

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CAMPUS DOM PEDRITO
BACHARELADO EM ENOLOGIA**

VILSON CARLOS GONÇALVES CHAGAS

**ESTUDO DA OFERTA DE UVA DE MESA PARA CONSUMO *IN NATURA*
EM DOM PEDRITO – RS, REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA**

**Dom Pedrito – RS
2016**

VILSON CARLOS GONÇALVES CHAGAS

**ESTUDO DA OFERTA DE UVA DE MESA PARA CONSUMO *IN NATURA*
EM DOM PEDRITO – RS, REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Enologia da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Enologia.

Orientador: Professor. Dr. Rodrigo da Silva Lisboa

**Dom Pedrito – RS
2016**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

C433e Chagas, Wilson Carlos Gonçalves
ESTUDO DA OFERTA DE UVA DE MESA PARA CONSUMO IN NATURA EM
DOM PEDRITO - RS, REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA / Wilson Carlos
Gonçalves Chagas.
56 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, ENOLOGIA, 2016.
"Orientação: Rodrigo da Silva Lisboa".

1. Comercialização de Uvas. 2. Análise de Mercado. 3.
Espécies de Uva de Mesa. 4. Vitivinicultura. I. Título.

VILSON CARLOS GONÇALVES CHAGAS

**ESTUDO DA OFERTA DE UVA DE MESA PARA CONSUMO *IN NATURA*
EM DOM PEDRITO – RS, REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Enologia da
Universidade Federal do Pampa, como
requisito parcial para obtenção do Título
de Bacharel em Enologia.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 29/11/2016.
Banca examinadora:



Professor Dr. Rodrigo da Silva Lisboa
Orientador
UNIPAMPA



Professor Dr. Norton Sampaio
UNIPAMPA



Bacharel em Enologia Jansen Silveira
UNIPAMPA

“Toda grande caminhada começa com um simples passo”. Ensino de Buda.

RESUMO

O presente estudo aborda a situação atual da produção de uva de mesa em Dom Pedrito, com base nos resultados obtidos pela pesquisa de campo executada junto a produtores da agricultura familiar e agentes do mercado varejista, com abrangência municipal. De modo geral, as informações desta atividade são bastante restritas, devido ao número reduzido de produtores e ao não armazenamento de dados referentes à produtividade da uva de mesa destinada não só ao consumo *in natura*, como também à agroindústria. Os resultados revelam possibilidades de expansão da área cultivada no município e região, especialmente para variedades de mesa destinadas a consumo *in natura*, pois fatores físicos e meteorológicos da região resultam no fruto uma maturação plena, com maior teor de açúcar, expressando qualidade da produção. O território ou região da campanha gaúcha apresenta um *terroir* que dinamiza a viticultura para ambos os fins, porém explora-se apenas o setor vinícola de vinhos finos e espumantes de forma industrial, outros segmentos como vinho de mesa, suco e derivados vêm sendo produzidos pelos agricultores familiares, de forma artesanal. A expansão de uva de mesa pode gerar crescimento e novas oportunidades de renda para a agricultura familiar, através de novas cultivares, tecnologias, insumos, mão de obra qualificada, assim como o fortalecimento de elos entre produtor e consumidor, agregando valor ao produto com mais qualidade e diminuindo o custo ao consumidor final. Essa expressiva atividade produtiva tem apresentado uma dualidade. Por um lado, desenvolve-se com emprego de tecnologias modernas, capital humano qualificado e empreendimentos pioneiros e; por outro, uma produção defasada tecnologicamente e com assistência técnica insuficiente.

Palavra chave: Comercialização de Uvas, Análise de Mercado, Espécies de Uva de Mesa, Vitivinicultura.

ABSTRACT

The present study deals with the current situation of table grape production in Dom Pedrito, based on the results obtained by the field research carried out together with producers of family agriculture and agents of the retail market, with municipal coverage. In general, the information of this activity is very restricted, due to the small number of producers and the non-storage of data related to the productivity of table grapes destined not only to in natura consumption, but also to agroindustry. The results reveal possibilities of expansion of the cultivated area in the municipality and region, especially for table varieties destined to in natura consumption, since physical and meteorological factors of the region result in the fruit a full maturation, with higher sugar content, expressing production quality. The territory or region of the gaucho campaign presents a terroir that dynamizes the viticulture for both ends, but only the wine sector of fine and sparkling wine of industrial form is explored, other segments like table wine, juice, and derivatives have been produced by family farmers, in an artisanal way. The expansion of table grapes can generate growth and new income opportunities for family agriculture, through new cultivars, technologies, inputs, skilled labor, as well as the strengthening of links between producer and consumer, adding value to the product with more reducing the cost to the final consumer. This expressive productive activity has presented a duality. On the one hand, it is developed with the use of modern technologies, qualified human capital and pioneering ventures and; On the other hand, a technologically outdated production with insufficient technical assistance.

Keyword (s): Commercialization of Grapes, Market Analysis, Grape Varieties, Vitiviniculture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Distribuição da produção mundial de uvas.	19
Figura 2 - Distribuição da produção de uvas para o consumo in natura no mundo em 2014.	21
Figura 3 - Utilização da uva no mundo em 2014, segundo OIV.	21
Figura 4 - Concentração de produção de uvas na região da serra gaúcha.....	26
Figura 5 - Mapa com a região da campanha gaúcha.	28
Figura 6 - Propriedade Luís Camponogara, Estrada do Salso Dom Pedrito – RS	36
Figura 7 - Propriedade da família Marin, BR 153, km 242, Dom Pedrito – RS.....	37
Figura 8 - Foto embalagem plástica para uvas de mesa.....	38
Figura 9 - Foto caixa de madeira para transporte da uva.....	39
Figura 10 – Fachada do Sacolão das Frutas - Dom Pedrito - RS	39
Figura 11 – Fachada do atacado de frutas JCR - Dom Pedrito/RS.....	40
Figura 12 – Fachada da Rede Banana – Dom Pedrito/RS.....	41
Figura 13 – Fachada do Supermercado Nacional - Dom Pedrito/RS	42
Figura 14 – Fachada da Bodega do Severo – Dom Pedrito/RS.....	43
Figura 15 – Fachada do Supermercado Nicolini - Dom Pedrito - RS	44
Figura 16 – Fachada do Supermercado Peruzzo I - Dom Pedrito/RS.....	45
Figura 17 – Fachada do Supermercado Peruzzo II - Dom Pedrito/ RS.....	46
Figura 18 - Participação dos produtores de uva de mesa na comercialização em Dom Pedrito- RS	48
Figura 19 - Uvas de mesa fina e comum comercializada em Dom Pedrito	49
Figura 20 - Principais variedades comercializadas em Dom Pedrito - RS	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Área de exploração de uvas no mundo/ha	20
Tabela 2: Produção de uvas para processamento e para consumo in natura - Brasil, em toneladas.....	23
Tabela 3: Área ocupada com videira no Brasil, em hectares.	24
Tabela 4: Sazonalidade das principais regiões produtoras e cultivares do Brasil	31
Tabela 5 - Produção de uva de mesa (kg) para consumo in natura, Luís Camponogara – safra 2016.....	36
Tabela 6 - Produção de uva (kg) de mesa destinada consumo in natura, Nilson Marin - Safra 2016.....	37
Tabela 7 – Oferta de uvas (kg) no Sacolão das Frutas - Período: 09/2015 à 10/2016	40
Tabela 8 - Oferta de uvas (kg) no Atacado JCR - Período: 09/2015 à 08/2016	41
Tabela 9 - Oferta de uvas (kg) na Rede Banana - Período:09/2015 à 08/2016	42
Tabela 10 - Oferta de uvas (kg) do Supermercado Nacional - Período: 09/2015 à 08/2016	43
Tabela 11 -Oferta de uvas (kg) na Bodega do Severo - Período: 09/2015 à 08/2016	44
Tabela 12 - Oferta de uvas (kg) no Supermercado Nicolini - Período: 09/2015 à 08/2016	45
Tabela 13 - Oferta de uvas (kg) no Supermercado Peruzzo I - Período: 09/2015 à 08/2016	46
Tabela 14 - Oferta de uvas (kg) no Supermercado Peruzzo II - Período: 09/2015 à 08/2016	47
Tabela 15 – Resumo do volume de oferta de uvas (kg) de mesa no município Dom Pedrito/RS.....	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEASA - Centrais de Abastecimento

CEAGESP - Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo

CC – Centrais de Compras

CD – Centrais de Distribuição

FLV – Frutas, Legumes e Verduras

OIV – Organização Mundial do Vinho

EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

IBRAF – Instituto Brasileiro de Frutas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

IBRAVIM – Instituto Brasileiro do Vinho

INMET – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

IAC – Instituto Agrônomo de Campinas

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

KHA – Milhares de hectares

MHA – Milhões de hectares

MQX – Milhões quintais (100 kg)

MHL – Milhões de Hectolitros

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Justificativa.....	14
1.2	Objetivos	15
1.2.1	Objetivo Geral.....	15
1.2.2	Objetivos específicos.....	15
2	METODOLOGIA	17
3	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	19
3.1	Viticultura Mundial	19
3.2	Vitivinicultura Brasileira	22
3.3	Vitivinicultura no RS	25
3.3.1	Viticultura na Campanha Gaúcha	27
3.4	Avanços na produção de uvas.....	29
3.5	Sazonalidade	30
3.5	Canais de comercialização de frutas.....	32
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	34
4.1	Produção de uvas de mesa em Dom Pedrito.....	34
4.1.1	Caracterização dos produtores.....	35
4.2	Comércio de uvas de mesa em Dom Pedrito.....	37
4.2.1	Sacolão das Frutas.....	39
4.2.2	O atacado de frutas JCR.....	40
4.2.3	Rede Banana.....	41
4.2.4	Supermercado Nacional	42
4.2.5	Bodega do Severo	43
4.2.6	A rede de supermercado Nicolini.....	44
4.2.7	O Supermercado Peruzzo.....	45
5	ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS.....	48
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	51

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um dos maiores produtores de frutas e de seus subprodutos do mundo, isto faz com que tenha lugar de destaque em alguns mercados mundiais, especialmente de frutas tropicais. De acordo com o IBRAF (apud VELOSO ET AL, 2008, p. 2) o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, superado, apenas, pela China e Índia, porém não apresentando o mesmo desempenho em relação às exportações. Os fatores responsáveis pela fraca inserção do país no mercado externo é a atratividade das vendas domésticas, o que faz com que mais de 50% da fruta produzida, tanto para consumo *in natura*, quanto para o processamento de suco, seja absorvida pelo mercado interno.

Segundo SEBRAE (apud VELOSO ET AL, 2008, p.2)¹ “Outro fator que impõe dificuldade ao comércio internacional de frutas é a não adequação dos frutos quanto aos padrões de qualidade exigidos internacionalmente.”

A uva é uma das principais frutas produzidas, comercializadas e consumidas no Brasil, ela ocupa lugar de destaque na mesa do consumidor não apenas na forma *in natura*, mas também faz parte de diversas cadeias produtivas como do vinho, do suco e até mesmo de produtos de higiene e limpeza.

Segundo Araújo (2004) o mercado brasileiro de uvas de mesa é um dos mercados frutícolas que mais cresce no país. O consumo per capita deste produto no Brasil subiu de 0,4 Kg/hab./ano, no início da década de 1980, para quase 2,7 Kg/hab./ano, em 2001, e esta tendência deve se manter nos próximos anos. A produção nacional de uva destinada ao mercado doméstico é hoje totalmente absorvida.

