

Dinâmica locacional da vitivinicultura no Rio Grande do Sul e no Vale do São Francisco

Luciane Schneider Kümme¹
Márcia Azanha Dias de Moraes²
Pedro Valentim Marques³

Resumo: O objetivo deste estudo foi identificar os fatores locacionais que influenciaram a tomada de decisão de expandir os investimentos da atividade vitivinícola em novas regiões do Rio Grande do Sul (Serra do Sudeste e Região da Campanha) e no Vale do São Francisco (Bahia e Pernambuco). A metodologia adotada foi o levantamento de dados primários por meio de entrevista direta com empresários do setor. A abrangência da pesquisa foi de 73,3 % da população-alvo e ocorreu em dezembro de 2005, no Rio Grande do Sul e em janeiro de 2006, no Vale do São Francisco. Com essa pesquisa, constata-se que, no Brasil, a atividade vitivinícola é condicionada à distribuição espacial dos recursos produtivos, destacando-se fatores edafoclimáticos, qualidade da matéria-prima, comportamento do empresário e disponibilidade de terras. A pesquisa ainda revelou que as empresas estão preocupadas com a qualidade final do produto (vinho), a qual é otimizada pela alta qualidade da matéria-prima (uva) que por sua vez depende das condições edafoclimáticas da região produtiva. Tal preocupação e/ou necessidade provocou essa expansão geográfica da atividade para a Serra do Sudeste e para a Região da Campanha, no Rio Grande do Sul, e no Vale do São Francisco, na Região do Semiárido, no Nordeste.

Palavras-chave: expansão geográfica, fatores locacionais, vinho.

Location dynamics of the wine making industry in Rio Grande do Sul and Vale do São Francisco

Abstract: The purpose of this work was to identify which location variables influenced on the decision made by wine producers to expand wine industry to new regions of the state of Rio Grande do Sul (Serra do Sudeste and Campanha, south of Brazil) and Vale do São Francisco (northeast of Brazil). This research embraced 73,3 % of the producers investing in those new regions and it was developed during December, 2005, in the State of Rio Grande do Sul, and on January, 2006, in the Vale do São Francisco, northeast of Brazil using the technique of direct interviews with farmers. Results showed that Brazilian wine producers regional expansion was subjected to the spatial distribution of

¹ M.Sc. em Economia Aplicada. E-mail: gauchalu@hotmail.com.

² Professora Doutora do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq/USP. E-mail: mafdmora@esalq.usp.br.

³ Professor Titular do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq/USP. E-mail: pvmarque@esalq.usp.br.

productive resources, standing out the following factors: weather and soil conditions; raw material quality (grapes), manager behavior and land availability. This research showed that wine makers are concerned with the quality of the final product (wine), which depends on the grape quality, soil and weather conditions of the productive region. Indeed, the need or concern to achieve a higher level of quality forced the viticulture to expand and look for new productive areas.

Keywords: geographic expansion, location factors, wine.

Introdução

Na última década, a vitivinicultura brasileira cresceu significativamente, passando de 200 milhões de litros em 1995 para 272 milhões de litros em 2005, representando um crescimento aproximado de 36 % no período. Em termos econômicos, a importância do vinho, no mercado nacional, pode ser verificada no faturamento anual do setor, que foi de aproximadamente R\$1,2 bilhão.

No Brasil, a elaboração de vinhos divide-se em vinhos finos/viníferas e comuns. Na elaboração de vinhos finos, são usadas uvas viníferas (de origem europeia) enquanto em vinhos comuns, usam-se uvas americanas ou híbridas na elaboração.

O Rio Grande do Sul, com maior representatividade na produção, elabora cerca de 90 % do vinho nacional, sendo que, no País, aproximadamente 57 % da área total plantada com videiras está localizada nessa Unidade da Federação.

Desde 1875, com a chegada dos imigrantes italianos, a atividade vitivinícola está presente na Serra Gaúcha, sendo que com o passar dos anos, a produção foi se aprimorando e atingindo níveis de desenvolvimento bastante satisfatórios, transformando o local em polo vitivinícola nacional. Atualmente, a região conta com mais de 600 estabelecimentos elaboradores de vinhos, com aptidão para essa atividade trazida pelos imigrantes.

Contudo, apesar da existência de várias benfeitorias⁴ que facilitam o desenvolvimento

do processo produtivo dos vinhos, percebe-se um movimento locacional na vitivinicultura brasileira: o crescimento da produção de vinhos fora da região tradicional (Serra Gaúcha).

A expansão ocorreu intra e interestadual, sendo que os lugares que mais se destacam é o Vale do São Francisco, em Pernambuco e na Bahia, e a Região da Campanha e Serra do Sudeste, no Rio Grande do Sul. Ou seja, mesmo com as vantagens que a concentração geográfica da cadeia produtiva traz, estão surgindo novos polos vitivinícolas no País.

A Tabela 1 mostra a evolução em áreas com plantio de uva no País e por região (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste). No Brasil, houve um aumento de aproximadamente 21,9 % na área plantada com videiras, no período 1990–2004. Além disso, todas as regiões apresentaram aumento na área plantada.

No período citado, a Região Sul, principal produtora de uvas e vinhos do País (com destaque para o Rio Grande do Sul), teve crescimento acumulado de 5,5 % na área plantada. Contudo, em 1990, a referida região apresentou decréscimo de 81 % da área cultivada com videiras e, em 2004, sua participação caiu para 70 %. Apesar desse decréscimo, essa região continua sendo a mais representativa no cultivo de videiras, nacionalmente.

