

O MERCOSUL: UMA ANÁLISE DOS MERCADOS VINÍCOLAS DA ARGENTINA E DO BRASIL.

Marco Antonio Montoya¹
Rizoni Maria Baldissera²

SINOPSE

O artigo caracteriza, em termos gerais, os mercados de vinho da Argentina e Brasil e suas perspectivas de comércio a partir de 1995, quando se eliminarão todos os impostos da importação no Mercosul. Prevê que, em relação aos preços praticados nos dois países, e a estrutura de custos de produção, o vinho fino argentino terá melhores condições de concorrência no mercado brasileiro.

Palavras-chave: integração econômica, mercados vinícolas, Mercosul.

1 INTRODUÇÃO

A implementação de um processo de integração econômica no tempo divide-se em três grandes etapas: primeiro, a escolha da forma de integração desejada entre os sócios; segundo, a harmonização tributária, que contempla a eliminação das tarifas aduaneiras; e terceiro, o mercado comum, no qual se permite a livre circulação de produtos e fatores de produção.

O MERCOSUL pretende, em cinco anos, superar a segunda etapa e constituir uma forma de integração superior que busque o desenvolvimento conjunto de seus sócios. Isto, necessariamente, passa pelo reconhecimento dos mercados de cada membro; pela consideração dos temores dos efeitos deste processo, tanto a nível do produtor como do consumidor; pela estrutura de custos na produção e comercialização de um sem número de produtos que indicam as dimensões da concorrência pelo mercado integrado.

¹ Economista pela UPSMP de Lima-Peru. Mestre em Economia Rural pela UFRGS-IEPE. Professor da Faculdade de Economia e Administração -UPF

² Economista pela UNOESC.

Nesse contexto, o artigo pretende caracterizar o mercado de vinhos da Argentina e do Brasil e suas perspectivas de comércio, a partir de 1995, quando as alíquotas de importação serão eliminadas em sua totalidade.

Inicialmente, discute alguns "temores" sobre os ganhos e perdas que acarretariam o MERCOSUL. Após, analisa a conjuntura econômica da atividade vitivinícola da Argentina e do Brasil, no intuito de estabelecer os níveis de concorrência de seus mercados.

2 TEMORES SOBRE OS CUSTOS E BENEFÍCIOS DA INTEGRAÇÃO ECONÔMICA REGIONAL

O argumento fundamental da experiência integracionista latino-americana baseia-se na necessidade de aproveitar as vantagens comparativas e as economias de escala que um mercado ampliado permite, visando a um desenvolvimento harmônico regional.

Entretanto, se este processo influenciou no crescimento do comércio intra regional, observa-se, hoje, que os problemas apresentados, em geral, encontram-se nos diferentes graus de desenvolvimento dos setores produtivos de seus integrantes, o que se traduz em resultados econômicos assimétricos na distribuição dos custos e benefícios obtidos num esquema de integração econômica.

Sendo assim, a implementação e a viabilização de um processo de integração econômica entre países está ligada, constantemente, aos objetivos do desenvolvimento econômico que buscam em conjunto, e aos ganhos e perdas que cada sócio espera obter (Montoya, 1991).

Argumenta-se, por outro lado, que os problemas relativos à produção e à comercialização de produtos agrícolas e agroindustriais são de ordem técnica e sócio-política exigindo um sacrifício social relativamente alto, ou seja, entende-se que as forças da concorrência no mercado comum não operariam de forma benéfica num meio em que as atividades produtivas são heterogêneas na produtividade, nas formas de produção e no nível tecnológico.

Obviamente, estas restrições que se têm com referência aos processos de integração, apresentam-se no mercado de trabalho, isto porque, a produção especializada entre os países causa um maior prejuízo aos pequenos produtores, pois ao liberar mão-de-obra ociosa para as atividades produtivas de exportação, bem como para a zona urbana, produzindo desemprego urbano, já que as atividades de

produção industrial revelam-se incapazes de absorver a mão-de-obra excedente do setor agrícola.

É mister chamar-se a atenção que estes problemas, salientados por diversos autores, muitas vezes, só levam em consideração as vantagens e desvantagens do produtor, não tendo em conta o consumidor que pode beneficiar-se com preços mais baixos e opções maiores de compra através da diversificação da oferta de produtos.

