

# Negociação na rede de poder na cadeia vitivinícola brasileira

## O caso do vinho tinto de mesa a granel

Mariano Marques<sup>1</sup>

**Resumo:** A cadeia vitivinícola localizada na Região da Serra Gaúcha tem características próprias: sua ausência de contratos formais entre as partes, e que funciona apesar disso, o poder de mercado que vai praticamente de uma concorrência perfeita entre produtores de uva, até o oligopsônio das empresas que compram a granel na Serra e das grandes redes varejistas. Compreender as relações de poder ao longo da cadeia permite, dentre outras coisas, que o setor público aja de forma mais eficaz, não só na fixação do preço mínimo da uva, como também exerça seu poder na fiscalização das empresas processadoras de uva.

**Palavras-chave:** relações de poder, economia dos custos de transação, poder de mercado.

### Introdução

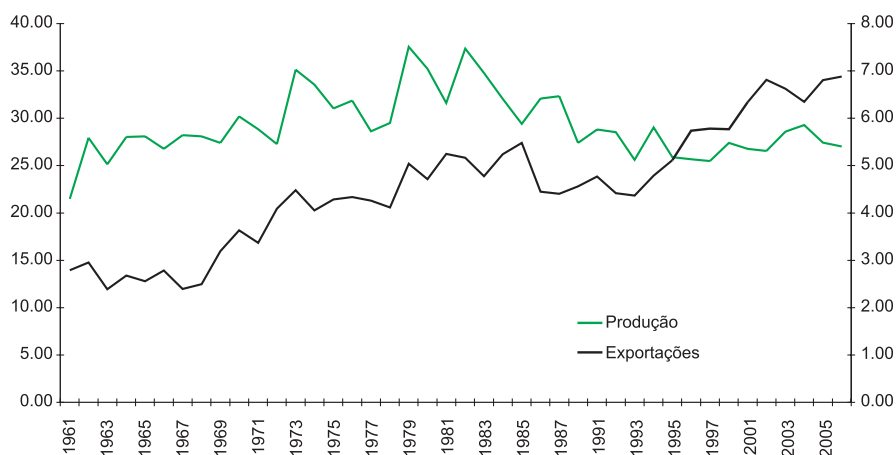
Pode-se dizer que a cadeia vitivinícola da Região da Serra Gaúcha está estabelecida como um complexo agroindustrial efetivo desde a década de 1970. A evolução histórica da vitivinicultura brasileira, que culminou com a consolidação do complexo agroindustrial, é um processo político com condicionantes institucionais e estruturais, movidos por arranjos entre organizações representativas de interesses vinculados aos produtos específicos. Neste trabalho é discutida a relação de poder dentro da cadeia e sua economia de custos de transação. A situação atual da cadeia é discutida na segunda seção, que está subdividida em panorama internacional, panorama nacional, produção nacional, comercialização e preços. A ação do Estado e os custos

irrecuperáveis são objeto da terceira seção; na quarta seção, tem-se a caracterização da economia dos custos de transação e das relações de poder na cadeia vitivinícola. As relações de poder dentro da cadeia e a formação de preços são tratadas na quinta seção.

### Situação atual da cadeia – Panorama internacional

O mercado de vinho está numa situação estrutural em que há uma diminuição na produção mundial, que por sua vez é reflexo da diminuição do consumo nos principais países produtores, e um aumento nas exportações. Isso pode ser observado na Fig. 1.

<sup>1</sup> Economista, Ms.C., técnico em Planejamento da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).



**Fig.1.** Evolução da produção e exportação de vinho no mundo (milhões de toneladas)  
Fonte: FAO

Quando mais de 25 % da produção de vinhos é exportada, a disputa pelos mercados internacionais de um modo geral é acentuada. Um ponto a favor dos países produtores tradicionais é que o vinho que eles fazem não pode ser considerado uma commodity, isto é, não ser padronizável como um grão ou uma oleaginosa; tem nichos de mercado, que são ocupados pelos países da Europa – notadamente França, Itália e Espanha – que, juntos, perfazem mais de 50 % da produção mundial. No caso específico do vinho de mesa a granel produzido no Brasil, pode-se afirmar que se trata de uma commodity, pois é comprado em caminhões-tanque em diversas empresas processadoras, para posterior envasamento nas indústrias de outros estados.

Como se verá adiante, os efeitos de uma estratégia agressiva por parte dos principais países exportadores são sentidos de forma atenuada no mercado nacional, pois o vinho importado é basicamente proveniente de uvas viníferas, quase não concorrendo com o vinho de mesa que é proveniente de uvas americanas e híbridas.

## Situação atual da cadeia – Panorama nacional

Há uma melhora no consumo médio per capita no País, conforme mostra a Tabela 1. A maior parte do consumo é de vinho de mesa, com possibilidades de expansão desse consumo, que é considerado baixo para os padrões mundiais.