No início da década de 1990, o Nordeste contribuía com 3 % da área total produtiva de vinho no País, e, em 2004, essa participação subiu para 12 %, com um crescimento acumulado de 369,6 %. Por sua vez, as regiões Norte e Centro-Oeste, agregadas, representam cerca de

⁴ As benfeitorias trazidas pela concentração geográfica, ou aglomeração de um ramo industrial resultam do fato que as indústrias têm suas atividades vinculadas a outras indústrias, interligadas por seus produtos. No caso da indústria vitivinícola, podem-se destacar as fábricas de embalagens e transporte especializado, infraestrutura de canais de distribuição, instituições relacionadas ao agronegócio da uva e vinho, etc.

Tabela 1. Evolução da área plantada de videiras no Brasil e regiões (em hectares).

Ano	Área plantada (ha)					
	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
1990	58.764	0	1.759	9.510	47.494	1
1991	59.218	0	2.116	9.870	47.232	0
1992	60.170	0	3.138	10.217	46.811	4
1993	60.231	0	3.958	10.282	45.985	6
1994	60.396	0	4.085	9.979	46.319	13
1995	61.339	0	4.871	10.371	46.076	21
1996	56.247	0	4.882	10.046	41.268	51
1997	57.036	0	3.870	10.206	42.793	167
1998	61.099	0	5.272	12.259	43.304	264
1999	60.528	0	5.614	11.380	43.245	289
2000	59.838	0	5.339	11.237	42.930	332
2001	63.325	1	6.690	11.982	44.337	315
2002	66.308	41	6.238	13.120	46.602	307
2003	68.461	38	6.912	13.325	47.856	330
2004	71.640	24	8.261	12.928	50.117	310

Fonte: IBGE (2006).

0,5 % da área total cultivada com videiras e no período 1990–2004, ambas também apresentaram crescimento.

A exemplo do Vale do São Francisco, tanto a Serra do Sudeste como a Região da Campanha – ambas no Rio Grande do Sul – apresentam boas aptidões à cultura da videira. O vinho é um produto diretamente relacionado com a qualidade da uva processada, ou seja, a uva destinada à elaboração de vinhos caracteriza-se por um ativo específico.

Contudo, a videira não se adapta a qualquer clima ou região. É uma cultura delicada que exige cuidados no manuseio e bastante sensível a variações climáticas. Assim, entende-se que as condições edafoclimáticas influenciam diretamente na qualidade da uva e do vinho.

Na literatura econômica, alguns autores⁵ destacaram que as fontes de matéria-prima

podem exercer forças de atração capazes de movimentar a indústria para o espaço geográfico em que estão localizadas. Assim, sendo a indústria dependente da matéria-prima, que pode apresentar características específicas, como é o caso da uva, a localização ótima da indústria pode ser a mais próxima possível da fonte dessa matéria-prima.

Entretanto, sabe-se que outros fatores podem ser fortemente relevantes para a tomada de decisão locacional de uma indústria ou agroindústria, como mão de obra, infraestrutura, custos de transporte, proximidade do mercado consumidor, questões ambientais, etc., que podem se destacar mais ou menos, dependendo do tipo de indústria.

No processo de produção de vinhos, acredita-se que a matéria-prima seja uma im-

⁵ Weber (1909) citado por Ferreira (1989) e Bowersox (1978).

portante força de atração, capaz de movimentar a localização da fábrica processadora (vinícola) até sua fonte de localização.

A presente pesquisa teve como principal objetivo identificar quais fatores locais influenciaram a tomada de decisão de expandir os investimentos da atividade vitivinícola por parte dos empresários atuantes na Serra Gaúcha – principal polo vitivinícola do País. Durante essa pesquisa, observou-se um movimento de expansão territorial da vitivinicultura para novas regiões do Rio Grande do Sul (Serra do Sudeste e Região da Campanha) e para o Vale do São Francisco, notadamente Bahia e Pernambuco, regiões onde anteriormente não se praticava tal cultura.

Referencial teórico

Desde 1978, quando passou a demonstrar interesse por sítios de produção, Bowersox (1978) trouxe importante contribuição no campo das teorias clássicas de localização, no seu estudo sobre logística.

Além de atualizar a teoria weberiana da localização, ele agregou alguns fatores locais capazes de influenciar a decisão final de onde produzir. Sua teoria é enriquecida por fatores intangíveis à decisão do melhor local a se produzir.

Para Bowersox (1978), os fatores locais podem ser agrupados e resumidos em três amplas categorias:

- Fatores de custo mínimo.
- Fatores de maximização de lucro.
- Fatores intangíveis.

Os fatores de custo mínimo são divididos em dois grupos: custos de transferência e custos de produção.

Os custos do primeiro grupo são aqueles que resultam do deslocamento de matérias-primas para o local de produção (planta industrial), relacionados com o embarque dos produtos finais para o mercado.

Os custos de transferência podem ser divididos em custos associados com a acumulação de matéria-prima (resultantes do movimento de matéria-prima ou produtos semiacabados para o ponto de transformação) e os custos de distribuição (derivados do embarque de produtos finais para o mercado consumidor, por meio de passos intermediários).

Já os custos de produção englobam os demais custos relacionados com a operação da unidade industrial. A somatória dos custos de transferência com os custos de produção resulta no custo de locação, que devem ser minimizados (BOWERSOX, 1978).

Segundo o autor, os fatores intangíveis podem ser divididos em dois grupos: o primeiro englobaria custos físicos, influenciando fatores que resultam de contatos pessoais de executivos de companhias, e o segundo é descrito pelas preferências pessoais, desejos e necessidades humanas que influenciam a seleção da localização ideal.

