V. vinifera*), já no Brasil, aceita-se produtos originários das variedades americanas e híbridas (*V. labrusca*) e (*V. bourquina*) e híbridos interespecíficos. Segundo José Fernando da Silva Protas(1) e Loiva Maria Ribeiro de Mello (2) o mercado brasileiro de vinho apresenta uma dualidade.

Desde a abertura de mercado brasileiro ao exterior promovida pelo ex-presidente da República Fernando Collor de Mello em 1990, o brasileiro consumidor de vinho passou a ficar mais exigente. Com isso o segmento de vinhos finos nacional ficou concorrido, registrando taxas significativas na importação.

A participação de vinhos finos importados passou de 19,4% para 48,7% entre 1993 e 2002 e houve uma queda no consumo de vinho fino nacional de 45% Entre 1997 e 2002.

Caminhando em direção contrária, estão os vinhos espumantes, com incremento de comercialização de 2.768% (tipo moscatel). Estes poderão aumentar a balança comercial da cadeia vinícola no mercado exterior. Porém, deve haver um esforço de marketing forte nos países-alvo.

Alguns produtores relatam que um dos grandes problemas do setor de vinhos está relacionado com os impostos em cascata que arrematam 40% do valor enquanto na Argentina, Chile e Uruguai este valor se situa na casa dos 20% além, é claro, dos subsídios concedidos pelos países produtores.

Quanto ao vinho de consumo corrente tem tido um crescimento equilibrado. Isto ocorre por três motivos:

- poder aquisitivo da população;
- facilidade na obtenção deste vinho no comércio e
- preferência do consumidores por vinho colonial.

### SETOR DE SUCOS

Segundo os técnicos da Embrapa Uva e Vinho houve um crescimento na ordem de 83% na comercialização do suco simples e uma certa estabilidade na do suco concentrado no período analisado de 1997 a 2002. Com efeito, o suco concentrado tem seu alvo no mercado externo.

O consumo "per capita" de suco no Brasil é de apenas 0,35 litros /ano. Por conseguinte, ocorre expansão de mercado efetivando dois novos pólos de produção de uva e sucos, notadamente no município de Nova Matum - MS e em Rolândia - PR. Importante comentar que o consumo "per capita" de suco no Brasil é de apenas 0,35 litros /ano.

### **CONSUMO DE UVA "IN NATURA"**

A oscilação de demanda e a alta produção de uva de mesa pressionam os preços para baixo. Além disto a produção das cultivares Niagara rosada que antes era apenas plantada no Rio Grande do Sul passou para outras regiões do Brasil alterando a produção.

Como desafio no Brasil e a Embrapa tem que desenvolver variedades de uvas sem caroço, diga-se de passagem a Embrapa já realiza pesquisas e, ordenar o mercado através da Produção Integrada de Frutas e da Produção Orgânica já que o mercado externo exige este diferencial.

*(1) Economista., Dr., Embrapa Uva e Vinho, Bento Gonçalves, RS.*

*(2) Economista., M.Sc., Embrapa Uva e Vinho, Bento Gonçalves, RS*

### **NOVO PÓLO DE TECNOLOGIA PARA PRODUÇÃO DE VIDEIRAS**

De acordo com Josemar Bannach Fonseca (3) a região conhecida como Campos de Palmas tem um grande potencial para a exploração de frutas de clima temperado. Dentre estas culturas, a videira vem chamando a atenção dos produtores locais. Josemar conhecedor das características edafoclimáticas da região, acredita que com investimento, pesquisa, tecnologia e extensão pode-se desenvolver a uva na região de Palmas.

Visando isto, ocorreu com grande sucesso no dia 17/10/2003 o **III Seminário Estadual de Fruticultura - Tecnologia para a produção de Videira em Palmas - PR.**

*(3) Eng. Agrônomo - SEAB/DERAL*