vinetur

As adegas do Uruguai enfrentam excedentes crescentes após aumento de 13,2% da produção em 2026

O fraco consumo interno deixou muitos produtores familiares com falta de liquidez e aumentou os riscos para os viticultores antes da próxima vindima

terça-feira, 10 de novembro de 2026



A indústria vitivinícola do Uruguai enfrenta uma pressão crescente, devido ao fosso cada vez maior entre a produção e as vendas: o aumento da produção em 2026 coincidiu com uma fraca procura interna e trouxe mais incerteza às exportações.

Dados do setor divulgados a 28 de outubro mostram que a produção nacional de vinho atingiu 70,39 milhões de litros em 2026, mais 13,2% do que em 2025. A vindima terminou com cerca de 93,2 milhões de quilogramas de uvas. Num mercado mais forte, esta recuperação poderia ter sido um sinal positivo. Em vez disso, muitas adegas têm agora vinho por vender em armazém, numa altura em que o mercado interno absorve menos.

A pressão é particularmente intensa sobre as adegas de pequena e média dimensão, muitas delas empresas familiares com acesso limitado a financiamento. O vinho por vender imobiliza capital, enquanto as empresas continuam a ter de pagar salários, eletricidade, manutenção, impostos, serviço da dívida e custos de armazenagem. Para os produtores que dependem de um fluxo de caixa sazonal, os stocks que não escoam podem rapidamente tornar-se um problema de liquidez.

Em abril, o Ministério da Pecuária, Agricultura e Pescas do Uruguai e o Instituto Nacional de Vitivinicultura, conhecido como INAVI, identificaram a queda do consumo interno e o aumento dos stocks como desafios centrais para o setor. Segundo as autoridades, o recuo tem sido particularmente visível em algumas categorias de vinhos de mesa.

O atual desequilíbrio não é inteiramente novo, mas os dados recentes sugerem que se tornou mais difícil de gerir. Durante uma intervenção parlamentar em fevereiro de 2025, responsáveis afirmaram que mais de 150 adegas tinham excedentes difíceis de vender e que mais de 100 famílias produtoras tinham sido afetadas. Estes valores reportavam-se àquela altura e não foram atualizados no relatório mais recente, mas ilustram há quanto tempo o problema se vem agravando.

O risco vai agora além das garrafas por vender. As adegas precisam de espaço de armazenagem para as próximas vindimas e, se os stocks continuarem elevados, algumas empresas poderão reduzir as compras de uvas, adiar investimentos ou cortar nos planos de produção para a próxima campanha. Isso representa uma ameaça direta

para os viticultores, sobretudo para os que têm apenas alguns compradores e pouco poder negocial.

Canelones, a principal região vitivinícola do Uruguai, está no centro destas preocupações. A região concentra uma grande parte das vinhas e adegas do país, bem como gerações de trabalho familiar ligadas à viticultura e à produção de vinho. Um ciclo de vendas fracas pode afetar não só as finanças das adegas, mas também a capacidade dos viticultores para financiar a próxima campanha.

As condições de exportação acrescentaram mais um fator de risco, embora não seja claro o impacto à escala dos embarques de vinho. A União de Exportadores do Uruguai afirmou, num inquérito divulgado em setembro, que a atividade portuária sofreu 40 dias de interrupções totais ou parciais durante os primeiros meses de 2026. A organização referiu cancelamentos de escalas portuárias, atrasos, reprogramação de embarques e custos logísticos mais elevados em vários setores exportadores.

Para as adegas, a fiabilidade das entregas é importante, porque os compradores internacionais esperam fornecimento regular e embarques dentro dos prazos. No entanto, a informação disponível não revela quantos contentores de vinho foram diretamente afetados nem que volume de exportações de vinho sofreu atrasos. Sem esses dados, não é possível atribuir a acumulação de stocks sobretudo às perturbações portuárias. Os problemas logísticos parecem ser um obstáculo adicional numa crise mais ampla, causada pela quebra do consumo e por desafios estruturais de comercialização.

O mercado interno já não garante um escoamento estável da produção. Responsáveis e intervenientes do setor têm apontado as mudanças geracionais nos hábitos de consumo de álcool, a evolução das preferências dos consumidores e a concorrência de outras bebidas. Esta mudança não afeta apenas as vinhas. Para o setor das bebidas em geral, mostra como as alterações da procura podem rapidamente desequilibrar a relação entre a oferta e as vendas de vinho, pressionar o fundo de maneio, influenciar as decisões de compra de uvas e, potencialmente, transformar a composição do tecido empresarial das bebidas alcoólicas.

O Uruguai conquistou reconhecimento internacional pela qualidade dos seus vinhos, em especial do Tannat, e várias adegas consolidaram posições nos mercados de exportação. Mas estes progressos não se distribuíram de forma uniforme pelo setor. É mais provável que os grandes produtores disponham de reservas financeiras mais sólidas, redes de exportação mais amplas e maior margem para diversificar. As adegas mais pequenas continuam muitas vezes dependentes de mercados tradicionais, onde a concorrência em termos de preço é mais forte e as tendências de consumo são menos favoráveis.

Esta posição desigual aumenta o risco de concentração empresarial, caso a pressão atual persista. As adegas de pequena e média dimensão poderão ter mais dificuldade em suportar os stocks, financiar as operações e investir nas mudanças necessárias para avançar para produtos de maior valor ou novos mercados. Embora haja sinais de que os produtores estão sob pressão, o número efetivo de encerramentos de empresas ainda não foi atualizado num registo público abrangente.

As autoridades propuseram programas de reconversão, medidas para reforçar a competitividade e estratégias para ampliar a presença internacional dos vinhos uruguaios. As necessidades do setor, porém, não se limitam ao longo prazo. Os produtores também precisam de um levantamento atualizado dos níveis de stock, de informação mais clara sobre as categorias de vinho com maiores excedentes e de uma avaliação mais precisa da situação financeira das adegas mais expostas.

Poderá também ser necessário recorrer a instrumentos de curto prazo, incluindo apoio ao crédito, promoção comercial e alternativas logísticas que permitam aos exportadores cumprir as encomendas do estrangeiro sem suportar custos adicionais excessivos. A questão central não é simplesmente saber se o Uruguai deve produzir menos vinho. É saber se o setor consegue ajustar os canais de venda e a gama de produtos com rapidez suficiente para evitar que um excedente de oferta fragilize os viticultores, as adegas e a rede empresarial mais ampla que os rodeia.