Segundo Nachtigal (2003, p. 1), a produção de uvas de mesa no Brasil, pode ser dividida em dois grupos: *Vitis vinífera* como a uva fina Itália, as mutações (Rubi, Benitaka e Brasil), Red Globe, e as sem sementes (Thompson e Crimson) e outro grupo pelas uvas comuns *Vitis labrusca*, cuja representante principal é a cultivar Niágara Rosada”

O Rio Grande do Sul (RS) é o principal produtor de uva do Brasil, porém grande parte das uvas para consumo *in natura* de melhor qualidade são de estados como Paraná, São Paulo, a região do Vale do São Francisco e outros países, como Argentina e Chile, justificando o alto custo incorporado até chegar ao sul do país. A

oferta e demanda da uva no RS está direcionada em grande parte para produção de vinho e suco, sendo concentrada na região serrana do estado.

Além da Serra Gaúcha outra região que vem se destacando na produção de uva no estado do RS é a região da Campanha Gaúcha. Conforme Borges e Cardoso (2006/2007) esta região está situada no paralelo 31º, este que identifica outras regiões produtoras de vinhos de reputação e qualidade como partes da Argentina, África do Sul e Austrália. Os principais fatores que contribuem para uma excelente aptidão na produção de uvas da Campanha são físicos e meteorológicos, como a baixa umidade relativa do ar e uma maior amplitude térmica no período de maturação das uvas. Favorecendo a fotossíntese líquida, o que resulta em maior teor de açúcar no fruto.

Em virtude disto, a partir da década de 70, investimentos em vinhedos destinados a elaboração de vinhos finos vêm sendo realizados, fazendo que algumas vinícolas e empresários da região investissem em tecnologia nos seus vinhedos e no processo de elaboração de vinhos e espumantes. Isto tudo tornou esta região responsável por cerca de 31% dos vinhos finos produzidos no Brasil. Apesar desta região se apresentar como um destaque na produção de uvas viníferas especiais para elaboração de vinhos e espumantes finos e ter ganhado dinamismo no mercado estadual e nacional, ela não tem participação expressiva no cenário de produção de uva de mesa.

Dessa forma, este trabalho busca realizar uma análise da oferta da uva de mesa no município de Dom Pedrito/RS, um dos importantes produtores de uvas finas da região da Campanha Gaúcha do Rio Grande do Sul. Em última análise pretende identificar como se dá a produção e a comercialização de uvas de mesa no município de Dom Pedrito.

Para atingir o objetivo proposto, este trabalho é apresentado em cinco capítulos, com a seguinte estrutura: o primeiro refere-se à parte introdutória, os objetivos e a metodologia utilizada; o segundo, baseado na literatura existente, foca a estrutura mundial da vitivinicultura nacional, estadual, regional e enfim municipal; no terceiro, são apresentados os principais resultados da pesquisa de campo, considerando os segmentos básicos, produtores de uva e comerciantes do varejo; e no quarto, análise dos dados coletados e o quinto, as considerações finais.

Cabe salientar que esse estudo de identificação da produção e comercialização de uvas de mesa, apresenta a oportunidade de demonstrar a

agricultura familiar e sua participação no mercado, bem como as principais cultivares ofertadas através de dados das entrevistas com produtores e varejista do município.

1.1 Justificativa

A fruticultura de uma forma geral e a viticultura, em específico, são atividades que no estado do Rio Grande do Sul são de responsabilidade da agricultura familiar. Contudo, na Campanha Gaúcha existe uma concentração, especialmente na produção de uvas finas, em empreendimentos empresariais, devido em parte pela atratividade de ganhos financeiros, fatores ambientais e climáticos. No entanto, não existe produção comercial de uvas de mesa fina para o consumo *in natura* na região, permitindo a oferta de outros estados, não tendo a participação da agricultura familiar da região sequer no período de safra.

O consumo de uva de mesa *in natura* não possui restrição, ao contrário, é indicado na dieta alimentar por tratar-se de alimento funcional, apresenta benefícios à saúde, sendo recomendado como preventivo para diversos males que podem atingir o ser humano, principalmente cardíaco.

Conforme Scalbert et al (2000 apud BRUNELLO et al, 2001), consumir frutas é benéfico à saúde e fonte de prevenção ao câncer, acidente vascular cerebral e de doenças coronarianas. Isto se deve aos polifenóis, agentes redutores, que junto a outros agentes como a Vitamina C, a Vitamina E e os carotenóides protegem o tecido corporal contra o estresse oxidativo e doenças associadas citadas acima.

Além de ser considerada benéfica à saúde, a uva possui grande atratividade por ser saborosa para o consumo. Algumas cultivares finas apresenta aparência exótica e isso pode servir para aumentar a renda dos produtores, visto ter preço diferenciado das cultivares comuns no mercado nacional e internacional.

Segundo Araújo (2001 apud VELOSO, 2004, p. 6), “atualmente, as uvas sem sementes vêm demonstrando uma tendência preferencial nos grandes mercados internacionais, em função do aumento vertiginoso no consumo desse tipo de uva.”

Isto tem gerado interesse em diversos segmentos e setores da economia, sendo foco de estudos acadêmicos e de pesquisas em empresas públicas e privadas. Este interesse é fruto da importância que a produção de uvas tem para uma parcela significativa de agricultores familiares, sendo uma importante estratégia

de desenvolvimento do território onde está instalada, por meio do prestígio e da agregação de valor aos produtos, mas também em virtude de aspectos culturais (MELLO 2003).

Assim, conhecer os fatores que influenciam a oferta de uva de mesa em dois níveis: produtivo e comercial, com levantamento de dados quanto ao volume e às variedades produzidas e comercializadas no município, pode servir de referência a produtores rurais para tomada de decisão, principalmente os da agricultura familiar, no sentido de orientar a pesquisa agropecuária, a assistência técnica e a extensão rural e os mecanismos de fomento à produção, com base em informações atuais da produção municipal e sua inserção, suas potencialidades, restrições e o comportamento do mercado como espaço para realização do agronegócio.

Diante do exposto, a questão básica do presente estudo é identificar as principais cultivares ofertadas e qual a origem das uvas comercializadas em Dom Pedrito/RS.

Manifesto meu agradecimento aos produtores rurais e aos agentes do mercado varejista, que gentilmente se dispuseram a colaborar com a pesquisa, não medindo esforços para prestar informações.

Por fim, espera-se que os resultados obtidos possam contribuir para melhorar o desempenho da viticultura pedritense, aproveitando os fatores edafoclimáticos da região.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Compreender os condicionantes da oferta de uvas de mesa no município de Dom Pedrito/RS.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar os produtores e varejistas que ofertam uva de mesa em Dom Pedrito – RS.

- Identificar e quantificar o volume, a origem e as variedades de uvas de mesa comercializadas ao longo do ano no município.
- Compreender a participação da agricultura familiar na produção de uvas de mesa no município, frente à oferta externa.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da pesquisa de campo e para atingir os objetivos propostos foi realizado um estudo exploratório, por meio de método qualitativo e quantitativo, buscando dar profundidade ao trabalho e na coleta de informações. Para isto foram realizadas entrevistas com utilização de formulários a produtores rurais e comércio varejista com objetivo de abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do fato estudado. A seleção da amostra foi intencional e de conveniência, incluindo análise e entrevista com os principais agentes da cadeia produtiva do setor.

Não há, exclusivamente, a intenção de ser uma amostra representativa e generalizável, mas sim de fomentar indícios que torne conhecido esse setor da viticultura e gere estímulo à produção.

Para identificar o atual estágio de desenvolvimento da viticultura e sua inserção no mercado municipal, com a produção de uvas de mesa e comercialização no varejo bem como as possibilidades de estímulos à produção pela agricultura familiar, elaboraram-se dois formulários para pesquisa de campo através de entrevista, considerando dois níveis de agentes da cadeia produtiva: a) produtores de uvas de mesa; b) agentes da comercialização no varejo.

A presente pesquisa é caracterizada como indutiva, pois se tomou o relato de agentes do canal de distribuição de uva de mesa, para tentar caracterizar o fenômeno distribuição de uva de mesa em Dom Pedrito região campanha gaúcha.

A amostra intencional permitiu obter os sujeitos que representassem os perfis desejados e que pudessem, de fato, contribuir com a pesquisa. As entrevistas foram conduzidas nos meses de Julho à Outubro/2016 referente aos dados de Setembro/2015 à Agosto de 2016.

Segundo Marconi; Lakatos (2011) a entrevista representa um dos instrumentos básicos para a coleta dos dados, trata-se de uma conversa oral entre duas pessoas, das quais uma delas é o entrevistador e a outra o entrevistado, tendo o objetivo de obter informação e compreender as perspectivas e experiências das pessoas entrevistadas, podendo ser considerada um intercâmbio de comunicação, sendo importante tornar eficaz a inter-relação, a fim de se obter um testemunho de qualidade. O tipo de entrevista não dirigida, quando há liberdade por parte do entrevistado, que poderá manifestar-se livremente suas opiniões.

Para coleta de dados optou-se pelo formulário, que é um instrumento essencial para a investigação social, cujo sistema de coleta de dados consiste em obter informações diretamente do entrevistado. Segundo Marconi; Lakatos (2003, p. 212) “é o contato face a face entre pesquisador e informante, sendo o roteiro de perguntas preenchido pelo pesquisador no momento da entrevista”.

Marconi; Lakatos (2003) definem formulário como sendo uma lista formal, catálogo ou inventário, destinado à coleta de dados de interrogatório, cujo preenchimento é feito pelo próprio investigador à medida que faz as observações ou recebe as respostas, ou pelo pesquisado, sob sua orientação.

De acordo com Gil (2002) o formulário, como instrumento de pesquisa, encontra-se entre o questionário e a entrevista, sendo indicado para pesquisas de opinião pública e de mercado.

Marconi; Lakatos (2003, p. 212-213) apontam como vantagens tanto no uso do questionário como os formulários os seguintes fatores: pode ser utilizado em todos os segmentos da população; a presença do pesquisador favorece o esclarecimento de eventuais dúvidas; há flexibilidade para ajustar as necessidades da situação; consegue extrair dados complexos; facilita a aquisição de um número representativo de participantes; tem a possibilidade de uma uniformidade nos símbolos utilizados no momento do preenchimento.

E como limitações na utilização de formulário ou questionário as autoras apresentam: menos liberdade nas respostas devido ao contato com o entrevistador; oferece risco de distorções por parte do entrevistador; pouco tempo para os entrevistados pensarem na resposta; pode haver insegurança nas respostas devido à identificação do informante; os participantes podem estar em localidades distantes, gerando dificuldade quanto ao tempo e ao gasto financeiro.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo é apresentada uma revisão sobre dados da produção da uva de mesa, esta uma das frutas mais antigas do mundo e que transcende ao tempo em novas terras. Desta forma expõe-se um panorama da viticultura mundial dando ênfase à produção, as cultivares e às tendências no mercado de uva de mesa.