Esses fatores, essencialmente humanos, podem ser de extrema importância na localização da planta industrial. Ou seja, ao adicionar os fatores intangíveis, o autor mostrou que as variáveis envolvidas na escolha locacional vão além das econômicas, normalmente usadas.

Assim, com o mercado próximo à origem das matérias-primas, os fatores pessoais podem influenciar na localização de uma unidade industrial. Tal decisão dependerá da soma minimizada dos custos de acumulação e de distribuição, associada às preferências particulares do empresário. Em alguns casos, a localização entre o mercado e a origem das matérias-primas pode levar a custos mais baixos.

Bowersox e Closs (1996) ressaltaram que indústrias de extração como a agrícola, a mineradora e a madeireira devem ser localizadas no ponto em que estão disponíveis as matérias-primas em quantidade suficiente para a produção.

Na indústria de extração agrícola, o suprimento e a quantidade de terra devem ser adaptados às funções principais. Quanto à indústria

de extração mineradora, sua localização deve ser próxima aos depósitos, enquanto a indústria de extração madeireira deve ser próxima às florestas.

Nas indústrias em que ocorre grande perda de peso na produção em decorrência da natureza do produto, há necessidade de as plantas se localizarem próximas ao local de origem das matérias-primas⁶.

O resultado de tais localizações consiste na redução dos custos de transferência, porque o peso embarcado para o mercado torna-se significativamente menor que o peso das matérias-primas. Outro fator que leva as unidades produtivas a se instalarem próximas ao local de origem das matérias-primas diz respeito à perecibilidade desses materiais.

Portanto, conclui-se que são várias as forças capazes de influenciar os custos de transferência para indústrias particulares e que levam a um ponto de custo menor, nas proximidades da matéria-prima. Tais forças compreendem:

- Perda de peso das matérias-primas durante o processo produtivo.
- Disponibilidade dessas matérias-primas.
- Perecibilidade.

Apesar do presente estudo não visar à influência dos custos de transporte na localização da atividade vitivinícola, a teoria de Bowersox (BOWERSOX, 1978; BOWERSOX; CLOSS, 1996), intimamente relacionada com a teoria weberiana, mostra-se bastante condizente, ao salientar questões direcionadas à matéria-prima (localização e perecibilidade).

Na atividade vitivinícola, a qualidade da matéria-prima (uva) possui extrema importância, visto que a qualidade da uva é preponderante em relação à sua oferta. Assim, a qualidade da uva influenciará diretamente no resultado do produto final – o vinho. Além disso, são as condições edafoclimáticas que interferem na qualidade da uva processada e, conseqüentemente, no vinho.

Relacionar todos os fatores de decisão locacional capazes de influenciar o sítio de produção de uma empresa torna-se inviável, devido aos vários tipos de atividades produtivas e diferentes enfoques dentre estas. Enquanto muitos fatores podem ser considerados gerais, as empresas podem apresentar particularidades (fatores intangíveis) no processo de escolha do sítio de produção.

Ainda que a ênfase a ser dada a cada fator possa variar de acordo com a especificidade da região, Carlos (2000) enfatiza que a análise deve ser feita a partir de uma proposição geral (macro) para uma situação determinada (micro).

Nos fatores gerais, o autor destaca:

- Polarização.
- Urbanização.
- Implicações estratégicas.
- Tipos de indústrias (poluentes e não poluentes).

No âmbito regional, têm-se:

- Infraestrutura.
- Serviços disponíveis (água, energia elétrica, combustíveis).
- Comunicações (viárias – ferrovias, rodovias, etc./ não viárias – telecomunicações, correios, entre outras).
- Recursos humanos (população, nível educacional, nível de especialização).
- Mercado (supridor de matéria-prima e/ ou insumos, consumidor).

Em relação aos fatores locais:

- Custo da terra (valor histórico).
- Condições do terreno (declividade, condições de transporte).
- Meio ambiente (despejos industriais, poluição atmosférica, nível acústico).
- Microclima (chuvas, temperatura, umidade, ventos).
- Incentivos (governamentais)⁷.

⁶ Um bom exemplo são as indústrias de refinamento de açúcar de beterraba e de descaroçamento de algodão (DONDA JÚNIOR, 2002).

Motta (1988) evidencia que os fatores locacionais podem influenciar uma atividade industrial de duas maneiras: orientando as indústrias para os pontos geográficos mais vantajosos e aglomerando ou dispersando a atividade industrial dentro do espaço geográfico.

Primeiramente, em determinados lugares, as vantagens geográficas dos custos de transporte e de mão de obra atuam como forças para a formação da centralização industrial. As reduções nos custos da atividade industrial são consequências da produção em maior escala e da concentração de várias indústrias numa mesma área. Essa aglomeração pode resultar do fato de que certas indústrias têm suas atividades vinculadas a outras indústrias, interligadas por seus produtos.

Outro vetor de forças que pode direcionar e atrair investimentos a uma dada região é a infraestrutura local. Peck (1996) definiu infraestrutura local como as facilidades que fornecem as bases coletivas (na ideia de que são usadas por ampla variedade de atividades e usuários individuais) e de integração (fornecendo os meios necessários por onde as firmas e/ou complexos (agro) industriais podem interagir) à atividade econômica.

