

# A VITIVINICULTURA DO RIO GRANDE DO SUL E A INTEGRAÇÃO ECONÔMICA BRASIL – ARGENTINA<sup>1</sup>

BARTHOLOMEU E. STEIN NETO<sup>2</sup> e VALTER JOSÉ STÜLP<sup>3</sup>

**RESUMO** – O estudo analisa os efeitos sobre a vitivinicultura gaúcha da integração do Brasil com a Argentina. Este país é um dos maiores produtores de vinho do mundo. Uma conclusão é a de que os vinhos comuns argentinos têm potencial de dominar até 85% do mercado de vinhos comuns do Brasil. Como consequência, a redução no emprego de mão-de-obra usada na produção de uva poderia chegar a até 40%. Como efeitos positivos cita-se reduções de até 30% no preço do vinho a nível de consumidor e uma maior diversificação do produto para sua escolha. O estudo conclui ainda, através da teoria dos jogos, que a estratégia de colocação de vinhos finos brasileiros no mercado argentino seria uma das melhores para o Brasil.

**Termos para indexação:** integração econômica, vinho, competitividade, estratégia de mercado.

## THE WINE SECTOR IN RIO GRANDE DO SUL STATE AND THE ECONOMIC INTEGRATION BETWEEN BRAZIL AND ARGENTINA

**ABSTRACT** – This study analyzes the economic effects of the economic integration between Brazil and Argentina on the wine sector in Rio Grande do Sul. Argentina is one of the world greatest wine producers. One conclusion of the study is that Argentina could dominate up to 85% of the Brazilian market of lower grade wines. As a result, labor employed in the grape production could be reduced up to 40%. On the other hand, as a positive effect, the Brazilian wine consumer could get a price reduction of up to 30% and could reach a greater variety of products. Game theory has been used to analyze market strategies for the Brazilian and Argentinian wine sectors. The results show that selling higher quality white wines in the Argentinian market can be one of the best strategies for Brazil.

**Index terms:** economic integration, wine, competitiveness, market strategies

## INTRODUÇÃO

As negociações visando à integração econômica entre os países do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) despertam o interesse pela discussão sobre quais setores destas economias serão afetados, positiva ou negativamente, e de que forma ocorrerão estes efeitos.

O processo de integração econômica tem efeitos diferentes na agricultura e na indústria, pois estão envolvidas de forma mais marcante variáveis sociais e culturais, além das econômicas.

---

<sup>1</sup> Recebido em 13/5/91.

Aceito para publicação em 10/12/91.

<sup>2</sup> Eng. Agr., MS, Assessor Econômico da Sadia. Rua Sen. Atílio Fontana, 86 - Concórdia, SC.

<sup>3</sup> Eng. Agr., PhD, Professor IEPE/UFRGS. Av. João Pessoa, 31 - Porto Alegre, RS.

Insere-se neste contexto a vitivinicultura – exploração colonizadora e perene por excelência, que implica em valores culturais e posturas arraigadas por parte dos agricultores.

A Argentina tem sua importância na vitivinicultura reconhecida no mundo inteiro. Produz quase dez vezes o volume médio produzido no Brasil (em uvas e vinhos), com altos índices de produtividade por área e com baixos custos médios de produção.

Mendoza e San Juan são as províncias que concentram a produção argentina. Perfazem cerca de 90% da produção total do país. As áreas de cultivo estão localizadas em região semi-árida, irrigadas pelas nascentes andinas.

A vitivinicultura argentina é uma agroindústria importante e tradicional, sendo a terceira maior do país e colocando-se entre as cinco maiores produções de vinho do mundo. Conta com cerca de 2.000 estabelecimentos industriais, que têm capacidade de engarrafamento superior a 5,7 bilhões de litros por ano (Solonet 1987). Na Argentina todo o vinho é produzido com uvas viníferas.

O comportamento do mercado consumidor, ao contrário do da produção, cria limitações sérias a esta indústria e coloca o setor frente a uma crise quase permanente de excedentes de oferta.

Embora seja um dos países de maior consumo per capita do mundo, estas cifras, que chegaram a 90 litros por ano entre 1964 e 1971, situaram-se abaixo dos 60 litros em 1985.

O setor vitivinícola brasileiro experimentou um forte crescimento no período considerado neste trabalho, que vai de 1969 a 1987, com o apoio da proteção governamental contra a competição externa, na forma de restrições quantitativas e taxações sobre importações. Agora enfrenta a possibilidade de concorrer dentro do seu mercado doméstico com um dos maiores produtores de vinho do mundo.