Fica evidente, então, que os temores sobre os ganhos e perdas, no processo integracionista, situam-se a nível de produtor e consumidor, seja por falta de conhecimento dos setores produtivos por parte de seus sócios, ou pela incerteza da implementação de forma acelerada deste processo, como é o caso do MERCOSUL.

3 O MERCADO DE VINHOS DO MERCOSUL

O Mercado Comum do Cone Sul tem como objetivo a ampliação dos mercados nacionais através da integração dos denominados Estados partes: Argentina, Paraguai, Uruguai e Brasil, visando a acelerar, entre outras coisas, o processo de desenvolvimento econômico regional. Como já era de se esperar, as diferenças já se apresentam a nível do produtor e do consumidor.

Tabela 1 - A produção vinícola do MERCOSUL

Países	ARGENTINA	BRASIL	URUGUAI
Ítens			
Área plantada (Ha.)	268.000	61.000	13.000
Pessoas envolvidas	150.000	300.000	100.000
Produção em (milhões/Litros)	2.000.000	300.000	30.000
Consumo interno (Litros per-capita)	55,89	1,45	28,00

Fonte: Revista do vinho, UVIBRA, 1990.

Considerando que esta análise visa a caracterizar a produção da Argentina e do Brasil, observa-se, na Tabela 1, que o primeiro país possui uma área plantada superior à brasileira e, embora o Brasil possua o dobro de pessoas envolvidas nesta atividade, a produção de vinhos argentinos é muito superior a dos brasileiros. Alternativamente, no consumo interno per-capita, o Brasil apresenta o mais baixo índice em relação aos países citados.

Por outro lado, os quatro sócios possuem, juntos, quase 190 milhões de habitantes e um poder de consumo equivalente a 5,5 bilhões de dólares. Nesse

quadro, o Brasil representa quase metade do potencial, com 45% da população e 55% do PIB (Tabela 2).

Tabela 2 - Indicadores econômicos dos países de MERCOSUL

Países	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai
Itens				
População (Milhões)	32,5	150,0	4,0	31,0
Expectativa de vida*	70,0	65,0	67,0	71,0
PIB**	79,4	323,6	6,0	6,7
Dívida Externa**	67,5	121,0	2,1	6,9
Inflação 1990 (%)	1.832,0	2.359,0	42,7	129,8
Saldo Comercial**	7,3	10,5	0,2	0,3

Fonte: CEPAL, Cuaderno del Tercero Mundo, 1991

(*) Em anos

(**) Em bilhões de dólares

Observa-se, também, que o saldo comercial nos dois países é parecido tanto em termos de oferta quanto de demanda. Porém, especula-se constantemente, que as maiores mudanças no mercado integrado que ocorreriam no Brasil, a nível de consumidor, via variação de preços e qualidade do produto. Outro aspecto relevante, nas regiões produtoras de vinho, é o tradicionalismo existente no setor vitivinícola, o qual se enraizou na cultura atual da população há mais de um século.

3.1 A Vitivinicultura Argentina

A Argentina, em se tratando de vitivinicultura, apresenta-se como um país importante no cenário mundial, pela sua produção de uvas e vinhos, pela sua produtividade e volume produzido. Segundo o Instituto Nacional de Viticultura, em 1983, 95% da produção de uvas e vinhos originou-se das províncias de Mendoza, São Juan, La Rioja, Catamarca e Salta, as quais pertencem à Região Andina Norte da Argentina.

A uva produzida, quase em sua totalidade, é empregada na vinificação, a qual está dividida em dois grupos: os vinhos comuns ou de mesa e os vinhos finos, reserva especial (STEIN, 1991). No mercado argentino, predomina a produção de vinhos comuns ou de mesa. As regiões produtoras são coordenadas e controladas pelo Instituto de Vitivinicultura que determina desde a data da colheita até o preço a pagar ao consumidor. No entanto, no período de 1980 a 1982, ocorreu a crise mais aguda de excedentes da produção, chegando o estoque existente a quase o dobro da

quantidade consumida. Tal fato obrigou à implantação de políticas de controle da produção através de quotas e do sacrifício de 300.000 hectares de parreiras nos últimos 5 anos.

Como não poderia ter sido diferente, a queda na produção de uva implicou uma queda na produção de vinhos no período citado. E, para que novas reduções não venham a ocorrer, afirma-se que a solução para o país passa obrigatoriamente pela abertura do mercado.

