

## ANÁLISE DE EXPORTAÇÃO DE VINHO EM 2020: O CASO DO VALE DO RIO SÃO FRANCISCO

### ANALYSIS OF WINE EXPORT IN 2020: THE CASE OF VALE DO RIO SÃO FRANCISCO

**J. G. de FARIAS, L. F.L. da COSTA**

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
lorts45@gmail.com, lucia.lucio@ifrn.edu.br

Artigo submetido em 03/11/2021 e aceito em 01/12/2021

#### RESUMO

A região do Vale do São Francisco, especificamente nos estados de Pernambuco e Bahia, regiões com climas não tradicionais para a elaboração de vinhos, vem exportando uma grande variedade de vinho para diversos países no mundo há algumas décadas, nesse sentido, desenvolveu-se uma demanda pelos vinhos produzidos na região ao longo dos anos. O objetivo deste trabalho foi analisar a cultura vinícola do Vale do São Francisco destacando o potencial produtivo e os impactos sofridos nas exportações em decorrência da pandemia do Covid-19. Assim foi elaborado um referencial teórico que serviu de embasamento para o objetivo proposto. Para buscar respostas frente a esse objetivo, utilizou-se um tipo de pesquisa descritiva com uma abordagem qualitativa, ao qual focou coletar informações sobre o setor analisado por meio da coleta de dados secundários. Logo depois buscou-se analisar todas essas informações coletadas desde a capacidade produtiva ao histórico das exportações para que fosse possível comparar com o ano de 2020. Chegando a conclusão que não houve impactos diretos nas exportações de vinho do Vale do São Francisco por influência do Covid-19.

**PALAVRAS-CHAVE:** Exportação. Vinho. Vale do São Francisco.

#### ABSTRACT

The region of the Vale São Francisco, specifically in the states of Pernambuco and Bahia, regions with non-traditional climates for wine making, has been exporting a wide variety of wine to several countries in the world for some decades, in this sense, a demand for wines produced in the region over the years. The objective of this work was to analyze the wine culture of the Vale São Francisco, highlighting the productive potential and the impacts suffered on exports due to the Covid-19 pandemic. Thus, a theoretical framework was elaborated that served as a basis for the proposed objectives. To seek answers to these objectives, a type of descriptive research with a qualitative approach was used, which focused on collecting information about the sector analyzed through the collection of secondary data. Soon afterwards, it sought to analyze all this information collected from the productive capacity to the history of exports so that it could be compared with the year 2020. The

conclusion was that there were no direct impacts on wine exports from the Vale São Francisco due to the influence of Covid-19.

**KEYWORDS:** Export. Wine. Vale do São Francisco.

## 1 INTRODUÇÃO

Como resultado do avanço e do forte investimento em tecnologia no setor agrícola no Brasil, tornou-se possível a introdução da vitivinicultura no nordeste brasileiro, um fato incomum levando em consideração sua peculiaridade regional em relação a outras regiões que existe uma forte cultura vitivinícola.

Segundo o portal especializado, Academia do Vinho a vinicultura na região do vale do São Francisco chama atenção pela sua peculiaridade em relação a outras áreas onde tradicionalmente as uvas viníferas são cultivadas, destacando as suas características tanto climática como a latitude em que se encontra a região, o que acaba despertando curiosidade mundial. Atrelado ao forte investimento em tecnologia, mercado e a experiência de empresas já inseridas no ramo da produção de vinho e derivados (VITAL; MORAES; FERRAZ, 2005).

O vale do São Francisco está localizado em grande parte dos estados de Pernambuco e da Bahia. As vinícolas presentes na região produzem vários tipos de vinho, desde vinhos finos tintos, brancos e espumantes. Sendo assim a segunda maior região produtora de vinhos no Brasil, estima-se 500 hectares de área cultivada de vinhedos e a produção de 6 milhões de garrafas de vinho ao ano (BIASOTO; PEREIRA; OLIVEIRA; MENEZES, 2014).