No Brasil a produção de uvas e vinhos é basicamente concentrada na região colonial italiana, na Microrregião Homogênea de Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul. É caracterizada pela pequena propriedade familiar, sobre solos de relevo acidentado e com um clima que não é o mais propício para a cultura da uva. Os resultados são baixa produtividade por área e altos custos médios de produção.

Assim questiona-se se a produção de uvas e vinhos do Rio Grande do Sul pode competir economicamente com a Argentina, para o atendimento do mercado brasileiro, e de que forma poderá responder à nova situação de mercado.

## CARACTERÍSTICAS DA VITIVINICULTURA DO RIO GRANDE DO SUL

A produção de uva do Rio Grande do Sul prepondera sobre a dos demais estados. Tanto em número de produtores como em área plantada e quantidades produzidas, representa cerca de dois terços do total (EMBRAPA 1986). A produção de vinhos e mostos do Rio Grande do Sul corresponde a aproximadamente 90% do total nacional (EMBRAPA 1988).

Como resultado do excesso de chuvas e da umidade constante verificada na região produtora, principalmente no verão, a uva sofre de duas formas: uma pela intensidade e grande ocorrência de problemas fitossanitários (EMBRAPA 1983B; Mattuella & Rohr 1985); a outra pela diminuição da qualidade físico-química da fruta para a vinificação, pela redução do teor de açúcar e o aumento da relação ácido/açúcar (Chauvet & Reyner 1984).

Como os defeitos da uva são passados ao vinho, que dela se origina, os vinhos brasileiros demandam correções no mosto. Isto faz aumentar os custos industriais e implica na perda de qualidade e pureza do produto.

Nesta região são frequentes as geadas fora de época, o que contribui para a diminuição da produtividade dos parreirais e para o aumento dos custos médios de produção.

Quanto ao tipo de uva plantado destacam-se as uvas americanas e os híbridos. Em um levantamento amostral realizado em 1985, a EMBRAPA (1987) indica que estas representam 66,84% da área plantada no total da amostra (dos municípios de Bento Gonçalves e Flores da Cunha). Os restantes 33,16% da área são cobertos por parreirais de uvas viníferas.

A preferência dos agricultores pelas uvas comuns prende-se à menor necessidade de tratamentos fitossanitários e maior produtividade física por área (EMBRAPA 1987). A desvantagem da produção de uva comum reside no fato de que ela não se presta para a produção de vinhos mais valorizados, os vinhos finos, o que resulta em menor remuneração ao produtor.

A produção de uvas dá-se quase exclusivamente através do trabalho familiar, e as propriedades vitivinícolas são bastante especializadas. A atividade vitivinícola responde por 79,31% do valor bruto da produção e 89,40% das receitas destas propriedades na região de Caxias do Sul (EMBRAPA 1987).

Quanto ao consumo de vinho no Brasil, uma característica é a diferenciação regional. Apenas três estados – São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro – consomem 75% dos volumes comercializados pelo Rio Grande do Sul (EMBRAPA 1988).

## MÉTODO

O cenário de análise é o ano de 1998, que era a data inicialmente prevista para a integração entre Brasil e Argentina. Não se antecipou o cenário para 1995 por dois motivos:

- a) 3 ou 4 anos é um prazo exíguo para ajustes no setor vinícola;
- b) por ocasião da antecipação da data de integração, o trabalho original já estava adiantado.

Descrevem-se inicialmente as condições de oferta de uva e seus derivados consideradas neste estudo.

A oferta de uvas restringe-se à produção do Rio Grande do Sul. A área plantada foi determinada com base na produtividade por hectare de cada um dos grupos de uva e nas quantidades demandadas previstas para 1998.

Considerou-se, portanto, que a longo prazo a área de vinhedos se ajuste à quantidade demandada do produto.

Não foi considerada restritiva a disponibilidade de mão-de-obra, porque os dados disponíveis mostram que há subemprego na atividade (EMBRAPA 1987). A remuneração da mão-de-obra foi incluída no custo de produção da uva.

Como as condições de relevo da região produtora não permitem a mecanização, a não ser das tarefas de transporte, a disponibilidade de capital máquinas também não foi considerada restritiva. A remuneração do capital empregado foi incluída como um dos componentes do custo de produção da uva, de acordo com o procedimento de Mattuella & Rohr (1985).