**Tabela 1.** Evolução do consumo aparente per capita de vinho no Brasil.

Ano	População	Consumo aparente (hab./L)	Consumo per capita (L/hab.)
1998	166.252.088	228.120.103	1,37
1999	168.753.552	256.365.250	1,52
2000	171.279.882	279.116.566	1,63
2001	173.821.934	274.212.010	1,58
2002	176.391.015	322.065.429	1,83
2003	178.985.306	313.872.173	1,75
2004	181.586.030	344.189.052	1,90
2005	184.184.264	383.147.914	2,08

Fontes: População – IBGE; Consumo aparente – UVIBRA e MDICT.

O aumento no consumo per capita aparente não foi suprido apenas pela produção nacional (Tabela 2). Notam-se aumentos de um modo geral: no volume de importações, nos estoques e na produção nacional de vinho (que atingiu o seu pico no ano de 2004). Essa conjunção de fatores exerce pressão baixista nos preços.

Observe-se que, segundo dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), o Brasil é o 24º mercado mundial em termos de volume importado de vinho; além disso, a Argentina é o 9º maior exportador de vinho. No ano de 2005, o preço médio de importação por litro oriundo da Argentina foi de U\$ 2,00. Isso equivale a R\$ 7,00 a garrafa de 750 mL nas gôndolas de supermercado no Estado de São Paulo. Mas pode haver preços menores para esses vinhos provenientes da Argentina, chegando, em março de 2006, a R\$ 4,50 a garrafa.

**Tabela 2.** Quadro de suprimento – 2002–2005 (milhões de litros) – e evolução percentual – Brasil.

Discriminação	2002	2003	2004	2005	2002–2003	2003–2004	2004–2005
					%	%	%
Estoque de vinhos	172,0	197,2	169,4	251,8	14,64	-14,08	48,59
Estoque de derivados	19,2	16,6	18,0	34,8	-13,36	8,15	93,53
Produção de vinhos	323,7	258,0	396,4	330,0	-20,30	53,65	-16,75
Produção de derivados	54,2	40,5	61,1	60,0	-25,22	50,90	-1,82
Importação de vinhos <sup>(1)</sup>	26,3	29,9	34,0	43,3	13,62	13,75	27,38
Importação de derivados <sup>(1)</sup>	1,9	0,5	0,5	0,9	-72,32	-4,57	70,72
Suprimento de vinhos	522,0	485,1	599,8	625,1	-7,07	23,65	4,21
Suprimento de derivados	75,3	57,6	79,6	95,6	-23,42	38,07	20,16
Consumo de vinhos	322,1	313,9	344,2	383,1	-2,54	9,66	11,32
Consumo de derivados	52,4	33,8	37,2	50,0	-35,54	10,18	34,19
Exportação de vinhos <sup>(1)</sup>	2,7	1,8	3,9	4,7	-35,32	119,10	20,96
Exportação de derivados <sup>(1)</sup>	6,2	5,9	7,6	1,2	-5,60	28,96	-83,74
Saldo de estoque de vinhos	197,2	169,4	251,8	241,9	-14,08	48,59	-3,91
Saldo de estoque de derivados	16,6	18,0	34,8	45,7	8,15	93,53	31,42

<sup>(1)</sup> Fonte: Secex – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.  
Fonte: União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra) (Nacionais).

## Situação atual da cadeia – Produção nacional

O Rio Grande do Sul é responsável por pelo menos 90 % da produção nacional. A série histórica (de 2000 a 2005) da produção de uvas e industrialização de vinhos nesse estado é objeto da Tabela 3. Acrescente-se que são cerca de 15 mil famílias de produtores, concentradas na Região

da Serra Gaúcha, que trabalham em média 2,5 hectares de parreirais, com uma produtividade média de 19 toneladas por hectare. Estima-se que há 35 mil hectares no estado produzindo uvas, sendo 95 % desse total situado na Serra Gaúcha. Há mais de 600 empresas processadoras (que são chamadas de cantinas), a maioria pequenos cantineiros. Apenas 16 cantinas têm capacidade de estocagem para mais de 10 milhões de litros.

**Tabela 3.** Produção de uvas e elaboração de vinhos no RS – 2000–2005.

Ano	Uvas (t)			Vinhos (milhões de litros)			Outros produtos	Total geral
	Uvas viníferas	Uvas comuns	Total	Viníferas	Comuns	Total		
2000	74.709	447.742	522.451	56,2	273,0	329,2	43,7	372,9
2001	50.013	384.920	434.933	34,2	228,9	263,1	33,5	296,6
2002	47.766	426.633	474.399	31,7	259,6	291,3	48,7	340,0
2003	43.391	339.985	383.376	29,9	203,9	233,8	36,6	270,4
2004	62.594	516.396	578.990	42,9	314,0	356,9	51,9	408,8
2005	70.609	422.638	493.247	45,5	226,0	271,5	53,2	324,7

Participação (%)								
2000	14,30	85,70	100	15,07	73,21	88,29	11,71	100
2001	11,50	88,50	100	11,52	77,19	88,71	11,29	100
2002	10,07	89,93	100	9,31	76,36	85,67	14,33	100
2003	11,32	88,68	100	11,05	75,41	86,46	13,54	100
2004	10,81	89,19	100	10,50	76,80	87,30	12,70	100
2005	14,32	85,68	100	14,01	69,61	83,62	16,38	100

Fonte: Cadastro Vinícola – Mapa / SAA-RS / Ibravin.

