

A ESCASSEZ DA EMBALAGEM DE VIDRO E SEU IMPACTO NAS EXPORTAÇÕES DE VINHOS BRASILEIROS

Claudia Gomes da Silva Lorena, Fatec Zona Leste, claudia.lorena@fatec.sp.gov.br

Heloisa Helena Bucci Vasco, Fatec Zona Leste, heloisa.vasco@fatec.sp.gov.br

Ester Felix, Fatec Zona Leste, ester.felix@fatec.sp.gov.br

RESUMO. Este artigo tem como objetivo abordar a escassez da embalagem de vidro e quais foram seus efeitos nas exportações de vinhos brasileiros. Para tanto, foram expostos os conceitos sobre o comércio internacional, a história do vinho no Brasil, o aumento da demanda para o mercado externo e embalagem. A metodologia utilizada para responder o problema de pesquisa deste artigo foi de natureza exploratória qualitativa. Os dados foram obtidos através de pesquisa bibliográfica em 13 (treze) artigos de jornais e revistas publicados durante os anos de 2017 a 2022. Para análise dos dados utilizou-se o método de análise do conteúdo, verificando as palavras mais citadas e correlacionando-as com o problema de pesquisa, avaliando os impactos nas questões logísticas, o aumento da demanda do consumo de vinho no mundo, e a escassez da embalagem de vidro, tendo como objetivo responder o seguinte problema de pesquisa: Quais impactos a escassez da embalagem de vidro pode causar nas exportações de vinhos brasileiros?

Palavras-chave. *Vinho, Garrafa, Vidro, Exportações, Escassez.*

ABSTRACT. The purpose of the article is generate debate about the shortage of glass packaging and its effects on Brazilian wine exports. With that aim, concepts about international trade, the history of wine in Brazil, the increase in demand for the foreign market and packaging were exposed. The methodology used to was exploratory and qualitative was of an exploratory qualitative nature. Data were obtained through bibliographic research in 13 (thirteen) articles from newspapers and magazines published during the years 2017 to 2022. For data analysis, the content analysis method was used, verifying the most cited words and correlating them with the research problem, evaluating the impacts on logistical issues, the increase in demand for wine consumption in the world, and the scarcity of glass packaging, aiming to answer the following research problem: What impacts does the scarcity of glass packaging impact on Brazilian wine exports?

Keywords. *Wine, Bottle, Glass, Exports, Shortage.*

1. INTRODUÇÃO

O comércio internacional, de acordo com Galtaroça (2020), é fundamental para a balança comercial de um país e para ter saldo positivo é necessário exportar mais que importar.

A partir de meados dos anos de 1990, de acordo com Galtaroça (2020), o mercado de vinhos no Brasil se transformou, com a abertura da economia nacional, devido a implantação do Plano Real no ano de 1994.

No primeiro instante da abertura da economia, de acordo com Galtaroça (2020), houve uma maior liberalização de importação de produtos.

Em segundo momento, de acordo com Galtaroça (2020), por conta da estabilização da economia, houve um aumento no poder aquisitivo da população brasileira, que passou assim a gastar mais dinheiro com *commodities* como vinhos de mesa e derivados.

Entre os anos de 2019 e 2020, de acordo com União Brasileira de Vitivinicultura – Uvibra (2021), o volume da produção de vinho aumentou 56,56%, finalizando o ano de 2020 com um total de 24,2 milhões de litros.

O órgão que avalia a qualidade do vinho brasileiro é a Associação Brasileira de Enologia – ABE. As safras do vinho brasileiro, de acordo com a ABE (2020) dos últimos 10 anos tem mostrado uma performance positiva, sendo que a safra de 2020 foi considerada a melhor de todas.

As estimativas das agências reguladoras, de acordo com a Embrapa (2019), eram que nos anos, isto é 2020 e 2021, o aumento de exportação de vinhos teria um crescimento ainda mais significativo e, com isso, o produto brasileiro ganharia maior visibilidade no cenário internacional.

Esta afirmação pôde ser confirmada, pois de acordo com Ideal Consulting (2022), a exportação de vinho brasileiro cresceu 58% em volume e 52% em valores no ano de 2021 e estabeleceu recordes históricos tanto em volume quanto em valor.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 COMÉRCIO INTERNACIONAL

O comércio internacional, de acordo com Costa (2022), é o nome dado ao agrupamento de operações comerciais que tem como principal objetivo a troca de bens e serviços e movimento de capitais entre países.

Ainda segundo Costa (2022) essas operações são as relações entre compra, venda e troca de mercadorias e os serviços que ocorrem de acordo com as diretrizes internacionais através dos acordos bilaterais ou regras negociadas em órgãos internacionais, como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e blocos regionais, como o Mercosul e a União Europeia.

