

NOTAS SOBRE A DEMANDA DE VINHO EM PETROLINA /PE E JUAZEIRO/BA PELO LADO DA REVENDA ESPECIALIZADA: 2020-2025

NOTES ON THE WINE DEMAND IN PETROLINA/PE- JUAZEIRO/BA BY THE SPICALIZID-RESALE-SIDE: 2020-2025

Autor: Tales Wanderley Vital

Filiação: Universidade Federal Rural (UFRPE)

E-mail: talesvital@hotmail.com

Autor: Valdner Daízio Ramos Clementino

E-mail: valdner.ramos@univasf.edu.br

Filiação: Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF)

Autor: João Ricardo Ferreira de Lima

Filiação: Embrapa Semiárido

E-mail: joao.ricardo@embrapa.br

Autor: André de Souza Melo

Filiação: Universidade Federal Rural (UFRPE)

E-mail: andresouzam@gmail.com

Grupo de Trabalho (GT): nº 3 Mercados Agrícolas e Cadeias Produtivas

RESUMO

Este artigo procura identificar como anda a demanda de vinho em Petrolina-PE e Juazeiro-BA a partir de informações dadas por lojas especializadas de revenda de vinhos existentes nesses locais em 2020 a 2025, provavelmente em decorrência da indústria do vinho, instalada a mais de trinta anos, no Vale do São Francisco (VSF). Essa pesquisa exploratória, trata de uma visão preliminar, que será embasada em visitas técnicas e levantamento direto a partir de questões sobre a demanda de vinhos nessas revendas, por diferentes tipos de consumidores. O levantamento de 2020 já foi realizado e os dados foram publicados, agora será verificado o que vem ocorrendo após decorrido cinco anos primeiro levantamento.

Palavras-chave: revenda de vinho ; distribuidor de vinho ; consumidor de vinho.

Abstract

This article aims to access the current state of wine demand in Petrolina (Pernambuco) and Juazeiro (Bahia), drawing on data provided by specialized wine retailers operating in these cities between 2020 and 2025. The information reflects the influence of the wine industry, which has been active in the São Francisco Valley (VSF) for over three decades. As an exploratory study, this research offers a preliminary overview that will be complemented by technical visits and direct surveys, focusing on consumer demand patterns across different customer profiles. The initial survey, conducted in 2020, has already been completed and published. This article now turns to the developments observed five years later, providing a comparative perspective on the evolution of wine consumption in the region.

Keywords: wine market; wine purchasing behavior; wine consumers.:

1 INTRODUÇÃO

A fabricação de vinho finos no Vale do Submédio São Francisco data da segunda metade dos anos oitenta, época em que surgiu as primeiras unidades industriais. Essas unidades contaram com expressivo apoio da Sudene, do Banco de Nordeste através do seu Fundo de desenvolvimento regional e dos governos dos estados de Pernambuco e da Bahia, principalmente nas obras de infraestrutura incluindo estradas, melhoria do aeroporto, telecomunicações e de pesquisa agropecuária e desenvolvimento. A criação da Escola do Vinho no Instituto Federal de Petrolina para formação de enólogos, é um exemplo marcante desse apoio oficial. Evidente que o sertanejo nordestino não tinha hábito de consumir vinho, em especial o seco. A bebida alcoólica comum ainda é a cerveja e cachaça de cana de açúcar e, em menor percentual, vinho de mesa tinto suave. Contudo, decorrido mais de 30 anos de produção de vinho nessa região, a população de classe alta, média, média-baixa das cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, começam a demandar mais vinho, devido a influência da instalação da indústria do vinho na região. Esse aumento de consumo é visível pelo crescimento de revendas especializadas que vêm se instalando nessas cidades. Essa pesquisa exploratória identifica esse processo de mudança de hábito, a partir de informações dessas revendas de vinho que foram e vêm sendo instaladas. Posteriormente pretende-se realizar um levantamento diretamente com os consumidores residentes nessas cidades e cidades vizinhas.

1.1 Objetivos

1.1.1 Geral

Verificar a evolução da demanda de vinho em Petrolina-PE e Juazeiro-BA a partir de informações dadas por lojas especializadas de revenda de vinhos existentes nesses locais em 2020 a 2025

1.1.2 Específicos

- i) Verificar o funcionamento das revendas de vinho em Petrolina-PE e Juazeiro-BA para entender as estratégias de mercado que são adotadas por essas unidades no período a ser analisado.
- ii) Levantar e registrar os efeitos de intercorrências que ocorreram no período (2020-2025), sobre o comportamento dessas revendas de vinhos nas cidades referidas.
- iii) Pretende-se contribuir com mais informações para subsidiar a formulação de políticas públicas para esse segmento das revendas nessas cidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os varejistas de Cash & Carry (Atacarejos), são os que mais vêm crescendo no país (SEBRAE, 2025). Atendem consumidores com os mesmos preços do atacado, e não apenas comerciantes ou pequenas empresas. O cliente escolhe o produto na prateleira, que está armazenado em embalagem institucional, paga e leva, evita custos que seriam agregados ao preço do produto, quando há necessidade da loja, manter vendedores, transporte e outros serviços. As grandes plataformas de distribuição vêm aderindo a esse sistema, já existem mais de 430 grandes lojas dessas no país vendendo vinho, produto que tem altas elasticidades preço e renda. Este canal é promissor, não podendo ser desconsiderado pelo setor vinícola e que está se mostrando aberto a produtos de maior valor agregado, como é o caso do vinho.

Estudos da EMBRAPA (2025) registram aumento recente do consumo per capita de vinho e derivados no Brasil, o país saiu em 2019 de 1,8 litros para 2,7 litros em 2024. Segundo pesquisa realizada, sobre decisão de consumo de vinho em Recife-PE, em decorrência dos atributos do produto (DINIZ, N., ALMEIDA, S., SALAZAR, V., SOUZA, A. G. de 2017), chegou-se a preço, marca, teor alcoólico e rótulo frontal atraente, como importantes, mas as variedades da uva, país de origem do vinho, harmonização com alimentos e, as informações no rótulo traseiro, também são apontados como importantes atributos quando da opção de compra.