Os vinhos e espumantes produzidos na região possuem características únicas, muitos deles são premiados em território nacional e internacionalmente, com isso, se agrega valor a esse produto, consequentemente acaba interferindo positivamente na economia local e no reconhecimento da região internacionalmente. Até o surgimento de uma pandemia. Afirma o portal de notícias Fiocruz (2020):

A pandemia de Covid-19, causada pelo vírus SARS-CoV-2 ou Novo Coronavírus, vem produzindo repercussões não apenas de ordem biomédica e epidemiológica em escala global, mas também repercussões e impactos sociais, econômicos, políticos, culturais e históricos sem precedentes na história recente das epidemias.

Diante disso o estudo visa apontar os impactos econômicos na exportação dos vinhos durante a pandemia do coronavírus no ano de 2020, através de dados estatísticos de comércio exterior.

Assim a finalidade deste trabalho é analisar os impactos da pandemia da COVID-19 nas exportações de vinho do Vale do São Francisco.

## 2 REFERENCIAL TEORICO

O referencial teórico deste trabalho foi desenvolvido com o objetivo de apresentar temas significativos ao estudo desenvolvido. Estão organizados nos seguintes tópicos: a) Estratégia internacional; b) Internacionalização.

### 2.1 ESTRATÉGIA INTERNACIONAL

A relação entre governos inseridos no mercado exterior proporciona um ambiente propício ao desenvolvimento de estratégias internacionais.

Para Barney (2001), a estratégia é um fundamento que está ligado ao meio empresarial, pois busca entender como competir com sucesso, mesmo que, o desempenho seja um fator a qual depende de uma boa estratégia, na percepção do autor, competir com êxito está atrelado diretamente a um bom

desempenho.

Para Kogut (2002) o conceito de análise competitiva se fez necessário uma releitura em função da globalização dos mercados no mundo, as dinâmicas econômicas e dos sistemas políticos. Levando em consideração que a globalização é um dos fenômenos mais discutidos nos negócios internacionais, resultando, a criação de atividades de nível global, aumentando a competitividade e o mercado, além de favorecer o crescimento da interdependência entre as economias nacionais (KIM, 2007).

As estratégias estão presentes a muito tempo entre as nações, no entanto, com o desenvolvimento de novas tecnologias acarretou aos meios de produção e comunicação uma intensificação, ocasionando, uma apresentação de estratégia de maior intensidade (MINERVINI, 2001).

Se faz necessário observar, ao entrar no mercado internacional, os termos do país desejado utilizando-se de critérios próprios como as ameaças políticas, as condições legais para se ter acesso ao mercado, os custos logísticos e os intervenientes competitivos de produção (KEEGAN, 2005).

Para Porter (1989), os países possuem uma maior tendência à concentração de oportunidades competitivas. Essa concentração está relacionada ao acúmulo do conhecimento ligado ao mercado em questões tecnológicas, mercadológicas e econômicas. Através desses conhecimentos a empresa pode identificar rapidamente as necessidades de mudança.

Nessa perspectiva, Yip (2001) considera sobre as estratégias internacionais, que os mercados nacionais desenvolvem uma maior maturidade ao fomentar as empresas a procurar uma expansão de seus negócios.

## 2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO

Simões (1997) entendia a globalização como o processo de interdependência entre países, assim, acontecimentos em determinado país no mundo acaba gerando impactos positivos ou negativos nos demais.

Em decorrer do avanço da globalização empresas sentiram necessidade de se internacionalizar, o que para Maia (2003) a internacionalização ocorre quando uma empresa atua em operações com outros países. Assim, nota-se como a participação nas operações internacionais.

Minevini (2008) afirma que a internacionalização de uma empresa requer um plano, por meio do qual se alcançará a meta, além do entusiasmo de um belo desafio. De tal modo, nota-se o processo no qual a empresa precisa passar para se internacionalizar. Já Borini, Ribeiro, Coelho e Proença (2006, p. 43) afirmam que a “Internacionalização é o processo pelo qual a empresa deixa de operar nos limites do mercado nacional de origem e passa a explorar mercados estrangeiros (...)”.