A renda da terra não foi incluída no custo de produção da uva, sendo a remuneração deste fator considerada como residual.

Os seis produtos considerados isoladamente, ou seja, os vinhos finos branco e tinto (de viníferas), os vinhos comuns branco e tinto, o vinagre e o suco de uva, tiveram os seus custos de produção, coeficientes técnicos e taxas de crescimento das quantidades demandadas considerados independentes.

Foi ainda considerado um destino geral para os produtos da uva comum, que constituem o item "outros produtos". O consumo doméstico das uvas e a venda para o consumo *in natura* foram incluídos no item "outros produtos". Para a uva vinífera considerou-se apenas o destino industrial de vinificação.

Como custos de colocação no mercado, além do transporte, foi considerada uma carga fiscal, representada por uma percentagem fixa (25%) do

preço final ao consumidor.

Como regiões consumidoras foram tomados os três maiores mercados de vinho do Rio Grande do Sul, em termos de quantidades físicas, que são: São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro, além de um mercado consumidor que representa o resto do consumo brasileiro.

A participação relativa de cada região consumidora no mercado físico total foi tomada como fixa e igual à média da participação no triênio 1985-1987.

Considerou-se a oferta de vinhos da Argentina para o Brasil como perfeitamente elástica, dado a sua produção ser cerca de dez vezes a produção brasileira em volume físico. Os preços considerados foram os preços FOB dos produtos no porto de Buenos Aires, derivados de uma série de exportações para diferentes países.

Os produtos considerados foram os vinhos finos tinto e branco e os vinhos de mesa tinto e branco. Do mesmo modo que para os vinhos brasileiros, os vinhos argentinos enfrentam custos médios de transporte diferenciados por destino. A carga fiscal sobre os preços aos consumidores foi tomada como igual à que incide sobre os produtos brasileiros.

Estabelecidas as condições de oferta, procedeu-se à previsão do consumo dos diferentes produtos derivados da uva no mercado brasileiro para 1998. Esta previsão é realizada com base em dados históricos de 1969 a 1987 e usando a função:

$$J = Ae^{(rt)}$$

Optou-se pela determinação das taxas de crescimento em lugar de estimativas de efeitos renda e preço sobre a demanda, porque os hábitos dos consumidores brasileiros estão em processo de mudança. Nos dados de EMBRAPA (1986), 1988), aparece nitidamente o aumento do consumo *per capita* e a substituição dos vinhos comuns pelos vinhos finos.

A análise consiste na comparação de uma situação inicial de equilíbrio, em que a oferta de produtos da uva do Rio Grande do Sul abastece o mercado brasileiro de forma exclusiva (mercado fechado), com a situação representada pela abertura do mercado brasileiro aos produtos argentinos (mercado integrado).

Para cada uma das situações estimaram-se os níveis de produção de uva e derivados no Rio Grande do Sul, a oferta da Argentina e os fluxos de produtos para as diversas regiões de consumo que minimizassem os custos totais de produção, transporte e comercialização e atendessem às demandas nas

várias regiões de consumo do mercado brasileiro. O modelo analítico foi de programação linear, conforme procedimento de Balassa (1977).

Como complemento à análise foram testadas diferentes estratégias de mercado, considerando os setores vitivinícolas do Brasil e da Argentina como numa situação de duopólio no mercado brasileiro, via teoria dos jogos (Chiang 1982). Testaram-se dois cenários de jogos, o primeiro com a possibilidade de colocação de um tipo de vinho brasileiro no mercado argentino, e o segundo sem esta possibilidade.

Todas as estratégias analisadas foram escolhidas por terem sido discutidas por técnicos do setor, por manifestação direta (ac autores) ou nos meios de comunicação. Algumas destas estratégias já são empregadas atualmente, como a exportação de vinhos finos brancos brasileiros para a Argentina e o aumento de produção de suco de uva concentrado. Ainda outras são referidas ou apontadas em diversos artigos sobre a vitivinicultura.