Os principais interlocutores entre a indústria de vinho e o consumidor são os canais de venda, que definem em última instância o que os consumidores irão comprar. A maioria desses canais apresentam-se deficientes para um melhor atendimento aos consumidores (IBRAVIN, 2025). As lojas especializadas de vinho, com pessoal treinado que conhece aspectos básicos sobre a composição e a qualidade dos produtos, têm superado essa limitação no atendimento ao cliente, sendo fator importante para o crescimento do setor.

Para Lemos e Vital (2017), o perfil dos pontos de venda deve estar em consonância com o perfil do consumidor objeto da pesquisa. No caso de vinho varietal, as casas especializadas em geral estão localizadas em bairros de classe média e alta, compatível com um produto de alta elasticidade renda.

Em estudos de mercado de produtos, o distribuidor do varejo está em contato direto com os consumidores, portanto sabe do comportamento da demanda, já que ele é quem atende essa demanda. É comum em pesquisa de consumo de produto, incluir no levantamento de campo as unidades do varejo, como informantes.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa (GUERRA, 2014), que identificou o processo de mudança de hábito de consumo de vinhos finos no polo Petrolina- Juazeiro, a partir da posição das revendas de vinho que foram e vêm sendo instaladas nessas cidades.

O levantamento de dados com visitas técnicas e entrevista direta ocorreu em 10 unidades varejistas durante os meses de julho e setembro deste ano de 2025, a saber:

Cidade de Petrolina/PE: Casa do Vinho; Adega Gourmet na Lorena Conveniência - Posto de gasolina Ipiranga; Casa de Conveniência L3 - Posto de gasolina Shell; Bônus Supermercado - loja de vinho anexa; VL Adega e Cachaçaria - Distribuidor e varejo; Empório Barracão; Vinho dos Vales - VINICOLA CAVALLERI. FRUTAS - padaria e supermercado; e a DP-DELIVERY - supermercado e distribuidora. Cidade de Juazeiro/BA: Empório do Vinho - Distribuidor e varejo.

Na segunda, oitava e nona unidades dessa lista acima, não foi possível fazer as entrevistas com os responsáveis e também na L3 que em 2020 trabalhava com vinho, mas que saiu do ramo em 2024. Portanto essas unidades foram excluídas temporariamente desta versão do trabalho.

Nessas unidades foram entrevistadas as pessoas responsáveis pelo atendimento da clientela, com entrevista dirigida sobre cada uma das 7 variáveis do modelo analítico que teve a seguinte composição: *i) Data de início e motivo de funcionamento da instalação; ii) Público consumidor que frequenta o local; iii) Concentração do consumo na semana; iv) Produtos vendidos da região e/ou de fora; v) Preços praticados por tipo de produto; vi) Tendência do consumo; vii) Expectativa quanto ao futuro.*

A partir das respostas das entrevistas dirigidas sobre as variáveis do modelo analítico, foi possível ter uma ideia fundamentada do mercado especializado de vinho nessas duas cidades, conforme relato adiante. Ressalta-se que a presença dos pesquisadores nas lojas permitiu formar uma opinião sobre as mesmas, restrita aos objetivos da pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esses resultados são apresentados a partir da análise de cada uma das variáveis do modelo analítico.

i) Relativo à instalação e funcionamento dessas revendas

A mais antiga revenda ao consumidor é a Casa do Vinho, localizada no Centro de Petrolina, com 30 anos de existência. A entrevista foi com a Gerente, filha da dona da loja, que administra a unidade há sete anos.

Essa loja é uma sucessão da minha mãe e tem mais de 30 anos, a indústria começou de uma maneira, mas minha mãe viu a oportunidade de trazer vinhos porque a muito tempo, o vinho vinha crescendo e minha mãe foi a primeira a trabalhar com vinhos da região aqui no VSF, ela acreditou muito no potencial, então ela trouxe esse empreendimento para cá. A essência da loja sempre foi trabalhar exclusivamente com os vinhos da região do VSF. A gente até traz um rotulo outro de fora, mas nosso público e nossa busca maior, são por rótulos do VSF.

Em 2020 a loja de vinho era maior, encolheram a loja de vinho para inclusão de um outro produto que acreditavam que traria benefícios para a loja, visto que as pessoas perguntavam muito se podiam consumir na loja e não tinha um espaço onde as pessoas pudessem consumir, então eles fizeram a parte deles e acham prazeroso trabalhar com vinho, porque é um entretenimento, conhecer pessoas que vão a loja, não só do Brasil mas do mundo tudo, a procura de vinho regional que é a proposta do lugar, mantendo a regionalidade, não só de vinho, mas de cachaça, doces e geleias. Segundo a gerente, o negócio vem crescendo cada vez mais, apesar de depender de várias questões da economia, como de fornecedores, de impostos, do governo e de outros fatores. Segundo ela:

a unidade tem muitos clientes turistas devido a localização da loja, porque é a orla mais propensa para isso, mas a gente também traz com essas mesas da cafeteria, nesse espaço para consumir, pessoas de Petrolina para também apreciarem o vinho daqui, porque nossos vinhos não são somente vinhos jovens, vinhos varietais, a gente também trabalha com vinhos reservas que responde a públicos mais exigentes em relação ao produto. A gente tem vinho para todo tipo, frisante, espumante e suco de uva. A proposta nesse espaço é harmonizar comidas regionais com vinhos regionais.

O Bônus Supermercado do bairro de São José tem 32 anos de existência, criado em 1993, possuía Adega climatizada no interior da loja, instalada em 2018, com venda maior de vinhos suaves. Devido a crescente procura do vinho tinto seco e de algumas outras marcas, o proprietário resolveu investir mais no setor e instalou a 7 anos, uma loja de vinho anexa ao Supermercado, com área para degustação e consumo do produto, contratou um sommelier - profissional que identifica as características organolépticas das bebidas e sugere suas respectivas harmonizações com alimentos- para atender a clientela. Atualmente, a Bônus é administrada por seu filho para quem transferiu essa unidade após ter sido eleito prefeito de Belém do São Francisco. O novo administrador, explicou o motivo da instalação da Adega “foi o aumento da procura na própria prateleira por vinhos secos e algumas

especialidades, isso fez com que a gente aumentasse o espaço para vinho. Essa mudança ocorreu também com cerveja, cachaça, isso tem a ver com a clientela do entorno da loja”.