A expansão de um negócio para o mercado internacional pode ser considerada uma das etapas mais importantes de uma empresa, logo que, o sucesso no processo de internacionalização irá contribuir em várias áreas, tais como a capacidade de inovação, a produtividade, a competitividade e a rentabilidade da empresa.

Segundo (Minervini, 2008, apud Sales et. al, 2015);

podem-se citar muitas vantagens que levam as empresas a enfrentarem o mercado internacional e decidirem se internacionalizar, as principais são:

- a. Fortalecimento da posição comercial da empresa: a internacionalização vai permitir maximizar as vendas da empresa, o que significa que também os seus lucros acabam por aumentar. Uma posição dominante no mercado internacional vai também permitir à empresa beneficiar de economias de escala e de experiência.
- b. Possibilidade de obter preços mais rentáveis e competitivos;
- c. Prolongamento do ciclo de vida do produto;
- d. Diminuição da dependência do mercado interno, pois, através da exportação dos seus produtos, a empresa acaba por ficar menos dependente dos resultados conseguidos no

- mercado interno. Deixa de estar tão vulnerável a mudanças drásticas e às necessidades específicas que podem ocorrer também nesse mercado;
- e. Melhoria da qualidade do produto, pois a empresa poderá ser forçada a adaptar a qualidade às exigências diferentes do mercado externo;
  - f) Possível diminuição da carga tributária por meio da utilização de incentivos fiscais.

Assim, a internacionalização tem sido utilizada por empresas não apenas para reforçar a sua posição competitiva no mercado, mas, também como forma de assegurar a sua sobrevivência (Sousa, 1997). Assim, a internacionalização passou a ser vista não só como uma vantagem competitiva, mas também como um modo de sobrevivência à crise que se encontra instalada nos dias de hoje.

No entanto, antes de uma empresa iniciar o processo de internacionalização, é necessário observar se a empresa se encontra apta a executar tal ação, deste modo, deve ser analisado a sua capacidade e seus recursos. Posto isso, ressalva a importância de considerar os seguintes aspectos internos: competências internas; recursos financeiros; capacidade de gerir relações cooperativas internacionais; estrutura organizacional (Simões et al., 2013).

### 3 METODOLOGIA

Para a execução dos objetivos propostos desenvolveu-se uma metodologia com procedimentos orientados para auxiliar perspectivas crítico-reflexivas. O tipo da pesquisa escolhido busca descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo compreender, com precisão, as características de um fenômeno, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos (SELLTIZ, 1965). Assim, a pesquisa configurou-se como descritiva.

Logo que, a natureza da pesquisa se caracteriza como pesquisa qualitativa. O que para Triviños (1987), esse tipo de abordagem tende a trabalhar dados em busca de seus significados, tendo como suporte a compreensão do fenômeno em seu contexto.

A respeito da coleta de dados, será focada em buscar coletar o máximo de informações dos últimos 10 anos referentes à pesquisa do setor a ser analisado, por meio da coleta de dados secundários, através do Comex Stat, um sistema de consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro. Neste sentido, a pesquisa será caracterizada como pesquisa bibliográfica, observando uma fonte de coleta de dados secundária, que se define como: contribuições culturais ou científicas já realizadas em algum momento no passado a respeito de um determinado assunto, tema ou problema que pode vir a ser estudado (LAKATOS; MARCONI, 2001; CERVO; BERVIAN, 2002).