Para o autor Werneck (2011), comércio internacional é o conjunto de operações comerciais que abrange troca de bens e serviços entre países, ou seja, operações comerciais realizadas por compradores e vendedores de países distintos.

O comércio internacional é a divisão que assegura a venda do excedente de produção e permite que o mercado consumidor introduza mercadorias não disponíveis no mercado interno e permite que o desempenho seja verificado através da balança comercial.

2.2. HISTÓRIA SOBRE O VINHO BRASILEIRO

Os primeiros barris de vinho, de acordo com Vinitude (2017), chegaram ao Brasil como parte da comitiva de Pedro Álvares Cabral, eles foram estocados durante a viagem para elevar a honra dos marujos e servir às missas que eram realizadas todos os dias durante a longa viagem.

No Brasil na década de 1990, de acordo com Grizzo (2020), ocorreu o grande momento da viticultura, ou seja, foram implantadas novas técnicas de vinificação nos vinhedos.

Desde então o vinho tem importância na economia regional promovendo empregos, consumo da produção local e crescente desenvolvimento do potencial turístico ainda pouco explorado em território nacional.

Na última década, segundo a ABE (2020) o vinho brasileiro vem marcando presença nas melhores premiações da categoria mundial, tanto que somos convidados a participar de concursos internacionais com a chancela da Organização Internacional da Vinha e do Vinho.

Cada vez mais o vinho atrai atenção dos consumidores brasileiros que estão gradativamente mais interessados não somente por essa bebida, mas também por informação de qualidade.

Com isso, segundo Levy (2020), as empresas começaram a investir mais no vinho, em primeiro instante, pela abertura da economia houve uma maior liberalização para a importação.

Em segundo momento, de acordo com Levy (2020), por conta da estabilização da economia, houve um aumento no poder aquisitivo da população brasileira, que passou assim a gastar mais dinheiro com commodities como vinhos de mesa e derivados.

O vinho brasileiro de acordo com Barelli et al. (2022) vive seu melhor momento. Diversos fatores,

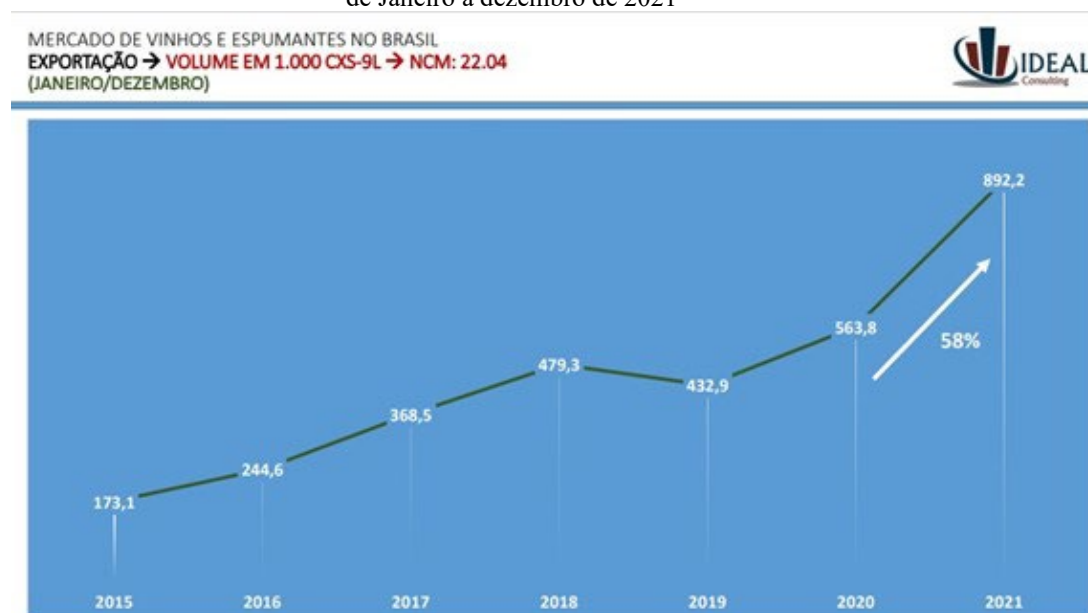
contribuíram para este momento de competitividade que se somam nos últimos 20 anos, como a mudança de hábito geradas durante a pandemia do Coronavírus e o grande investimento na bebida.

2.3. AUMENTO DA DEMANDA DE VINHO BRASILEIRO PARA O MERCADO EXTERNO

De acordo com o Fazcomex (2022), a exportação é uma das principais operações de um país. É uma eficiente estratégia, levando a atingir novos mercados e públicos e a se consolidar no mercado e instituir a sua marca. Assim, as exportações, de modo geral, beneficiam o país como um todo, promovendo o ingresso de divisas, geração e manutenção de emprego e renda, crescimento do parque industrial e do universo empresarial.