A loja de vinho VL Adega e Cachaçaria em Novo Horizonte, tem oito anos de funcionamento, atende no varejo e no atacado, sendo do tipo atacarejo. A loja está bem estruturada e é de muito bom gosto. O mercado mudou, aumentaram os distribuidores de vinho na cidade, incluindo as vinícolas da indústria que devido a prática do enoturismo, resolveram instalar unidades de vendas nas vinícolas e também, em áreas nobres do comércio varejista das cidades de Petrolina e Juazeiro. A abertura da loja ocorreu devido esse crescimento embasado na longa experiência do grupo gestor. Segundo a Sommelier entrevistada que é uma das proprietárias:

A distribuidora. Iniciou em 2018, tem oito anos de funcionamento, iniciou trabalhando com produtos da região, fomos um dos distribuidores da Rio Sol no Vale, começou só com produto regional e aí conforme a demanda foi aumentando, a gente ampliou a loja e começamos a trabalhar com vinhos de mais de 16 países produtores, a gente trabalha com vinhos do velho e do novo mundo, da Eslovênia, França. África do Sul, BO, Portugal, Austrália, Califórnia (EUA), então, hoje temos todos esses vinhos de todo mundo, o público ficou mais exigente e então houve necessidade de ampliar a loja. A gente trabalha com a distribuição, atendemos mercados, restaurantes, bares da cidade. A loja é direcionada para o consumidor final, estamos aqui direcionados para o varejo, mas temos uma área de distribuição, estão aqui na cidade hoje a gente consegue atender a 90% do comércio daqui. Pessoas do varejo também o consumidor final

O Empório Barracão do Hotel Costa do Rio surgiu em 2022, após a pandemia, como uma cafeteria num espaço pouco utilizado do Hotel, onde os clientes pediam um restaurante com uma Adega. Segundo o sócio proprietário, CEO responsável pelos restaurantes do Grupo:

O foco do Barracão é a venda de vinhos e o serviço de restaurante e eles dois se juntando. Os vinhos são vendidos aos clientes na Adega e também para eles levarem para casa. Estamos trabalhando com uns 300 rótulos de vinhos, todo mundo, velho mundo, novo mundo e os da região, é um mercado que está crescendo. As marcas da região são a Rio Sol, Garziera, Terra Nova da Miolo, contudo esses vinhos regionais tem tido dificuldade de competir com os vinhos de fora que são preferidos pelos clientes.

Revenda Vinho dos Vales: entrevista com a Sommelier da unidade aberta em 2024, para representar a Vinícola CAVALLERI, localizada no Vale dos Vinhedos em Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul:

O mercado consumidor de vinho em Petrolina tem aumentado bastante, nosso produto é diferente, mas os vinhos produzidos aqui são de excelente qualidade. Poderíamos estar melhor se nossas leis fiscais nos ajudassem todos os

produtores em si, não só no Nordeste como no Sul, com relação as taxas .por- que a gente perde muito campo para os vinhos importados, portugueses, ita- lianos e os chilenos é o que mais afeta. Quem gosta de vinho, está com o paladar mais evoluído e tem habito de tomar vinho, procura vinho diferente, sai dos chilenos para rótulos mais elaborados com passagem por barricas. A gente tem vinhos excelentes tanto no Sul como no Nordeste. As pessoas par- ticipam de degustação, vai a uma festa onde está disponível um bom espu- mante, um vinho de entrada, a pessoa vai aos poucos migrando naturalmente para esse tipo de bebida.

A segunda unidade mais antiga é a Loja Empório do Vinho no bairro de Santo Antônio em Juazeiro, com 26 anos de funcionamento. O proprietário a três décadas atrás trabalhou na Vinibrasil (atual Rio Sol) como vendedor. A entrevista foi realizada com o gerente da Loja Empório do Vinho. Segundo ele, a unidade é de 2015 implantada pelo proprietário que devido sua expertise no setor, resolveu instalar a loja, aproveitando a abertura de cinco a seis vinícolas em Lagoa Grande. ”Boa parte do público que compra vinho no Empório, são pessoas de fora, gente de Salvador, do Sudeste, do Sul, até mesmo do Nordeste, eles vêm conhecer nossos vinhos, atendemos mais a turistas”.

ii) Quanto ao público consumidor

Conforme declarações dos entrevistados, como a maioria dessas casas de vinho estão loca- lizadas nos bairros mais ricos dessas cidades, a frequência é sobretudo de pessoas das classes média e alta.

Para a gerente da Casa do Vinho:

o pessoal que consome lá, tem faixa de renda de média para cima. A maioria desse público que consome lá é mulher, homem quando vem consumir geral- mente está acompanhado de uma mulher, não se ver muito grupos de amigos vindo para a loja, embora aconteça, aparece mais grupos de mulheres de todas as idades, jovens e mais velhas, se encontram com amigas para conversarem no final da tarde, começam no café e terminam no vinho, percebe-se mais isso lá, mais mulheres que consumem e têm renda média e para cima da média”.

O proprietário e gerente da Bônus Supermercado com Adega de vinho anexa, informou que:

os homens de 40+ anos são quem mais consomem no local vinho tinto seco, as mulheres da mesma faixa etária e em menor número consomem mais os vinhos suaves e os espumantes. Os jovens de 18 anos e mais, consomem os mais baratos secos ou suaves da região. O público é mais classe A, na maioria é homem 40+, antes quase não se via mulher aqui, agora mudou, elas sempre vêm na procura do fricante e também os jovens, a procura de produtos como frizantes que são vendidos em festas. Na festa de São João, a Vinícola Rio Sol tem patrocinado essa bebida, aí depois, aumenta as vendas de frizantes

na loja. O espumante é mais sazonal de final de ano o vinho é mais constante, o frizante e o espumante a gente vende mais de caixa.