As estratégias do setor vitivinícola brasileiro são:

1. Indiferença às novas situações de mercado (BR1).
2. Aposta no aumento de participação no mercado de outros produtos da uva. Este aumento se daria pelo incremento das quantidades consumidas de suco de uva concentrado. A produção brasileira, supôs-se, atenderia completamente ao mercado (BR2).
3. Aumento da participação dos vinhos brancos finos no mercado de vinhos finos, deslocando os vinhos finos tintos aos preços correntes (BR3).
4. A suposição de que uma diminuição, em média, 20% nos preços dos outros produtos da uva comum levaria a um aumento de 40% nas quantidades consumidas, o que se daria principalmente em função dos sucos de uva (BR4).
5. Tentativa de abertura de uma "brecha" no mercado argentino de vinhos finos brancos (jovens), que significaria uma ampliação de dez por cento no mercado de vinhos finos brancos brasileiros, mas menor do que dois por cento no mercado correspondente da Argentina (BR5).
6. Tentativa de abertura de um novo mercado, com o lançamento de um vinho tinto de viníferas "de mesa", a preços mais baixos que os vinhos finos tintos tradicionais (BR6).

As estratégias outorgadas ao comportamento da indústria argentina no mercado brasileiro são:

1. Indiferença às novas situações de mercado (AR1).
2. Diminuição de 15% nos preços dos vinhos tintos e a conseqüente tomada dos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro e do resto do Brasil (AR2).

3. Suposição de que uma diminuição de 15% no preço possibilite a tomada de 25% do mercado total de vinhos finos brancos (AR3).
4. Aposta de que os sucos de uva naturais argentinos podem tomar até 25% do mercado de suco de uva natural brasileiro, aos preços correntes de mercado (AR4).
5. Lançamento de um produto no mercado que venha tomar espaço tanto dos vinhos comuns como dos vinhos finos. Esta especulação se dá por serem os vinhos de mesa argentinos produzidos de uvas viníferas e terem em geral alto padrão de qualidade, a um preço bastante baixo em termos internacionais (AR5).
6. Tomada de dez por cento do mercado de outros produtos da uva. A Argentina também aposta no mercado de "cooler" e outros frisantes derivados da uva (AR6).

### ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES CONSUMIDAS

A Tabela 1 apresenta um resumo dos resultados da análise das taxas de crescimento, com base nas séries históricas de consumo dos diversos produtos.

As quantidades totais cresceram à taxa anual média de 4,35% e à taxa per capita de 2,07% no período de 1969 a 1987. Desta forma o setor vitivinícola do Rio Grande do Sul experimentou crescimento positivo no período, ao contrário do que ocorreu na Argentina e em outros países vinícolas.

Foram estimadas taxas em separado para os dois tipos de vinho. Para os finos a taxa encontrada foi de 14,38% e para os comuns de 3,59%. É marcante o incremento de consumo dos vinhos finos, o que concorda com a tendência observada em outros países (Anzorena 1987).

### RESULTADOS DA ANÁLISE

O principal resultado encontrado na comparação entre as duas simulações, uma com o mercado fechado e a outra com o mercado integrado, é o de que os vinhos comuns argentinos têm o potencial de dominar 85% do mercado físico deste produto no Brasil, dados os seus preços menores.

As quantidades ofertadas pela Argentina, que entrariam no mercado brasileiro em 1998, são de 22,629 milhões de litros de vinhos comuns brancos e de 157,555 milhões de litros de vinhos comuns tintos. Estes valores correspondem a 84,30% do mercado físico de vinhos comuns e de 42,42% do mercado físico total.

**TABELA 1. Resultados da análise das taxas de crescimento (anos 1969 a 1987)**

Produtos	Parâmetros A (litros)	r	CD	F
Vinho fino branco	2.591.610	0,1266633	0,9463894	300,101
Vinho fino tinto*	1.337.802	0,1345743	0,9503978	172,443
Vinho comum branco	8.673.648	0,0376583	0,3602596	9,573
Vinho comum tinto	81.823.905	0,0275334	0,5238189	18,701
Vinagre	1.116.903	0,0496610	0,5914755	24,613
Suco de uva	3.337.992	0,0335785	0,2650011	6,129
Vinhos finos (agregado)	3.625.852	0,1437750	0,9596863	404,693
Vinhos comuns (agregado)	93.297.138	0,0358931	0,6759813	35,466
Suco concentrado*	297.635	0,1819670	0,5882452	20,515
Total de sucos	3.029.566	0,0804941	0,6840064	36,799
Derivados**	10.796.580	0,0123871	0,1660222	3,384
Vinhos (agregado)	102.974.300	0,0439173	0,7746873	58,451
Outros produtos	13.816.305	0,0381269	0,5948725	24,962
Total	116.722.514	0,0435526	0,8105818	72,748

\* Série histórica diferente, de 1975 a 1986, para os vinhos finos tintos, e de 1972 a 1987 para o suco de uva concentrado.