No entanto, em 1981, a área de vinhedos plantados na Argentina foi de 324 mil hectares, ocupando o 6º lugar na produção mundial (Anexo 1), enquanto que, em 1988, a área de vinhedos caiu para 268 hectares, com uma queda de 17,28%. Um fato curioso é que, enquanto a área plantada diminuiu naquele percentual, no mesmo período, o vinho teve somente uma queda de 4,64% na sua produção, o que deixa em evidência o aumento da produtividade, neste setor, em torno de 15,44%, refletindo uma maior eficiência desta atividade (Anexo 4).

Com relação ao consumo per-capita de vinho na Argentina, houve uma queda de 76,32 litros para 55,89 litros no período de 1979 até 1988, o que assinala, por um lado, um excedente na produção e um consumo decrescente nos últimos anos. Encontrou-se, porém, justificativa em Solanet (1987), o qual argumenta ser esta diminuição do consumo per-capita uma ocorrência generalizada entre os principais países vinícolas do mundo, como a Itália, França, Espanha, Alemanha, Portugal e Chile. As suas causas ainda estão em discussão, mas há uma hipótese comum, que parece apontar para mudanças culturais nas últimas décadas, as quais teriam levado à redução do hábito de consumo de vinhos mais caros.

3.2 A Vitivinicultura no Brasil

Atualmente, a videira é cultivada predominantemente nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco, em sua maior parte, por pequenos proprietários e em produções familiares artesanais, o que explica o grande número de pessoas envolvidas neste setor. Apesar de o Brasil ter uma quantidade significativa de parreiras, observa-se que, diante do panorama mundial, sua produção é quase insignificante (Anexo 1), caracterizando sua forte influência no mercado interno.

Quanto ao consumo per-capita de vinho no Brasil, em 1981, foi de 2,6 litros por ano, considerado um consumo pobre se comparado ao de países como a França, que tem um consumo médio de 90 litros por ano; Portugal, 77 litros; Argentina, 74,7

litros e Itália, 74 litros. Em 1988, era de 1,45 litros. Isso representa, em sete anos, uma queda de 44,23% no consumo interno de vinho.

Tabela 3 - Participação estadual na produção nacional de uvas e vinhos no período de 1985 - 1989 (em %)

Estados	Produção Média da Uva (1985 - 1989)	Produção Média de Vinho (1978 - 1987)
R.S	67,16%	88,54%
S.P	15,35%	3,14%
S.C	10,55%	6,70%
P.R	3,96%	0,16%
Outros	4,98%	1,46%
TOTAL	100,00%	100,00%

Fonte: Revista do vinho, UVIBRA, 1989

Por sua vez, em 1980, o Brasil ocupava o 17º lugar na produção mundial (Anexo 1), com uma produção de 2.900 hl de vinho, e, em 1988, o total produzido foi de 3.762 mil hl. Este resultado representa um aumento, na produção, de 29,72%, o que se deveu devido ao crescente interesse pelo mercado internacional, já que o consumo interno diminuiu neste período (Anexo 3). Alguns dos argumentos que explicam este fenômeno encontram-se nas diferenças da carga tributária, para o mercado interno e de exportação, o que eleva os preços nacionais, conseqüentemente, limitarão a procura do produto.

A produção de vinhos concentra-se nos estados produtores situados no sul do país (Tabela 3).

Conforme a Tabela 3, o estado do Rio Grande do Sul, tanto na produção de uva como na de vinhos, detém praticamente o monopólio no Brasil. Já o estado de São Paulo classifica-se em 2º lugar na produção de uvas, mas, com referência à produção de vinho, perde sua posição para o estado de Santa Catarina, porque a maior parte da uva produzida por esse estado destina-se ao consumo in natura.

O mercado nacional, dadas às características de distribuição geográfica dos centros de produção, tem como pedra angular o estado do Rio Grande do Sul, assim, qualquer política de preços para o setor sofre, em princípio, uma influência predominante deste.

Por último, é importante salientar que as florescentes indústrias brasileiras produzem, basicamente, para o consumo nacional, tendo restado muito pouco para a exportação nos últimos anos.

4 ASPECTOS DA COMERCIALIZAÇÃO DE VINHOS DA ARGENTINA E BRASIL

Estando a Argentina classificada entre os quatro maiores países vinícolas do mundo, com uma produção superior a 20 milhões de litros em 1988, apresentando um consumo per-capita declinante nas últimas duas décadas, considera-se a exportação de vinhos uma alternativa disponível para ela livrar-se de seus problemas de excedentes de produção e evitar que mais parreiras sejam sacrificadas. Assim, existindo estoques de produção disponíveis e, sendo a exportação viável, o vinho argentino constitui-se em alvo de comércio internacional.