Na VL - Adega e Cachaçaria, o público consumidor é mais masculino, em torno de 70%, mulher 30%. Quanto a idade são de 30+anos, que é uma tendencia do mercado. Os jovens de 20+ anos, preferem bebida de menos álcool e baixa caloria.

No Empório Barracão, segundo o CEO, os clientes são masculinos e femininos, meio a meio, principalmente casais para encontros mais íntimos. “A faixa etária dominante é de 30 + anos, não temos muito jovens e a renda, classe média alta, para cima, eles buscam principalmente esse aconchego de se sentirem em casa e não querem essa coisa muito aberta.”

Na Vinho dos Vales - CAVALLERI, a Sommelier informou que em um ano, a loja teve um crescimento de 30%. O consumidor do vinho pode escolher aqui os vinhos de entrada, a linha prêmio e a linha butique. “Assim abrange-se todas as idades, desde jovem que quer dar um presente a namorada ou vai para um *happy hour* e pede a indicação de um vinho de entrada. É homem comprando e mulher comprando, essa divisão está meio a meio”

No Empório do Vinho, domina compradores de classe média com 25 a 35 anos.

iii) *Quanto a frequência de consumo,*

Na Adega do Vinho, a frequência de consumo na semana é diária -de terça a domingo- contudo o aumento do consumo ocorre na quarta -feira e se estende até sábado.

Na Bônus durante a semana, maior procura de vinho é na quinta ,sexta e sábado. Segundo o gerente:

O consumo aqui na Adega parou por falta do profissional. Se tivéssemos aqui o Sommelier para apresentar o produto e fazer as vendas, estaria bem melhor. O enólogo recém-formado vem para aqui, pega alguma experiencia e vai para a indústria que paga bem melhor que o varejo. O enólogo vira um promotor de vendas da distribuição desse produto. O varejo não paga adequadamente esse profissional. Estamos num metro quadrado muito valioso, talvez o mais caro da cidade, temos que ver o custo da loja como se pagasse aluguel e ver a melhor ocupação do espaço em relação ao custo e a receita.

A VL Adega e Cachaçaria vem registrando aumento do número de turistas que frequentam a loja tanto da região como de outros locais. O consumo da loja é pequeno, recebe pouca gente para

consumo interno. Faz degustação interna todos os sábados que é destinado aos clientes na loja, sem custo, para apresentar produtos por conta dos fornecedores. Na semana a concentração de vendas é a partir da quinta -feira, sendo mais na sexta -feira e vai até sábado. Vende-se mais de 100 garrafas por semana.

No Empório Barracão, o maior consumo é de quinta a sábado, principalmente na quinta-feira. Informa o proprietário:

A 'mania da quinta do vinho', nesse dia recebo muita gente aqui, grupos, casais, pessoas sozinhas também, empresas, quinta do vinho aqui bomba. As mulheres estão gostando muito dos frisantes até mesmo em espaços abertos. O consumo do vinho vem aumentando, devido o preço que vem caindo e as pessoas estão tomando mais vinho.

Na Vinho dos Vales - Vinícola CAVALLERE, a concentração de vendas ocorre a partir da quarta-feira com o projeto Paralelo, que é o Vinho Terapia. Segundo a Sommelier:

O projeto convida e reúne mulheres para um bate papo e a gente trás profissionais, por exemplo, uma fisioterapeuta, uma ginecologista, vem que dá palestra, faz indicações, limitamos a umas vinte mulheres. Elas chegam são recepcionadas com espumante ou frisante depois tem uma tarefa entre elas, depois a gente faz as três estações do vinho, tinto, branco e rose. Elas têm a oportunidade de vir ouvir o profissional e a oportunidade de degustar vinhos diferentes. As mulheres tem agora a quarta-feira do vinho, estão tomando mais vinho, temos também o frisante um branco e um rose da linha Graziela, a Joyce se preparou bem para montar a adega. Outro projeto externo nosso é o Vamos Harmonizar, onde visitamos restaurantes locais de diversos portes, como se fosse um circuito gastronômico, onde levamos um vinho nosso para harmonizar com o prato da casa, o que é bom para o restaurante e para nossa loja, já estamos com 13 episódios todas as sextas -feiras, cestou gente, harmonizar vinho com cuscuz, vinho com hambúrguer. todas as sextas feiras, Faz -se também degustação aqui no espaço e participamos de eventos como festas, aniversários, formaturas, entre outras

No Empório do Vinho, as vendas se intensificam na quinta, sexta até o sábado. Os clientes passam para pegar o vinho de final de semana, ou pedem pela internet.

iv) No que trata da origem do produto

A casa Vinho do Vale, tem praticamente todos os vinhos da região do VSF, cuja produção só fica abaixo do RGS. Na questão do vinho popular, tem o Portal do sol da Bianchetti e o Adega do Vale da Garziera que são vinhos de mesa bons e tem público para consumir.

Tem ainda o frizante da Garziera (Rio Vale) em garrafa e na latinha, essa empresa está investindo muito em propaganda o produto é bom, tem também sem álcool, foi a primeira vinícola a lançar espumante branco e rose sem álcool. Segundo a gerente:

Eles conseguiram selo de origem, tem vinho reserva premiado. A Rio Sol é a vinícola mais conhecida aqui, tem vinhos muito bons, devido o *know-how*, *trazido de fora*. É um grupo português e instalaram essa vinícola aqui no VSF, estão eles já vieram sabendo fazer bons vinhos, como o Paralelo 8, a linha reserva o Alicante, e o Touriga Nacional, lançaram agora o Malbec, e o vinho da uva Egidola, que é muito bom.