A maior parte da produção é de uvas comuns, com mais de 80 % do total produzido. O mesmo raciocínio se aplica à elaboração de vinhos comuns, também responsáveis em média por 85 % do total elaborado.

## Situação atual da cadeia – Comercialização

O forte da comercialização é na forma de granel, em caminhões-tanque (Tabela 4), com maior participação do vinho de mesa do que o vinho fino. Este último é mais comercializado na forma engarrafada, o que agrega mais valor ao produto final. Deve ser acrescentado que o vinho que sai do Rio Grande do Sul no formato de granel também pode ser transformado em outros subprodutos, tais como “sangria” e “cooler”, que estão aumentando o seu consumo no País.

Esse tipo de comercialização é dominado por cinco empresas, sendo três do Estado de São Paulo (24,10 % do total vendido), uma do Estado do Rio de Janeiro (14,59 %) e uma do Paraná (10,37 %). Juntas, são responsáveis pela compra de 49,06 % do vinho a granel, o que caracteriza um oligopsonio. As demais empresas que também atuam nesse mercado não detêm mais de 2 % do total comercializado.

## Situação atual da cadeia – Preços

Para ser elaborado, o vinho demora algum tempo nos tonéis maturando até ser colocado à venda, a depender de seu tipo. O vinho de mesa matura cerca de 7 meses. Os vinhos finos levam mais tempo no processo, maturando, em média, por 2s anos. Assim, é de se esperar um volume alto de estoques, havendo anos em que o nível de estoques tem quase o mesmo volume que a elaboração do vinho (Tabela 2).

A consequência principal é uma pressão baixista nos preços, notadamente porque algumas empresas processadoras de vinho são cooperativas, que detêm 25,44 % da capacidade estática de estocagem do setor. Estas têm de receber a uva dos seus cooperados. Se os tonéis estiverem cheios, ou houver uma necessidade de fazer caixa, as cooperativas fazem uma “liquidação”, diminuindo o preço do vinho.

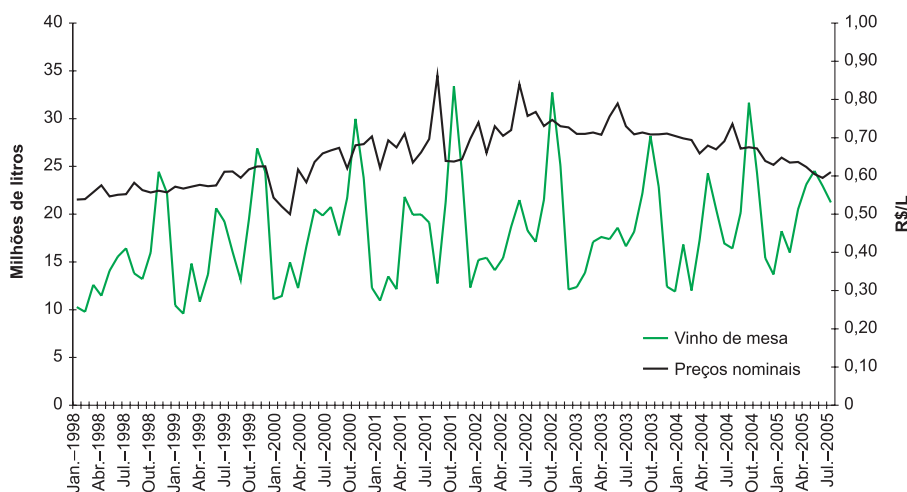
Isso faz com que a trajetória dos preços não acompanhe a sazonalidade da quantidade vendida. Na Fig. 2 estão os preços nominais e as quantidades de uva comercializadas entre janeiro de 1998 e setembro de 2005. O preço é do vinho de mesa a granel, sem ICMS, posto na cantina.

Nota-se uma sazonalidade acentuada nas quantidades vendidas e suavizada nos preços. Em alguns pontos é que uma queda nos preços equi-