\*\* Os produtos são compostos, mistelas, Jeropiga, filtrado doce, frisantes, espumantes e licorosos.

“r” É a taxa de crescimento e não o coeficiente de regressão. O coeficiente de determinação (usualmente designado “r<sup>2</sup>”) é simbolizado por “CD”, para evitar-se confundir com a taxa “r”.

Os resultados do teste “F” apontam apenas para o suco de uva e os derivados resultados não significativos a nível de 1% (pequena aderência da função de crescimento estimada com os dados históricos).

“A” é o consumo em 1968 (ano zero).

Fonte: Cálculos dos autores sobre dados da EMBRAPA (1986, 1988).



Os resultados desta análise geram a seguinte estimativa de composição de mercado para o ano de 1998 (Tabela 2), construída com base nas quantidades previstas e a sua distribuição entre os centros consumidores, mantida a atual participação de cada um destes no consumo nacional.

**TABELA 2. Consumo total e participação percentual dos produtos e dos centros consumidores no mercado consumidor brasileiro (estimativas para 1998, em porcentagens do volume físico).**

Produto	Destino	Rio Grande do Sul	São Paulo	Rio de Janeiro	Demais estados	Soma
Vinhos						
fino branco		4,28	13,17	2,94	6,87	27,26
fino tinto		0,85	2,59	0,58	1,34	5,36
comum branco		0,99	3,05	0,68	1,59	6,31
comum tinto		6,91	21,25	4,75	11,09	44,00
Vinagre		0,14	0,42	0,09	0,22	0,87
Suco de uva		0,26	0,81	0,18	0,42	1,67
Outros		2,28	7,02	1,57	3,66	14,53
Total		15,71	48,31	10,79	25,19	100,00

Fonte: Resultados da pesquisa.

É importante observar que é justamente no mercado de vinhos comuns que a Argentina vem enfrentando as piores dificuldades de excedentes de produção. E é a principal parcela de mercado do Brasil, em termos de quantidade.

A substituição do consumo de vinhos comuns brasileiros por vinhos argentinos resulta numa diminuição de preços a nível de consumidor, na diminuição da produção brasileira de vinhos comuns e, por conseqüência, da procura por uvas comuns. A redução de preços ao consumidor está apresentada na Tabela 3.

Estes preços correspondem aos custos de produção e transporte dos diversos produtos, não incluindo porém as margens efetivamente praticadas pelos agentes econômicos.

Para os vinhos finos esta diminuição dos preços é resultado de haver

**TABELA 3. Preços dos produtos vinícolas a nível de consumidor (Cruzeiros de setembro 90/litros).**

Produto	Destino	Rio Grande do Sul		São Paulo		Rio de Janeiro		Demais estados	
		F	I	F	I	F	I	F	I
<b>Vinhos</b>									
fino branco		93,62	71,62	100,56	78,57	104,03	82,03	106,09	84,09
fino tinto		90,72	69,40	97,13	76,13	100,80	79,49	102,80	81,48
comum branco		53,19	38,18	60,16	45,14	63,64	48,62	65,70	50,69
comum tinto		51,35	36,86	58,07	43,58	61,43	46,94	63,42	48,93
Vinagre		44,00	44,00	50,72	50,72	54,08	54,08	56,07	56,07
Suco de uva		43,26	43,26	49,98	49,98	53,34	53,34	55,34	55,34

F = mercado fechado.

I = mercado integrado.

Fonte: Resultados da pesquisa.

etapas na produção industrial que são compartilhadas com a produção de vinhos comuns, como o recebimento da uva e a estrutura de engarrafamento.

Estes preços são “preços-piso”, pois o modelo considera a demanda por vinhos inelástica. Isto significa que com uma demanda mais elástica a redução de preços não seria tão acentuada.

Em relação à viticultura a integração econômica com a Argentina apresenta efeitos negativos. Mesmo que não se tenha avaliado as alterações de preços das frutas, há uma diminuição na produção física de uvas comuns, e na realidade no seu preço. A redução da produção de uvas comuns pode chegar a 67%.