Na VL- Adega e cachaçaria, as vendas no varejo também, são mais intensas no final de semana (quinta, sexta e sábado). Os vinhos locais varietais da vinícola Vinibrasil (Rio Sol), mais vendidos nessa Adega, são os espumantes, Moscato, Cabernet Sauvignon tinto, Syrah, Tempranillo, Chemin Blanc. Os vinhos de mesa mais vendidos nessa loja são: Adega do Vale (Vinícola Vinibrasil), Vale das Videiras (Vinícola Mandacaru) Portal do Sol (Vinícola Bianchetti). Segundo a Sommelier:

A loja, tem hoje uns 5000 rótulos de vinhos e destilados. Nos iniciamos aqui vendendo vinho Pérgola, vinho de mesa suave que é produzido pela vinícola Campestre do Rio Grande do Sul. Distribuimos um volume muito grande do Pérgola, eram muitas carretas. Não estamos focados mais na distribuição desse produto, mas continuamos vendendo.

A loja de Vinhos do Bônus Supermercado, sempre está com uma promoção para o vinho Testardi-Shiraz (só produzido nas boas safras), Paralelo 8 Garn Reserva, Rio Sol Reserva, Espumante Terra Nova Moscatel. Segundo o proprietário gerente:

Na Bônus a maior parte dos vinhos vendidos é da região, tanto gente de fora que quer conhecer como gente daqui que quer pressentia alguém e o pessoal daqui gosta muito dos vinhos locais, principalmente os da Rio Sol, Adega do Valle. Da Miolo o principal vinho é o Testardi da uva Syrah, que depende de cada safra. A tendência do consumo é de aumentar cada dia mais. Os fornecedores dos vinhos externos são todos instalados em Recife, a DLP e Dia Wine.

No Emporio Barracão, os vinhos são vendidos aos clientes no Barracão e também para eles levarem para casa. Segundo o sócio CEO da rede de restaurantes do grupo:

Está se trabalhando com uns 300 rótulos de vinhos, todo mundo, velho mundo, novo mundo e os da região, é um mercado que está crescendo. As marcas da região são a Garziera, Miolo e Terra Nova, contudo esses vinhos regionais têm tido dificuldade de competir com os vinhos de fora que são preferidos pelos clientes. A Adega escuta muito os clientes. O cardápio é muito rotativo e os rótulos de vinhos também por não terem uma carta de

vinho exclusiva. Os rótulos estrangeiros, a maioria, compro em PE com distribuidoras autorizadas e alguns em SP. Em PE, os fornecedores são Wine Concept, Dia Wine, DLP, Adega Alentejana e em SP a Mistral.

Na Vinho dos Vales – VINICOLA CAVALLERI, o primeiro vinho fabricado por essa vinícola de Milton Cavalleri foi em 1987 com a casta *Cabernet San*. Segundo a Sommelier:

venderam tão bem que em 1997 ele fez a releitura desse vinho porque foi o que mais vendeu na época e saiu um lote de garrafas numeradas com assinatura dele. A marca Vinhos dos Vales, tem dois V, porque é vale dos vinhedos para o vale do São Francisco. A população de Petrolina que prova os vinhos regionais e tem o hábito de degustar, quer provar rótulos diferentes, é aí que entra a CAVALLERI.

No Empório do Vinho, vende vinhos do VSF, principalmente da Vinícola Rio Sol, e de marcas de fora, tem vinhos da Argentina, Chile, Portugal e da Itália que apresentaram baixa demanda. Para o Gerente da loja:

Os vinhos chilenos, são bem vendidos, os argentinos também se estabeleceram. Os chilenos são os vinhos de transição Demi seco, meio seco e tem uma gramatura entre o seco e o suave. A Vinícola Rio Sol, tem ou vinhos de guerra baratos, colocam o produto com um rótulo diferente, mas a qualidade é similar aos que estão com o rótulo da Rio Sol, como é o vinho Adega do Vale, feito com uma uva bordô e outros com uva de mesa. Tem o *cabernet sauvignon* da Rio Sol é mais fino.

Dentro da minha experiência na empresa, o consumo é acíclico, temos agora uma demanda por vinhos verdes de Portugal que tem algum açúcar. As pessoas estão migrando para bebidas como frisantes que compete com cervejas. Temos o chopp de vinho fabricado aqui na Vinícola Garziera, ganhou recentemente um prêmio nacional de melhor frisante rose moscatel. O vinho prêmio Paralelo 8 da Rio Sol é de assemblagem e leva 14 meses de barrica de carvalho francês, coloca-se cinco variedades de uva dentro da garrafa: Cabernet Sauvignon, Syrah, Tempranillo, Alicante Bouschet e Touriga Nacional. Os vinhos da Touriga Nacional, da Alicante Bouschet e da Malbec, foram recentemente lançados pela Rio Sol. Tem-se o vinho Testardi (o teimoso) é feito com uma Syrah e depende da safra, é fabricado pela Vinícola Casa Nova da Miolo

v) **Os preços dos produtos nos locais**, dizem respeito a alguns vinhos vendidos nessas lojas varejistas, a valores médios

Casa do Vinho, entende não serem exorbitantes os preços dos seus vinhos, considera que até pela localização, os preços são bem acessíveis, tem garrafa a partir de R\$35,00 reais, para consumir duas a três pessoas, fica muito em conta. segundo a Gerente:

A pessoa que entra nesse espaço se sente acolhido, a casa é antiga e preservada, a porta entrada é de madeira. Como parte desse propósito de acolhimento, a loja com vista para o Rio São Francisco que é uma maravilha, a gente que é daqui já não dá tanto valor porque ver todo dia, mas as pessoas que chegam de fora, ficam impressionados com isso aqui e na orla de Petrolina toda, eu sou suspeita de falar por ser a gerente, mas pelo que eu já conheci e já visitei, acho muito justo o que se paga aqui, pelo que a gente oferece, a gente pensa em cada detalhe da sua compra, do atendimento, da sacola que você vai levar, entendeu, do sorriso que você vai receber, então a questão de preço a gente não pode se igualhar a um supermercado lá o preço estar tanto, porque a gente oferece outra coisa. Acho muito justo pelo que se tem, pelo que se vive e pelo que você vai levar.

Há proximidade de preços médios dos vinhos, espumantes e sucos, nas lojas especializadas de revenda e consumo desses produtos, existentes em Juazeiro e Petrolina, conforme mostra a Tabela 1.