A produtividade Argentina da uva, em relação ao vinho elaborado, em 1988, foi de 76,94 litros, quantidade que supera a dos maiores países vinícolas do mundo e se apresenta como um fator importante para a determinação de seus custos e preços.

Cabe salientar que, no texto, não avaliamos os custos da mão-de-obra por falta de dados, porém uma análise bem sucinta indica que a Argentina ocupa-a em menor quantidade que seus sócios (Tabela 1), com uma média de 0,6 pessoas por cada hectare de vinhedo plantado.

4.1 Custos de Importação do Vinho Argentino

No MERCOSUL, apresenta-se a proposta da eliminação tarifária gradativa que, até então, contribui com um acréscimo de 31,69% no preço do vinho importado da Argentina para o Brasil (Anexo 5).

Entretanto, o vinho argentino, vai tornando-se muito mais competitivo no mercado internacional, mais especificamente entre os países do MERCOSUL, que, de acordo com seu programa de liberação, poderão importar esse produto, a partir de 1995, sem uma alíquota de importação.

Os valores, como o custo do vinho no país de origem, seguro, frete de transporte e outras despesas de importação, são mantidos como despesas invariáveis, mensuradas em dólares. Sendo assim, pode-se ter uma noção do preço médio do custo do vinho importado da Argentina.

O fator essencial da análise refere-se ao valor do imposto de importação, índice que sofrerá um decréscimo ano a ano, como mostra a tabela 4.

Pode-se prever que a eliminação das tarifas, neste caso, beneficiará a Argentina, considerando-se que esta exportará vinhos para o Brasil, dado que a produção brasileira limita-se ao abastecimento do mercado interno.

O custo do vinho argentino, aqui relacionado, considera o transporte marítimo, porém existe ainda a alternativa do transporte rodoviário. Haverá viabilidade na escolha entre um ou outro meio onde a situação geográfica dos mercados de consumo não anular as vantagens comparativas do produtor.

Tabela 4 - O custo do vinho importado da Argentina para-1990-1994 (Em US\$)

ANOS	VALOR FOB	VALOR CIF	IMPOSTO DE IMPORT	OUTROS (a)	CUSTO TOTAL DE IMPOR.
1990	14,72	15,54	9,25	19,94	29,18
31.12.90	14,72	15,54	6,99	19,94	26,93
30.06.91	14,72	15,54	6,18	19,94	26,11
31.12.91	14,72	15,54	4,65	19,94	24,59
30.06.92	14,72	15,54	3,94	19,94	23,88
31.12.92	14,72	15,54	2,74	19,94	22,68
30.06.93	14,72	15,54	2,10	19,94	22,04
31.12.93	14,72	15,54	1,26	19,94	21,20
30.06-94	14,72	15,54	0,77	19,94	20,71
31.12.94	14,72	15,54	0,00	19,94	19,94

FONTE: Diagnóstico do Setor Vitivinícola. UVIBRA, 1991

Elaborado a partir do Anexo 5.

(a): o item outros considera as Desp. portuárias, I.C.M.S, emolumentos, comissão despachante, I.P.I , A.T.P, transporte rodoviário e crédito I.C.M.S.

4.2 Os Custos do Vinho Argentino e Brasileiro

O setor vitivinícola brasileiro, frente ao programa de liberação tarifária, possivelmente enfrentará sérios problemas, pois se evidencia que o mercado argentino é mais competitivo que o brasileiro. Isto é, com a redução das tarifas, deve-se prever que a Argentina apresentará novamente vantagens comparativas na produção do vinho em relação ao Brasil, evidenciando-se uma estrutura de custos mais baixos, como assinala o Gráfico.

Segundo dados da UVIVRA (1991), constata-se que o custo médio do vinho nacional, em São Paulo, CIF, é de 26,72 dólares a caixa, mais um custo médio de transporte de 4,4% para os principais centros de consumo do país, passando a custar \$27,90, aproximadamente, a caixa de 12 litros, parâmetro de medida também utilizado para o vinho argentino.