A exportação de vinhos brasileiros, de acordo com Ideal Consulting (2022), no ano de 2021 cresceu 58% em volume, estabelecendo o recorde histórico de 892 mil caixas de 9 litros contra quase 564 mil caixas de 9 litros em 2020. As exportações em valores, de acordo com Ideal Consulting (2022), também tiveram um aumento e chegaram a 52% o que equivale a US\$ 12,6 milhões em 2021 contra US\$ 8,3 milhões em 2020.

Figura 1 – Mercado de Vinhos e Espumantes no Brasil – Exportação em 1.000 CXS-9L de Janeiro a dezembro de 2021



Fonte: IDEAL CONSULTING,(2022)

O aumento da qualidade da produção nacional, e o interesse pelos rótulos brasileiros, de acordo com a Uvibra - União Brasileira de Vitivinicultura (2021), é uma realidade cada vez mais presente, juntamente com as premiações internacionais conquistadas em 2021, através de 414 medalhas em 18 concursos realizados na Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Espanha, França, Grécia, Hungria, Inglaterra, Luxemburgo e Portugal.

O Brasil, de acordo com a Uvibra (2021), é um país que produz vinhos em 26 regiões em 10 estados por possuir diversidade de *terroirs*, única no mundo. Ainda segundo a Uvibra, em 2021 foram exportados mais de 8,1 milhões de litros o que equivale a 10,8 milhões de garrafas com destino a mais

de 50 países, alguns dos importadores de vinhos brasileiros foram Estados Unidos, Paraguai, Rússia, China e Haiti.

O bom desempenho nas exportações, evidência o reconhecimento da qualidade do produto brasileiro, a desvalorização da moeda brasileira permitindo que o câmbio seja vantajoso para as negociações e a pluralidade de uvas e de estilos de vinhos produzidos nacionalmente em virtude das dimensões e diversidades geográficas, são os principais motivos para esse crescimento e com isso o Brasil vem conquistando seu espaço como exportador de vinhos.

2.4. EMBALAGEM

Para Leocádio (2021), a embalagem consiste em um recipiente responsável por envolver e armazenar um produto. Ela tem como função a proteção do produto, assim proporciona uma melhor distribuição adequada ao consumidor final.

De acordo com Schoba (2020), a embalagem é o componente que serve para proteger o recipiente que esta dentro e guardá-lo em todas as etapas, seja no armazenamento, manuseio, na movimentação ou na estocagem. Para ele, ela tem como principal auxílio a diminuição do impacto entre os itens possibilitando no transporte mais segurança. Contudo, a embalagem agora não cumpre apenas esse papel, mas tem sido usada como estratégia para gerar destaque e competição entre uma empresa e as demais.

A embalagem segundo o Editorial Conceito (2021), tem como fundamentação a utilização para o transporte de determinados produtos, e sua principal função é para isso. Para eles as embalagens são elementos que podem ser muito diversos, seja por garrafas de vidro, plástico e outros, mas que agora as empresas devem ficar atentas com o meio ambiente na utilização das mesmas minimizando a geração de resíduos.

2.4.1. Escassez da embalagem de vidro

A escassez de materiais para embalagem está provocando um crescimento dos custos – no caso das garrafas chega a 45%, que deverão se refletir em aumento de 5-10% nos preços ao consumidor final. Segundo Falcão (2022), esta crise é ocasionada pelo atraso na recuperação de produção de garrafas de vidro provocada pela pandemia; da falta de matéria prima, subida dos preços de energia e outros. A produção da garrafa de vidro é feita com uma quantidade significativa de energia, onde a maior parte é produzida por gás natural proveniente da Rússia, onde está ocorrendo a guerra com a Ucrânia e atrasando as exportações de diversas matérias- primas.

Segundo a reportagem do G1 escrita por Raphael Martins (2022), outro fator que influencia a escassez da embalagem de vidro é o aumento da demanda por conta da mudança de hábitos da população – devido a pandemia, ou seja, o público reduziu o hábito de beber fora de casa, assim a demanda por garrafas retornáveis caiu e subiu a pressão por garrafas de vidro e as long necks que são descartáveis. Ainda segundo Martins (2022), outra questão é a capacidade produtiva das indústrias brasileira de vidro, pois o setor trabalha com o segmento no limite por conta das questões logística e a falta de insumo mundial. E para tentar solucionar isso, as indústrias abriram novas fábricas com maior capacidade, com mais maquinários e moldes, mas essas fábricas devem ficar prontas apenas em meados de 2023.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa exploratória, de acordo com Vergara (2015), é utilizada em campos que possuem poucos estudos e pouco conhecimento reunido, onde hipóteses poderão ser feitas durante e no final da pesquisa. Neste artigo utilizou-se a metodologia de natureza exploratória qualitativa, para responder o seguinte problema de pesquisa: Quais impactos a escassez da embalagem de vidro pode causar nas exportações de vinhos brasileiros?