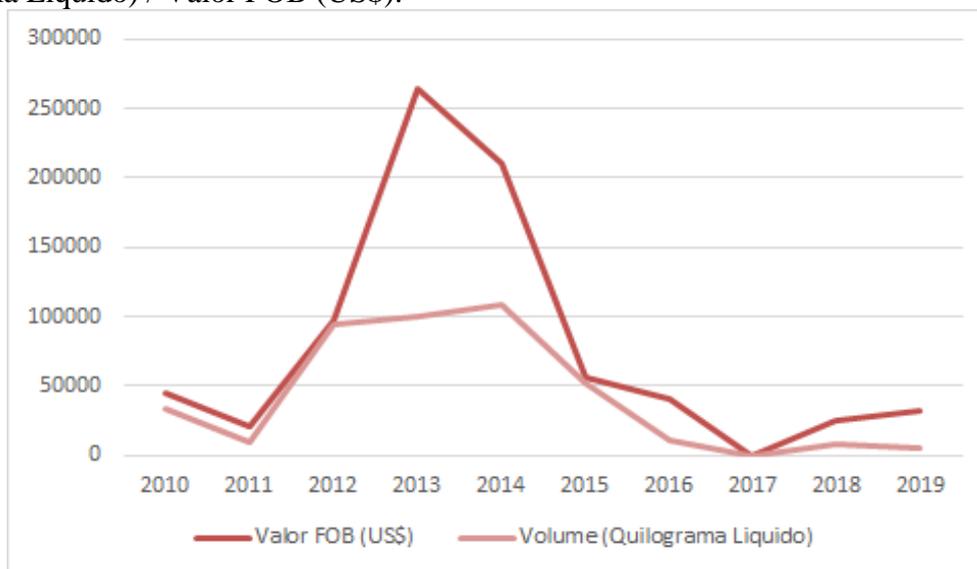
Já a análise de dados, a parte mais importante da pesquisa, vai se caracterizar como análise estatística descritiva que, segundo Malhotra (2001), é utilizada quando há uma única medida de cada elemento na amostra ou quando, há várias medidas de cada elemento, assim, as variáveis são analisadas separadamente.

### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nessa seção, a pesquisa irá demonstrar a análise dos resultados obtidos na pesquisa qualitativa, envolvendo aspectos como: a) Linha histórica das exportações de vinho do Vale do São Francisco; b) Exportações de vinho do Vale do São Francisco no ano de 2020;

O primeiro gráfico abaixo trará representações equivalentes às exportações de vinho da região do Vale do São Francisco do período de dez anos, entre 2010 a 2019, para que possa ser compreendido de forma clara como se comportou o mercado de exportação de vinho nesse período determinado de tempo.

Gráfico 1 - Exportações de vinhos do Vale do São Francisco, entre 2010 a 2019, em Volume (Quilograma Líquido) / Valor FOB (US\$).

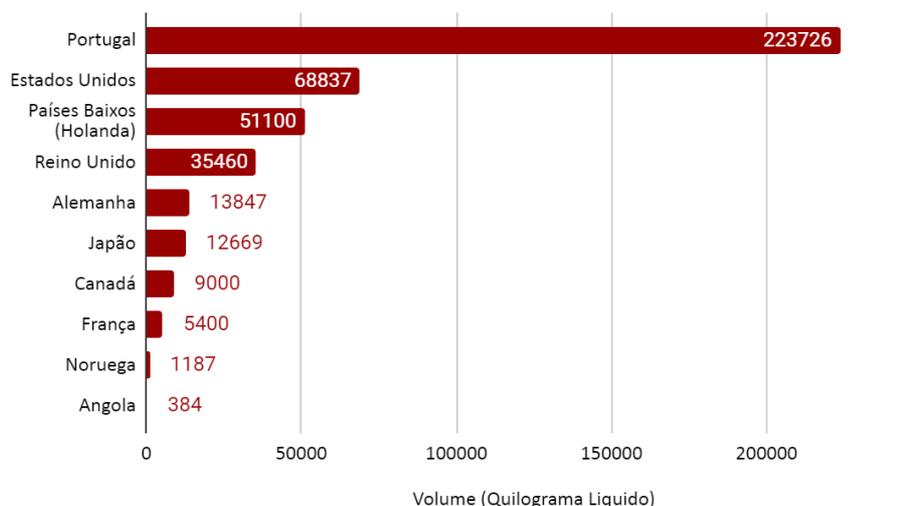


Fonte: Elaboração própria em 2021 com base nos dados do *Comex Stat*.