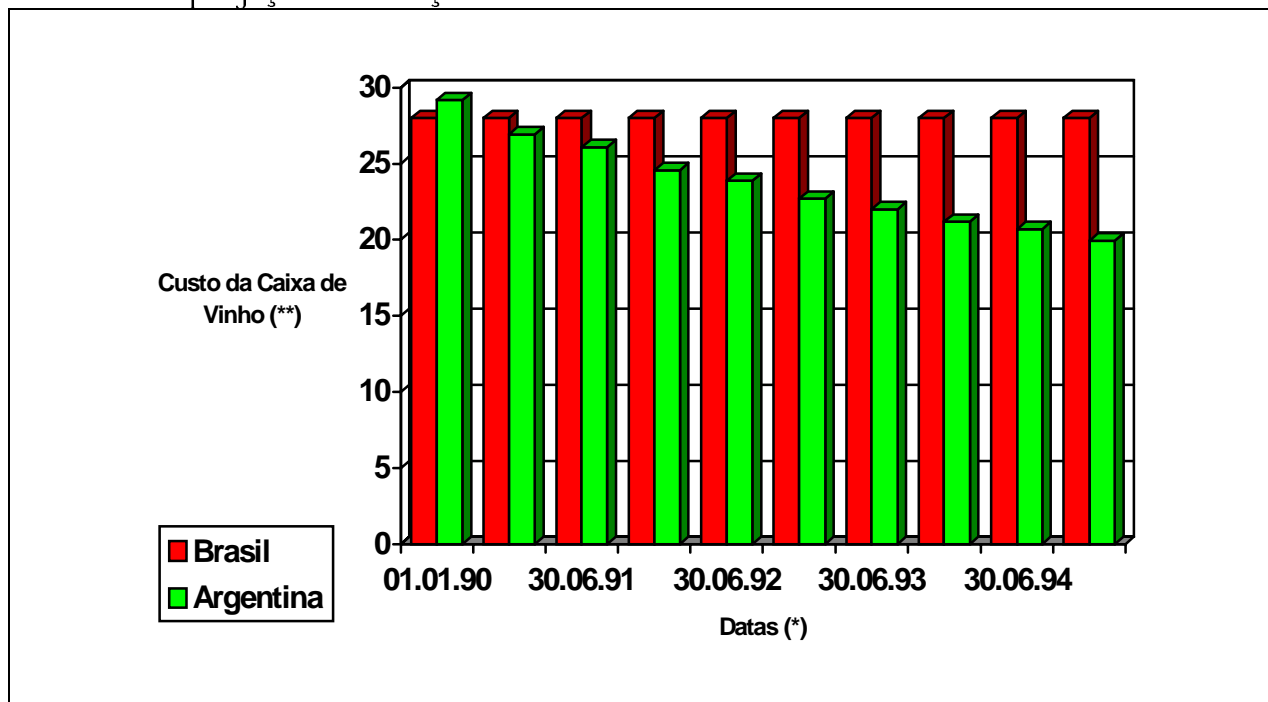
Antes de se iniciar o processo de integração, o vinho brasileiro tinha um custo 4,59% inferior ao preço do vinho argentino posto no Brasil, como assinala o seguinte gráfico, o que mostra que ao consumidor do Brasil não interessava o vinho importado da Argentina.

Com a implementação do MERCOSUL, através da redução do imposto de importação, a partir de janeiro de 1991, a vantagem do produto nacional reduz-se para -3,48%, demonstrando claramente que o país sócio tende a beneficiar-se neste mercado.

Assim, uma projeção do custo do vinho importado da Argentina, até 1995, quando termina a implantação do programa de liberação, indica que este predominará no mercado, ou seja, no final de 1994, essa poderá vender ao Brasil vinhos por \$19,94 a caixa, isto é, a um custo 25,4% inferior aos vinhos brasileiros (Gráfico 1).

Evidentemente, a ampliação do mercado traz consigo uma acomodação dos níveis de oferta e procura. Neste caso, os maiores beneficiados seriam os consumidores brasileiros, obtendo produtos a menores preços e, não em poucos casos, de melhor qualidade.

Gráfico 1 - projeção dos Preços do Vinho Posto no Brasil



Fonte: UVIVRA. Diagnóstico do setor vitivinícola, 1991.

(*) Considera as reduções do imposto de importação do Programa de Liberação do MERCOSUL

(**) Incluem as despesas de comercialização em dólares.