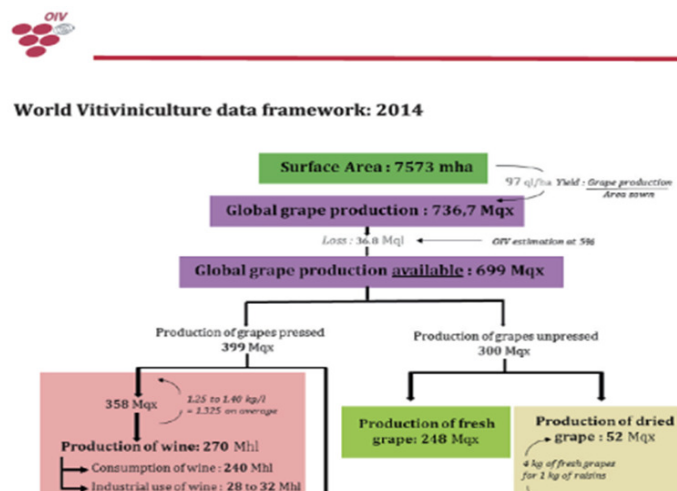
3.1 Vitivinicultura Mundial

O plantio da videira é uma atividade econômica difundida por todo planeta. Estudos arqueológicos revelaram fósseis de folhas de videira anteriores à última era glacial. A videira difundiu-se e adaptou-se pouco a pouco por diversas regiões do globo terrestre. Sua difusão ocorreu em duas principais direções: uma Américo-asiática e outra euroasiática, originando respectivamente as cultivares de uvas chamadas americanas e a outra chamada de europeia ou *Vitis vinífera* (EPAGRI apud KREUS, 2005, p. 1).

A uva é uma das frutas mais consumidas no mundo, tanto *in natura*, quanto na forma de suco (TARSITANO, apud VELOSO et al, 2008, p. 2).

Segundo Protas (2015) “A Organização Mundial da Vinha e do Vinho (OIV) relata que a produção mundial de uvas no ano de 2014 atingiu 73.700 milhões de toneladas, em uma área de 7.573 milhões hectares de vinhedos”.

Figura 1 - Distribuição da produção mundial de uvas.



Fonte: OIV, 2015

Ainda segundo Protas (2015) “[...] em 2014 segundo OIV, a China superou a França e apresentou a segunda maior área, com cerca de 800 mil ha, superada apenas pela Espanha, com 1.038 hectares”.

A China responde por mais de 55% do total da uva de mesa. Considerando somente uva de mesa, a China, além de ser o maior produtor mundial, é o maior consumidor, ao passo que Chile e Itália são os maiores exportadores e os Estados Unidos aparecem como o maior importador (AGROANUAL, 2004).

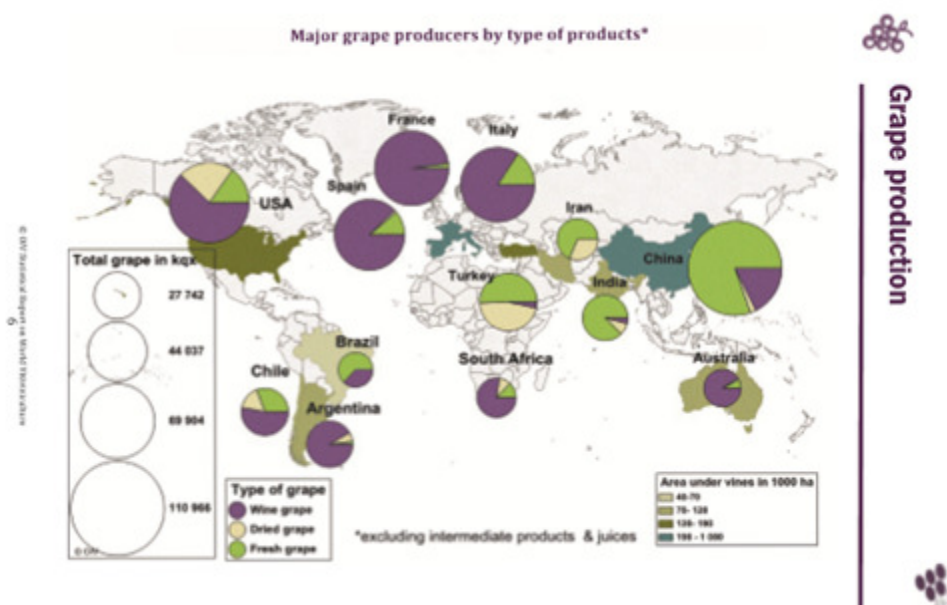
Tabela 1: Área de exploração de uvas no mundo/ha

ha	2010	2011	2012	2013	2014 Forecast
Spain	1 082	1 032	1 033	1 037	1 038
China	588	633	709	760	799
France	804	796	792	793	792
Italy	739	720	713	705	690
Turkey	514	508	497	504	502
USA	404	413	412	424	425
Argentina	218	219	222	224	228
Portugal	236	236	233	229	224
Chile	204	206	206	208	211
Romania	191	191	192	192	192
Australia	171	170	162	157	154
South Africa	132	133	135	133	132
Greece	112	110	110	110	110
Germany	102	102	102	102	102
Brazil	92	90	91	90	89
World Total	7526	7497	7513	7564	7573

Fonte: OIV, 2015

Protas (2015) declara que “O continente asiático concentra mais da metade da produção mundial de uvas para consumo *in natura* (63%), mas a Europa continua sendo um líder na produção de uvas para vinho (65%)”.

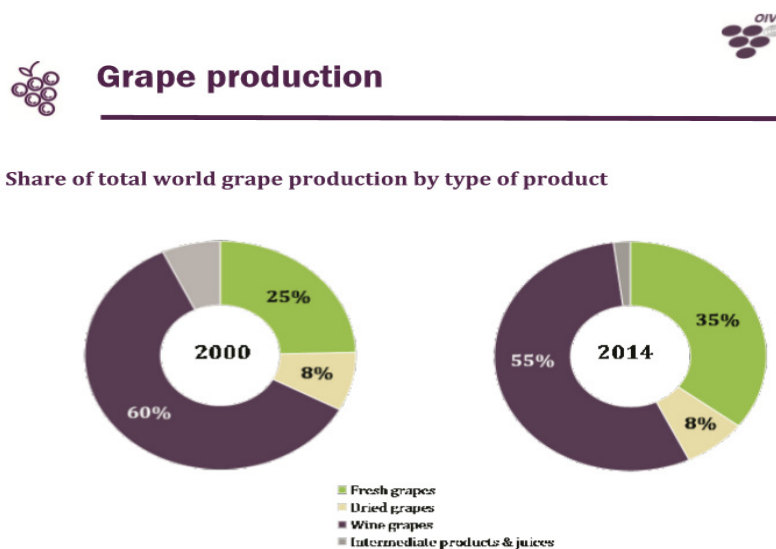
Figura 2 - Distribuição da produção de uvas para o consumo in natura no mundo em 2014.



Fonte: OIV, 2015.

Segundo Mello (2015), a produção de uvas destinadas ao processamento (vinho, suco e derivados) foi de 781.412 milhões de quilos de uvas, em 2015, representando 52,12% da produção nacional. O restante da produção (47,88%) foi destinado ao consumo in natura (Tabela 2). A quantidade de uvas processadas para elaboração de vinhos e suco apresentou aumento de 16,03% em 2015, comparativamente ao ano de 2014.

Figura 3 - Utilização da uva no mundo em 2014, segundo OIV.



Fonte: OIV, 2015

Segundo Camargo (2015), a videira pertence ao gênero *Vitis*, família *Vitácea*. O gênero *Vitis* é composto por mais de 60 espécies, cuja distribuição geográfica espontânea contempla os continentes asiático, europeu e americano. No continente europeu predominam espécies *Vitis vinifera* também conhecida como uvas europeias ou uvas finas. Entre as espécies americanas a variedade *Vitis labrusca* é a mais utilizada tanto para consumo in natura, quanto para processamento. Esta variedade, em especial é utilizada para a elaboração de suco de uva; porém em alguns países da América e da Ásia também são elaborados vinhos com essas uvas.

A espécie mais cultivada no mundo é a *Vitis vinifera*, apresentando grande número de cultivares, tanto de uvas para vinho como também de uvas de mesa e de uvas para a produção de passas, para o consumo in natura apresentam textura crocante da polpa, podendo apresentar um elevado potencial glucométrico.

A segunda espécie em importância, as uvas comuns, *Vitis Labrusca* representam mais de 80% da produção brasileira de uvas para processamento e têm significativa importância também como uvas de mesa. De maneira geral, estas videiras caracterizam-se por apresentar elevada produtividade e alta resistência às doenças que ataca as cultivares de *Vitis vinifera*, como o míldio e o oídio. No caso das cultivares de *Vitis labrusca*, as características de sabor e aroma da uva são determinantes da preferência de muitos consumidores, seja para consumo *in natura* seja dos vinhos e sucos elaborados.

3.2 Vitivinicultura Brasileira

No mercado brasileiro de uvas de mesa, há uma exigência cada vez maior dos consumidores por frutas de melhor qualidade, quanto ao sabor, aroma e consistência, além de uma preferência por uvas sem sementes ou apirênicas (LULU, 2005 apud MASCARENHAS et al., 2005, p. 994).

Segundo Cliff et al (apud MASCARENHAS et al, 2009, p. 996) “em estudo realizado com cultivares de uvas de mesa, reportaram que o sabor, elevada doçura e a crocância foram correlacionados positivamente com a preferência do consumidor”.

Pesquisas sobre os atributos de qualidade da uva de mesa e sua relação com aceitação e preferências pelo consumidor ainda são escassas no Brasil. No entanto, estudos sobre a preferência do consumidor por cultivares de uvas e seus produtos constitui uma ferramenta importante de regulação de mercado e agregação de valor para o setor produtivo (RIZZON et al, 2000; BARNABÉ et al, 2007 apud MASCARENHAS et al, 2009, p. 994).

Conforme Sato (2004), o consumo de uva fina de mesa no Brasil foi de 2,94 kg per capita em 2002, valor baixo se comparado ao consumo europeu, que no mesmo ano foi de 5,9 kg per capita, o que indica existência de potencial de aumento na demanda desde que se melhorem as condições de distribuição de renda no país. O consumo de frutas vem aumentando devido principalmente à crença de que são benéficos à saúde; fazendo com que supermercados adotem estratégias de vendas diferenciadas para estes produtos, alocando um espaço maior e oferecendo conveniências que facilitam o consumo.

A produção brasileira de uvas destinadas ao processamento (vinho, suco e derivados) foi de 781.412 mil toneladas de uvas, representando 52,12% da produção nacional. O restante 717.941 mil toneladas de uva, (47,88%) foi destinado ao consumo *in natura* (MELLO, 2016). Em 2012 o Brasil era o 14º maior produtor de uva no mundo (MELLO, 2014).

Tabela 2: Produção de uvas para processamento e para consumo *in natura*, no Brasil, em toneladas.

Discriminação/ano	2013	2014	2015
Processamento	679.793	673.422	781.412
Consumo <i>in natura</i>	733.061	762.652	717.941
Total	1.412.854	1.436.074	1.499.353

Fonte: adaptado de Mello (2014) – Embrapa uva e vinho

A uva é produzida em diferentes partes do Brasil, porém sua produção concentra-se particularmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Esses dois estados são responsáveis por cerca de 80% da produção nacional de

uva e mais de 90% da produção de vinho. Somente o Rio Grande do Sul, segundo Mello (1999), responde por 90% da produção nacional de vinhos e derivados.