**Tabela 4.** Comercialização de vinho desdobrado por embalagem no RS – milhões de litros.

Embalagem	Produto	2001	Part. (%)	2002	Part. (%)	2003	Part. (%)	2004	Part. (%)	2005	Part. (%)
Engarrafado	Vinho de mesa	50,7	19,26	48,0	16,48	47,1	20,13	49,0	13,73	43,0	15,83
	Vinho fino	27,8	10,55	25,0	8,59	27,6	11,79	40,7	11,41	43,6	16,06
	Total	78,4	29,81	66,7	22,89	68,0	29,07	66,4	18,59	58,1	21,41
Garrafão	Vinho de mesa	38,3	14,56	36,3	12,45	29,5	12,61	23,8	6,68	18,7	6,90
	Vinho fino	3,2	1,20	2,0	0,68	1,4	0,61	1,0	0,29	0,9	0,32
	Total	41,5	15,76	38,3	13,14	30,9	13,21	24,9	6,96	19,6	7,22
Barril	Vinho de mesa	4,1	1,54	3,9	1,35	3,7	1,58	3,2	0,91	2,9	1,07
	Vinho fino	0,1	0,05	0,1	0,05	0,1	0,03	0,1	0,02	0,1	0,03
	Total	4,2	1,59	4,1	1,40	3,8	1,61	3,3	0,92	3,0	1,10
Granel	Vinho de mesa	135,9	51,64	171,4	58,85	153,6	65,69	237,9	66,66	161,4	59,44
	Vinho fino	3,2	1,20	4,5	1,55	0,8	0,35	1,1	0,31	0,9	0,34
	Total	133,7	50,82	143,1	49,14	137,6	58,87	148,9	41,73	138,9	51,15
Total	Vinho de mesa	228,9	87,00	259,6	89,13	203,9	87,22	314,0	87,98	226,0	83,24
	Vinho fino	34,2	13,00	31,7	10,87	29,9	12,78	42,9	12,02	45,5	16,76
	Total	263,1	100,0	291,3	100,0	233,8	100,0	356,9	100,0	271,5	100,0

Fonte: Ibravin.



**Fig.2.** Evolução dos preços nominais (R\$/L) e da quantidade comercializada (milhões de litros) de vinho de mesa.

vale a um aumento na quantidade comercializada. A partir de outubro de 2004, os preços entraram em queda, principalmente em função de uma liquidação ocorrida em uma grande cooperativa, que é líder no setor. Houve aumento nas quantidades vendidas em novembro e dezembro, que são meses tradicionais de venda, mas a um preço abaixo do de setembro do mesmo ano.

Em resumo, tem-se uma situação em que o vinho de mesa é o mais produzido; são pequenos produtores de uva, concentrados na Região da Serra Gaúcha; é mais comercializado na forma de granel, o que diminui o valor adicionado ao produto dentro do Rio Grande do Sul; há o aumento da importação de vinhos mais baratos originários da Argentina, o que estabelece um teto superior ao preço do vinho engarrafado nas gôndolas dos supermercados; e que há um verdadeiro oligopsonio na venda a granel.

## Ação do Estado

A partir da segunda metade da década de 1980, inicia-se, na economia brasileira, um processo de desregulamentação, que se intensificou a partir da década de 1990. Grandes alterações institucionais ocorreram nas cadeias agroindustriais que alteraram, profundamente, as relações entre os agentes desses sistemas, já que se extinguíram regras estabelecidas anteriormente.

Nessa cadeia, o Estado age basicamente na fixação dos preços mínimos da uva (a formação dos preços será vista adiante) e na fiscalização das cantinas. Os fatores que influenciaram o desarranjo das formas de governança consolidadas nos anos 1990 são, em um plano mais abrangente, a abertura comercial, a formação do Mercado Comum do Cone Sul (Mercosul) e o aprofundamento da crise fiscal do Estado. O governo passou a disponibilizar menos recursos, principalmente para o setor agropecuário. As se retirar, gradativamente, do manejo e da gestão das políticas agrícolas, o Estado abriu espaço para os grupos econômicos com maior inserção setorial. No plano específico, tem-se o crescimento do peso do elo da distribuição na cadeia e a entrada de novas firmas transnacionais no comércio e processamento de produtos agropecuários. Todos esses fatores nos permitem afirmar que o Complexo Agroindustrial brasileiro passa a submeter-se a uma crescente perda do poder de regulação, a partir dos anos 1990 (BELIK, 1998).

Com a retirada gradativa do Estado no financiamento da agricultura, estabelecem-se novas formas de financiamento com pouca ou nenhuma relação com o Crédito Rural. O antigo papel orientador da modernização, estabelecido pelo Crédito Rural tradicional, é substituído por relações privadas entre os diferentes agentes do elo da cadeia produtiva. Acrescente-se uma crescente desintermediação que leva ao financiamen-

to dos agentes produtivos por meio de esquemas de quase-integração, venda antecipada, ou até mesmo agiotagem, no pior dos casos. Cabe aos interesses privados definir aspectos como margens, classificação e diferenciação de produtos, mudanças de tabelas de preços, etc.

O resultado dessa estratégia de “livre mercado” para a agropecuária é que uma parcela de produtores não articulados do complexo fica desamparada. Em outras palavras, ocorre um desgaste nas tradicionais alianças que tinham como base o enorme feixe de interesses que, por sua vez, permitem uma governança setorial.

A desregulamentação da economia brasileira, a crise fiscal do Estado e seu enfraquecimento como gestor da política econômica, e até mesmo como empresário, aconteceram simultaneamente ao processo de consolidação dos complexos agroindustriais no País, com a alteração nas suas formas de regulação e a rearticulação dos interesses hegemônicos por meio do processo de integração das agroindústrias com parcela considerável da agricultura, postos sob uma nova dinâmica: a da articulação dos capitais financeiro, industrial, agrário e comercial.

