

**ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO NA INDÚSTRIA DE VINHOS FINOS DA SERRA GAÚCHA.** *Gabriela Menezes, Moises Nicolas Macedo da Silva, Jaime Evaldo Fensterseifer (orient.) (UFRGS).*

O trabalho a ser apresentado faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre as estratégias de produção e comercialização da indústria vinícola da Serra Gaúcha. O objetivo da pesquisa foi, a partir da análise das estratégias de produção e comercialização adotadas pelas empresas, mapear as opções estratégicas disponíveis e estudar o papel das redes de cooperação interfirma na sua implementação. A pesquisa de campo foi realizada no final de 2003 e início de 2004 através de questionário estruturado junto a uma amostra de 49 empresas e 8 cooperativas vinícolas, todas com produção anual de pelo menos 10.000 litros de vinhos finos para comercialização com marca própria. A amostra representa 85% das vinícolas e mais de 95% da produção deste segmento específico. A base de dados resultante gerou vários trabalhos focados em aspectos específicos da pesquisa. No presente trabalho foi explorada uma parte desta base de dados visando a aprofundar a análise de variáveis relacionadas: (1) a políticas de suprimento da matéria-prima uva e relações com fornecedores; (2) a formas de comercialização, canais utilizados e mercados atendidos; e (3) a políticas de expansão da atividade produtiva. O objetivo é identificar, através de análise estatística, relações entre as políticas e estratégias de produção e comercialização adotadas e a lucratividade e o porte das empresas, entre outras. Alguns resultados parciais já permitem perceber algumas importantes diferenças de comportamento estratégico e competitivo associadas a desempenho (em termos de lucratividade) e porte das empresas.