No Gráfico 1 acima, constata-se a evolução das exportações de vinho entre o ano de 2010 a 2019. Embora no ano de 2011 o volume das exportações tenha sofrido uma diminuição de 29% em relação ao ano de 2010, em 2012 ocorreu um aumento expressivo no volume exportado de 991% em relação à queda no ano de 2011. No período entre 2012 a 2014 o volume exportado teve um pequeno crescimento de 15%, aliado a isto uma valorização do produto no ano de 2013. No período de 2015 a 2017, tanto o volume quanto a valorização dos produtos sofreram uma grande diminuição chegando a zero no ano de 2017, já em 2018 ocorreu um aumento nas exportações comparado com o ano anterior e uma pequena valorização mesmo que no ano seguinte tenha ocorrido uma leve diminuição no volume exportado de 68%, mesmo que, em comparação com o ano anterior o produto continuou a se valorizar.

O segundo Gráfico abaixo buscará trazer informações relacionadas aos países que mais importaram vinho da região do Vale do São Francisco, no período de dez anos, entre 2010 a 2019, com um foco específico no volume importado.

Gráfico 2 - Lista de Países que mais importaram vinho do Vale do São Francisco entre 2010 a 2019.



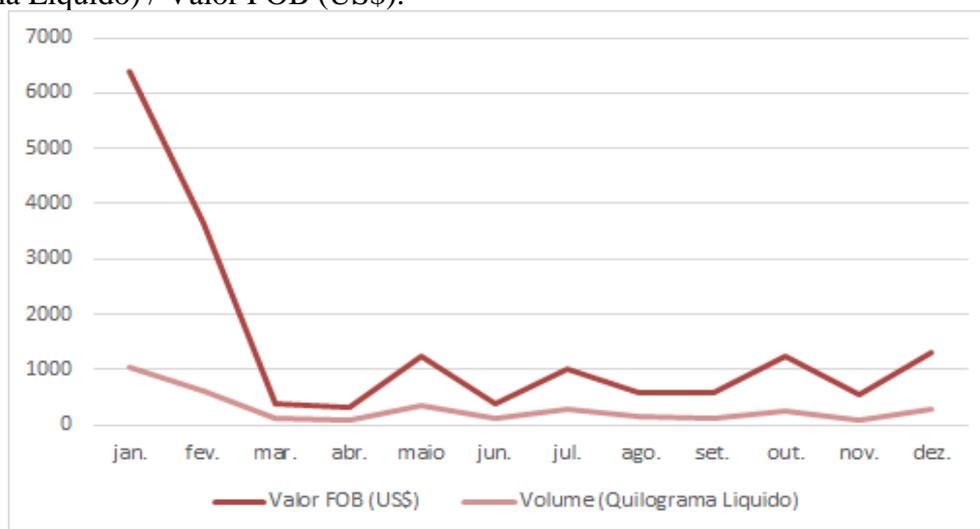
Fonte: Elaboração própria em 2021 com base nos dados do *Comex Stat*.

No Gráfico 2 acima é possível identificar os dez países que mais importaram vinho da região do Vale do São Francisco no intervalo de 2010 a 2019, demonstrando a tamanha diferença na demanda de importação de Portugal, em comparação com os demais países importadores que apresentam uma demanda consideravelmente alta. Toda essa demanda elevada dos últimos dez anos de Portugal pode ser explicada pelo alto nível do consumo por habitantes.

Embora a OIV (2018), afirme que os Estados Unidos seja o país com maior potencial de consumo. Os países europeus possuem uma demanda maior, levando em consideração o valor total de exportação no intervalo entre 2010 a 2019.