Segundo Mello (2012), dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), no Brasil a viticultura ocupou no ano de 2015 a área de 79.094 hectares. (Tabela 3).

Tabela 3: Área ocupada com videira no Brasil, em hectares.

Estado/Ano	2013	2014	2015
Ceará	50	25	38
Pernambuco	6.817	6.833	6.833
Bahia	2.395	2.864	2.861
Minas Gerais	849	834	925
São Paulo	9.526	8.308	7.821
Paraná	5.824	5.580	4.800
Santa Catarina	4.474	4.989	4.940
Rio Grande do Sul	51.450	51.005	50.743
Goiás	222	138	133
Brasil	81.607	80.576	79.094

Fonte: Dados adaptados de Mello (2016) – Embrapa uva e vinho.

A produção brasileira está voltada, basicamente, para dois mercados com características peculiares: vinhos/sucos e uva de mesa, com sistema de condução e manejo que diferem principalmente na exposição solar e tratos culturais, no acondicionamento, logística e aparência quando da comercialização da uva para consumo *in natura*.

Segundo Barni et al (2007) o período de maior oferta da uva de mesa no mercado doméstico concentra-se entre novembro e março, quando são abastecidos os principais centros consumidores do país. Em dezembro, mesmo havendo grande oferta, os preços costumam alcançar níveis elevados devido ao fato da demanda também ser grande. No lado da demanda, o consumo da uva é semelhante ao das frutas em geral, aumentando nos meses mais quentes do ano.

Conforme o mesmo autor, o destino da maior parte da produção são as CEASAS, situadas principalmente nas grandes capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Curitiba. De acordo com os mesmos autores, o sistema de comercialização da uva difere em cada região produtora, em função do grau de tecnificação de produção e de pós-colheita e do modo como os produtores estão

organizados. De modo geral, o canal de comercialização da uva de mesa brasileira é composto pelos seguintes agentes: produtor, intermediário, atacadista, varejista.

A ampliação do período de oferta de uvas comuns no mercado nacional pode ser obtida por meio do desenvolvimento de cultivares de ciclos diferenciados, mais tardios e mais precoces e do desenvolvimento de cultivares de uvas rústicas adaptadas a climas tropicais. Outra demanda deste segmento é a obtenção de cultivares de uva que apresentem maior vida útil de prateleira, já que uma das principais dificuldades na comercialização, principalmente de 'Niágara Rosada', se constitui em problemas pós-colheita (CAMARGO; MAIA; RITSCHHEL, 2010).

Um dos aspectos característicos e marcantes da vitivinicultura brasileira é a sua diversidade e complexidade. Cada região com sua realidade climática, fundiária, tecnológica, humana e mercadológica. Entretanto, para qualquer uma delas, o cenário que se esboça, neste início de século XXI, é de competição acirrada tanto no mercado externo quanto no interno, exigindo grande esforço de organização e política setorial. (PROTAS; MELLO, 2003).

Atualmente, conforme Guerra et al (2009), a vitivinicultura brasileira de vinhos finos é desenvolvida como atividade economicamente importante nas regiões Sul e Nordeste. Na região Sul, colhe-se uma safra por ano, como na clássica viticultura mundial. Já no Nordeste, as colheitas se sucedem ao longo do ano. As diferentes regiões, com distintas características de clima, solo, variedades de uvas, sistemas de produção e de vinificação e envelhecimento, possibilitam a produção de vinhos com ampla diversidade de características, ou seja, com sabor e aroma peculiares.

Ainda segundo o autor, os quatro estados brasileiros produtores de vinhos finos são o Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Pernambuco e Bahia.

3.3 Vitivinicultura no RS

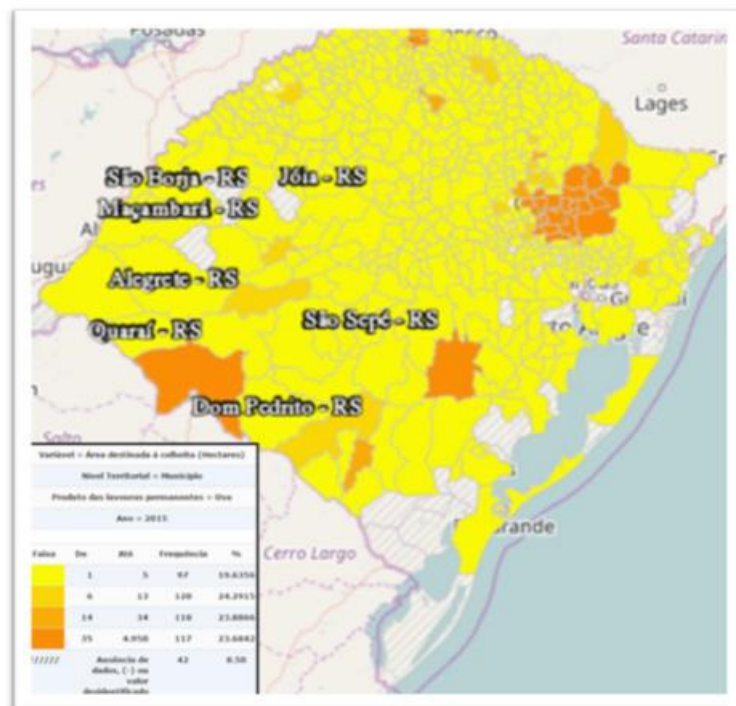
Segundo Aguiar (2008, apud WÜRZ , 2016), a evolução da vitivinicultura brasileira se confunde com o desenvolvimento desta atividade econômica no estado do Rio Grande do Sul que é referência nacional no cultivo de uvas *Vitis viníferas*, na produção de vinhos finos e na capacitação de mão de obra para este setor, sendo importante para o desenvolvimento econômico da região da serra gaúcha;

englobando os municípios de Bento Gonçalves, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha, Caxias do Sul, entre outros.

Conforme o Instituto Brasileiro do Vinho IBRAVIN (apud HOECKEL, 2013, p. 1-2), a vitivinicultura ocupa um papel importante dentro do cenário agroindustrial do Rio Grande do Sul, o setor engloba uma população ligada direta e indiretamente à produção de uva, de aproximadamente, vinte mil famílias de agricultores e com 731 vinícolas legalmente cadastradas.

Segundo a EMBRAPA, a região da serra gaúcha é a maior produtora de uva, responsável por 80,22% da produção do estado (figura 4). Tradicionalista na produção de uva e vinho, essa região possui fatores naturais que junto à viticultura permite a exploração do Enoturismo, a mão de obra da agricultura familiar, a obtenção de uvas e vinhos com boa qualidade. Além disso, a estrutura agroindustrial existente também é favorável para a produção de destilados de vinho, como o conhaque e derivados. Apenas uma pequena parte das uvas cultivadas no sul do País é destinada ao consumo *in natura*. A fruta é utilizada, em sua maioria, na elaboração de vinhos, concentrando mais de 90% da produção nacional.

Figura 4 - Concentração de produção de uvas na região da serra gaúcha.



Segundo dados do IBGE (apud CORIMAN, 2012) o Rio Grande do Sul é o estado brasileiro com a maior produção vitícola, com 53% da área cultivada. Aproximadamente 90% da uva produzida, destina-se à agroindústria e somente 10% são destinados ao consumo *in natura*. A cultivar Niágara Rosada é uma das principais variedades de uva de mesa cultivada na Serra Gaúcha.

No cultivo convencional de uvas viníferas no Rio Grande do Sul, são realizadas, em média, 14 pulverizações com fungicidas (FREIRE et al, apud CHAVARRIA, 2008, p.1), das quais 8 a 10 são efetuadas para o controle do míldio da videira (*Plasmopara vitícola*) (MENDES, apud CHAVARRIA, 2008, p. 1).

Segundo Chavarria (2008, p. 1) “De forma corrente, o produtor realiza pulverizações semanais (método por calendário) com o intuito de garantir a sua produção - embora, em determinadas situações, possa não existir a real necessidade dessa aplicação de Fungicidas”.

O trabalho requer mão de obra mais qualificada, aconselhando-se ainda a cobertura plástica e o sistema de irrigação, bem como sistema de condução Latada ou Manjedoura “Y”. Com estas limitações, houve um direcionamento destas cultivares para o sudeste e nordeste do Brasil.

A EMBRAPA , empenhada com o desenvolvimento da viticultura, através de seu banco de Germoplasma, desenvolveu cultivares resiste ao Míldio, umas das principais doenças que dificultava o desenvolvimento das cultivares para o consumo *in natura*.

3.3.1 Viticultura na Campanha Gaúcha

Os principais fatores que contribuem para excelente aptidão da Campanha são físicos e meteorológicos.

Desta forma à Almadém, traçou sua trajetória de sucesso na região da campanha gaúcha, na década de 1970, quando apostou em um projeto audacioso no Brasil: a produção de vinhos finos nacionais. Especialistas da Universidade de Davis, na Califórnia, vieram para o País incumbidos de identificar o melhor terroir para o plantio de uvas viníferas. Após extensos estudos de clima e solo, foram escolhidos os terrenos da Campanha Gaúcha. Na época, a iniciativa foi pioneira na região. A criação dos ‘Vinhedos Almadém’ trouxe técnicas de cultivo inexistentes no País (VINHOS DA CAMPANHA).

A viticultura de clima temperado caracteriza-se por um ciclo anual, seguido de um período de dormência induzido pelas baixas temperaturas do inverno.

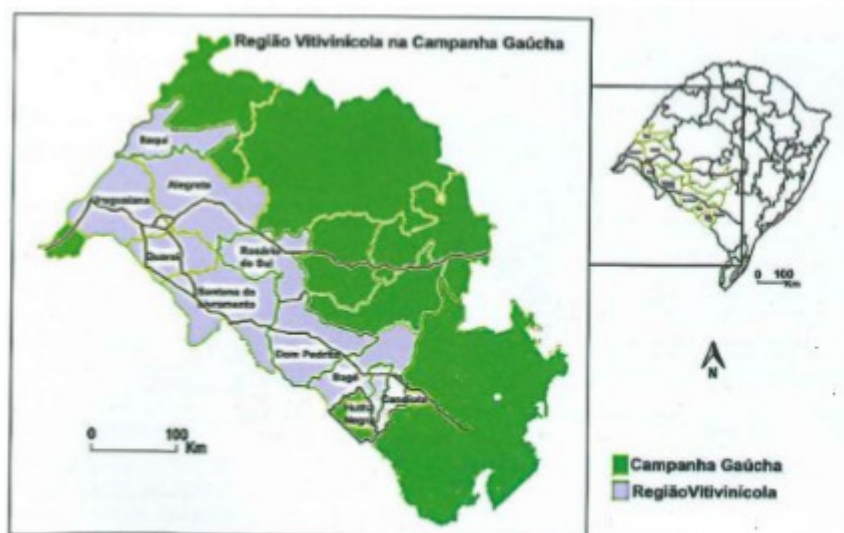
O clima é temperado subtropical, com verões quentes e secos. A precipitação pluviométrica anual é de 1400 mm, com umidade relativa do ar na casa dos 75% (INMET, 2011).

A topografia da região é caracterizada por coxilhas, com suaves elevações de altitude compreendida entre 100 e 200 m, apta à mecanização (FREITAS, 2006).

A região da Campanha Gaúcha inclui onze municípios em uma área de 41.614 km², superior à da Suíça, que é de 41.285 km². A população é estimada hoje em 570 mil habitantes, segundo o INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE apud SINIMBU, 2015).