## Custos irre recuperáveis

Uma característica da cadeia são os custos irre recuperáveis (*sunk costs*); sendo uma cultura permanente, requer pelo menos 3 anos para a primeira colheita. Os investimentos são específicos para a cultura, não havendo praticamente mobilidade. O efeito da presença de tais custos sobre o padrão de concorrência manifesta-se pela elevação de barreiras à saída em um dado mercado, pois essa saída implica a renúncia ao retorno associado a esses investimentos. A retração do mercado conduz a uma situação de excesso de capacidade produtiva diante da demanda. Isso pode levar a uma guerra de preços, deprimindo a rentabilidade geral. Em função dos custos irre recuperáveis, as empresas continuam operando mesmo se a rentabilidade obtida não permitir a remuneração dos custos irre recuperáveis. Basta que a receita supere os custos variáveis para que

a empresa continue operando. No caso de expansão do mercado, poderá haver restrições a novos investimentos, na medida em que esse novo investimento não tenha a liquidez desejada. Somente haverá novos investimentos se as margens forem suficientemente altas para atraí-los. Havendo crescimento da demanda não acompanhado imediatamente de novos investimentos, será observado um arrefecimento da concorrência e um aumento de margens (AZEVEDO, 2000). Esse raciocínio se aplica tanto ao produtor como às cantinas.

## Caracterização da economia dos custos de transação e das relações de poder na cadeia vitivinícola

Conforme a *Economia dos Custos de Transação* (MORAES, 1998), a decisão sobre a qual o modo mais eficiente de transacionar seus insumos e produtos vai além das estratégias empresariais que buscam reduções dos custos de produção envolvidos, devendo considerar outros custos – os custos de transação – que são aqueles que fazem o sistema econômico funcionar e que surgem ao se utilizar o sistema de preços como alocador de recursos, em um ambiente não neutro. Adota-se uma visão contratual da firma, a qual é entendida como um nexo de contratos que disciplina as transações, entendidas como as transformações de um produto por meio de interfaces tecnologicamente separáveis, com a unidade analítica passando a ser a transação. As transações, por sua vez, apresentam atributos mensuráveis, ou seja, apresentam dimensões relacionadas com especificidade dos ativos envolvidos, com incerteza, com frequência das transações, com duração e com complexidade destas que definem as formas organizacionais mais eficientes. No caso da cadeia vitivinícola, não existe contrato de compra e venda formal entre as partes, sendo verbal, ou mesmo tácito. De qualquer forma, o contrato, quando existe, é informal. Na essência, a *Economia dos Custos de Transação* considera incentivos de eficiência com base no desenho de arranjos institucionais, que tanto podem ser contratos formais ou outras formas de

coordenação amparadas por reputação ou laços sociais.

A ausência do contrato não representa a redução da articulação de interesses entre as associações das partes. Ao contrário, pois a crescente especialização das propriedades rurais coloca uma problemática específica para cada produto, tanto em relação aos mercados a que se dirigem, como em relação à política agrária que demandam os agricultores. O estabelecimento de demandas cada vez mais específicas e diferenciadas torna cada vez maior a articulação em torno de organizações com caráter setorial, por produtos. O resultado final dessa tendência à setorialização das reivindicações é a crescente integração dos agricultores de determinado produto aos demais segmentos agroindustriais do complexo, criando base para a continuação das organizações interprofissionais. Isso, em princípio, lhes dá mais poder de barganha.

Por organizações interprofissionais entende-se aquelas que agrupam, em uma mesma estrutura de representação, associações de agricultores e associações de empresas agroindustriais, sejam produtoras de insumos agrícolas ou empresas processadoras e/ou comercializadoras de produtos agrários processados ou não. Essas organizações buscam a defesa integrada de um suposto interesse comum a todos os grupos envolvidos no correspondente Complexo Agroindustrial. A constituição de uma organização interprofissional pode ser entendida como resultado da institucionalização das relações entre os segmentos de determinado Complexo Agroindustrial e deste com os demais setores da sociedade com o Estado (ORTEGA, 1998).

## Especificidade dos ativos

A especificidade de lugar refere-se à existência de perda de valor no caso de deslocamento físico; a uva tem que ser bem acomodada em caixotes de polipropileno, de forma a não sofrer lesões durante o trajeto até a cantina; estas ficam num raio de no máximo 30 km das propriedades rurais. A temporal é exemplificada por produtos que exijam investimentos para a sua produção,

mas cujo valor de mercado cairá drasticamente caso não seja processado ou comercializado dentro de certo período. É o que ocorre dentro da cadeia, pois a uva, depois de colhida, só pode ficar armazenada no máximo 2 dias, pois vai perdendo suas propriedades e oxidando. A especificidade de capital humano é associada ao conhecimento acumulado pelos indivíduos em algumas atividades, cuja aplicabilidade em uma outra é limitada. Nesse caso, o plantador de uva tem habilidades específicas; nas cantinas, o enólogo é o principal responsável pelo processo de vinificação, sendo nula a aplicação desta mão-de-obra altamente especializada em outra atividade.

Conclui-se pela alta especificidade dos ativos. Isso significa que uma ou ambas as partes envolvidas na transação perderão, caso esta não se concretize, por não encontrarem uso alternativo que mantenha o valor do ativo desenvolvido para determinada transação.