Segundo o autor, a infraestrutura é fator importante para o desenvolvimento de qualquer atividade produtiva, seja ela mais ou menos dependente de matérias-primas localizadas ou de processos que envolvam alta tecnologia. Contudo, em seus estudos, Peck (1996) concluiu que a infraestrutura raramente foi fator decisivo na escolha do local produtivo (sendo necessária, mas não suficiente).

Complementando essa análise, Moore et al. (1991) procuraram detectar em seus estudos a importância atribuída ao fator infraestrutura (considerando os itens gás/eletricidade/água, transporte público, estradas, rodovias, aeroportos, educação, meio ambiente, moradia/saúde,

comércio/lazer) na escolha de instalação ou realocação de novas plantas produtivas por empresas médias da Europa. Os autores concluíram que a questão da infraestrutura só parece despontar depois que as firmas estão estabelecidas na área e passam a enfrentar as dificuldades encontradas.

É oportuno destacar um fenômeno importante: o redirecionamento da localização de atividades produtivas, desencadeando um movimento de desconcentração econômica, onde se acrescenta uma nova tendência: a polarização induzida pelo fluxo de inovações.

Mudanças tecnológicas fazem com que indústrias antes intensivas em mão de obra tornam-se intensivas em capital, visando apurar sua qualidade (podendo deslocar-se para regiões menos desenvolvidas). Por sua vez, indústrias mais complexas tecnologicamente tendem a se concentrar em centros bem dotados de infraestrutura de conhecimento, desfrutando das vantagens da aglomeração industrial⁸.

Cabe ressaltar também o papel que políticas de desenvolvimento regional e incentivos fiscais têm para atrair investimentos em determinadas áreas. Na opinião de Clemente e Higachi (2000), os planos de desenvolvimento regional constituem o exemplo típico de delimitação de região de planejamento pelo Setor Público.

Nesse caso, pode-se também pensar em regiões com maiores desigualdades regionais, nas quais o Setor Público busca atuar, para elevar a qualidade de vida e promover o desenvolvimento econômico.

Assim, o referencial teórico que fundamenta este estudo concentra-se em dois eixos. Por sua vez, a teoria apresentada por Bowersox (BOWERSOX, 1978; BOWERSOX; CLOSS, 1996), uma versão ampliada da teoria weberiana, sustenta a tese de que as atividades agroindustriais que adicionam peso ao produto final estariam localizadas junto às fontes de matéria-prima,

⁷ Para esses últimos fatores, Carlos (2000) enfatiza que os estímulos à desconcentração industrial são a doação e a venda de terrenos, as facilidades de infraestrutura, as condições de financiamento e os incentivos fiscais.

⁸ Regiões já industrializadas são capazes de atrair novas criações graças às infraestruturas que oferecem: organização da distribuição de energia, dos transportes, da formação de mão de obra, dentre outros.

além de adicionar o enfoque comportamental do empresário nas decisões tomadas. O autor também destacou questões de perecibilidade da matéria-prima, fundamental em se tratando de vitivinicultura.

Por sua vez, as várias teorias que relacionam fatores locais e sua relevância para a decisão do local produtivo permitiram a identificação das variáveis a serem usadas nas entrevistas. Além disso, agregando contribuições teóricas de vários autores, foi possível elaborar um modelo para explicar a localização da atividade vitivinícola, conforme apresentado na Fig. 1.

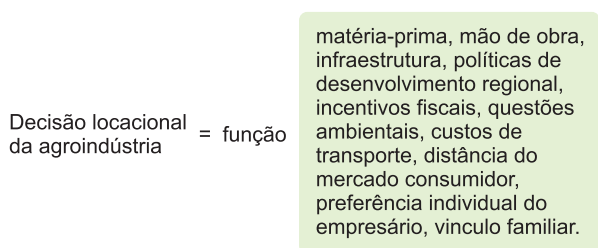


Fig. 1. Variáveis consideradas na decisão locacional da agroindústria.

Ou seja, acredita-se que a decisão locacional de qualquer ramo agroindustrial esteja vinculada aos fatores descritos no modelo acima, que além dos fatores locais tradicionais (matéria-prima, custos de transporte e mão de obra), fatores de âmbito geral, regional e local (infraestrutura, questões ambientais, políticas de desenvolvimento regional, incentivos fiscais, agrega vínculo familiar) e fatores comportamentais ou intangíveis (preferência individual do empresário).

A magnitude que cada fator exerce sobre a decisão de instalação do sítio de produção dependerá do tipo de agroindústria, quando alguns fatores poderão se mostrar mais ou menos relevantes. Além disso, um fator (individualmente) ou um conjunto de fatores podem influenciar a decisão do empresário em relação ao local de instalação da firma.

O modelo representado acima foi aplicado para a agroindústria vitivinícola, na realização da pesquisa de campo, buscando evidenciar os fatores locais que mais se destacaram para as vinícolas entrevistadas.

Metodologia

Para investigar a dinâmica locacional das vinícolas, foi realizado um levantamento de dados primários, através de entrevista direta com vinicultores, com a finalidade de identificar os fatores que impulsionaram o processo de decisão locacional. O foco da pesquisa foram as vinícolas com investimentos nas novas regiões vitivinícolas do País (a Região do Semiárido, no Nordeste, a Serra do Sudeste e a Região da Campanha, no Rio Grande do Sul), com investimentos na região tradicional (Serra Gaúcha) e aqueles que investiram diretamente nas novas regiões.

No que tange a elaboração e a produção de vinhos, a Serra Gaúcha é o ponto principal dessas atividades, no País. Entre os 613 estabelecimentos produtores de vinhos (vinícolas, cantinas, etc.), 9 também estão com investimentos em outras regiões do Rio Grande do Sul e do território nacional. Na presente pesquisa, foram entrevistadas 8 dessas 9 vinícolas.