O terceiro gráfico abaixo trará representações equivalentes às exportações de vinho da região do Vale do São Francisco do período de 2020, em pleno auge da pandemia do covid-19 no Mundo, para que possa ser compreendido como se comportaram as exportações durante o período.

Gráfico 3 - Exportações de vinho do Vale do São Francisco referente ao ano de 2020, em Volume (Quilograma Líquido) / Valor FOB (US\$).



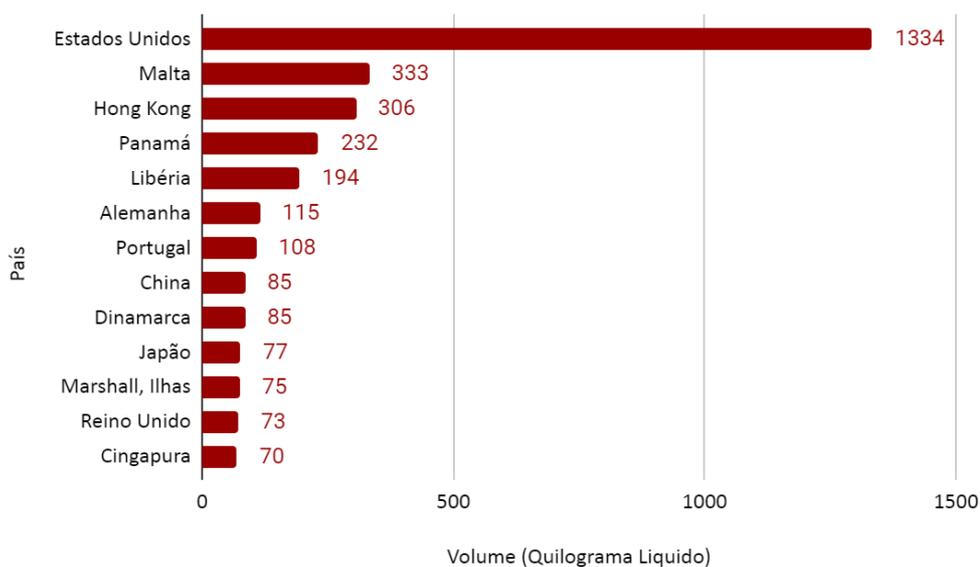
Fonte: Elaboração própria em 2021 com base nos dados do *Comex Stat*.

No Gráfico 3 acima pode-se identificar os impactos ocorridos nas exportações de vinho do Vale do São Francisco no ano de 2020. É possível notar uma diminuição constante tanto no volume quanto na valorização do produto entre o mês de janeiro a abril, chegando a 9% de diminuição no volume exportado. A partir do mês de maio, o volume nas exportações passou por um aumento em relação ao mês anterior de 376%, além da sua valorização. No entanto, no resto do ano se manteve uma variação constante no volume exportado, no entanto, o produto se manteve valorizado com baixos níveis de queda. Porém, quando comparado com o ano passado, pode-se observar uma queda de 61% no volume anual exportado.

Com a diminuição do consumo de álcool no mundo, os maiores mercados consumidores de vinho vêm sofrendo uma diminuição no consumo desde 2014, Hora (2020). Mesmo com a diminuição no volume exportado o valor agregado em cada produto vem crescendo com o tempo, isso se deve pelo fato que os principais consumidores têm optado por rótulos de maior valor agregado.

O quarto gráfico abaixo trará informações aos países que mais importaram vinho da região do Vale do São Francisco, durante o ano de 2020, com o foco direcionado no volume importado durante o ano em que o mundo sofria os impactos do covid-19.

Gráfico 4 - Lista de países que mais importaram vinho do Vale do São Francisco no ano de 2020.



Fonte: Elaboração própria em 2021 com base nos dados do *Comex Stat*.

O Gráfico 4 acima, é possível identificar parte dos países que importaram vinhos produzidos na Região do Vale do São Francisco no ano de 2020. Embora os Estados Unidos estejam em primeiro lugar no ranking, foi identificado uma baixa de 33% em relação à média dos dois últimos anos. Portugal, no entanto, sofreu uma diminuição severa, mesmo que a última exportação ao país tenha ocorrido há mais de cinco anos.

