

# ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE NA ATIVIDADE ECONÔMICA VITICULTURA NO BRASIL

Diana Nascimento Oliveira\*  
Thiago Couto de Matos\*  
Orientadora: Carolina Spínola\*\*

## RESUMO

*O presente artigo é resultado da primeira parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Administração de Empresas, UNIFACS (2006) – que tem como objetivo o estudo e a análise da competitividade dos pólos produtores de uva no Brasil. Foram considerados como os principais pólos produtores a Região do Vale do São Francisco (Bahia e Pernambuco), Região Sudeste (Minas Gerais e São Paulo) e Região Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). Estes pólos produtores foram analisado de acordo com o Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira (ECIB), Luciano Coutinho e João Ferraz (1995).*

## INTRODUÇÃO

O consumo de uva sem semente está crescendo em todo o Brasil. O mercado Europeu é o principal consumidor deste tipo de uva, produzida, na região do Vale do São Francisco. Sendo assim, este artigo mostra o estudo da competitividade realizado nos principais pólos produtores de uvas, como a região Sudeste, Sul e principalmente o Vale do São Francisco.

---

\* Formandos do Curso de Administração de Empresas da Universidade Salvador – UNIFACS.

\*\* Bacharel em Administração de Empresas – UCSAL; Mestre em Administração – UFBA; Doutora em Análise Geográfica Regional – Universidade de Barcelona.

## COMPETITIVIDADE: CONCEITO

Lia Haguenaer (1989) admite que a competitividade pode ser expressada e examinada sobre duas óticas, a **ex-post** e a **ex-ante**. A competitividade sobre o prisma **ex-post** admite que uma firma, organização é competitiva no mercado após análise de seu desempenho, de como esta participou/atuou, para tanto indicadores como participação de mercado (market-share), faturamento são responsáveis por mensurar tal competitividade. Já sob a ótica **ex-ante**, que leva em consideração a capacidade ou eficiência que a organização possui na relação de transformação de insumos em produtos, leva-se em conta a competitividade que esta organização apresenta antes mesmo de atuar, consideramos então a capacidade, a pontencialidade que esta possui. O ideal é que a análise da competitividade dentro deste proposto teórico seja analisada em ambos os prismas, pois ambas as visões são importantes, porém complementares.

## REFERENCIAL TEÓRICO UTILIZADO PARA O TRABALHO

Dentre muitos conceitos de competitividade, destacamos três:

**Análise Estrutural de Indústrias:** conhecida popularmente como as Cinco Forças de Porter. Michael Porter (1986) propõe neste modelo que a competitividade das empresas se dá de acordo com o desempenho desta em cinco aspectos: **Entrantes Potenciais** (pertinente ao comportamento que o mercado adota quanto a entrada de novas empresas), **Clientes** (referente às pressões que estes podem exercer sobre a empresa), **Fornecedores** (referente às pressões que estes podem exercer sobre a empresa), **Substitutos** (as forças que os produtos substitutos exercem sobre a empresa), **Rivalidade entre as empresas existentes** (como se dá o processo de rivalidade das empresas no mercado, se existem alianças ou é intensa a rivalidade).

**Diamante Nacional:** Michael Porter (1989), elabora este modelo no intuito de fazer uma análise ampliada da competitividade, do macro, uma vez que abordou mais aspectos micros no modelo Análise Estrutural de Indústrias. A competitividade se dá então em quatro campos: **Condições de fatores, Condições de demanda Indústrias correlatas e de apoio Estratégia, estrutura e rivalidade, Acaso e Governo.** As **Condições de fatores** são os insumos básicos, ou seja, a infraestrutura, o capital, a terra. Já as **Condições de Demanda** se refere a composição, tamanho, desempenho da demanda. A presença de indústrias de apoio/fornecedoras ou correlatas, que são onde os produtos se complementam e são influenciados dizem respeito a **Indústrias Correlatas e de Apoio.** A **Estratégia, Estrutura e Rivalidade** é a parte que fica responsável pela criação, organização e direção das organizações. Existe ainda a influencia do **acaso**, que são os subsídios, as guerras, etc. Já o **governo** ele influencia e é influenciado.

**Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira (ECIB):** Luciano Coutinho e João C. Ferraz (1995) propuseram um modelo nacional para estudar e mensurar a competitividade das indústrias brasileiras, para tanto é feito uma análise em três espaços: **Fatores Internos a Empresa**, que dizem respeito à estratégia e gestão, capacitação para inovação, capacidade produtiva e recursos humanos. **Fatores Estruturais**, quanto ao mercado (taxa de crescimento, distribuição, renda, etc), a configuração da indústria (concentração, escala operação, relação consumidores, fornecedores e concorrentes, etc), e a regulação da concorrência e regime de incentivos (estrutura de incentivos, barreiras, rivalidade). **Fatores Sistêmicos**, referente às condições que a indústria não possui controle algum (fatores macroeconômicos, político-institucionais, sociais, infra-estruturais, etc)

Dentre as opções apresentadas, o **ECIB** adequasse melhor para o estudo da indústria viticultora brasileira uma vez que é um modelo proposto para a Indústria Brasileira, levando em conta a influencia do juros, variação cambial, linhas de créditos e peculiaridades do mercado nacional. Outro motivo é que tanto este modelo como o **Diamante Nacional** avaliam o desempenho competitivo da região (conjunto de empresas) e não a competitividade de uma empresa isolada.

## ESTUDO DA COMPETITIVIDADE NO MERCADO

**1) FATORES EMPRESARIAS:** A região do Vale do São Francisco é composta principalmente por Pequenos Produtores em Vias de Profissionalização seguido por Agricultores e Empresas Profissionais com uma produção anual de 20-40 toneladas de uvas finas. Quase toda a produção do Vale do São Francisco é exportada, o que mostra uma grande aceitação do seu produto no mercado externo, principalmente o Europeu. Uma grande dificuldade enfrentada pelos agricultores locais é a mão-de-obra escassa. Uma estratégia adotada pelos agricultores locais é de possuir outros cultivos de época diferente de colheitas para tornar os trabalhadores variáveis em fixos.

**2) FATORES ESTRUTURAIS:** No **Mercado**, apesar da uva ser considerado um produto tradicional (não durável de consumo) e que não apresentou dinamismo representativo, devemos levar em consideração as influencias que o P&D vem desenvolvendo nesta área. No Brasil é realizado muito investimento para aprimorar o cultivo e produtividade das uvas sem sementes. Grande parte dos resultados obtidos através do P&D são bem aceitos pelo mercado consumidor.

Os principais consumidores de uva sem semente no Brasil, são as regiões sul e sudeste seguidos pelo centro-oeste, nordeste e norte. O Vale do São Francisco exporta 95% da sua produção de uvas sem sementes para o mercado Europeu. Este mercado impõe fortes exigências em relação às características da uva como tamanho, quantidades de bagos, pesos dos bagos, coloração, acidez, teor de açúcar, processo produtivo e transporte. Já o mercado interno vem demonstrando maiores exigências, porém em menor que o mercado externo.

Já em aspecto de renda destacam-se as classes A e B, por se tratar de um produto mais caro, com maior valor agregado. O consumo per capita de uvas e de frutas no Brasil cresce com a renda. Através de pesquisas realizadas pelo Ministério da Integração do estado de São Paulo, em 2002, conclui-se que o aumento do consumo de frutas e verduras se dá devido à crença dos benefícios a saúde que

estes proporcionam, e tal crença independe de classe econômica. Em relação às taxas de crescimento as exportações têm demonstrado um cenário promissor, atingindo em 2005 um crescimento de 78% em relação a 2004.

Para fins do estudo de competitividade em relação à **Configuração da Indústria**, iremos levar em consideração os pólos viticultores de maior representatividade no Brasil, como: **Vale do Submédio do São Francisco** (Bahia, Pernambuco), **Sudeste** (Minas Gerais, São Paulo), **Sul** (Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul). A região Sul utiliza quase toda a produção da uva para fabricação de sucos, néctares e vinhos. Já São Paulo apresenta uma produção voltada principalmente para o mercado interno e o Vale do São Francisco basicamente para a exportação. Sendo assim, mesmo não apresentando muitos pólos representativos de viticultura no Brasil, estes atuam de forma específica, tomando um foco e aprimorando-se cada vez mais na área de atuação, possibilitando assim em longo prazo uma vantagem competitiva sustentável em relação ao mercado exterior. Também vale ressaltar que existem diferentes períodos de colheita, possibilitando assim o aproveitamento das safras de outras regiões nos períodos de janelas de produção.

A viticultura segue a regra do Agronegócio que para serem competitivas devem produzir em grandes volumes, assegurar prazos de entrega e atender a parâmetros de conformidade técnica estabelecidos pelos clientes. Desta maneira, os produtores conseguirão obter baixos custos unitários, possibilitando preços mais competitivos tanto no mercado interno como no externo, levando em conta o padrão de qualidade pré-estabelecido. Dentre os insumos utilizados na viticultura, são os de maiores relevâncias a dosagem certa de água, terreno arenoso (na qual não acumule muita água na superfície) e sol nos períodos corretos. As regiões Sul e Sudeste apresentam proximidade das condições geo-climáticas ideais para o melhor desenvolvimento da viticultura. Já no Vale do São Francisco a situação é bem diferente, por ser uma região bastante semi-árida. Porém com o advento tecnológico do sistema de irrigação que está sob a responsabilidade da CODEVASF, o local se tornou o mais ideal possível a ponto de ter cinco safras a cada 2 anos, tornando assim uma vantagem competitiva. A lucratividade, principalmente no Submédio do São Francisco está atrelado ao alto grau de produtividade e a não redução dos