Atualmente, existem 6 vinícolas instaladas no Vale do São Francisco, abrangendo cidades da Bahia e de Pernambuco, na Região do Semiárido. Na presente pesquisa, foram entrevistadas 3 dessas 6 vinícolas.

Assim, agregando-se as vinícolas entrevistadas (no Sul e no Nordeste), conclui-se que foram atingidos 73,3 % da população-alvo da pesquisa.

Apesar de não existirem informações sobre a produção exata sobre as novas regiões do Rio Grande do Sul e do Vale do São Francisco, fez-se um levantamento junto às entidades do setor e junto às próprias vinícolas, para se chegar a um valor aproximado. Verificou-se que, em 2005, a produção total de vinhos das novas regiões foi de aproximadamente 13,2 milhões de litros.

Entre as vinícolas alvo dessa pesquisa, o valor da produção conjunta é de 9,3 milhões de litros, ou seja, em termos de volume produzido, as vinícolas em questão são responsáveis por 70,4 % do total produzido nas novas regiões do Sul e do Nordeste.

No Vale do São Francisco, a produção total de vinhos é de 6 milhões de litros por ano (CO-DEVASF, 2006) elaborada por seis vinícolas⁹. No Nordeste, dentre as três vinícolas em operação entrevistadas, a produção totaliza 2,95 milhões de litros, ou seja, 49,2 % da produção local.

Em atenção ao Rio Grande do Sul, não há informações oficiais sobre a produção de cada região, individualmente. Contudo, com a relação às vinícolas que estão investindo nessas novas regiões, foi possível uma aproximação do volume total produzido. Na Região da Campanha, há 3 vinícolas em operação, sendo que 2 foram entrevistadas nesta pesquisa. O volume total estimado das três vinícolas¹⁰ é de 5,6 milhões de litros por ano.

A amostra teve abrangência de 85 % do total produzido, ou seja, juntas, as duas vinícolas entrevistadas elaboram 4,8 milhões de litros de vinho por ano. Na Serra do Sudeste, estima-se que são elaborados cerca de 1,6 milhão de litros de vinho por ano. A presente pesquisa entrevistou 6 das 7 vinícolas com investimentos no local que, juntas, totalizam 1,37 milhão de litros por ano.

Na Serra Gaúcha, foram entrevistadas apenas empresas com investimento fora da região serrana. As vinícolas da região tradicional estão expandindo suas atividades para outras regiões do estado (Serra do Sudeste e Região da Campanha), além do Nordeste do País.

Na Região da Campanha, mais especificamente em Santana do Livramento, foi entrevistada uma vinícola pertencente a um grupo estrangeiro. Em Petrolina, PE, foram entrevistados três casos distintos: um pequeno vinicultor, um grupo estrangeiro e uma vinícola gaúcha, que

possui investimentos em quatro diferentes regiões vitícolas do País.

Na Tabela 2, as vinícolas são apresentadas por letra, para preservar sua identidade. Acrescentam-se, também, códigos de identificação de origem e expansão de cada vinícola. Para exemplificação, a empresa A provém da Serra Gaúcha (SG) e expandiu seus investimentos para a Serra do Sudeste, RS (SS). Assim, a nomenclatura/código final terá simbologia $A_{SG/SS}$.

Os casos particulares das empresas D, E e H estão apresentados apenas com a região de expansão. Ressalta-se que a empresa D iniciou seus investimentos diretamente na Região do Vale do São Francisco (D_{VF}), assim como a empresa estrangeira E (E_{VF}). A vinícola H, também pertencente a um grupo estrangeiro, investiu diretamente na Campanha Gaúcha (H_{CA}). A vinícola I também destaca-se das demais por possuir três regiões de expansão: Campanha (CC), Vale do São Francisco (VF) e Campos de Cima da Serra (CC).

Resultados e discussão

No levantamento de dados primários, as empresas foram consultadas quanto ao *status* do estabelecimento (se caracterizava por um novo negócio, expansão ou realocização). Entre as 11 empresas entrevistadas, 10 se enquadraram na opção *expansão*, ou seja, já atuavam na atividade vitivinícola antes da expansão para novas regiões.

Dessas 10 vinícolas, 2 investiram diretamente nas novas regiões e são caracterizadas por investimentos estrangeiros (empresas E, no Vale do São Francisco e empresa H, instalada na Região da Campanha, RS). Ou seja, os grupos aos quais as vinícolas E e H pertencem já atuavam na atividade vitivinícola, mas em outros países.

A empresa D não se caracterizou como expansão, mas como novo negócio. Os sócios dessa empresa trabalhavam com vitivinicultura

⁹ Segundo o SEBRAE/PE, há seis vinícolas em operação. (Informação recebida por email em 03 de Novembro de 2005).

¹⁰ A vinícola Aliança, instalada na Campanha Gaúcha, não foi entrevistada, por motivos particulares da empresa. Contudo, foi possível obter informações sobre sua capacidade produtiva. (Informação verbal obtida por meio de conversa informal em visita à Vinícola Aliança).

Tabela 2. Nomenclatura adotada para as vinícolas entrevistadas.