Tabela 1 - Preços médios no varejo de vinho, espumante e suco de uva em algumas casas especializadas de Petrolina e Juazeiro: 2020-2025

Descrição	Preços médios em lojas especializadas de Petrolina-PE e Juazeiro-BA (R\$)		Preço médio corrigido pela inflação*	Diferencial nominal de preços	Diferencial real de preços
	2020	2025			
Vinho					
Rio Sol Reserva 750ml	41,60	49,93	57,54	8,33	-7,11
Rio Sol Paralelo 8 750ml	91,40	98,00	126,43	6,60	-28,43
Rio Sol Tempranillo 750ml	26,50	29,92	36,66	3,42	-6,74
Adega do Vale suave 750ml	15,00	16,20	20,75	1,20	-4,55
Terra Nova- Miolo Testardi 750ml	119,50	170,05	165,29	50,55	4,76
Espumante					
Terra Nova Moscatel 750ml	45,00	46,90	62,24	1,90	-15,34
Suco de Uva					
Sunny Days 300ml	8,49	9,30	11,74	0,81	-2,44
Grand Vale 300ml	9,99	9,99	13,82	0,00	-3,83
Grand Vale litro	22,59	22,59	31,25	0,00	-8,66

(*)Preços 2020, corrigidos p/a 2025-INPC (IBGE) <https://www.ibge.gov/explica/inflacao.php>

Fonte: Levantamento direto e internet.

Como se pode ver, os preços são bem acessíveis dado a proximidade da indústria instalada na região.

vi) A tendência do consumo de vinho: 2020-2025

Esse consumo vem aumentando nesses últimos anos em Petrolina e Juazeiro.

Na Casa do Vinho, segundo a Gerente:

durante a pandemia 2020, passamos uns 3 meses fechados, em *lockdown* depois o comercio começou a abrir um pouco, com horário reduzido, então talvez devido as pessoas estarem tão presas, quiseram viver mais. Ai em 2020 tivemos um muito bom resultado nas vendas e também em 2021. Em 2022 e 2023 já deu uma segurada, não deixou de crescer mais o crescimento foi menor. Então como comecei a trabalhar aqui em 2019, apesar de ter visto dados, mas prefiro mais, minha experiência para contar, o crescimento de 2020 para cá foi assim em torno de uns 30% a 40%, 2020 e 2021 cresceu, 2022, 2023, 2024, não cresceu, mas não diminuiu, e esse ano de 2025 está indo bem. A tendencia do consumo não só sobre a minha loja, mas sobre o mundo do vinho, tudo que eu vejo., um estilo de vida mesmo, as pessoas se dedicam a ensinar a desmistificar o vinho. Antigamente tinha de beber de tal maneira, hoje não, você bebe vinho do jeito que você quer beber, a tendencia é essa, pessoas mais jovens querer tomar vinho, muita gente chega aqui e diz não sei tomar vinho, eu digo abra a garrafa, sirva a taça e beba é só isso, para beber o vinho. Se você quiser entender mais sobre harmonização tudo bem, mas se você quer só beber seu vinho, não precisa se preocupar com nada, acho que essa é a tendencia, as pessoas consumirem mais porque está se desmistificando o vinho, no mercado inteiro do Brasil tudo. Hoje com o acesso à internet, as pessoas têm muita informação também, estão a tendencia e o consumo do vinho crescer cada vez mais, acho que é muito isso.

As pessoas estão investindo muito, para trabalhar com vinho. Aqui no VSF, muita gente de fora, do RGS, vêm trabalhar nas vinícolas daqui, são nove vinícolas, estão é muito.

O VSF só fica abaixo do RGS em produção de vinho e muita gente não sabe disso, eu sempre falo. Na questão do vinho popular, temos o Portal do sol da Bianchetti e Adega do Vale da Garziera que são vinhos de mesa, mas os vinhos são bons, temos público também para esses vinhos.

O Bônus Supermercado possuía uma adega climatizada no interior da loja, instalada em 2018, e tinha uma venda maior de vinhos suaves. Devido ao crescimento da procura do vinho tinto seco e de algumas marcas, o proprietário resolveu investir mais no setor e instalou a 7 anos, uma loja de vinho anexa ao Supermercado, com área para degustação e consumo do produto, contratando um

Sommelier - profissional que identifica as características organolépticas das bebidas e sugerem suas respectivas harmonizações com alimentos (BRASIL - Lei nº 12.467) - para atender a clientela. Segundo o gerente, “O motivo da instalação da Adega foi o aumento da procura na própria prateleira por vinhos secos e algumas especialidades isso fez com que a gente aumentasse o espaço para vinho”

Na VL- Adega e Cachaçaria desde 2018, a cada ano o mercado foi aumentando. Para a proprietária Sommelier:

Na pandemia da covid-19, nós ficamos conhecidos. A procura maior do vinho fez com que a loja aumentasse as vendas, então de 2020 para 2021 o aumento foi de 30%. de 2020 para 2025 as vendas cresceram em 50%. Aumentaram os clientes e a procura por vinho da região e de fora. As pessoas hoje buscam mais beber vinho, então de lá para cá disparou, a cada ano vai aumentando em 50% ou mais o consumo. A gente recebe um público muito grande de turista, 50% do público e de turista, Recife, São Paulo, só esse ano recebemos 150 americanos que fazem parte do exército, batalhão do 72, estão nos recebemos aqui, sendo um ponto turístico para eles, onde encontravam todos os vinhos da região, a diversidade de produtos, destilados, a gente também trabalha com cachaça da região

No Empório Barracão, de 2022 para cá 2025, o crescimento tem sido em torno de 10% ao ano. Segundo o sócio proprietário:

Estamos prevendo crescimento total e já estamos com mais duas unidades em construção e uma em planejamento. Ao todo são 4 restaurantes vinculados ao vinho, atualmente temos o Emporio Barracão e Antônio Gestor, estamos abrindo mais dois com nomes diferentes, mas vinculando ao vinho, buscando estreitar a parceria com os distribuidores. O maior crescimento do consumo e principalmente dos novos iniciantes consumidores, vem muito iniciante aqui. Como a casa tem Sommelier eles buscam essa ajuda para começar a consumir vinho.