Seguindo as informações disponibilizadas pela OIV (2018), é possível perceber a diferença na demanda dos Estados Unidos em relação com a demanda dos demais países, principalmente os países europeus. Embora esse valor represente apenas o ano de 2020. Toda essa diminuição no volume exportado pode estar atrelada não apenas ao fator econômico que ocorreu no ano referente,

causado pelo covid-19, mas também poderia estar atrelado a diminuição no consumo de bebidas alcoólicas, afirmado por Hora (2020). Porém o consumo de álcool durante o ano de 2020 sofreu um aumento em relação aos anos anteriores (COPELLO, 2020).

## 5 CONCLUSÃO

Fundamentado nas informações coletadas a respeito do que foi proposto nos objetivos deste estudo, chegou-se às seguintes conclusões.

Ao analisar no âmbito de exportação dos anos entre 2010 a 2019, embora os vinhos produzidos no Vale do São Francisco têm atingido novos mercados alcançando aproximadamente 30 países ao longo dos anos, foi possível perceber uma grande diminuição nas exportações a parti de 2015, atrelado a isso, a diminuição do consumo de álcool no mundo pode ter vindo a influenciar no volume de exportação que segue em queda desde 2014, no entanto nos últimos anos o vinho produzido na região vem mostrando uma boa valorização.

Ao verificar o ano de 2020, em pleno auge da pandemia do COVID-19 e os impactos a qual vinham se agravando que atingiram diretamente a economia e os meios de produção mundial. Foi possível identificar um número de exportações frequentes ao decorrer de todo o ano, o que embora as exportações tenham atingido aproximadamente 30 países o volume exportado chegou a ser mais baixo do que os dois últimos anos, mesmo que em contrapartida a diminuição do consumo de álcool no mundo que vem decorrendo desde 2014, o consumo de vinho durante a quarentena tenha aumentado.

Nessa perspectiva é possível chegar à conclusão que os efeitos da pandemia do covid-19 não vieram a influenciar diretamente nas exportações de vinho do Vale do São Francisco, tendo em vista que as exportações se mantiveram durante todos os meses do ano de 2020.

Em contrapartida, vale salientar a relevância do aprofundamento do tema através da realização de novas pesquisas e até mesmo desenvolver um elo comparativo entre os anos de 2020 e 2021, reavaliando as medidas estratégicas adotadas por cada empresa, que atua na região, em prol da reversão do cenário atual.

## 6 REFERÊNCIAS

ACADEMIA DO VINHO. Brasil: Vale do São Francisco. [20--?]. Disponível em: <[https://www.academiadovinho.com.br/mod\\_regiao.php?reg\\_num=BR04](https://www.academiadovinho.com.br/mod_regiao.php?reg_num=BR04)>. Acesso em: 13 mar. 2020.

BARNEY, J. Resource-based theories of competitive advantage: a ten years retrospective on the resource based view. *Journal of Management*, v. 27, n. 1, p. 643-650, 2001.

BIASOTO, A. C. T.; PEREIRA, G. E.; OLIVEIRA, J. B.; MENEZES, T.; LEÃO, P.

Borini, F. M., Ribeiro, F. C., Coelho, F. P., & Proença, E. R. (2006). O Prisma da Internacionalização: Um Estudo de Caso. *Revista de Administração FACES Journal*, 5(3), 42-55.

C. S. Efeitos da desfolha e desponte de ramos sobre a composição físico-química de Syrah elaborados em dois ciclos de produção no Vale do São Francisco. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA, 23., 2014, Cuiabá. Anais [...]. Cuiabá: SBF, 2014. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/48842/a-industria-vinicola-no-vale-do-sao-francisco-e-as-estrategias-de-insercao-no-mercado-nacional--uma-revisao-bibliografica->>>. Acesso em: 15 mar. 2020.