De acordo com o Richardson (2012), a abordagem qualitativa, é um procedimento de investigação que não utiliza técnicas estatísticas como base do processo de análise do problema estudado.

A pesquisa qualitativa, de acordo com Machado (2021), examina evidências baseadas em dados verbais e visuais para entender um fenômeno em profundidade, desta forma, resultados da pesquisa qualitativa surgem de dados empíricos, coletados de forma sistemática.

A coleta dos dados foi realizada, entre os meses de julho a outubro de 2022, através da pesquisa bibliográfica em 13 (treze) artigos, escritos entre os anos de 2017 à outubro de 2022, sobre o tema a escassez da embalagem de vidro e seu impacto nas exposições de vinhos no Brasil.

Para a análise dos dados utilizou-se o método análise de conteúdo.

A análise de conteúdo, de acordo com Bardin (2011), está organizada em três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Portanto a próxima sessão consiste em três categorias que foram definidas de acordo com os objetivos e referencial teórico determinados durante o trabalho.

O autor Bardin (2011) afirma que a unidade de registro “é a unidade de significação para codificar e corresponde ao segmento do conteúdo, visando à categorização e à contagem frequencial”. A unidade de registro utilizada nesta pesquisa foi a “palavra”.

Neste artigo levou-se em consideração a frequência de palavras mais citadas, isto é, quantas vezes em todos os artigos apareceram palavras que nos demonstram o impacto da escassez de vidro nas exportações de vinhos brasileiros.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para responder o problema de pesquisa deste artigo, elaborou-se a Tabela 1 - denominada “A escassez de vidro e seu impacto nas exportações de vinhos no Brasil”, levando em consideração as palavras mais citadas nos artigos pesquisados entre julho de 2022 a outubro de 2022, relacionados ao assunto tema da Tabela 1, conforme demonstrado abaixo:

Tabela 1 - A escassez da embalagem de vidro e seus impactos nas exportações de vinhos no Brasil

Palavras (Unidade de Registro)	Número de Citações (Total de Frequência)	Ordenamento (Por número de Citações)
Vinho	83	1a
Vidro	30	2a
Garrafa	20	3a
Exportações	10	4a
Escassez	09	5a

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

4.1. A palavra “Vinho”, apareceu 83 (oitenta e três) vezes, nos artigos pesquisados, ficando em 1º (primeiro) lugar. Frases como: “...De janeiro a novembro, 7,7 milhões de litros de vinhos finos embarcaram para 53 países, demonstrando um aumento de 91,18%, quase o dobro se comparado ao ano de 2020...”, União Brasileira de Vitivinicultura - Uvibra (2021), ou “...O Brasil é um país continental, que hoje produz vinhos em 26 regiões em 10 estados brasileiros...” Uvibra (2021), pode-se constatar o crescimento das vendas do vinho brasileiro para o mercado externo. De acordo com Uvibra (2021), o vinho brasileiro tem uma pluralidade de *terroirs*, que é única no mundo. O termo *terroir*, é o conjunto de fatores, de acordo com *Winepedia* (2021), que se deve levar em consideração na plantação das uvas, como: topografia, geologia, drenagem, clima e microclima, castas, cultura etc, todos esses fatores juntos, somados e engarrafados, definem o *terroir* do vinho. O Brasil, de acordo com Uvibra (2021), obteve um recorde histórico de premiações, os vinhos e espumantes brasileiros chegam a 5.910 distinções desde 1995, isto nos demonstra, de acordo com Uvibra (2021), que os vinhos produzidos no Brasil, estão ganhando reconhecimento e prestígio dentro das principais publicações especializadas, assim como excelentes críticas de conhecedores de vinho no exterior.