## Oportunismo

Há, por parte dos participantes da cadeia, um forte oportunismo, o que implica o reconhecimento de que esses agentes não apenas buscam o auto-interesse, e podem fazê-lo lançando mão de critérios baseados na manutenção de informação privilegiada, rompendo contratos ex post com a intenção de apropriar-se de quase rendas associadas àquela transação. Assume-se a possibilidade da presença de oportunismo pós-contratual, que associada a investimentos em ativos específicos leva os agentes a antecipar e mitigar os problemas pós-contratuais, desenhando medidas de precaução. Na cadeia, pelo fato de não haver contrato escrito, o comportamento oportunista por parte dos produtores é vender a sua uva para outra cantina, se esta paga um pouco mais. A medida de precaução por parte do cantineiro é feita ex post, não aceitando a uva daquele produtor na safra seguinte. Por parte dos cantineiros, o comportamento oportunista seria não pagar a uva no grau glucométrico (teor de açúcar) devido, pois há um ágio para cada grau a mais a partir de uma base. Neste caso, a medida cabível é a fiscalização do Estado.

## Freqüência e duração das transações

A freqüência e a duração das transações na cadeia podem ser consideradas como “recorrentes” e duradouras. Portanto, fica caracterizada uma dependência bilateral, ou seja, tanto do lado do produtor (que faz fortes investimentos nos parreirais), como da cantina (que depende do produto). São vantajosas as relações freqüentes e duradouras, emergindo contratos de médio e longo prazo, ou mesmo a integração vertical ou aquisição de parreirais próprios por parte dos cantineiros. Diante disso, a freqüência das transações somente se traduzirá em reputação se a economia de custos de transação for maior do que o aumento dos custos de transformação. Mais importante do que a reputação é o estabelecimento de um compromisso confiável entre as partes, que pode ser um resultado de transações correntes. Quanto maior a freqüência de uma transação, *ceteris paribus*, maior o valor presente dos ganhos futuros e, portanto, maior o custo associado à atividade oportunista. O compromisso confiável é suficiente para garantir o comportamento cooperativo das partes participantes do contrato (AZEVEDO, 1997).

## Incerteza

A incerteza das transações na cadeia está relacionada com as dificuldades inesperadas encontradas nas transações, decorrentes dos diferentes estados da natureza e do comportamento estratégico dos agentes envolvidos nas transações. Na cadeia, além da incerteza intrínseca da atividade rural associada ao clima e aos tratamentos fitossanitários, tem-se a incerteza do período que o produtor receberá pela uva que ele entrega ao processador. No que se refere às cantinas, existe a incerteza *ex ante* da qualidade da uva entregue.

Uma forma de diminuir a incerteza é a construção de uma reputação. A reputação economiza, portanto, custos de transação. No entanto, ela pode implicar aumento dos custos de transformação, decorrente de esforços de controle da qualidade. Um exemplo é dado a seguir. O custo va-

riável é calculado pelo governo segundo uma produtividade de 20 mil quilos de uva por hectare; para se produzir uma uva de mesa dentro das recomendações agrônômicas ótimas, ter-se-ia uma produtividade de 18 mil quilos por hectare. O que o produtor estaria perdendo por hectare, ganharia no grau glucométrico da uva; isto faria como que as cantinas preferissem a uva daquele produtor, pois um grau glucométrico maior implica menos gastos com açúcar de cana, de modo a dar o grau exato para a vinificação. No caso das cantinas, a reputação se constrói a partir da garantia, pelo menos verbal, de adquirir a uva dos produtores próximos a ela e pagar de uma forma diferenciada do costume da região (analisada a seguir).

Conclui-se, portanto, dados os níveis de especificidade dos ativos, das incertezas encontradas, da freqüência e duração das transações (classificadas como recorrentes e duradouras), que as formas organizacionais mais eficientes são as relações mistas ou hierárquicas, ou seja, desde contratos informais entre cantinas e produtores até a integração vertical, isto é, cantineiros pequenos ou cooperativados que processam a sua própria uva.

## Relações de poder dentro da cadeia e formação de preços

A análise das relações de poder entre os atores que atuam na cadeia permite, dentre outras coisas, que o Estado – dentro da sua limitação – possa delinear políticas mais efetivas para o setor, bem como agir de forma eficaz como mediador. Um estudo pioneiro nesse sentido foi o de Paulillo (2001), que estudou as negociações e exclusão de poder na rede citrícola. Conforme esse autor, “a interdependência dos atores, a complementaridade dinâmica dos segmentos, a busca de recursos de poder e a orquestração dos interesses mostram a ocorrência de interações institucionais diferenciadas”. Isso se verifica fortemente na região, como se verá a seguir. A rede de poder é uma abordagem que possibilita responder a certas indagações preponderantes para



o conhecimento da estrutura e da dinâmica dos agentes sociais aí envolvidos.