Ainda segundo SINIMBU (2015) “Os municípios de Candiota, Bagé, Dom Pedrito, Santana do Livramento, Rosário do Sul, Quaraí, Uruguaiana e Itaqui são referências da região na produção de uva e vinhos finos”.

Figura 5 - Mapa com a região da campanha gaúcha.



Fonte: Oliveira et al (2015)

Na Região da Campanha, o município de Dom Pedrito, já consagrado na pecuária e no cultivo do arroz, tem se destacado na produção de vinhos finos. De acordo com o IBGE, em 2009, havia mais de 100 hectares de videiras implantados.

3.4 Avanços na produção de uvas

Os avanços em melhoramento genético tem contribuído para o desenvolvimento do setor da viticultura, através da obtenção de cultivares de uva para diferentes finalidades e adaptadas às condições edafoclimáticas brasileiras.

Segundo Camargo et al (2010 p. 12)

A videira pertence ao gênero *Vitis*, família *Vitaceae*. O gênero *Vitis* é composto por mais de 60 espécies, cuja distribuição geográfica espontânea contempla os continentes asiático, europeu e americano. No continente europeu ocorrem apenas duas espécies, *Vitis vinífera* e *Vitis silvestris*. Entre as espécies americanas, apenas três apresentam variedades cultivadas: *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e *Vitis rotundifolia*. Nenhuma cultivar comercial pertence ao grupo das espécies asiáticas.

Os primeiros registros de melhoramento genético de uva no Brasil são iniciativas privadas datadas no final do século XIX (PAZ, 1898, SOUZA, 1959 apud MAIA, 2015, p. 83).

Mas “Somente em 1940 é que o melhoramento genético da videira começa a ser desenvolvido em instituições públicas, primeiro em São Paulo e depois no Rio Grande do Sul” (SOUSA, 1959; POMMER, 1993; SANTO NETO, 1971, 1990; CAMARGO, 2000 apud MAIA, 2015).

A principal contribuição do Programa de Melhoramento Genético do Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) foi o desenvolvimento de porta-enxertos para as condições de clima tropical, além de cultivares de uvas de mesa, como ‘Piratininga’ e ‘Patrícia’, usadas no Vale do São Francisco (LEÃO, 2000; SANTOS NETO, 1971 apud CAMARGO, 2010).

Os porta-enxertos para condições tropicais têm sido amplamente utilizados, tanto na produção de uvas finas, quanto na produção de uvas rústicas (LEÃO, 2000; KUHN et al., 2003; GUERRA ET al., 2006; REGINA, 2006 apud CAMARGO, 2010).

Camargo (2010, p. 20) afirma “O porta-enxerto ‘IAC 313’ ou ‘Tropical’ foi à base da viticultura do Vale do São Francisco, onde atualmente está sendo usado no cultivo de uvas apirênicas”.

Ainda segundo Camargo (2010, p. 20) a rápida disseminação destes porta-enxertos desenvolvidos especialmente para as condições tropicais brasileiras, substituindo os porta-enxertos originários de regiões de clima temperado, mostra o quanto o trabalho de melhoramento genético pode contribuir para o desenvolvimento

da viticultura nacional. No Rio Grande do Sul, desde 1977 a EMBRAPA vem conduzindo um programa de hibridações visando o desenvolvimento de novas cultivares de uvas de mesa.

Ritschel; Maia (2009 apud CAMARGO, p. 23, 2010).

Nos últimos anos, foi lançados cultivares que atendem às demandas das diferentes cadeias produtivas de uva que formam o setor vitivinícola nacional. De maneira geral, estas cultivares se caracterizam por apresentar adaptação às condições edafoclimáticas brasileiras, refletindo-se em elevada produtividade e maior nível de resistência às principais doenças como o míldio (*Plasmopara viticola*), o oídio (*Uncinula necator*) a podridão cinzenta da uva (*Botrytis cinerea*), a antracnose (*Elsinoe ampelina*), a podridão da uva madura (*Glomerella cingulata*), entre outras

“Atualmente, as uvas sem sementes vêm demonstrando uma tendência preferencial nos grandes mercados internacionais, em função do aumento vertiginoso no consumo desse tipo de uva”. (ARAÚJO apud VELOSO ET AL, 2009, p. 14-15).

Veloso (2009. p. 15) completa com a afirmação “No entanto, a viticultura brasileira ainda está voltada para a produção de uvas com sementes, o que certamente coloca o Brasil em desvantagem”.

Os grandes exportadores de uvas sem sementes não têm a capacidade de fornecimento durante o ano todo. Em alguns períodos do ano, têm surgido oportunidades para que países não tão importantes na produção de uvas sem sementes possam entrar com o seu produto no mercado internacional e, nesse contexto, pode-se inserir a produção brasileira, aproveitando algumas “janelas de mercado”, que vão de outubro a janeiro (VIEIRA et al apud VELOSO 2009, p. 15).

Conforme EMBRAPA (2002) é prioritário o desenvolvimento de novas cultivares de uvas finas, principalmente apirênicas, adaptadas às diferentes regiões, que apresentem elevada fertilidade natural, qualidade compatível com as exigências de mercado e que sejam menos exigentes em mão de obra especializada em práticas como o raleio de bagas. Nesse sentido, podem ser destacados os novos lançamentos das cultivares BRS Vitória, BRS Isis e BRS Núbia.

3.5 Sazonalidade

A sazonalidade de produtos agrícolas está normalmente relacionada com os períodos de safra e entressafra. O período de safra, por sua vez, pode ser

diferenciado dependendo da variedade plantada e da região onde é explorada. (SATO et al, 2004)

A sazonalidade é um dos componentes de uma série temporal. Normalmente, uma série temporal de preços apresenta uma tendência, um componente sazonal (MORETIN apud SATO, 2004, p. 37).

De acordo com EMBRAPA, Sazonalidade das principais regiões produtoras e cultivares do Brasil, conforme tabela 4.

Tabela 4: Sazonalidade das principais regiões produtoras e cultivares do Brasil

ESTADO	REGIÃO	VARIEDADE	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAI	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT
RS	Alto Uruguai	Niagara e Isabel												
SC	Alto Uruguai	Niagara e Isabel												
PR	Central	Niagara, Isabel e Concord												
PR	Londrina, Marialva	Itália e Rubi												
SP	Jundiaí, Indaiatuba	Niagara												
SP	Porto Velho, São Miguel Arcanjo	Itália e Rubi												
SP	Jales, Tupi Paulista	Benzaka, Itália e Rubi												
PE e BA	Submédio do São Francisco	Itália, Piradzinga Red Globe, benzaka, etc.												

Fonte Correia (2005)

Embora a produção continue sujeita às limitações climáticas, salvo em regiões onde se pratica a irrigação, verifica-se uma tendência à ampliação da oferta de frutas frescas para além dos períodos tradicionais de safra. Isso em razão da maior distribuição das regiões produtoras do mundo, em especial pelo crescimento da produção de frutas de clima temperado no hemisfério sul e dos avanços da tecnologia de conservação, que estendem o tempo de armazenagem das frutas. A mudança tecnológica tem como efeito a redução das chamadas janelas estratégicas de comercialização de produtos de clima temperado de contra estação, quando a produção do hemisfério sul abastece os países do norte na entressafra.

A entrada de uvas importadas, no mercado interno, também pode influenciar a sazonalidade dos preços, dependendo do volume importado e da constância desta transação, de forma que os agentes econômicos antecipariam o preço.

3.5 Canais de comercialização de frutas

Em vários países do mundo, a comercialização de produtos frutícolas se realizava, mediante centros comerciais centralizados. Nas décadas de 1960 e 1970, a Europa vinha observando as deficiências no processo de comercialização; nesta mesma época, os Estados Unidos e a Europa começavam a fazer as modificações necessárias, a fim de aumentar a eficiência do escoamento desses produtos (AMARAL et al, 1999 apud TONDATO, 2009).

Lourenzani e silva (2001 apud PRETE, 2004) citam que a comercialização de frutas no Brasil ainda é feita, pelas Centrais de Abastecimento (CEASA), sendo criadas na década de 1960, pelo governo federal em todas as capitais e principais cidades brasileiras; tendo papel importante na formação de preços.

Sobre esta questão Lourenzani et al (2001 apud TONDATO, 2009) afirmam que: diversos problemas são atribuídos a esse sistema de comercialização: a) venda por consignação no mercado com exigência de vistoria individual; b) os permissionários das CEASA passaram a atuar como agente financeiro, assumindo riscos de não recebimento; c) sistema logístico ineficiente, em que os produtos são manipulados várias vezes, diminuindo sua qualidade e, conseqüentemente, aumentando a perda; e d) grande parte dos produtos ainda é comercializada em caixas de madeira, sem padronização, não higienizáveis, sem informação de origem e manipulados sem os devidos cuidados, o que ocasiona elevadas perdas pós-colheita.

Segundo Gutierrez; Gorenstein (2001 apud TONDATO, 2009, p. 43) existe hoje problemas no transporte dos FLV que compromete sua qualidade, bem como a utilização de um sistema precário de embalagens. O transporte em caminhões abertos sem refrigeração ainda é usualmente utilizado e as operações de carga e descarga são realizadas caixa por caixa, com ocorrência de elevadas perdas de produto e tempo.

Sobre a questão dos preços alcançados por marcas mais famosas Gutierrez (2001 apud TONDATO, 2009, p. 43) destaca que produtos de qualidade reconhecida são os primeiros a serem vendidos, alcançando uma disputa por parte dos atacadistas. É muito grande a diferença de preços desses produtos com outros de mesma classificação técnica.

Belik e Chaim (1999 apud TONDATO, 2009, p. 43) nos trazem notícias de uma nova ferramenta de controle:

Desde a década de 1980, um novo sistema vem gradativamente substituindo o sistema de compras nos entrepostos montados pelo governo (CEASA): são as Centrais de Compras (CC) e as Centrais de Distribuição (CD). As CDs são controladas pelos grandes varejistas, utilizando ferramentas de controle e previsão de vendas.

Segundo esses autores no Brasil, esse sistema ainda é recente, mas as grandes redes de supermercados já o vêm utilizando, tornando-se grandes centros de comercialização de produtos frescos e, conseqüentemente, modificam a comercialização.

Por esse motivo, grandes redes, como Carrefour e Pão de Açúcar/Casino, estão estabelecendo parceria direta com os produtores rurais, mediante relação contratual de longo prazo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O resultado da pesquisa através de entrevista permitiu alcançar o objetivo estipulado de identificar dados da oferta e comercialização de uva de mesa para o consumo *in natura* em Dom Pedrito. A pesquisa contou com os principais produtores de uvas de mesa e com representatividade do mercado de varejistas. Desta forma, foi dividido em duas partes possibilitando melhor análise, embora os produtores participem em parte também como varejistas.

4.1 Produção de uvas de mesa em Dom Pedrito

Durante este trabalho identificou-se junto à rede varejista da cidade de Dom Pedrito apenas dois produtores de uva de mesa. Desta forma, a amostra pesquisada limitou-se a estes casos, ambos representantes da agricultura familiar. Ao analisarmos estes produtores notou-se uma semelhança quanto as cultivares Niágara Rosa, Niágara Branca e Concord. A área de parreirais colhidos por produtor na safra 2016 aproxima-se de 1,4 ha, com produtividade média de 8.000 kg/ha no sistema espaldeira (não sendo recomendável para o cultivo de uva de mesa). O preço médio de venda de uva a granel foi de R\$ 2,00/Kg, para consumo *in natura*, porém cerca de 80% da produção foi destinada para elaboração de suco de uva em regime de agroindústria familiar.