4.2. A palavra “Vidro”, apareceu 30 (trinta) vezes nos artigos pesquisados ficando em 2º (segundo) lugar. Frases como “A indústria de vidro não passou ileso aos efeitos da pandemia do coronavírus” ou “A produção, porém, não sofreu exatamente com falta de matéria-prima, mas com o aumento da demanda por conta da mudança de hábitos da população”, Martins (2022), nos demonstram a escassez da falta de vidro. De acordo com o autor Martins (2022), o cerne da questão é a capacidade produtiva da indústria brasileira de vidro. Martins (2022) afirma que o setor está trabalhando no limite, ao contrário do que acontece com outros segmentos da indústria que sofrem com logística e falta de insumos. Para Martins (2022), a produção de vidro envolve matérias-primas mantidas a 1.600 graus Celsius, 24 horas por dia para evitar que o vidro endureça, demandando uma quantidade significativa de energia. Para produzir mais garrafas de vidro, de acordo com Martins (2022), tanto em número como em variedade de formatos e cores, seriam necessárias fábricas maiores, com mais maquinários, mais moldes etc. O presidente da empresa Owens-Illinois Brasil - Ladeira (2022 apud Martins 2022), afirma que viemos de um período de crise, entre 2012 e 2016, e a indústria no setor de vidro, não investiu na velocidade que o mercado cresceu, houve descompasso. Novas fábricas brasileiras, Ladeira (2022 apud Martins 2022), devem ficar prontas somente em meados do ano de 2023. A maior fabricante de embalagens de vidro do mundo, a americana Owens-Illinois (O-I), de acordo com Fontes (2021), vai investir cerca de R\$990 milhões (US\$180 milhões) em duas novas fábricas no Brasil, este é o primeiro movimento de expansão da capacidade efetiva da indústria local nos últimos dez anos. O investimento, de acordo com Fontes (2021), faz parte de um pacote de US\$680 milhões que será dedicado pela multinacional Owens-Illinois, entre 2022 e 2024, ao aumento de produção em mercados que enfrentam restrição de oferta e à introdução de uma tecnologia que irá transformar o processo de produção de vidro. Enquanto isso, de acordo com Ladeira (2022 apud Martins 2022), a solução tem sido a importação. Essa afirmativa também foi citada por Fontes (2021), onde afirma que atualmente, entre 10% e 15% da demanda brasileira de garrafas tem sido suprida por importações. Deve-se ressaltar, de acordo com Martins (2022), que o vidro é um produto caro de transportar, porque as garrafas ocupam espaço vazio, piorando a relação custo-benefício. Para Martins (2021), os preços dos vinhos poderiam ter sido menores se não houvesse esse gargalo. De acordo com os artigos

pesquisados, denotamos que o problema não é somente aqui no Brasil, muitas empresas produtoras de vinhos, de acordo com Martins (2022), estão localizadas na União Europeia onde parte desta energia é o gás natural de origem russa. A indústria de vidro da região, de acordo com Frontliner (2022), depende muito do combustível, que é usado para aquecer fornos a 1.400 graus Celsius para derreter cacos e outros ingredientes, e tensões com a Rússia podem aumentar a crise.

4.3. A palavra “Garrafa”, apareceu 20 (vinte) vezes nos artigos pesquisados ficando em 3º (terceiro) lugar. Os produtores de vinho, Frontliner (2022), estão com as adegas repletas por não conseguirem engarrafar o vinho, devido à escassez de garrafas, rótulos e caixas. Frontliner (2022) afirma que a crise na falta de garrafas para envasamento do vinho, é devida ao atraso na recuperação da produção de garrafas, rótulos ou caixas depois da redução provocada pela pandemia decorrente da subida dos preços da energia, e da falta de matérias-primas com que se deparam os fabricantes assim como da interrupção nas cadeias logísticas. A escassez ou a falta de materiais, Frontliner (2022), para embalagem está provocando um aumento dos custos, no caso das garrafas de vidro este aumento chega a 45%, que deverão se refletir em subida de 5-10% nos preços ao consumidor final. Devido à escassez de garrafas, Frontliner (2022), ficará difícil para as vinícolas aumentarem seus estoques de garrafas antes do inverno no Hemisfério Norte para exportação. De acordo com o autor Martins (2022), os produtores precisaram importar vasilhames da Argentina e do Chile para dar vazão à crescente produção nacional de vinhos. Por isso o mercado não chegou a ter falta de vinhos. De acordo com Dow Jones (2022), as maiores destilarias, cervejarias e vinícolas, estão correndo contra o tempo para tentar obter este insumo.

4.4. A palavra “Exportações”, apareceu 10 (dez) vezes, nos artigos pesquisados ficando em 4º (quarto) lugar. A União Brasileira de Vitivinicultura - Uvibra (2021), nos demonstram dados onde as exportações de vinhos brasileiros cresceram 83,25% no ano de 2021, em comparação com 2020. No primeiro quadrimestre do ano de 2022, comparando com ao 1º quadrimestre de 2021, de acordo Uvibra (2022), a exportação de vinho cresceu 79%. Os números positivos, Porto e Navio (2022), para exportação de vinhos e sucos nos quatro primeiros meses deste ano 2022, reforçam a tendência de alta registrada em comparação com o 4º trimestre de 2021. O setor vitivinícola brasileiro comemora os resultados nas exportações, mesmo tendo o problema da falta de garrafas para engarrafamento do vinho.