As principais associações de classe que atuam dentro da cadeia são:

- a) União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra).
- b) Associação Gaúcha de Vitivinicultores (Agavi).
- c) Sindicato da Indústria do Vinho do Estado do Rio Grande do Sul (Sindivinho).
- d) Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul (Fecovinho).
- e) Sindicato dos Trabalhadores Rurais da Região Vitícola do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

As três primeiras são representativas do setor processador (cantineiros); a quarta representa as cooperativas e o último, os produtores rurais. Deve ser notado que as fronteiras entre produtores e cantineiros não são, de um modo geral, nítidas, pois muitos cantineiros produzem uva, e há um grande número de pequenos cantineiros. Isso pode ser visto na Tabela 5.

Nota-se que é grande o número de pequenos cantineiros e que as grandes cantinas detêm 30,28 % da capacidade total de estocagem; por sua vez, as grandes cooperativas têm, conforme já citado, 25,44 % da capacidade total. Das aproximadamente 15 mil famílias de produtores de uvas, 5.667 são sócias em cooperativas. Assim, é grande a assimetria do poder de barganha, que se reflete quando da discussão da matéria-prima, isto é, o preço básico da uva.

O poder dos agricultores é reduzido, pois estes atuam em um mercado muito mais competitivo. Estes aumentam o seu poder por intermédio

de sua capacidade de organização para relacionar-se, de forma coletiva, com as agroindústrias. Quanto às relações de poder dentro da interprofissão, ressalte-se que, para as agroindústrias, este advém, fundamentalmente, do seu poder econômico e da própria facilidade em se posicionar de acordo com seus competidores, já que constituem um número relativamente reduzido. Com isso, evidencia-se, uma vez mais, que a constituição de uma interprofissão não significa a extinção dos conflitos no interior do Complexo Agroindustrial, mas que esses conflitos existem e são reconhecidos pelos agentes neles envolvidos e são mediatizados por estratégias corporativistas de interlocução.

A fixação dos preços resulta de intensas negociações dos diversos setores interessados na produção da uva. Assim, interagem, sob a coordenação da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), as entidades dos processadores, de um lado, e a entidade representativa dos produtores, do outro. Como a Fecovinho tem interesse de ambos os lados, de um modo geral, é neutra na negociação. Há também a participação de entidades públicas como a Secretaria de Agricultura do estado, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater) estadual, que eventualmente participam como órgãos de consulta.

Os preços mínimos da uva são diferenciados em função da cultivar e do teor de açúcar, sendo o preço mínimo básico determinado pelo Grupo III (uvas de mesa), subgrupo tintas I com teor de açúcar de 15 graus babo. A variação do preço em função do teor de açúcar varia de 7 % a 10 % para cada grau.

**Tabela 5.** Capacidade de estocagem – Empresas Vinícolas do RS.

Tipo de cantina	Capacidade de estocagem (milhões de litros)	Cooperativas		Outros		Total	
		Unidades	Estocagem	Unidades	Estocagem	Unidades	Estocagem
Pequena	Até 1	5	1,6	465	123,6	470	125,2
Média	> 1 a < 5	8	15,5	101	212,4	109	227,8
Grande	> 5	12	202,8	23	241,4	35	444,1

Fonte: Ibravin.

A Conab, empresa federal ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, atua no financiamento da produção desde 1978 por meio do Banco do Brasil mediante empréstimos para comercialização (Empréstimo do Governo Federal sem opção de venda ao Governo (EGF/SOV)), atualmente a juros fixos de 8,75 % ao ano e, até 1990, também adquiriu a uva para posterior transformação em vinho por meio das Aquisições do Governo Federal (AGF). A garantia dos financiamentos (EGF) é o vinho depositado nas cantinas e cooperativas, uma vez que a uva é produto perecível. Os beneficiários desse empréstimo são os produtores ou grupo de produtores, mediante formalização de um contrato entre produtor e cooperativa ou indústria para processamento de uva e seus derivados. Na prática, o que ocorre é que o produtor entrega a uva mediante preenchimento da nota de “talão de produtor” (fornecido pela Secretaria da Fazenda do estado) e recebe da cantina uma nota fiscal (fatura), não recebendo em geral nenhum pagamento na hora da entrega.

Cabe aqui um esclarecimento. A cantina só é obrigada a pagar o preço mínimo estabelecido pelo governo – chamado na região de preço de tabela – se contrai o EGF nos bancos oficiais.

Aqui entra em ação o poder das cantinas. Dependendo da percepção da safra da uva, isto é, se a oferta de uva é grande ou pequena em relação ao que o mercado pode absorver de vinho, a cantina paga ao produtor da forma que se segue. Se o preço mínimo estabelecido pelo governo – que em geral só cobre o custo variável de produção – for maior do que o preço que as cantinas estão dispostas a pagar, elas pagam o preço delas. Foi o que aconteceu na safra 2004–2005. O preço mínimo estipulado pelo governo foi de R\$ 0,42 por quilograma da uva de mesa ‘Isabel’ (que é o parâmetro básico, a partir do qual vêm ágios em função da variedade e grau glucométrico) e as cantinas resolveram pagar R\$ 0,35.