preços de exportação, tal preocupação deriva da desvalorização do dólar em relação ao real. Outro motivo que se torna preocupante seria a expansão desenfreada dos cultivares de uvas de forma que sature o mercado, como ocorreu com a manga. Porém tais possibilidades de saturação podem ser contidas por dois principais motivos: cultivo extremamente exigente sob o ponto de vista tecnológico; elevados custos de produção. Para atender ao mercado externo, o Vale do São Francisco (VSF) cultiva em massa as variedades Festival e Thompson Seedless, porém tais produções apresentam bastante irregularidades, e altos custos em relação à maior necessidade de mão-de-obra.

A Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, desde 1993 vem atuando fortemente na área de P&D, no intuito de desenvolver novos cultivares de uvas sem sementes que se adapte ao clima nacional. O resultado de tais esforços são as uvas BRS Morena, BRS Clara e BRS Linda que chegaram ao mercado em 2003, tendo como uma das vantagens a redução de 6 pessoas/hectare como ocorre no cultivo da Thompson Seedless e Festival, para apenas 3 pessoas/hectare, além de apresentarem características de agrado com o mercado externo, como sabor, textura da polpa, coloração, teor de açúcar e outros.

Em relação ao Grau de Verticalização e Diversificação Setorial, muitos dos produtores de uvas são donos de pequenos pedaços de terra, e são agricultores de pequeno porte, estes geralmente detêm somente o elo da Produção Primária, uma parte considerável engloba também o elo de Embalar e Armazenar, porém somente os grandes produtores detêm mais de dois elos da cadeia.

Para fins de **Regimes de Incentivos e Regulação da Concorrência**, há uma falta de incentivo principalmente nos aspectos logísticos como a manutenção contínua, provendo assim rodovias em ótimos estados, afetariam os custos diretamente por diversos motivos como, a diminuição dos seguros cobrados, diminuição dos custos de transporte como manutenção dos veículos transportadores. Outro solução/incentivo que poderia ser adotado pelo governo na região do Vale do São

Francisco seria a criação de ferrovias ou até mesmo um projeto de viabilização de navegação no Rio São Francisco para escoar toda a produção, não somente do cultivo da uva, como da fruticultura e outras atividades da região. Estas desvantagens competitivas podem acabar eliminando todas as outras vantagens adquiridas, como o fato de ser ter 5 safras a cada 2 anos, aumento a produtividade que por sua vez pode reduzir o custo de produção. Não somente na comercialização para o mercado externo como também para o mercado interno. No que diz respeito ao Sistema Fiscal a isenção tributária para produtos a serem exportado agregam competitividade uma vez que pode assumir preços menores e competitivos no mercado exterior. Porém para quem deseja atuar no mercado interno, estes produtores terão que arcar com os altos tributos cobrados e não terão incentivos fiscais como ocorre nos produtos destinados à exportação, podendo acarretar em um preço não atrativo para os consumidores internos, tornando-se uma barreira à competitividade. Pior do que ser altamente tributado é não ver retorno palpável para o setor na mesma medida que foi tributada. A relação diplomática que se é cultivada nestes últimos oito anos pelos governos tem propiciado um ambiente pró-competitividade, como é o caso do acesso a mercados externo das uvas brasileiras, tendo como maior dificuldade atender as exigências do mercado, que na realidade é um fator propulsor para a competitividade, uma vez que tais exigências fazem com que o produtor nacional torne-se mais profissional e hábil em atender as diversas necessidades de públicos distintos.

### **3) FATORES SISTEMICOS:** São 5 os fatores sistêmicos: **Macroeconômicos, Político Institucional, Legais Regulatórios, Infra Estruturais e Sociais.**

**A)Macroeconômicos: CÂMBIO;** a variação da moeda interfere diretamente tanto nos custos de logística quanto na lucratividade devido à cotação em moeda estrangeiro como o dólar e o euro, para custos de transporte e preço de venda, no caso das exportações. **POLÍTICA INFLACIONÁRIA;** em uma das projeções feita pelo Banco Central, analisando o cenário denominado de referência, estes supõe que a taxa básica de juros será mantida inalterada, até o final de 2006, em 19,75% ao ano, valor decidido pelo Copom em 14 e 15 de junho de 2005, e que a taxa de câmbio permanecerá em valor próximo de R\$ 2,47 por dólar norte-americano. **PIB;**

O aumento do PIB pode ser considerado como um indicativo de aumento e distribuição (em alguns casos) da renda, pois este se relaciona com a produtividade e o consumo no mercado interno. Para um aumento de produtividade podemos considerar que haverá um significativo investimento em pessoal por parte das organizações, seja empregando mais ou qualificando-as (que tem como consequência salários mais elevados). A variação do poder aquisitivo é sensível à variação do PIB. **TAXA DE JUROS;** A longo prazo uma queda da taxa de juros aumentaria os investimentos, conseqüentemente, o emprego, a renda e o consumo. Uma alta taxa diminuiria os empréstimos (uso do capital próprio). A empresa teria mais dificuldade de fazer empréstimos para ampliar.