COMEX Stat. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/municipio/26308>>. Acesso em: 16 jan. 2021.

COPELLO, M. Consumo de vinho aumenta durante a quarentena. Veja, São Paulo, 31 mar. 2020. Comida & Bebida. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/marcelo-copello-vinho-algo-mais/consumo-de-vinho-cresce-coronavirus/>>. Acesso em: 16 nov. 2020.

FIOCRUZ. Impactos sociais, econômicos, culturais e políticos da pandemia. 2020. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia#:~:text=A%20estimativa%20de%20infectados%20e,adoecimento%20e%20morte%2C%20acesso%20a>>. Acesso em: 18 out. 2020.

HORA, R. 5 tendências que irão transformar o mercado de vinho em 2020. E na próxima década. Winext, 23 jan. 2020. Disponível em: <<https://www.wine-xt.com/pt-br/blog/2020/1/24/tendencias-mercado-de-vinho-2020>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

INTERNATIONAL ORGANISATION OF VINE AND WINE (OIV). World Vitiviniculture situation. Paris: OIV, 2016. Disponível em: <<http://www.oiv.int/public/medias/5029/world-vitiviniculture-situation-2018.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2020.

JOHNSON, H.; ROBINSON, J. The world atlas of wine. New York: Simon & KEEGAN, W. Marketing global. 7. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

KIM, C. Estratégias de internacionalização de empresas dos estados do Paraná: o papel dos agentes de exportação. 2007. 158 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

KOGUT, B. Handbook of Strategy and Management. Londres: Sage Publications, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos metodologia científica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001. Disponível em: <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual\\_de\\_metodologia\\_cientifica\\_-\\_Prof\\_Maxwell.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf)>. Acesso em: 23 nov. 2020.

MAIA, J. M. Economia internacional e comercio exterior. 8. Ed. São Paulo; Atlas, 2003.

MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MEDINA-ALBALADEJO, F. J.; MARTÍNEZ-CARRIÓN, J. M.; RAMON-MUÑOZ, J. M. El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del hemisferio sur, 1961-2010. Am. Lat. Hist. Econ, v. 21, n. 2, p. 40-83, 2014.

MINERVINI, N. O exportador: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional. 5.ed. São Paulo: Parson Prentice Hall, 2008.

MINERVINI, N. O exportar. São Paulo: Makron Books, 2001.

PORTER, M. E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SALES, Gislaine Ferreira; OLIVEIRA, Felipe Flausino; JUNIOR, Pedro dos Santos Portugal; SOUZA, Reginaldo da Silva; PORTUGAL, Nilton dos Santos. O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS: ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DE UMA EMPRESA DO SUL DE MINAS. SEGET, [s. l.], 30 out. 2015.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. Métodos de pesquisa das relações sociais. São Paulo: Herder, 1965.

Simões, C., Esperança, J. P., & Simões, V. C. (2013). Horizonte Internacionalizar: Guia para PME. Lisboa: AICEP/Audax.

Simões, V. C. (1997). A Internacionalização das Empresas Industriais Portuguesas: Caracterização e Perspectivas. In Globalização: Documentos de Suporte ao parecer "Globalização - Implicações para o Desenvolvimento Sustentável" (pp. 24-49). Lisboa: Conselho Económico Social.

Sousa, F. (1997). Portugal 1997 – A internacionalização em dez tópicos. Economia & Prospectiva, vol. 1 n.º 2, Jul. Set/ 97, pp. 9-16.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais referência. São Paulo: Atlas, 1987.

VITAL, T. W., MORAES, F. R.; FERRAZ, F. Z. E. Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: um arranjo produtivo em expansão. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005. Ribeirão Preto. Anais [...]. Ribeirão Preto: [s.n.], 2005. Disponível em: <<http://www.frutvasf.univasf.edu.br/images/historiadaviticulturanordestina.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2020.

YIP, G. O processo da estratégia. Porto Alegre: 2001.