

A abertura econômica dos anos 90 alterou o cenário econômico da produção de vinho no Brasil. Frente a novos e mais qualificados concorrentes, as vinícolas brasileiras sentiram-se pressionadas a melhorar a produção, a comercialização e a gestão. Com o tempo, passaram a rever suas estratégias no mercado doméstico e a buscar novas alternativas no mercado externo. O processo de internacionalização do vinho brasileiro é recente, tendo sido alavancado pela Rede *Wines from Brazil*, Projeto Setorial Integrado que conta com o suporte da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) e com o apoio do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN). A Rede *Wines from Brazil* tem como finalidade apoiar e dar subsídios para as exportações de vinícolas brasileiras. Entretanto, apesar das vantagens de integrar a rede, nem todas as vinícolas que exportam participam da Rede. Assim, o objetivo principal da pesquisa é analisar as motivações e estratégias do processo de internacionalização de vinícolas da Serra Gaúcha e a influência e participação da *Wines from Brazil* neste processo. O método de pesquisa consistiu na realização de um estudo de caso da Rede *Wines from Brazil*, no qual foram entrevistados um representante da *Wines from Brazil* e dois gestores de vinícolas, ambas exportadoras, sendo uma participante da *Wines from Brazil* e outra não. Os resultados indicaram as motivações de internacionalização das empresas e os agentes de mudança que influenciam neste processo, bem como a percepção das vinícolas em relação a atuação da Rede *Wines from Brazil* na internacionalização do setor vitivinícola brasileiro.