É importante mencionar que estas afirmações não estão considerando a carga tributária sobre as agroindústrias ou cantinas brasileiras, a qual, uma vez reduzida, poderia melhorar as condições de concorrência do produto nacional. No entanto, a busca de alternativas de transformação e adoção de novas tecnologias neste setor, dado ao grande número de pessoas envolvidas na produção, constituir-se-á em suporte estratégico para que o processo integracionista atue de forma benéfica.

5 CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES

Tendo em vista que o objetivo deste trabalho foi caracterizar o mercado de vinhos da Argentina e do Brasil, bem como suas perspectivas de comércio, na ausência de alíquotas de importação no contexto do Mercosul, verificou-se que as dimensões dos mercados, em nível nacional e internacional, são extremamente diferenciadas. Em termos de capacidade de produção, produtividade, custos de produção, tipos de uva e consumo per capita, os índices, em geral, favorecem aos produtores argentinos.

Nesse contexto, os produtores argentinos, dado aos seus excedentes de produção que possuem, vêem o mercado consumidor brasileiro como uma grande solução para a venda de seus vinhos, com a abertura da liberalização do comércio no Mercosul. Isso porque com a eliminação gradativa e total de impostos de importações, que chegará a seu termo em dezembro de 1995, o vinho argentino chegará ao mercado brasileiro 25.4% mais barato que o produto nacional, o que assinala uma possível retração da produção nacional e um incremento do mercado consumidor, em relação ao produto argentino, de menor preço.

Na análise, não foram consideradas as diferentes cargas tributárias nos dois mercados, porém, deve-se lembrar que os tributos, no Brasil, são significativamente maiores, e, sendo diminuídos ou eliminados, dariam à produção nacional melhores perspectivas de competitividade. Uma saída adicional a esse problema poderá ser encontrada na adaptação de tecnologias à produção de vinhos finos, cujas vantagens comparativas dinâmicas poderiam beneficiar no futuro ao produtor brasileiro. Cabe salientar ainda, que os derivados da uva não necessariamente terminou em vinho, mas existem as possibilidades da produção de suco de uva, tintas etc, que no meio e longo prazo poderiam consolidar-se neste setor.

BIBLIOGRAFIA

AMARANTE, José. Vinhos do Brasil e do Mundo para Conhecer e Beber. Sumos, São Paulo, 1983.

CEPAL. Cuaderno del Tercero Mundo. p.28 , Santiago de Chile,1991.

MONTOYA, Marco. A Distribuição dos Custos e Benefícios do Processo de Integração do Grupo Andino: Uma Análise do Comércio Intra-regional no Setor Agropecuário. Porto Alegre, IEPE/UFRGS Diss. Mest. em publicação, p.87-103, 1991

STEIN, Bartholomeu. A Vitivinícola do Rio Grande do Sul e a Integração Econômica. Diss.Mest. Porto Alegre, IEPE/UFRGS 1991.

UVIBRA. Diagnóstico do Setor Vinícola. Bento Gonçalves,Brasília, 1991.

----- . Integração do Mercado Vitivinícola do Cone Sul. **Revista do Vinho**. Brasília, ano 4, nº 21, p.10-12, 1990.

----- . Matéria Prima do Vinho Nacional. **Revista do Vinho**. Brasília, ano 2, nº 11, p.2-8, 1989.

----- . Evolução do Consumo de Vinho no Mundo. **Revista do Vinho**. Brasília, ano 1, nº 5, p.33-34, 1988.

ABSTRACT

MERCOSUL: AN ANALYSIS OF THE WINE BUSSINESS FROM ARGENTINA AND BRAZIL

This article characterizes, in a general look, the wine business between Argentina and Brazil and its dealing perspectives for 1995, when all the import taxes will be eliminated in Mercosul. Foresees that, with regard to the prices used in both countries and the production costs structure, the Argentinean noble wine will have better conditions of competition in Brazilian market.

Key-words: economics integration, wine growing markets, Mercosul.

ANEXO 1 - Produção e Consumo dos Principais Países do Mundo para 1980

Países	Produção de Vinhos(Mil/hl)	Área Plantada (Mil/ha)	Consumo Per-capita
1 Itália	70.500	1.360	74,0
2 França	57.011	1.154	90,0
3 URSS	34.420	1.353	14,4
4 Espanha	34.400	1.650	60,0
5 Argentina	21.633	324	74,7
16 Austrália	3.742	63	17,5
17 Brasil	2.900	60	2,6

Fonte: Vinhos do Brasil e do Mundo. Amarante,1983.