Segundo a Sommelier da revenda Vinhos dos Vales, a unidade foi aberta em 2024, para representar a Vinícola CAVALLERI localizada no vale dos vinhedos em Bento Gonçalves no Rio grande do Sul. Segundo ela:

O mercado consumidor de vinho em Petrolina tem aumentado bastante, nosso produto é diferente, mas os vinhos produzidos aqui são de excelente qualidade. Poderíamos estar melhor se nossas leis fiscais nos ajudassem todos os produtores em si, não só no Nordeste como no Sul, com relação as taxas, porque a gente perde muito campo para os vinhos importados, portugueses, italianos e os chilenos é o que mais afeta. Quem gosta de vinho, está com o paladar mais evoluído e tem habito de tomar vinho, procura vinho diferente, sai dos chilenos

para rótulos mais elaborados com passagem por barricas. Agente tem vinhos excelentes tanto no Sul como no Nordeste.

Empório do Vinho em 2020, segundo o proprietário, o consumo local nessas duas cidades era de 5 litros/hab./ano, no Brasil é de 2,8 litros/hab./ano, esse consumo vem aumentando em todo VSF, principalmente os vinhos das castas Tempranillo e Syrah.

Segundo esse proprietário do Empório:

os vinhos da varietal Syrah, têm 6 vezes mais resveratrol- composto fenólico que combate os radicais livres e protege a pele. As vendas na sua loja chegam a 400 garrafas por semana, sendo 70% de vinho do VSF e 30% de fora. Para esse especialista, mesmo os vinhos jovens, têm que passar 1 ano armazenado a uma temperatura de 14°-16° C para equilibrar a acidez e os taninos. A produção de vinho está se expandindo em outras áreas do Nordeste, em Garanhuns, no Agreste-PE, no Morro do Chapéu, na Chapada Diamantina-BA. Nesse último Município, o modelo de produção de vinho foi trazido da França e é desenvolvido por pequenos produtores através de uma Cooperativa. Em São João do Piauí, no Vale do Gurgueia-PI, está se plantando uva, em decorrência, é possível que o Piauí, em breve, comece a produzir vinhos.

Para o proprietário dessa Adega “ o negócio do vinho vem aumentando, em 10 anos suas compras só na Vinibrasil (Rio Sol), multiplicou-se por 10 em valor. Os vinhos do VSF vendidos são 80% secos e 20% suaves”.

Em relação ao uso de mídia para divulgação do negócio, a totalidade das lojas operam com *Facebook* e/ou *Instagram*.

vi) A expectativa dominante nesse mercado

Entender o mercado é entender a existência da conexão midiática.

A Casa do Vinho, lança mão desse instrumento de trabalho. Segundo a gerente:

tem redes sociais para divulgar a empresa, o Instagram, o WhatsApp é um excelente canal de venda, hoje está todo mundo conectado., chega muito cliente, temos um serviço de entrega, trabalhamos com delivery também, não sei se hoje em dia tem alguma empresa que se mantém sem internet e o canal. Aqui tem uma pessoa para responder, mas no futuro pretendo ter tudo automatizado, onde a pessoa fala com o canal e lá resolve tudo. Temos também o frizante da Garziera (Rio Vale) em garrafa e na latinha essa empresa está investindo muito em propaganda e o produto é bom, tem também sem álcool,

foi a primeira vinícola a lançar espumante branco e rose sem álcool. Eles conseguiram selo de origem, tem vinho reserva premiado. A Rio Sol é uma das vinícolas populares mais conhecidas aqui, tem vinhos muito bons, porque eles vieram com um *knowhow* muito bom. É um grupo português e instalaram uma vinícola aqui no VSF, estão eles já vieram sabendo fazer bons vinhos. É o Paralelo 8, a linha reserva o Alicante, e o Touriga Nacional, lançaram agora o Malbec, outra uva também o Egidola, nunca tinha ouvido falar, conheci através da Rio Sol, é muito bom.

O clima influencia no consumo do vinho, mesmo se está calor, tem gente que não liga e vai consumir o vinho tinto, mas tem gente que vai buscar o vinho branco geladinho, o frisanter, mas o clima não tem atrapalhado o consumo. Existe certo preconceito de enólogos em tomar vinhos suaves, existe um bule quando uma pessoa pede um vinho suave que diz isso não é vinho.

Vendo muito vinho de mesa e vinho suave e o pessoal está desmistificando, tem também o chopp de vinho. Na sexta feira em vez de abrir um pdf, abra um vinho.

No Bônus Supermercado o crescimento desde a abertura da Adega em 2018 até a presente data 2025, é em média de 15% ao ano. Para melhorar a revenda de vinho, temos articulado com os fornecedores mandar toda semana um promotor de vendas para expor algum produto.

A VL- Adega e Cachaçaria é uma das pioneiras na cidade e quer ser em evolução, modernidade. Para a Sommelier:

em termo de futuro pretendemos ampliar porque tem várias regiões de vinho que a gente não trabalha, hoje temos aqui 5000 rótulos de vinhos e destilados, mas no mundo do vinho falta ainda outros, temos uma carta muito boa, um volume muito bom, mas a gente ainda busca, pretendemos ampliar trazer mais, ampliar para uma área de consumo, a gente sabe que o mercado está voltado para o consumo do vinho e a gente está se preparando para isso.

A Adega Emporio Barracão tem investido fortemente nesse mercado, assumindo uma posição de otimismo em relação a expansão no médio prazo de consumo de vinho, suco e produtos derivados, esperando contar com seus fornecedores,

A Vale dos Vinhedos - CAVALLERI, em um ano, teve um crescimento de 30% e o clima é de otimismo quanto ao futuro. Segundo a Sommelier:

as pessoas participam de degustação, vai a uma festa onde está disponível um bom espumante, um vinho de entrada, a pessoa vai aos poucos migrando naturalmente para esse tipo de bebida. O consumidor do nosso vinho tem para escolher aqui o vinho de entrada, a linha prêmio e a linha butique, assim

abrangemos todas as idades, desde jovem que quer dar um presente a namorada ou vai para um *happy hour* e pede a indicação de um vinho de entrada, é homem comprando e mulher comprando, está meio a meio.