4.5. A palavra “Escassez”, apareceu 9 (nove) vezes, nos artigos pesquisados ficando em 5º (quinto) lugar. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Vidro – Abividro (2022), o país passou por um longo período sem investimentos no ganho de produtividade e infraestrutura do setor, que culminou em escassez do produto no ano de 2020. A paralisação causada pela pandemia do coronavírus nos mais diversos setores produtivos, de acordo com a Abividro (2022), reduziu o número de pedidos. Quando houve retomada, Abividro (2022), as encomendas se acumularam com uma safra histórica de vinhos que o país produziu no ano passado, devido a este aumento houve a escassez do insumo vidro para a produção final. A desorganização das cadeias produtivas ao redor do mundo no começo da pandemia, de acordo com Mion (2021), foi um dos motivos da situação atual, que fez cair a fabricação de insumos, aumentando a demanda por embalagens de vidro, causando a escassez pela alta demanda. A falta de vidro, de acordo com a Redação Eu Quero Investir (2022), o segmento de

bebidas enfrenta escassez de garrafas de vidro impactando, principalmente, as indústrias cervejeiras e de vinho. A falta, de acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja – Sindicerv (2022 apud Redação eu Quero Investir 2022), é registrada deste o ano passado 2021 e vem se intensificando. O mercado, de acordo com a Redação Eu Quero Investir (2022), ainda sente o efeito gerado pela pandemia na cadeia de insumos e produção de embalagem. Segundo o autor Gasperin (2022), que também é presidente da Associação Brasileira de Enologia - ABE, os insumos enológicos sofreram aumentos que vão de 50% a 100%, o que encarece o produto final em toda a cadeia, mas nenhum problema se compara à escassez de garrafas. De acordo com Luca (2021), durante os anos de 2020 e 2021, muitas empresas acabaram ficando sem insumos e embalagens para dar vazão a produção. Estes dados nos demonstram que existe um grande problema com a escassez do vidro, dificultando a comercialização do vinho brasileiro no mercado internacional.

5. CONCLUSÃO

Este artigo demonstrou o impacto da escassez da embalagem de vidro nas exportações de vinhos brasileiros.

Através da análise de 13 (treze) artigos sobre o tema “a escassez da embalagem de vidro e seu impacto nas exportações de vinhos brasileiros” os resultados apontam que um dos principais motivos da falta deste insumo se deu pelo aumento da demanda do vinho, pelo fato da população ter que ficar em casa devido a pandemia da covid-19. Durante o estudo denotamos que a indústria no setor de vidro, não investiu na velocidade que o mercado cresceu. Houve descompasso, isto acarretou a subida dos preços da energia, e da falta de matérias-primas com que se deparam os fabricantes, assim como da disrupção nas cadeias logísticas, com um agravamento maior devido a guerra gerada entre Rússia e Ucrânia causando atrasos na produção das garrafas, diminuindo as embalagens retornáveis e aumentando a demanda para garrafas de vidro.

Como solução as vinícolas brasileiras precisaram importar vasilhames de outros países para dar vazão a crescente produção nacional de vinhos brasileiros. Esta solução deverá ser realizada até que as novas empresas de embalagens de vidros estejam prontas, o que deve ocorrer somente a partir de meados do ano de 2023.

Considera-se, a relevância do aprofundamento do tema através da realização de novas pesquisas e até mesmo desenvolver novas soluções reavaliando as medidas estratégicas adotadas de empresas do ramo, aumentando a produtividade das indústrias nacionais para diminuição de custo e aumento das exportações de vinhos brasileiros.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos em primeiro lugar a Deus, que fez com que nossos objetivos fossem alcançados durante todos os anos de estudo e por ter nos permitido saúde e muita determinação para continuar na realização deste trabalho.

Em segundo lugar a professora Ester Felix nossa orientadora que nos ajudou no que foi necessário sempre com muita dedicação e desempenhando sua função muito bem com muito carinho e amizade. Logo depois a nossa família que estiveram ao nosso lado sempre com muito apoio para não desistir de nossos objetivos na conclusão deste artigo.

Por fim, a Fatec Zona Leste pela colaboração em nossa formação profissional e por todo conhecimento ao longo dos anos.