Os resultados da pesquisa podem ter sido comprometido por fatores climáticos como geadas e granizo que prejudicaram cerca de 52,6 % da produção no município e no estado. A produtividade da uva está associada a um número considerável de fatores, entre eles o potencial genético da variedade, o tipo de condução, o padrão tecnológico ultrapassado, a idade do parreiral, as condições climáticas e o estado fitossanitário, entre outros.

Quanto à comercialização, a concentração da produção num mesmo período do ano amplia sensivelmente a oferta do produto nos principais centros consumidores, criando dificuldades para os pequenos produtores, pois sem infraestrutura capaz de agregar valor ao produto, armazenagem deficiente e sistema de distribuição inadequado, estes ficam subordinados às “vontades” dos varejistas.

Associado a isto, a perecibilidade inerente à própria fruta reduz o período de comercialização e obriga os produtores a se desfazerem dos estoques. Caso

contrário, eles perdem a safra. A compra é feita por poucos agentes varejistas, que determinam as condições do negócio, pressionando os preços, alongando os prazos de pagamento, cobrando caro pelos serviços prestados e exigindo melhor qualidade e vendas consignadas.

A consignação é a forma de venda mais praticada; porque a maioria dos produtores são de pequeno ou médio porte, não tendo condições de classificar o produto e não conseguindo ofertar um grande volume para que possam comercializar sem a presença do intermediário. Essa forma de venda resulta em preços menores para os produtores, já que o produto passa por diferentes agentes da cadeia até chegar ao varejo. (BARROS e BOTEON, 2002 apud TONDATO et al, 2009).

Como consequência, a renda da atividade é afetada. A solução para minimizar os problemas enfrentados passa, necessariamente, pelo acesso à informação e pela organização dos produtores. Os produtores vendem suas produções no próprio município, no varejo local e em feiras.

Acredita-se ser necessário a implantação de novas estratégias na assistência técnica e no fomento à produção, capazes de despertar nos produtores a necessidade de incorporar aspectos inovadores do mercado de uva de mesa. Quanto aos riscos adversos à concentração da produção, visando obter resultados mais significativos, acredita-se também que tão importante sejam as ações de capacitação técnica, quanto aquelas que vão além da porteira como espaços para os produtores.

Visando ampliar o escopo da comercialização de uvas *in natura*, no espaço territorial municipal, sugere-se aproveitar algumas tendências ambientais (do mercado de alimentos, produtos e serviços), como oportunidade para o desenvolvimento das novas cultivares (reconversão), turismo rural, valorização dos produtos orgânicos, da praticidade/conveniência, alimentos seguros e da busca de parcerias com outros segmentos organizados da sociedade.

4.1.1 Caracterização dos produtores

- a) O produtor Luís Camponogara, cultiva cerca de 11 ha de uvas, a maioria destinada à comercialização para elaboração de vinho por empresa vinícolas da região com cultivares *Vitis vinífera*, tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Tannat e

brancas: Chardonnay e Gewurztraminer , totalizando 9,5 ha e uma pequena área de 1,5 ha destina-se à uva de mesa com cultivares *Vitis labrusca* Concord e Niágara rosa.

Figura 6 - Propriedade Luís Camponogara, Estrada do Salso Dom Pedrito – RS



Fonte: Google Earth 2016

Segundo o produtor Luís Camponogara na safra 2016, houve uma quebra significativa na produção, o que gerou uma valorização da uva; destinando para o mercado 900 kg de uva de mesa, distribuído.

Tabela 5 - Produção de uva de mesa (kg) destinada consumo in natura, Luís Camponogara – safra 2016

Cultivar	Jan/Kg.	Fev/Kg.	Mar/Kg.	Total/Kg
Niágara Rosa	150	150	150	450
Niágara Branca				
Concord	150	150	150	450
Total/Kg.	300	300	300	900

Fonte: Autor, 2016

- b) O produtor Nilson Marin, possui uma área de 5 ha localizada na Br. 153, km 242, no município, produz uvas de mesa comum para processamento de vinhos, suco de forma artesanal e o que sobra é comercializado no município.

Figura 7 - Propriedade da família Marin, BR 153, km 242, Dom Pedrito – RS



Fonte: Google earth, 2016.

Conforme o produtor Nilson Marin, referente a safra/2016 foi disponibilizado no mercado local 800 kg de uva de mesa conforme distribuição.

Tabela 6 - Produção de uva (kg) de mesa destinada consumo in natura, Nilson Marin - Safra 2016

Cultivar	Jan/Kg.	Fev/Kg.	Total/Kg
Niágara Rosa	150	150	300
Niágara Branca	100	100	200
Concord	150	150	300
Total/ Kg.	400	400	800

Fonte: o proprio autor

4.2 Comércio de uvas de mesa em Dom Pedrito

Quanto ao comércio varejista pesquisado, ou seja, oferta de uva de mesa em Dom Pedrito, é composto por quatro supermercados, sendo filiais de rede a nível regional e internacional, um atacado, duas fruteiras, um pequeno estabelecimento comercial representante dos agricultores familiares e pelos dois produtores rurais, que participam de forma direta, na comercialização de seus produtos na feira local dos produtores.

A comercialização ocorre de forma semelhante entre todo o mercado varejista, a disponibilidade de oferta em período de safra aumenta, baixando os preços e aumentando a diversidade de cultivares. Nas grandes redes varejistas as compras ocorrem através de suas matrizes entre pedidos solicitados e a oferta de produtos encontrados, nem sempre representando a vontade do estabelecimento local, mas sim do que foi adquirido pela matriz, não existindo, dessa forma, as estratégias de negociação de compra e venda.

Quando os entrevistados dos estabelecimentos varejista, foram questionados sobre a possibilidade na aquisição de um maior volume de uvas de mesa para comercialização, todos os varejista demonstraram, haver espaço para o aumento da oferta de uva de mesa, principalmente no período de safra, com reposição mais rápida, que poderia otimizar as vendas.

Os resultados aqui apresentados dão a dimensão do volume e a origem da produção de uvas de mesa, resultados estes que poderão auxiliar a agricultura familiar conscientizando a necessidade de reconversão dos parreirais, aproximando a tendência de mercado e aumentando suas vendas.

Os entrevistados manifestaram preferência pela compra do produto (figura 8, 9) já classificado e embalado adequadamente de preferência em embalagem plástica. As embalagens de transporte e de acondicionamento são de extrema importância para a comercialização de frutas frescas.

Figura 8 - Foto embalagem plástica para uvas de mesa.



Fonte: Autor, 2016.

Não só como uma forma estética de apresentação, como também com o objetivo de proteger, manter e estandardizar as frutas. Apesar da sua importância, ainda não existem normas quanto a materiais e medidas a usar, por isso grande parte da produção é distribuída em caixas de madeira, estas com má aparência e baixa durabilidade (figura 9).

Figura 9 - Foto caixa de madeira para transporte da uva



Fonte: Embrapa, 2008.

4.2.1 Sacolão das Frutas

O estabelecimento Sacolão das frutas (figura 10) encontra-se no mercado a mais de quinze anos, com oferta de frutas legumes e verduras adquiridas de agentes do mercado atacadistas, CEASA e produtores rurais.

Figura 10 – Fachada do Sacolão das Frutas - Dom Pedrito - RS



Fonte: Autor, 2016.

De acordo com o gerente da fruteira Sacolão das frutas, o comércio de uva de mesa concentra-se no período da safra, reduzindo os preços, aumentando a oferta e diversidade de cultivares. Dentre o período analisado foi comercializado 4.823 kg de uva de mesa, distribuídos.

Tabela 7 – Oferta de uvas (kg) do Sacolão das Frutas - Período: 09/2015 à 10/2016

Cultivar	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago	Total
Uva Itália	16	24	21,6	78,2	14,5	15,6	16,5	16	16	11	12	20	260,6
Uva Red Globe/Crimson	34	26	39,1	105,6	10,6	23,6	11,3	21	36	36	20	18	380,6
Niágara Rosa	35	33	120	628	1147	553	635	5,8	14	4,2	22	16	3213
Niágara Branca	1,1			189,4	352,9	195	222	3,5		1,4	0,6	4	969,2
Total/kg	86	84	181	1001	1525	787	885	46	65	52	55	58	4823

Fonte: Autor, 2016.

4.2.2 O atacado de frutas JCR

Especializado em comercialização de frutas legumes e verduras a mais de 20 anos, conta com uma fruteira no centro de Dom Pedrito, como apoio de venda ao atacado.

Figura 11 – Fachada do atacado de frutas JCR - Dom Pedrito/RS



Fonte: Autor, 2016

De acordo com João, proprietário do atacado de frutas J CR, a procedência das uvas de mesa comercializadas em seu estabelecimento, tem origem da CEASA Porto Alegre (cultivares finas) e de produtores de Farroupilha- RS (uvas comuns).

Tabela 8 - Oferta de uvas (kg) no Atacado JCR - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Total
Uva Itália	10	10	10	20	20	20	20	10	10	10	10	10	160
Uva Red Globe/Crimson	10	10	10	20	20	20	20	10	10	10	10	10	160
Uva N. Rosa					50	50	50						150
Concord					150	150	150						450
Total/Kg.	20	20	20	40	240	240	240	20	20	20	20	20	920

Fonte: Autor, 2016

4.2.3 Rede Banana

Atua no segmento de frutas, legumes e verduras, pertence ao mesmo proprietário da fruteira Sacolão das Frutas; juntos tem a maior participação de venda dentro dos entrevistados, segundo análise dos dados coletados.

Figura 12 – Fachada da Rede Banana – Dom Pedrito/RS



Fonte: Autor, 2016

Conforme o gerente, a fruteira comercializou no período pesquisado, 910,7 kg de uva de mesa, sendo que as vendas, concentra-se nos meses de dezembro à março.

Tabela 9 - Oferta de uvas (kg) na Rede Banana - Período:09/2015 à 08/2016

Cultivar	Set.	Out.	Nov.	Dez	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Total
Uva Itália	4,4	4,4	4,4	4,9	6,5	6,5	6,5	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	59,6
Red Globe Crimson	6,3	6,3	6,3	7,6	8,3	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3	78,9
Uva Rosa	32,9	32,9	32,9	32,89	32,89	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9	394,7
Uva Branca				21,8	40	40	40	40					181,8
Uva Preta.				48,92	48,92	48,9	48,9						195,7
Total/Kg	43,6	43,6	43,6	116,1	136,6	135	135	83,6	43,6	43,6	43,6	43,6	910,7

Fonte: autor, 2016.

4.2.4 Supermercado Nacional

É uma rede de supermercados com sede em Porto Alegre e com filiais em várias cidades do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Possui central de distribuição na cidade de Esteio. O Nacional é a maior rede de supermercados do estado do Rio Grande do Sul, com 70 lojas espalhadas por todo o estado.

Figura 13 – Fachada do Supermercado Nacional - Dom Pedrito/RS



Fonte: Autor, 2016.

Conforme entrevista com o gerente da rede local, a procura pela uva de mesa aumenta no verão, período da maior comercialização.