Esta retração tem efeitos sobre diversos aspectos ligados a ela, como a área plantada, o valor bruto da produção (ou seja, renda agrícola) e o emprego de mão-de-obra. Esta seria reduzida em até 40%, como consequência da entrada do vinho argentino no mercado brasileiro.

A matriz de pagamentos (Tabela 4), organizada para a avaliação das estratégias, mostra as porcentagens das receitas totais da comercialização dos produtos vinícolas no Brasil que caberiam ao setor vitivinícola brasileiro. Os complementos representam as frações destas receitas, que corresponderiam aos produtos argentinos.

As receitas totais são uma aproximação, construída com os valores das quantidades físicas comercializadas multiplicadas pelos preços de cantina, considerando-se as variações de preços incluídas em cada estratégia.

As estratégias brasileiras estão expressas nas colunas e as argentinas nas linhas.

**TABELA 4. Matriz de pagamentos do jogo de estratégias.**

	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BR6
AR1	65,15	65,56	65,15	65,34	66,62	67,07
AR2	58,55	59,55	58,94	58,79	60,31	60,44
AR3	52,71	53,30	52,25	53,00	56,33	54,76
AR4	64,88	65,29	64,88	65,07	66,35	66,80
AR5	60,59	61,05	61,27	57,75	62,24	62,51
AR6	64,68	64,69	64,68	65,88	66,17	66,60

Fonte: Cálculos dos autores.

A situação inicial de estratégias nulas ou indiferentes indica uma distribuição de receitas totais do mercado integrado de vinhos e derivados do

Brasil de 65,15% para o produtor brasileiro e de 34,85% para o argentino. Ou seja, é a distribuição das receitas que aconteceria com a simples abertura de mercados, sem qualquer procedimento especial de uma ou outra parte.

A primeira solução aponta para os vitivinicultores brasileiros a estratégia de colocação de até 10% das quantidades comercializadas de vinhos finos brancos do Brasil no mercado consumidor argentino (estratégia BR5).

A contrapartida argentina é a tomada de até 25% do mercado brasileiro de vinhos finos brancos (em volumes físicos), pela diminuição de 15% dos preços FOB dos produtos correspondentes argentinos (de US\$ 0,98 para US\$ 0,83 por litro, AR3).

Este fluxo de vinhos brancos nas duas direções é devido à diferenciação de produtos considerada. O produto brasileiro atenderia a um tipo de consumo ligeiramente diferente, os vinhos “jovens”, que são consumidos gelados. O resultado é a distribuição das receitas de 56,33% para o Brasil e de 43,67% para a Argentina.

O segundo jogo, que exclui a possibilidade de exportação de vinhos finos brancos brasileiros para a Argentina (BR5), indica a repetição da mesma estratégia para a Argentina.

Para o Brasil é o lançamento de um “vinho de viníferas de mesa” que tomaria uma pequena fração (5%) do mercado brasileiro de vinhos comuns (BR6). Nesta situação os vinicultores brasileiros teriam 54,76% das receitas totais da comercialização de vinhos no Brasil e os argentinos 45,24%.

Dentre estes resultados dois aparecem como os mais notáveis. O primeiro é o de que as duas soluções obtidas dão uma distribuição de receita total menos vantajosa para o Brasil que a situação de indiferença dos dois jogadores. O que, para a gama de estratégias programadas, pode significar melhor perspectiva para os produtos argentinos com o decorrer do processo de integração no setor de vinhos.

Outro resultado é a abertura de possibilidades que a diferenciação ou a complementaridade de produtos traz. Como parece demonstrar a solução para o primeiro jogo de estratégias de mercado.

## CONCLUSÕES

O principal resultado das simulações realizadas é o de que os vinhos comuns argentinos têm o potencial de substituir os correspondentes brasileiros em cerca de 85% dos volumes físicos no consumo destes produtos no momento da abertura de mercados.

Esta mudança pode implicar numa transformação estrutural no setor vitivinícola pesquisado.

As pequenas cantinas coloniais, que ofertam ao mercado um reduzido número de produtos – basicamente vinhos comuns –, teriam dificuldade de permanecer na atividade. Os viticultores menos eficientes, que dependem da possibilidade de colocação das uvas comuns, estariam na mesma situação.

Já as grandes vinícolas poderão ser até beneficiadas pela ampliação de mercados, devido ao seu nível tecnológico mais alto, maior diversidade e sofisticação de produtos.