REFERÊNCIAS

- ABE. Associação Brasileira de Enologia. **Evolução enológica foi decisiva na Safra.** 2021. Disponível em: <<https://www.enologia.org.br/noticia/evolucao-enologica-foi-decisiva-na-safra-2021>>. Acesso em 04 de setembro de 2022.
- ABE. Associação Brasileira de Enologia. **A vez dos vinhos brasileiros.** 2020. Disponível em: <<https://www.enologia.org.br/noticia/a-vez-dos-vinhos-brasileiros>>. Acesso em 04 de setembro de 2022.
- ABIVRIDRO. Associação Brasileira das Indústrias de Vidro. **Falta de vidro complica entregas de cerveja long neck e preocupa os bares na chegada do verão.** 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/12/14/falta-de-vidro-complica-entregas-de-cerveja-long-neck-e-preocupa-os-bares-na-chegada-do-verao.ghtml>> Acesso em: 01 de setembro de 2022.
- APEX BRASIL. **Exportações De Vinho Crescem 37% No Primeiro Semestre.** 2022. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/exportacoes-de-vinho-crescem-37-no-primeiro-semester/>> Acesso em: 22 de agosto de 2022.
- BABO, Maria João. **Vinhos portugueses sem garrafas, rótulos e caixas.** 2022. Disponível em: <<https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/vinhos-portugueses-sem-garrafas-rotulos-e-caixas>> Acesso em: 20 de setembro de 2022.
- BARELLI, S. et al. **Dia do vinho brasileiro, se tem vinho melhor que esse?.** 2022. Disponível em: <<http://revistavinicola.com.br/dia-do-vinho-brasileiro-2022-se-tem-vinho-brasileiro-tem-o-que/>> Acesso em: 07 de setembro de 2022.
- CÂMARA DO COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-SUL AFRICANA. **Comércio Internacional.** 2017. Disponível em: <<http://www.ccilsa.org/novositeccilsa/index.php/guide-to-doing-business/mercado/come-inter>> Acesso em: 05 de setembro de 2022.
- CONCEITO, de. **Conceito de embalagem.** 2021. Disponível em: <<https://conceito.de/embalagem>> Acesso em: 11 de setembro de 2022.
- COSTA, Cicero. **Comércio internacional resumo: veja tudo que você precisa saber agora.** 2022. Disponível em: <<https://migalhas.com.br/depeso/362915/comercio-internacional-resumo-veja-tudo-que-voce-precisa-saber-agora>> Acesso em: 05 de setembro de 2022.
- DURAN, Pedro; GUEDES, Milena. **Exportação de vinho brasileiro bate recorde de janeiro a setembro de 2021.** 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/exportacao-de-vinho-brasileiro-bate-recorde-de-janeiro-a-setembro-de-2021/>> Acesso em: 03 de outubro de 2022.
- DOW JONES. Escassez de gás na Europa afeta empresas de bebidas por usarem garrafas de vidro. 2022. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/08/23/escassez-de-gs-na-europa-afeta-empresas-de-bebidas-por-usarem-garrafas-de-vidro.ghtml>> Acesso em 03 de setembro de 2022.
- DW, Agência. **Escassez de garrafas preocupa cervejarias alemãs.** 2022 Disponível em: <<https://www.climatempo.com.br/noticia/2022/05/23/escassez-de-garrafas-preocupa-cervejarias-alemas-5461>> Acesso em: 10 de setembro de 2022.
- FAZCOMEX. **Conheça as 8 Vantagens de Exportar os Seus Produtos.** 2022. Disponível em: <<https://www.fazcomex.com.br/comex/vantagens-de-exportar-produtos/>> Acesso em: 12 de setembro de 2022.

FONTES, Stella. **Ownens-Illinois investe R\$1 bilhão em expansão.** Disponível em: <<https://valor.globo.com/impresso/noticia/2021/10/08/owens-illinois-investe-r-1-bi-em-expansao.ghtml>> Acesso em: 25 de outubro de 2022.

FRONTLINER. **Vinícolas portuguesas e do mundo enfrentam falta de garrafas.** 2022. Disponível em: <<https://www.frontliner.com.br/vinicolas-portuguesas-enfrentam-falta-de-garrafas/>> Acesso em: 3 de setembro de 2022.

GALTAROÇA, Felipe. **Dez anos de importação de vinhos no Brasil.** Disponível em: <<https://idealbi.com.br/dez-anos-de-importacao-de-vinhos-no-brasil/>> Acesso em: 26/10/2022.

GALTAROÇA, Felipe. **Brasil exporta mais vinhos.** 2022. Disponível em: <https://idealbi.com.br/brasil-exporta-mais-vinhos/> Acesso em: 07 de setembro de 2022.

GALTAROÇA, Felipe. **Cresce exportação de vinhos brasileiros.** 2020. Disponível em: <<https://idealbi.com.br/cresce-exportacao-de-vinhos-brasileiros/>> Acesso em: 13 de setembro de 2022.

GRIZZO, Arnaldo. **História do vinho e o vinho na história.** 2020. Disponível em: <https://revistaadega.uol.com.br/artigo/historia-do-vinho-e-o-vinho-na-historia_9693.html>. Acesso em: 04 de setembro de 2022.

JARDIM, Cris. **Mercado externo 2021: vinhos brasileiros atingem melhor desempenho desde 2014.** 2021. Disponível em: <<https://www.turmadovinho.com.br/post/mercado-externo-2021-vinhos-brasileiros-atingem-melhor-desempenho-desde-2014>> Acesso em: 07 de setembro de 2022.