**B)Político Institucional: POLÍTICA DE EXPORTAÇÃO;** Possibilidade de exportar produtos através dos programas do SEBRAE (reunião de empresas pequenas). Como também o governo brasileiro estimula as exportações com diversos incentivos fiscais e operacionais concebidos e com é o caso do Draw-Back, onde o produtor de calçado importa o couro da Itália, sem pagar nenhuma taxa de importação, para produzir determinado calçado que será exportado posteriormente. **POLÍTICA TRIBUTÁRIA;** as altas cargas tributárias como também a grande quantidade de tributos a serem pagos, tem sido um dos maiores problemas enfrentados pela classe empresarial. Tributos como: PIS/Pasep, Cofins, IRRF, ISS, CPMF, ICMS, IR, chegam a impactar em torno de 40% sobre o faturamento das organizações.

#### **C)Legais Regulatórios:**

Diz respeito em relação aos direitos dos consumidores, onde o PROCON garante qualidade dos produtos e serviços, cumprirem as especificações determinadas dos produtos (tal como etiquetas com declaração da composição dos tecidos, e preço).

**D) Infra Estruturais: ENERGIA;** No aspecto acesso a tal recurso existe uma grande facilidade, porém o monopólio do principal meio de produção e distribuição de energia utilizado no Brasil deixa estas distribuidoras em situação privilegiada, cobrando assim elevados preços pela energia.**TRANSPORTE;** A falta de

alternativas de transportes de massa mais baratos como ferrovias, embarcações e a péssima conservação e condições das rodovias para o escoamento da produção, tem sem mostrado como uma grande barreira para a competitividade, uma vez que os custos de transportes são elevados e afetam diretamente no preço final dos produtos.

**E) Sociais: QUALIDADE DA MÃO DE OBRA;** O mercado nacional apresenta uma baixa qualificação da mão-de-obra, investimentos em educação como também um re-planejamento do programa de educação feitas pelo governo iria aumentar significativamente o grau de qualificação desta. Porém como o governo não prioriza a educação do país, as indústrias herdaram o ônus da baixa qualificação desta e do custo de treinamentos a serem realizados para qualificá-las.

## **CONCLUSÃO**

Podemos notar que os fatores climáticos geográficos e o investimento em P&D são primordiais para alcançar um grau de competitividade em qualquer pólo viticultor do país, uma vez que os fatores climáticos geográficos interferem diretamente tanto na qualidade da uva produzida quanto na produtividade, como é o caso atual na qual a região do VSF alcançou uma baixa produtividade devido às mudanças globais do clima que afetaram diretamente com uma maior incidência de chuva na região, propiciando assim que os frutos colhidos encontrassem fora dos padrões exigidos principalmente pelo mercado externo. Estimava-se colher 30% da produção anual, porém demonstra-se que provavelmente colheram 5% dos 30%, o equivalente a aproximadamente 17% de aproveitamento em relação ao esperado.

Os investimentos em P&D ajudam a aperfeiçoar não só as técnicas, como também o produto, permitindo “customizar” as uvas para os seus consumidores, dentro das limitações ambientais. Notamos que no Brasil, cada pólo viticultor atua fortemente

em nichos diferentes: **Vale do São Francisco** (Exportação); **Sudeste** (Mercado interno) ; **Sul** (Cultivo de uvas para vinificação, sucos e extratos).

## REFERÊNCIAS

COUTINHO, Luciano Galvão; FERRAZ, Joao Carlos. **Estudo da competitividade da industria brasileira**. 4. ed. Campinas: Papyrus, 2002.

FERRAZ, João Carlos; KUPFER, David; HAGUENAUER, Lia. **Made in Brazil: desafios competitivos para a industria** . Rio de Janeiro: Campus, 1997.

HIRSCH, Rodolfo. **San Francisco Valley irrigated fruit production**. Rabobank, 2005.

SATO, Geni S. **Canais de distribuição na cadeia produtiva da uva fina no estado de São Paulo**.

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1989-93.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

SATO, Geni S. **Cadeia produtiva da uva de mesa fina no estado de São Paulo**.

SATO, Geni S. **Panorama da Viticultura no Brasil**. *Informações Econômicas*, v.30, n.11, nov.2000.p:53-61.