Este incentivo aos mais eficientes, que traz a integração econômica, deverá ser repassado também aos viticultores que produzem uvas viníferas e têm melhor gerenciamento das suas explorações.

Um dado importante é que o item mais sensível na determinação das características de competitividade do setor está na etapa de vinificação e engarrafamento dos vinhos comuns. A capacidade de redução destes custos é maior para as cantinas com maior escala e maior flexibilidade tecnológica.

Sob o ponto de vista dos consumidores brasileiros a integração de mercados vinícolas seria positiva. Ela poderá trazer uma diminuição dos preços finais, uma ampliação significativa da variabilidade da oferta e uma melhoria da qualidade dos produtos. Não só em razão dos vinhos argentinos, mas também da elevação dos padrões brasileiros.

Para os produtores argentinos, a abertura de mercados para o Brasil não iria operar mudanças tão profundas, porque os resultados positivos seriam auferidos com a estrutura produtiva já existente. As quantidades exportadas a mais significariam uma ampliação das possibilidades de colocação de apenas 5% dos volumes totais produzidos pela Argentina.

A integração traria ainda possibilidades que não foram aventadas por este trabalho, de complementaridade entre as firmas brasileiras e argentinas. A identificação de oportunidades de ganhos comuns aproximará as empresas afins dos dois países.

Além dos produtos existe a complementaridade de serviços, já que o processo de comercialização no Brasil é dominado pelas firmas locais. Também na área de produção e difusão de tecnologias abrem-se possibilidades de atuação conjunta.

Embora a produção de uvas da Argentina beneficie-se de um ambiente muito favorável e a produção de vinhos no Brasil enfrenta custos de transporte menores, serão os custos industriais os definidores das posições das firmas no mercado ampliado.

A antecipação da data de abolição das restrições alfandegárias entre os dois países para 31 de dezembro de 1994 pode gerar problemas ainda mais sérios para a vitivinicultura do Rio Grande do Sul do que aqueles antevistos para 1998.

## REFERÊNCIAS

- ANDIC, F.; ANDIC, S. & DOSSER, D. Una contribución a la teoría de la integración económica. In: ANDIC, F. & TEITEL, S. **Integración Económica**. Ciudad del México: Fondo de Cultura Económica, 1977. p. 390-409.
- ANZORENA, A. S. El vino común: una especie en extinción? **Vinos y Viñas**, nº 129. Buenos Ayres, Asociación Vitivinícola Argentina, 1987, 1987. p. 3.
- BALASSA, B. Creación y desviación de comercio en el Mercado Común Europeo. In: ANDIC, F. & TEITEL, S. **Integración Económica**. Ciudad del México: Fondo de Cultura Económica, 1977. p. 461-84.
- CHAUVET, M. & REYNER, A. **Manual de Viticultura**. Lisboa: Litexa, 1984.
- CHIANG, A. **Matemática para economistas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/McGraw-Hill, 1982.
- EMBRAPA. **Sistema de produção para uvas americanas e híbridas**. Bento Gonçalves: EMBRAPA, 1983A.
- EMBRAPA. **Sistema de produção para uvas europeias**. Bento Gonçalves: EMBRAPA, 1983B.
- EMBRAPA. **Viticultura no Brasil; Informações estatísticas**. Bento Gonçalves: EMBRAPA, 1986A.
- EMBRAPA. **Perfil sócio-econômico e tecnológico das propriedades vitícolas dos municípios de Bento Gonçalves e Flores da Cunha**. Bento Gonçalves: EMBRAPA, 1987.
- EMBRAPA. **Viticultura no Brasil; Informações estatísticas**. Bento Gonçalves: EMBRAPA, 1988 (2ª edição ampliada).
- GUTIERREZ, J. E. P. **A integração Brasil-Argentina; um estudo da competitividade na produção de grãos**. Porto Alegre: 1988. (Dissertação de Mestrado, versão não publicada).
- MATUELLA, J. & ROHR, E. **Cálculo do custo de produção de uva comum**. Porto Alegre: 1985 (trabalho não publicado).
- SOLANET, A. La viticultura argentina. **Anales de la Sociedad Rural Argentina**, nº 10-12, año 121. Buenos Aires, Sociedad Rural Argentina, 1987. p. 60-1.
- STEIN NETO, B. E. **A viticultura do Rio Grande do Sul e a integração econômica Brasil-Argentina**. Porto Alegre: IEPE/UFRGS, 1991 (Dissertação de Mestrado).