ANEXO 2 - Principais Países em Volume de Vinhedos para 1988

Países	Área Plantada (Mil/ha)	Varição Percentual (1981/1988)
1 Espanha	1.525	-7,56
2 URSS	1.124	- 16,93
3 Itália	1.074	- 21,03
4 França	1.018	- 11,78
8 Argentina	268	- 17,28
10 Alemanha	227	+124,75

Fonte: UVIBRA., 1988.

ANEXO 3 - Principais Países Produtores de Vinho para 1988

Países	Produção de Vinho (Mil/hl)	Varição Percentual (1981/1988)
1 Itália	61.863	- 12,25
2 França	57.530	+ 0,91
3 Espanha	21.565	- 37,31
4 Argentina	20.624	- 4,64
9 África do sul	8.465	+ 9,57
16 Brasil	3.762	+ 29,72

Fonte: UVIBRA.,1991.

ANEXO 4 - Produtividade dos Principais Países Produtores de Vinho

Países	Produtividade por (hl/ha)		Varição (%)
	1981	1988	
1 Itália	50,84	57,60	+ 11,11
2 França	59,40	56,51	- 4,87
3 Espanha	20,34	14,14	- 30,48
4 Argentina	66,67	76,97	+ 15,44
7 Romênia	24,76	37,31	+ 50,69
10 Iugoslávia	25,74	25,38	- 1,40

Fonte: UVIBRA., 1991.

Anexo 5 - Custo do vinho importado da Argentina.

DESCRIÇÃO DA DESPESA	REDUÇÃO DO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO									
	1990	31/12/90	30/06/91	31/12/91	30/06/92	31/12/92	30/06/93	31/12/93	30/06/94	31/12/94
	85%-30%= 59,50%	75%-40%= 44,98%	75%-47%= 39,75%	65%-54%= 29,90%	65%-61%= 25,35%	55%-68%= 17,60%	55%-75%= 13,75%	45%-82%= 8,10%	45%-89%= 4,95%	35%-100%= 0,00
1 VALOR FOB EM US\$	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72	14,72
2 FRETE INTERNACIONAL (0,78 US\$/CX)	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78
3 SEGURO INTERNACIONAL (0,2943% / (1))	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
4 TOTAL CIF (1+2+3)	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54	15,54
5 IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO (% / (4))	9,25	6,99	6,18	4,65	3,94	2,74	2,10	1,26	0,77	0,00
6 IPI (*)	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89	2,89
7 A.F.R.M.N.(**) (25%/(2))	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
8 DESP.PORTUÁRIAS APROX. (2% / (4))	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31
9 A.T.P.(***) (50% / (8))	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
10 I.C.M.S. (25%/(4+5+6+7+8+9))	7,09	6,52	6,32	5,94	5,76	5,46	5,30	5,09	4,96	4,77
11 EMOLUMENTOS(****) (1,8%/(1))	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26
12 COMISSÃO DESPACHANTE (1%/(4))	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
13 TRANSPORTE RODOVIÁRIO (Santos\São Paulo)	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
14 (-)CRÉDITO I.C.M.S.	7,09	6,52	6,32	5,94	5,76	5,46	5,30	5,09	4,96	4,77
CUSTO TOTAL DA CAIXA DE VINHO POSTO NO BRASIL	29,19	26,93	26,12	24,59	23,88	22,68	22,04	21,20	20,71	19,94
REDUÇÃO PERCENTUAL DO CUSTO TOTAL DO VINHO	0,00	(7,74)	(10,52)	(15,76)	(18,19)	(22,30)	(24,49)	(27,37)	(29,05)	(31,69)

Fonte: UVIBRA, Diagnóstico do Setor Vitivinícola, 1991.

(*) Letra "K", Cr\$ 861,96/CX = US\$ 2,98/CX. (Cambio: 1 US\$ = Cr\$ 189,00)

(**) A.F.R.M.N.: ADICIONAL AO FRETE PARA RENOVAÇÃO DA MARINHA MERCANTE

(***) A.T.P.: ADICIONAL DE TARIFA PORTUÁRIA

(****) EMOLUMENTOS: TAXA PARA EXPEDIÇÃO DA GUIA DE IMPORTAÇÃO

Obs.: Preço FOB MÉDIO do período JAN-NOV/91