Empresa	Região de origem	Código	Região de expansão	Código	Código final
A	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	A _{SG/SS}
B	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	B _{SG/SS}
C	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	C _{SG/SS}
D	Vale do S. Francisco, PE	VF	-	-	D _{VF}
E	Vale do S. Francisco, PE	VF	-	-	E _{VF}
F	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	F _{SG/SS}
G	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	G _{SG/SS}
H	Campanha, RS	CA	-	-	H _{CA}
I	Serra Gaúcha	SG	Campanha, RS Vale do São Francisco, PE Campos de Cima da Serra, RS	CA, VF, CC	I _{SG/CA,VF,CC}
J	Serra Gaúcha	SG	Serra do Sudeste, RS	SS	J _{SG/SS}
K	Serra Gaúcha	SG	Campanha, RS	CA	K _{SG/CA}

na Serra Gaúcha, mas decidiram iniciar a própria vinícola no Vale do São Francisco.

Em relação à principal meta do empresário, quando da decisão de expansão das atividades, a Tabela 3 agrega as respostas obtidas na entrevista. Ao se analisar a Tabela 3, percebe-se que 10 das 11 empresas (A, B, C, D, E, F, G, H, J e K) indicaram questões relacionadas à matéria-prima (uva).

As empresas (A, D, E, G, H e J) afirmaram ser por procura de matéria-prima (uva) com qualidades específicas. Entre essas vinícolas, uma (G) informou que outra meta a ser atingida com a expansão era fugir do impacto ambiental

verificado na Serra Gaúcha¹¹. As outras quatro vinícolas (B, C, F e K) apontaram a carência de uva na época como principal motivo para expandir a atividade em outra região, considerando-se também a necessidade de serem uvas com boa qualidade (meta de 36,4 % das vinícolas entrevistadas). Dentre essas vinícolas, uma (B) revelou que estava preocupada com a questão do impacto ambiental da Serra Gaúcha.

Finalmente, a empresa I destacou-se entre as demais, por revelar que o principal motivo que a levou a expandir seus investimentos da atividade vitivinícola para novas regiões foi tornar-se um diferencial entre as empresas concorrentes.

¹¹ Em relação ao impacto ambiental, os entrevistados revelaram que atualmente a Serra Gaúcha não dispõe de espaço físico o suficiente para expansão das atividades locais. A grande maioria das terras que ainda não estão cultivadas com videiras classifica-se como Área de Preservação Permanente (APP).

Tabela 3. Meta do empresário no momento de decisão de expansão.

Empresa	Objetivo
A _{SG/SS}	Obter uvas com qualidades específicas
B _{SG/SS}	Suprir a carência de uvas viníferas e fugir do impacto ambiental da Serra Gaúcha
C _{SG/SS}	Suprir a carência de uvas viníferas
D _{VF}	Obter uvas com qualidades específicas (no novo negócio)
E _{VF}	Obter uvas com qualidades específicas
F _{SG/SS}	Suprir a carência de uvas viníferas
G _{SG/SS}	Obter uvas com qualidades específicas e fugir do impacto ambiental da Serra Gaúcha
H _{CA}	Obter uvas com qualidades específicas
I _{SG/CA,VF,CC}	Diferencial estratégico frente às empresas concorrentes, fugir do impacto ambiental da Serra Gaúcha e dos custos elevados das terras ainda disponíveis
J _{SG/SS}	Obter uvas com qualidades específicas
K _{SG/CA}	Suprir a carência de uvas viníferas

A fuga do impacto ambiental e dos preços elevados das terras, ainda disponíveis na Serra Gaúcha, também motivaram a empresa a expandir seus investimentos.

Com base nas informações fornecidas pelos entrevistados, pode-se resumir as metas empresariais da atividade vitivinícola no momento da decisão de expansão das atividades como vinculadas à matéria-prima (carência ou necessidade de se obter qualidade específica), meio ambiente (impacto ambiental da Serra Gaúcha) ou questão comportamental/fator intangível do empresário (diferencial estratégico frente às demais vinícolas), ou seja, observou-se um aspecto locacional tradicional (matéria-prima) e um fator intangível, inerente ao comportamento do empresário influenciando na escolha do sítio de produção, de acordo com a teoria de Bowersox (1978).

Em relação aos fatores locacionais, a pesquisa orientou-se pelo modelo apresentado, procurando identificar a importância dada a esses fatores pelos entrevistados. A Tabela 4 mostra a relação dos fatores locacionais, bem como as notas médias correspondentes.

Note-se que os fatores locacionais que mais influenciaram na tomada de decisão das vinícolas

entrevistadas foram matéria-prima (nota média de 2,48) e meio ambiente (nota média de 1,82).

É oportuno informar que foram as variáveis qualidade da uva, condições edafoclimáticas (relacionadas ao fator locacional matéria-prima), problemas de expansão em outras regiões e boas condições para futuras expansões (relacionadas ao fator meio ambiente) e um fator intangível (estratégia particular da empresa I) que tiveram maior influência na tomada de decisão de expansão da atividade vitivinícola para um novo sítio de produção.

Na teoria de Bowersox (1978), o autor ressaltou que as agroindústrias devem estar localizadas no ponto em que estão disponíveis as matérias-primas em quantidade suficiente para a produção.

No caso da atividade vitivinícola, percebe-se a expansão das plantas industriais (vinícolas) em função de novos polos produtores de uvas. Caso as vinícolas não estivessem localizadas junto às áreas cultivadas com uvas, os custos de transferência da matéria-prima (uva) até a planta industrial poderiam exceder os custos de produção e de distribuição.

Além disso, tratando-se de matéria-prima perecível e sensível ao transporte, as vinícolas op-

Tabela 4. Fatores e variáveis que influenciaram a decisão locacional.