LEOCÁDIO, Rodrigo. 2021. **O que é embalagem? Aprenda tudo sobre a função e os principais tipos de embalagem.** Disponível em: <<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-embalagem/#:~:text=A%20embalagem%20consiste%20em%20um,produto%2C%20proporcionando%20sua%20distribui%C3%A7%C3%A3o%20adequada>> Acesso em: 11 de setembro de 2022.

LEVY, Joaquim. **O novo ciclo das commodities, oportunidades e desafios na economia brasileira.** 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/insights-list/o-novo-ciclo-das-commodities-as-oportunidades-e-desafios-para-a-economia-brasileira/>> Acesso em: 07 de setembro de 2022.

LIMA, Patrícia. **Falta de garrafas e alta no preço dos insumos assusta produtores.** 2021. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/especiais/vinhos_e_espumantes/2021/11/819618-falta-de-garrafas-e-alta-no-preco-dos-insumos-assusta-produtores.html> Acesso em: 21 de outubro de 2022.

LUCA, Adriana de. **Indústrias alertam para a maior falta de insumos para a produção em 20 anos.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/industrias-alertam-falta-de-insumos-para-a-producao-o-maior-em-20-anos/>> Acesso em: 25 de outubro de 2022.

MACHADO, Amália. **O que é uma pesquisa qualitativa?** 2021. Disponível em: <<https://www.academicapesquisa.com.br/post/o-que-%C3%A9-pesquisa-qualitativa>>. Acesso em: 13 de outubro de 2022.

MARTINS, Rafael. **Como são feitas as garrafas de vidro — e por que estão em falta no mercado.** 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/05/01/como-sao-feitas-as-garrafas-de-vidro-e-por-que-estao-em-falta-no-mercado-video.ghtml>> Acesso em 12 de setembro de 2022.

MION, José. **Mercado nacional de vinhos cresce, mas sofre com falta de garrafas.** 2022. Disponível em: <<https://aloalobahia.com/notas/mercado-nacional-de-vinhos-cresce-mas-sofre-com-falta-de-garrafas>> Acesso em: 14 de setembro de 2022.

PACHECO, Beatriz. **Mercado de cerveja sofre com falta de garrafas de vidro; cenário se recupera em 2023.** 2022. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/mercado-de-cerveja-sofre-com-falta-de-garrafas-de-vidro-cenario-se-recupera-em-2023/>> Acesso em 28 de agosto de 2022.

POYER, Maria da Graça. **Introdução ao comércio exterior : livro didático** / Maria da Graça Poyer, Renato Paulo Roratto ; design instrucional Lis Airê Fogolari. – Palhoça : UnisulVirtual, 2017.

REDAÇÃO EU QUERO INVESTIR. **Segmento de bebidas enfrenta escassez de garrafas de vidro; utilização de latas dispara.** 2022. Disponível em: <https://euqueroinvestir.com/segmento-de-bebidas-enfrenta-escassez-de-garrafas-de-vidro-utilizacao-de-latas-dispara> Acesso em: 22 de outubro de 2022.

RICHARDSON, J. **A pesquisa qualitativa crítica e válida.** In: RICHARDSON, R. J. et al.(Org) Pesquisa Social. 3ª ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Atlas, 2012, p. 90 – 103. Acesso em: 02 de outubro de 2022.

SCHOBA, Thiago. 2020. **Embalagem Logística: conceito, tipos, exemplos e muito mais.** Disponível em: <<https://inobag.com.br/blog/logistica/embalagem-logistica/>> Acesso em 11 de setembro de 2022.

SINDICERV, Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja. **Segmento de bebidas enfrenta escassez de garrafas de vidro; utilização de latas dispara.** Disponível em: <<https://euqueroinvestir.com/segmento-de-bebidas-enfrenta-escassez-de-garrafas-de-vidro-utilizacao-de-latas-dispara>> Acesso em: 22 de outubro de 2022.

UVIBRA. **Wilson Sons registra crescimento nas exportações de vinhos e sucos pelo Tecon Rio Grande.** 2022. Disponível em: <<https://www.portosenavios.com.br/noticias/portos-e-logistica/wilson-sons-registra-crescimento-nas-exportacoes-de-vinhos-e-sucos-pelo-tecon-rio-grande> > Acesso em: 13 de setembro de 2022.

VINITUDE. **A trajetória do Vinho no Brasil,** 2017. Disponível em: <<https://www.clubedosvinhos.com.br/a-trajetoria-do-vinho-no-brasil/> >. Acesso em 04 de setembro de 2022.

WINEPEDIA. **O que é o terroir e sua importância?** Disponível em: <<https://www.wine.com.br/winepedia/curiosidades/o-que-e-terroir/>> Acesso em: 25 de outubro de 2022.