A unidade Empório do vinho foi instalada 2015 tendo seu proprietário procurado aproveitar a instalação de cinco a seis vinícolas em Lagoa Grande, hoje são nove vinícolas no VSF. Além disso a aparecimento de novos produtos são indicadores de que esse crescimento continua, agora com o apoio da internet levando a empresa a ter um clima otimista quanto ao seu futuro.

Fazendo uma síntese sobre este setor de vinho no VSF, registra-se uma tendência de crescimento do negócio. Isso tem levado a uma expansão de investimentos nesse setor. A cultura do consumo de vinho nessas cidades de Juazeiro e Petrolina, teve uma ativa participação de um enólogo da Rio Sol (João Santos), que nos últimos 25 anos, fez um importante trabalho de divulgação do produto nas lojas de varejo dessas cidades. Outro fator em curso que merece destaque é a disponibilidade local de mão de obra especializada, a custo baixo, para trabalhar nesse setor. O avanço da instalação de pequenas vinícolas e a entrada de outras grandes empresas do VSF produtoras de uva que começam a produzir vinho de mesa, deve contribuir para fortalecer uma cultura popular de consumo do produto nessas cidades. Salvo melhor juízo, os dados mostram uma expectativa de otimismo para o mercado de vinho nessas cidades. O fortalecimento desse APL do vinho (VITAL, 2009), passa pela existência de uma cultura de consumo local para o produto e derivados instalados na região do VSF e de sua expansão. Por outro lado, o espírito empreendedor está presente nesse negócio, o que foi verificado por relatos de gestores de vendas de vinho no local da indústria.

CONCLUSÃO

A infraestrutura e serviços decorrentes do APL- Arranjo Produtivo Local do Vinho do VSF, tem tido efeito de vulgarizar o consumo do produto nessa região sertaneja. Interessante como os consumidores têm respondido a uma maior disponibilidade do produto e ao trabalho de divulgação adotado pela indústria local. A formação de pessoal especializado na Escola do Vinho do Instituto Federal em Petrolina-PE, tem permitido as vendas disporem a custo baixo, de gente treinada para atender aos seus clientes, o que favorece o negócio. A expansão desse polo vitivinícola no VSF começa a aumentar o consumo de vinho nessas cidades o que tem justificado a abertura de novas lojas especializadas no produto. Por outro lado, a instalação de pequenas vinícolas nessa área, associadas

ou não, pode também está criando ou expandindo uma cultura de consumo de vinho, para o de mesa (o popular) já conhecido pelo grande público. A ampliação do consumo de vinho pela população próxima a indústria é fator importante para o desenvolvimento desse setor no semiárido nordestino.

REFERÊNCIAS

BRASIL Presidência da República-Casa Civil-Subchefia para Assuntos Jurídicos- **Lei Nº 12.467 de 26 de agosto de 2011**. Disponível em < <http://legislação.planalto.gov.br>> Acesso em 09/10/2025

DINIZ, N.; ALMEIDA, S.; SALAZAR, V.; SOUZA, A. G. - *Consumo de vinhos na cidade do Recife (Brasil): uma pesquisa da relevância dos atributos da bebida no momento da compra* in **Rev. Bras. Pesq. Tur.** São Paulo, Vol.11 nº 1 p 89- 108., jan./abr. 2017.

EMBRAPA- Vitivinicultura no Brasil Portal - Disponível em < <https://www.embrapa.br/cim-uva-e-vinho/a-viticultura-no-brasil> > Acesso em 02/10/2025

GUERRA, Eliane Linhares de Assis- **MANUAL PESQUISA QUALITATIVA**. Centro Universitário UNA, Instituto Federal de Santa Catarina- Grupo Anima Educação , EAD 2014, 52p. Disponível em < docente.ifsc.edu.br > [luciane](http://docente.ifsc.edu.br) > Acesso em 07/10/2025.

IBGE- **IPCA Inflação**- Disponível em< <https://www.ibge.gov/explica/inflacao.php>> Acesso em 20/10/2025

IBRAVIN - **Estudo do Mercado Brasileiro de Vinhos Tranquilos e Vinhos Espumantes Quantitativo – Oferta**. Disponível em < <https://www.ibravin.org.br>> Acesso em 02/10/2025

LEMOS, Brenda; VITAL Tales- Regionalização Mercadológica de Empresas Multinacionais de Alimentos e o Comportamento do Consumidor de Baixa Renda no Recife-PE. Disponível em <www.revistapmkt.com.br. **PMKT on-line**- São Paulo, v. 10, n. 2, p. 227-238, mai.- ago. 2017 > Acesso em 05/10/2025.

SEBRAE- **VINHO no ATACAREJO: Oportunidades à Vista?** Disponível em < <http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 03/10/2025

VITAL, Tales - Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: Situação Recente e Perspectivas, **Revista de Economia do Nordeste**, Fortaleza, vol.40 nº3 p.500-524. Jul.-set./2009. DOI: <https://doi.org/10.61673/ren.2009.372>.

ANEXOS

Sites das Lojas de Vinho Visitadas:

Casa do Vinho- CASA DO VINHO (@casadovinho.pnz)



XVI ENCONTRO DA

SOBER-NE

DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL, COOPERATIVISMO E
QUESTÕES CLIMÁTICAS NA AGRICULTURA DO NORDESTE



INSTITUTO DE EDUCAÇÃO E
COOPERATIVISMO
POTIGUAR - 2025

Mossoró/RN • 26 a 28 Novembro de 2025



UERN



Bônus supermercado - https://www.instagram.com/nossaadega_bonus_supermercado?igsh=cWt1NjM4aDUwZHhh

VL-ADEGA e Cachaçaria - [ADEGA E CACHAÇARIA VL \(@vldistribuidoradevinhos\)](#)

Vinho dos Valles – CAVALLERI cavalleri@cavalleri.com.br

Empório Barracão- <https://www.facebook.com/emporiobarracaopetrolina/>
(@emporiobarracaopetrolina)

Empório de Vinho - <https://www.emporiovin.com.br/>