Tabela 10 - Oferta de uvas (kg) do Supermercado Nacional - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar	Set.	Out.	Nov.	Dez	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ag.	Total
Uva Itália	10	10	20	50	50	50	50	20	10	10	10	10	300
Red Globe/ Crimson	20	20	40	100	100	100	100	40	20	20	20	20	600
Niágara. Rosa		10	10	50	50	50	50	10	10				240
Niágara Branca.	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Total/Kg.	50	60	90	220	220	220	220	90	60	50	50	50	1380

Fonte: autor, 2016.

4.2.5 Bodega do Severo

Pequeno estabelecimento comercial que representa parte dos agricultores familiares do município, que disponibilizam a produção excedente para serem comercializados.

Figura 14 – Fachada da Bodega do Severo – Dom Pedrito/RS



Fonte: Autor, 2016

Conforme relato do proprietário através de entrevista, foi comercializado 400 kg de uva de mesa de procedência do município.

Tabela 11 -Oferta de uvas (kg) na Bodega do Severo - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar	Jan.	Fev.	Mar.	Total/Kg
Niágara Rosa.	50	100	50	200
Uva preta	50	100	50	200
Total/Kg.	100	200	100	400

Fonte: autor, 2016.

4.2.6 Supermercado Nicolini

Pertence a uma rede da região da campanha gaúcha, sua matriz localiza-se em Bagé- RS.

Figura 15 – Fachada do Supermercado Nicolini - Dom Pedrito - RS



Fonte: Autor, 2016

De acordo com o gerente, durante o ano a rede adquire suas uvas de mesa da CEASA Porto Alegre e no período de safra, disponibiliza espaço aos produtores da região, de forma consignada para incentivar a produção local. No período analisado comercializou-se 680 kg de uva.

Tabela 12 - Oferta de uvas (kg) o Supermercado Nicolini - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar/Kg	Set.	Out	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai	Jun.	Jul.	Ago.	Total
Uva Itália	10	10	10	15	15	15	15	10	10	10	10	10	140
Uva Red	10	10	10	15	15	15	15	10	10	10	10	10	140
Uva concord	200	200											400
Total/Kg.	220	220	20	30	30	30	30	20	20	20	20	20	680

Fonte: autor, 2016.

4.2.7 O Supermercado Peruzzo

É um dos principais grupos empresariais do Rio Grande do Sul. Está presente em 8 municípios: Bagé, Dom Pedrito, Candiota, Caçapava do Sul, Canguçu, Pelotas, Alegrete e Santa Maria, totalizando 21 lojas. A empresa tem gestão familiar e atua nos segmentos de supermercados, padaria e vitivinicultura.

Figura 16 – Fachada do Supermercado Peruzzo I - Dom Pedrito/RS.



Fonte: Autor, 2016

Conforme o gerente do setor de frutas do mercado Peruzzo I, no período analisado foi comercializado 520 kg de uva.

Tabela 13 - Oferta de uvas (kg) no Supermercado Peruzzo I - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar/kg	Set.	Out.	Nov.	Dez	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Total
Uva Itália	5	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	5	100
Red Globe/Crimson	5	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	5	100
Uva Rosa					60	60	60	10					160
Uva Preta c.					60	60	60	10					160
Total/Kg.	10	10	10	20	140	140	140	40	20	20	20	10	520

Fonte: autor, 2016.

Figura 17 – Fachada do Supermercado Peruzzo II - Dom Pedrito/ RS.



Fonte: Autor, 2016

De acordo com o gerente do mercado Peruzzo II, foi enviado para comercialização 520 kg distribuídos conforme tabela 14. De modo geral, observou-se que no período de final de ano a procura pela uva se intensifica, estendendo-se até o final do verão, coincidindo com a safra na maioria dos estados, apresentando o maior volume de uvas comuns no mercado.

Tabela 14 - Oferta de uvas (kg) no Supermercado Peruzzo II - Período: 09/2015 à 08/2016

Cultivar/Kg	Set.	Out.	Nov.	Dez	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Total
Uva Itália	5	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	5	100
Red Globe/Crimson	5	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	5	100
Uva Rosa					60	60	60	10					160
Uva Preta c.					60	60	60	10					160
Total/Kg.	10	10	10	20	140	140	140	40	20	20	20	10	520

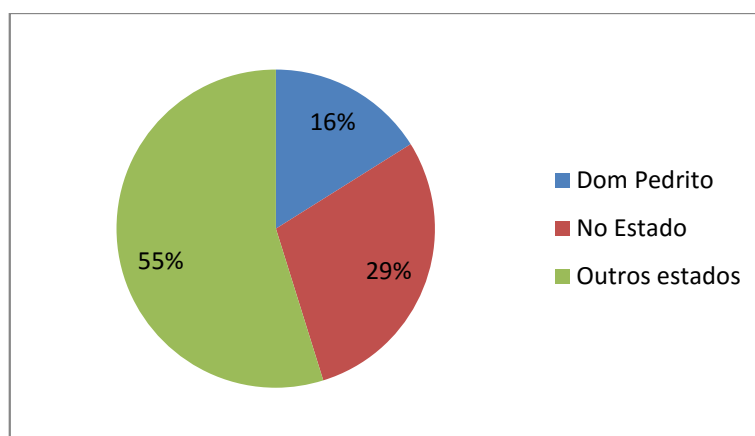
Fonte: Autor, 2016.

5 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Os produtores da agricultura familiar de Dom Pedrito - RS, região da campanha gaúcha, identificados neste estudo disponibilizaram para o mercado varejista e consumidor final 15,23% das uvas de mesa que são comercializadas no município. Considerando que trata-se de um estudo inédito no município, não possui base para comparação com os anos anteriores, somente a identificação do volume, cultivares e origem. O estudo permite medir a participação do município frente à oferta externa de uva de mesa produzida no estado e fora do estado. Lembramos que os dados coletados referem-se aos últimos 12 meses (09/2015 à 08/2016), abrangendo o período da safra 2016, (Janeiro / Março) no estado, na qual ocorreu uma queda na produção devido a fatores climáticos.

O estudo demonstrou que a maior parte das uvas de mesa para o consumo *in natura* comercializadas no município, tem origem de outros estados, cultivares como Itália, Red Globe e Crimson, as cultivares comuns, Niágara Rosada e Niágara Branca, parte vêm do Paraná e São Paulo que conseguem alterar o período de produção, com isso ganhando em participação de mercado com 51,87%. O Rio Grande do Sul produz uvas Niágara Rosa, Niágara Branca, Concord, Izabel somente na safra Janeiro a Março apresentando 32,90% de participação, e o município com 15,23% do mercado conforme (tabela 5), ficando perto da estimativa do IBGE, que cita que o estado do Rio Grande Do Sul, apenas 10 % de sua produção destina-se ao consumo *in natura*.

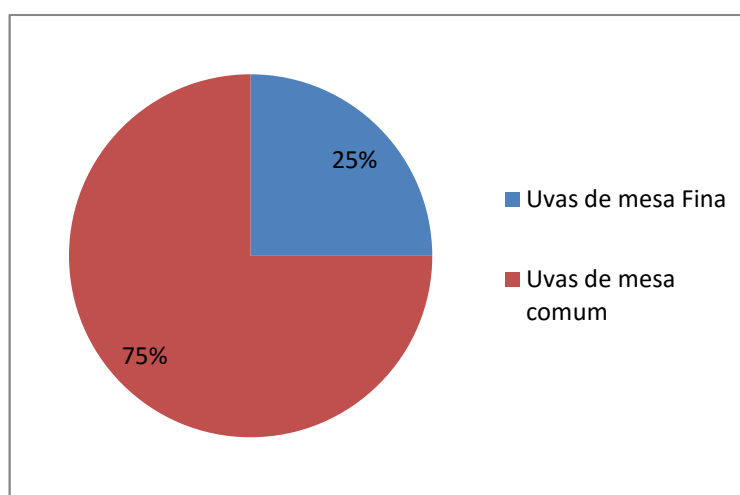
Figura 18 - Participação dos produtores de uva de mesa na comercialização em Dom Pedrito- RS



Fonte: Autor, 2016.

O total de uvas de mesa finas comercializadas no município entre os meses de 10/2015 à 09/2016 foi de 2.790 kg representando 24,99%, produzidas em outros estados. Já a comercialização de uvas de mesa comum, encontra a maior concorrência entre os estados e o próprio município totalizando 8.372 kg comercializados, representando 75,01% do total de uvas de mesa (tabela 19).

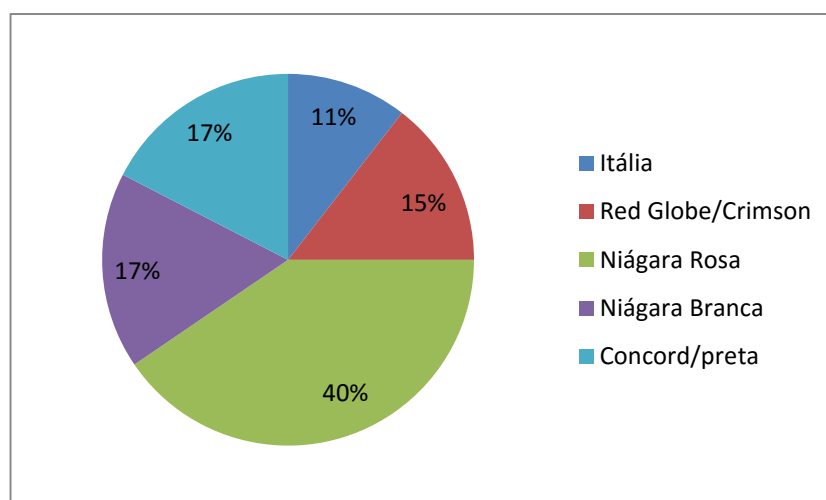
Figura 19 - Uvas de mesa fina e comum comercializada em Dom Pedrito



Fonte: Autor, 2016

Quanto às variedades comercializadas em Dom Pedrito, as variedades comuns, apresentam maior participação no mercado. Com destaque para cultivar Niágara Rosa com 40,47 %, do total das uvas comuns comercializadas, o que comprova a citação de (NACHTIGAL, 2002). Desta forma, as variedades comuns representam 75,01% das uvas de mesa comercializadas no município.

Figura 20 - Principais variedades comercializadas em Dom Pedrito - RS



Fonte: Autor, 2016.

O município comercializou/ofertou no período apurado através do mercado varejista 11.161 kg de uva de mesa (Tabela 15), demonstrando que Dom Pedrito tem um consumo per capita menor que os índices da década de 80 do Brasil, como mostrado na introdução.

Tabela 15 – Resumo do volume de oferta de uvas (kg) de mesa no município Dom Pedrito/RS

Cultivares	Sup. Nacional	Sup. Peruzzo	Sup. Nicolini	Sacolão das frutas	Rede Banana	Merc. Jorge	Feira dos prod.	Atacado JCR	Total
Itália	300	200	200	260	53,3			160	1.173
Red Globe/Crimson	600	200	200	380	77			160	1.617
Niágara Rosa	240	320		3.213	394		200	150	4.517
Niágara Branca	240	320		969	181		200		1910
Concord/Preta			280		195	400	620	450	1.945
Total/Kg.	1.380	1040	680	4.822	900	400	1020	920	11.162

Fonte: autor, 2016.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na viticultura de Dom Pedrito existe um conjunto heterogêneo de produtos, com diferentes objetivos e estratégias voltados para a produção de vinho, suco e uva para consumo *in natura*. Os produtores da agricultura familiar enfrentam dificuldades de infraestrutura, de distribuição inadequada, ficam subordinados às “vontades” dos varejistas, associadas à perecibilidade inerente à própria fruta que reduz o período de comercialização, obrigando os produtores a se desfazerem dos frutos a preços baixos, caso contrário, eles perdem a safra. Diante do exposto, as cultivares que antes serviam para a produção de vinho comum e vendas para o consumo *in natura*, está sendo direcionadas para o processamento de suco, ganhando mais tempo de vida do produto e agregando valor a produção.