A forma de pagamento é feita da forma que se segue, independentemente de ser pago o preço mínimo ou não. De um modo geral, elas não

pagam à vista; fazem um adiantamento de 10 % quando da entrega da uva (nos meses de fevereiro e março), que dá para o produtor pagar os diaristas que trabalharam na colheita, o combustível usado para o transporte e outras despesas gerais ligadas à colheita. Se a cantina faz uso do EGF (liberado em junho), ela paga o restante, sem nenhuma correção. Caso contrário, isto é, se a cantina usa recursos próprios, paga 50 % do saldo devedor também sem correção. O restante ela paga até dezembro, corrigindo esse saldo segundo os juros da caderneta de poupança (TR + 0,5 %). Dessa forma, o produtor rural praticamente financia o custeio da cantina. E isso explica porque poucas cantinas recorrem ao EGF, pois podem esperar vender o produto – a uva entregue entre fevereiro e março é vinificada e o vinho está pronto para consumo entre setembro e outubro – para depois pagar ao produtor.

Já as empresas “graneleiras” pagam um preço às cantinas basicamente previamente combinado entre elas. Das cinco maiores citadas, as três do Estado de São Paulo são da mesma cidade – Jundiaí – o que torna mais fácil um possível conluio de preços. Exceção é feita quando há uma quebra de safra, pois aí as cantinas aumentam sua margem de lucro.

No caso vitivinícola, o poder de mercado implica relações comerciais entre os produtores de uva e as cantinas; as cantinas e as indústrias graneleiras; e as indústrias graneleiras e as grandes redes varejistas. A posse de uma disposição maior de recursos por parte de um agente possibilita maior capacidade na negociação. Dessa forma, o poder de mercado pode ser definido pela característica estrutural da indústria, e pelo qual se determinam a conduta e o desempenho no mercado. As posições em que se encontram as empresas são vantajosas, não só nas negociações individuais como nas relações comerciais por meio de suas associações, já que as principais características referentes à posição no mercado lhes concedem maior poder de barganha no processo de negociação da matéria-prima. Isso porque, como se viu, as cantinas podem pagar ou não o preço mínimo estipulado pelo governo. Na continuação da cadeia, as indústrias que compram

o vinho a granel podem ditar o preço em função do seu poder de oligopsonia, a depender da safra da uva; se esta é abundante, aumenta seu poder de mercado; caso contrário, as cantinas podem aumentar sua margem de rentabilidade. Esse vinho a granel é vendido pelas graneleiras na forma de garrafa de 750 mL ou garrafão de 4.600 mL, quer na forma de vinho ou de algum derivado, como a sangria. O comprador final seriam as redes varejistas, que também podem importar vinhos mais baratos da Argentina. Assim, no final das contas, é o vinho barato argentino que funciona como teto ao preço do vinho de mesa brasileiro, ditando as margens de comercialização das empresas que compram o vinho de mesa a granel no Rio Grande do Sul.

## Conclusões

O setor, mesmo sem a assinatura formal de contratos entre as partes, é altamente organizado, tendo seus representantes voz ativa quando da fixação de preços pagos ao produtor de uva. Por sua vez, as grandes empresas que vêm ao estado comprar vinho tinto de mesa a granel procuram exercer o seu poder de barganha, sendo eficazes nesse ponto. Por seu turno, as grandes redes varejistas se utilizam também do seu poder de mercado para ditar os preços para as empresas graneleiras.

Assim se dá a cadeia de transmissão de poder de mercado: as grandes redes varejistas, ao importarem vinho mais barato da Argentina, impõem um teto de preço para o vinho tinto de mesa vendido pelas empresas que compram esse vinho a granel no Rio Grande do Sul. As empresas que compram a granel impõem um preço às

cantinas se a safra for maior do que o esperado; caso contrário, diminuem a sua margem de lucro e aceitam um preço mais próximo ao custo de vinificação acrescido de uma margem. As cantinas pagam posteriormente ao produtor um preço que, mesmo sendo o preço mínimo estipulado pelo governo, ao se atualizar o valor pela data de recebimento efetivo do produtor, fica abaixo desse mínimo.

## Referências

AZEVEDO, P. F. de. Concorrência no agribusiness. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.). **Economia & gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000. p. 61-80.

AZEVEDO, P. F. de. Economia dos custos de transação. In: FARINA, E. M. M.Q.; AZEVEDO, P. F. de; SAES, M. S. M. **Competitividade: mercado, Estado e organizações**. São Paulo: Singular, 1997. cap. 3.

BELIK, W. Estado, grupos de interesse e formulação de políticas para a agropecuária brasileira. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, DF, v. 36, n. 1, p. 9-33, jan./mar. 1998.

MORAES, M. A. Alterações nas relações contratuais da cadeia sucroalcooleira, decorrentes da desregulamentação analisadas sob a ótica da nova economia das instituições. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, DF, v. 36, n. 3, p. 55-79, jul./set. 1998.

ORTEGA, A. C. Corporatismo e novas formas de representação de interesses na agricultura: uma abordagem teórica. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, DF, v. 36, n. 4, p. 9-37, out./dez. 1998.

PAULILLO, L. F. Negociação e exclusão na rede de poder citrícola brasileira. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 48, n. 2, p. 101-118, 2001.

UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA. **Dados estatísticos**. Disponível em: <<http://www.uvibra.com.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2006.