Fator/variável	Nota média	Desvio-padrão
Matéria-prima	2,48	
Nível do custo da uva	1,36	1,21
Qualidade da uva	2,82	0,60
Condições edafoclimáticas	3,27	0,79
Questões ambientais	1,82	
Problemas de expansão em outras regiões	1,73	1,68
Boas condições para futuras expansões	1,91	0,83
Infraestrutura	0,86	
Qualidade da infraestrutura	0,73	0,65
Disponibilidade de serviços	1,00	0,89
Mão de obra	0,85	
Nível dos custos salariais	0,64	0,50
Qualidade da mão de obra	0,91	0,30
Disponibilidade da mão de obra	1,00	0,45
Outros fatores	0,32	
Preferência individual do empresário	0,37	1,21
Vínculo familiar na região	0,09	0,30
Outros	0,00	0,00
Proximidade aos mercados consumidores	0,82	0,75
Concessão de incentivos fiscais	0,00	0,00
Incentivos fiscais estaduais	0,00	0,00
Incentivos fiscais municipais	0,00	0,00

Nota: 0 = importância nula; 1 = importância pequena; 2 = importância grande; 3 = foi um dos fatores decisivos; 4 = foi o fator individualmente causador da escolha.

taram por expandir suas atividades para a região que oferecia boas condições climáticas, podendo proporcionar uvas de qualidade desejada.

Na atividade vitivinícola, percebe-se a preocupação das empresas em otimizar a qualidade do produto final (vinho), influenciado pelas condições edafoclimáticas que determinadas regiões apresentam.

Bowersox (1978) ressaltou a importância dos fatores intangíveis ou comportamentais inerentes aos empresários. Nessa pesquisa, percebe-

se que uma das vinícolas adotou uma estratégia diversificada entre as demais: mapear o País e instalar unidades processadoras em todas as regiões propícias ao cultivo de viníferas.

A intenção dessa vinícola foi justamente destacar-se entre as concorrentes e no mercado consumidor (nacional e estrangeiro) como sendo a única vinícola brasileira com investimentos em quatro diferentes regiões. Ou seja, foi um fator de origem comportamental e intrínseco ao empresário no momento de decisão de expansão.

Pode-se verificar que os fatores locais ressaltados por Carlos (2000) destacaram-se na tomada de decisão locacional da atividade vitivinícola, principalmente aqueles relacionados aos fatores meio ambiente e microclima (condições edafoclimáticas).

Em relação aos aspectos de infraestrutura, os resultados obtidos estão de acordo com as conclusões de Peck (1996). O autor afirma que a infraestrutura é necessária, mas geralmente não é considerada relevante ou suficiente para a escolha da localização da atividade industrial. Como foi ressaltado anteriormente, o autor salientou que raramente as condições de infraestrutura do local tornam-se fator decisivo na escolha do sítio de produção.

Em relação aos aspectos de infraestrutura que as novas regiões apresentam, a pesquisa abordou os entrevistados procurando qualificar diversos itens, como mostra a Tabela 5.

Na Tabela 5, verifica-se que o meio ambiente¹² foi o aspecto com a nota média mais elevada (2,87 conceituando-se como bom). Esse resultado está de acordo com o esperado, ao considerar os problemas de expansão que a Serra Gaúcha apresenta atualmente, fator ressaltado pelas empresas entrevistadas.

A disponibilidade de gás/energia/água foi considerada razoável. Os entrevistados revelaram que as cidades possuem condições razoáveis de desenvolvimento (comércio, lazer, escolas, saúde, transporte).

Em relação às estradas, principal meio usado para transporte do vinho, suas condições foram consideradas de razoáveis a precárias, pois há trechos intermunicipais que se encontram em péssimo estado de conservação. Quanto aos serviços de aeroporto, a principal questão levantada foi a burocracia existente.

Quanto à mão de obra, as empresas revelaram que foi preciso treinar a mão de obra local, geralmente proveniente de assentamentos rurais. Nas novas regiões, a prática pelos vinhedos,

diferentemente da região tradicional, não fazia parte da cultura local.

Tabela 5. Aspectos de infraestrutura do novo local.

Fator	Nota média	Desvio-padrão
Meio ambiente	2,87	0,77
Gás/eletricidade/água	2,30	0,65
Educação	1,86	0,77
Mão de obra	1,86	0,67
Rodovias estaduais/municipais	1,86	0,67
Transporte público	1,86	0,47
Comércio/lazer	1,72	0,75
Moradia/saúde	1,57	0,65
Estradas intermunicipais	1,43	0,47
Aeroportos	0,00	0,00

Nota: 1 = precária, 2 = razoável, 3 = boa e 4 = ótima.

Na época do treinamento, técnicos das empresas residiram nas cidades e, atualmente, existe um responsável local (denominado de “capataz”) que acompanha o desempenho de todos os funcionários e da plantação das uvas.

Quanto aos programas de desenvolvimento regional, aproximadamente 20 % das empresas entrevistadas revelaram estar vinculadas, mas ainda não obtiveram benefícios decorrentes deles. A empresa A salienta que havia promessas com linhas de crédito agrícola. A empresa F teve auxílio da prefeitura local com serviços de máquinas, eletricidade, estradas e um pavilhão cedido por 20 anos.

Na presente pesquisa, constata-se que os itens de infraestrutura tiveram desempenhos razoáveis e ruins. Esses resultados também foram verificados por Moore et al. (1991) que concluíram que os problemas encontrados na infraestrutura local só despontam após a instalação da indústria.

¹² Envolve questões de problemas ligados ao meio ambiente (poluição, qualidade da água, etc.) e está associado a problemas de expansão em outras regiões.