As condições climáticas da região possibilitam a produção de uvas, o problema é que, na vitivinicultura mundial, a produção de uvas americanas e híbridas sempre foi desprezada. Em toda parte, apenas um conjunto restrito de variedades europeias se estabeleceu como sinônimo inquestionável de qualidade. No Brasil, não foi diferente. Desde os anos 1970, as principais políticas de modernização da vitivinicultura vêm incentivando a substituição das cultivares e dos métodos tradicionais de viticultura por outros considerados mais adequados a produzir “uvas de qualidade superior e exóticas”.

Os resultados revelam possibilidades de expansão da área cultivada no município e região, especialmente para variedades de uvas de mesa destinada a consumo *in natura*. Essa expansão tende a gerar crescimento e novas oportunidades de renda para a agricultura familiar, desde que seja reconvertida, ou plantadas novas cultivares, assim como o fortalecimento de elos entre produtor e consumidor, agregando valor ao produto com mais qualidade e diminuindo o custo ao consumidor final.

Os viticultores que estiveram à frente dos processos de inovação tecnológica e organizacional conseguiram encontrar espaço no hiper competitivo mercado de uvas finas, inclusive enfrentando a invasão dos importados, tanto para vinhos finos quanto para uvas de mesa finas, ganhando dinamismo em parceria ou cooperativas e alcançando o mercado externo.

Quanto ao espaço amostral utilizado no trabalho, o autor optou por restringir o campo da pesquisa ao município de Dom Pedrito para fornecer dados locais para

futuras pesquisas que venham a serem realizadas na área de comércio e consumo de uvas nesta comunidade. Quanto à utilização de apenas dois produtores na pesquisa foi em função de serem atualmente os únicos a produzirem uvas para o mercado de Dom Pedrito. E por haver limitação de tempo para a atual pesquisa, esta se restringiu apenas a última safra, o que na opinião do pesquisador não se constitui em fator que venha a alterar significativamente os resultados do trabalho que é focado na comercialização e hábitos de consumo de uva por parte do consumidor local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, J. L. P. Mercado, comercialização, custos e rentabilidade. **IN** Cultivo da Videira. Embrapa Semi-Árido. Sistemas de Produção, 1 ISSN 1807-0027 Versão Eletrônica Jul. 2004. Net. Disponível em: http://www.cpatsa.embrapa.br:8080/sistema_producao/spvideira/index.htm. Acesso em: 15 Nov. 2016.

BARNI, E.J. **Potencial de Mercado para uva de mesa em Santa Catarina**. Florianópolis. 2007. Disponível em http://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepa/publicacoes/Uva.pdf. Acessado em 11 Dez. 2016.

BORGES, R.M e CARDOSO, **Vinhos da campanha, Bagé em debate**., Bagé, 2013. Disponível em:

<http://bageemdebate.blogspot.com.br/2013/06/vinhos-da-campanha-dentro-das-tematicas.html>. Acessado em: 20 Nov. 2016.

BRUNELLO, T. et al. **Uvas e vinhos como alimentos funcionais**, São Paulo, 2001 Disponível em: http://www.dammous.com/nutri/trabalho/uvas_vinhos.asp. Acessado em: 21 Nov. 2016.

Camargo, U. A. **Árvore do Conhecimento. Uva para processamento**. Portal da AGEITEC. Disponível em: http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/uva_para_processamento/arvore/CON_T000g5f8cou802wx5ok0bb4szwyx060i6.html. Acessado em 10 Dez. 2016.

CAMARGO, U. A; MAIA, J. D. G; RITSCHER, P. **Embrapa Uva e Vinho, Novas cultivares brasileiras de uva. Bento Gonçalves – RS**. 2010. Disponível em http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/livro/novas_cultivares_brasileiras_uva.pdf. Acessado em: 11 Dez. 2016.

CHAVARRIA, G. et al. **Incidência de doenças e necessidade de controle em cultivo protegido de videira**. Comunicado Técnico 90. Bento Gonçalves – RS, Set. 2008. Disponível em:

<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/comunicado/cot090.pdf>. Acessado em: 11 Set. 2016.

CORIMAN, F. et al. **Microclima e produção de videiras 'Niágara rosada' em cultivo orgânico sob cobertura plástica**. Rev. Bras. Frutic. Vol. 34, n. 1, Jaboticabal Mar. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-29452012000100021. Acessado em: 11 Dez. 2016.

GERRA et al, 2009, **Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos**. Documentos nº 48, <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/documentos/doc048.pdf>. Acessado em 11 Dez. 2016.

HOECKEL, P. H. O. et al. **A Concentração de Mercado no Setor Vinícola do Rio Grande do Sul IBRAVIN, 2013(2004-2012)** Disponível em:

<http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/05/201405267eeg-mesa20-concentracaosistemaagroindustrialvitivinicolars.pdf>. Acessado em 11 Dez. 2016.

KREUS, C. L. et al. **Avaliação econômica de alternativas de investimento no agronegócio da uva no meio oeste catarinense**. Rev. Bras. Frut. Jaboticabal. SP. v. 27, n. 2, p. 230, Agosto 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbf/v27n2/a12v27n2.pdf>>. Acessado em 1 Nov. 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo. Atlas. 2011.

MAIA, J. D. G.; RITSCHER, P. **Novas Cultivares de Videira para Elaboração de suco e para mesa**. Disponível em: <http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/130383/1/maia-xivenfrute-palestras-p81-90-jul20150001.pdf>. Acessado em: 11 Dez. 2016.

MASCARENHAS, R. J. **Avaliação sensorial de uvas de mesa produzidas no vale do São Francisco e comercializadas em João Pessoa – PB**. Rev. Bras. Frutic. Jaboticabal - SP. v 32. n. 4, p.994 Dez. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbf/v32n4/aop15310>. Acessado em 10 Dez. 2016.

MELLO, L. M. R.. **Abordagem prospectiva da cadeia produtiva da uva e do vinho do Rio Grande do Sul**. Revista de política agrícola. 1999 Disponível em <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/690> . Acessado em 11 Dez. 2016.

MELLO, L. M. R. **Desempenho da vitivinicultura brasileira em 2015**. Portal da Embrapa. Fev. 2016. Disponível em:

<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/9952204/artigo-desempenho-da-vitivinicultura-brasileira-em-2015>. Acessado em 10 Dez. 2016.

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2013. Comunicado Técnico. n. 156. Julho, 2014**. Disponível em: <file:///C:/Users/joaomorelle/Downloads/Comunicado-Tecnico-156.pdf> . Acessado em: 7 Nov. 2016.

NACHTIGAL, J. C.. **Avanços tecnológicos na produção de uvas de mesa**. In: X Congresso Brasileiro de Viticultura e Enologia, 1998, São Paulo. Anais Eletrônico... Disponível em;

<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/anais/cbve10/cbve10-palestra12.pdf>. Acessado em: 20 Nov. 2016.

PRETE, M. D.; FATEC, Jales. **Análise dos Canais de Comercialização dos produtores de Laranja** : O Caso dos produtores do município de Jales - SP. 2004 Disponível em: http://fatecjales.edu.br/reagro/images/artigos/1a_edicao/volume1/agronegocio/analise-dos-canais-de-comercializacao-dos-produtores-de-laranja-o-caso-dos-produtores-do-municipio-de-jales-sp.pdf. Acessado em: 12 Dez. 2016.

PROTAS, J. F. S. Nota técnica - **Um balanço da Vitivinicultura Mundial em 2014**. Portal da Embrapa. Jul. 2015. Disponível em:

<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/4007952/nota-tecnica---um-balanco-da-vitivinicultura-mundial-em-2014>. Acessado em: 10 Dez. 2016.

SATO, G. S. **Análise do consumo de uva para mesa no Brasil**. Informações Econômicas, SP, v. 34, n.7. 2004. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/seto3-0704.pdf> . Acessado em: 10, nov 2016.

SATO, G. S.; MARTINS, V. A.; BUENO, C. R. F. **Sazonalidade dos preços de uva fina para mesa no estado de São Paulo - SP**. Informações Econômicas, SP, v. 34, n. 8, ago. 2004. Disponível em:

<http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/seto1-0804.pdf>. Acessado em: 11 Dez. 2016.

SINIMBU, F. **Cientistas ajudam Campanha Gaúcha a obter selo de procedência para vinhos**. Site da Embrapa. Out. 2015. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/6031942/cientistas-ajudam-campanha-gaucha-a-obter-selo-de-procedencia-para-vinhos>. Acessado em: 11 Dez. 2016.

SITE VINHOS DA CAMPANHA. **Almadém. A Vinícola. Santana do Livramento – RS**. Disponível em: <http://vitrinemed.com.br/6565/vinicolas.php?&idnot=1004> acessado em: 11 Dez. 2016.

TONDATO, C. **Caracterização dos Canais de Marketing da uva de mesa na região noroeste do estado de São Paulo – SP**. Dissertação de Mestrado em Agronegócios. Março 2006. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp012699.pdf>. Acessado em: 12 Dez. 2016.

TONDATO, C; FILHO, D. O. L; TARSITATO, M. A. A.. **Caracterização de dos canais uva de mesa**. um estudo da região de Jales, Estado de São Paulo. Informações Econômicas, SP, v. 39, n. 1, jan 2009. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/IE/2009/tec4-0109.pdf>. A cessado em: Dez. 2016.

VELOSO, A.F. **Demanda mundial por uvas de mesa e o desempenho das exportações brasileira no período de 1990 a 2005**. XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Campo Grande. MS. 2004. Disponível em; <http://www.sober.org.br/palestra/9/354.pdf>. Acessado em 10 Nov. 2016.

VELOSO, A. F. CORREA, C. C.; LIMA-FILHO, D. O. **Desempenho das exportações brasileiras de uva de mesa no período de 1990 a 2005**. Informações Econômicas. SP. v. 39, n. 2, Fev. 2009. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/IE/2009/tec2-0209.pdf>. Acessado em: 11 Dez. 2016.

WÜRZ, D. A. et al. **Panorama e perspectivas da comercialização de espumantes no Brasil**. II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio. Ago. 2016. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/conferencias/index.php/IIsimposioinovacaoagronegocio/simposioinovacaoagronegociouces/paper/viewFile/4597/1442> . Acessado em 11 Dez. 2016.

APÊNDICE A – Formulários de pesquisa

Formulário do produtor rural

Nome do Produtor:

Data:

Há quanto tempo produz uvas?

Qual área cultivada com uvas de mesa?

Quais as principais uvas cultivadas?

Qual o volume foi destinado para o consumo *in natura* na última safra?

Formulário do Varejista

Nome do Estabelecimento.

Data:

Quais as principais cultivares cultivadas?

Qual o volume comercializado por cultivar e período anual?

Procedência da Uva?