Apesar dos problemas de infraestrutura, todas as empresas consideram-se satisfeitas com os locais que escolheram para expansão de suas atividades. As principais variedades cultivadas nas novas regiões são Pinto Noir, Chardonnay, Merlot, Cabernet Sauvignon, Tannat, Nebiolo, Malbec e Moscato, todas viníferas.

Assim, verificou-se que os fatores de infraestrutura são indispensáveis para a atividade vitivinícola, mas não foram responsáveis pela decisão da escolha do sítio produtivo e não estão diretamente relacionados com o desempenho da atividade.

Após a análise dos dados e observações apresentadas pelas vinícolas entrevistadas, verifica-se que o modelo proposto é aplicado¹³ para o entendimento da localização espacial da atividade vitivinícola.

Tratando-se de uma amostra com abrangência de 73 % da população total, as variáveis foram classificadas como relevantes ou desprezíveis (sem importância). Mostraram-se relevantes as variáveis relacionadas aos seguintes fatores locais: matéria-prima, meio ambiente, comportamental, infraestrutura, mão de obra, proximidade ao mercado consumidor, programas de desenvolvimento regional e distância ao mercado consumidor. As variáveis relacionadas aos incentivos fiscais, vínculo familiar e custos de transporte mostraram-se desprezíveis para as vinícolas entrevistadas na pesquisa.

Conclusões

A presente pesquisa teve como objetivo central verificar os fatores locais que impulsionaram a expansão da atividade vitivinícola para novas regiões no Rio Grande do Sul e no Vale do São Francisco. Verificou-se que a atividade vitivinícola brasileira mostrou estar condicionada à distribuição espacial dos recursos produtivos, destacando-se os fatores edafoclimáticos, qualidade e oferta de matéria-prima (uva), enfoque comportamental do empresário e disponibilidade de terras.

A pesquisa revelou que as empresas estão preocupadas com a qualidade final do produto (vinho), a qual é otimizada pela qualidade da matéria-prima (uva) que, por sua vez, depende das condições edafoclimáticas da região produtiva.

Na tomada de decisão de importante vinícola nacional, também foi destacada a influência de um fator de origem comportamental. A opção por investir em quatro diferentes regiões do País deveu-se, em grande parte, à intenção de destacar-se entre as concorrentes tanto no mercado nacional como no mercado externo.

Outro fator influente nas decisões de expansão da atividade vitivinícola no País deveu-se a restrição física que a Serra Gaúcha apresenta atualmente: grande parte das terras disponíveis é de preservação permanente (APP), sendo que as demais apresentam custo muito elevado para aquisição, influenciando um redirecionamento da atividade para as regiões alternativas.

A observação de fatores clássicos e intangíveis (comportamentais), bem como a relevância da questão ambiental nas respostas das entrevistas diretas feitas com a participação de representantes das vinícolas, está de acordo com a fundamentação teórica deste estudo.

Por sua vez, quando aliados à decisão estratégica do empresário de visão, fatores clássicos de localização são relevantes na tomada de decisão, principalmente quando esse empresário é comprometido com as questões relacionadas ao meio ambiente, infraestrutura, etc., e seus projetos incluídos nas teorias de fatores locais.

É notória a constatação de que as vinícolas atuantes na Serra Gaúcha – tradicional polo vitivinícola do País – expandiram seus investimentos para as regiões da Serra do Sudeste e Região da Campanha, e para a Região do Vale do São Francisco, em Pernambuco e na Bahia. As regiões da Campanha, no Rio Grande do Sul, e o Vale do São Francisco, no Semiárido nordestino, também foram alvo de investimentos estrangeiros da atividade.

¹³ Deve-se esclarecer que o modelo e a significância das variáveis não foram testados estatisticamente. Contudo, deixa-se proposto como tema de futuras pesquisas.

Referências

- BOWERSOX, D. J. **Logistical management: a systems integration of physical distribution management and materials management**. 2nd ed. New York: Macmillan, 1978. 528 p.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logistical management: the integrated supply chain process**. New York: MacGraw Hill, 1996. 730 p.
- CARLOS, A. F. **Espaço e indústria**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2000. 70 p.
- CLEMENTE, A.; HIGACHI, H. Y. **Economia e desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2000. 264 p.
- CODEVASF. **Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba**. Disponível em: <<http://www.codevasf.gov.br>>. Acesso em: 25 maio 2006.
- DONDA JÚNIOR, A. **Fatores influentes no processo de escolha da localização agroindustrial no Paraná: estudo de caso de uma agroindústria de aves**. 2002. 141 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.
- FERREIRA, C. M. C. As teorias da localização e organização espacial da economia. In: HADDAD, P. R. (Org.). **Economia regional: teorias e métodos de análise**. Fortaleza: BNB-ETENE, 1989. p. 67-206.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Dados agregados**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 2 mar. 2006.
- MOORE, B.; TYLER, P.; ELLIOTT, D. **The influence of regional development incentives and infrastructure on the location of small and medium sized companies in Europe**. 1991. Disponível em: <<http://www.taylorandfrancis.metapress.com>>. Acesso em: 9 maio 2006.
- MOTTA, F. D. **Manual de localização industrial: tentativa de adequação da teoria a realidade**. 2. ed. Fortaleza: BNB-ETENE: APEC, 1988. 113 p.
- PECK, F. W. **Regional development and the production of space: the role of infrastructure in the attraction of new inward investment**. 1996. Disponível em: <<http://www.taylorandfrancis.metapress.com>>. Acesso em: 2 maio 2006.
-