

REPORTAGEM ESPECIAL

Vinícolas uruguaianas ampliam presença no Brasil

Carmen Carlet, especial para o JC*
De Colônia, Uruguai

O mercado brasileiro ocupa espaço crescente nos planos de expansão de empreendimentos instalados no interior de Colônia. Em Carmelo, produtores de vinho e empresas ligadas ao turismo passaram a enxergar no Brasil uma oportunidade para ampliar negócios e atrair visitantes ao longo de todo o ano.

Um dos exemplos desse movimento é a Narbona. Instalada em uma propriedade histórica de Carmelo, a marca produz atualmente cerca de 150 mil garrafas por ano. Segundo a enóloga Valéria Chiola, aproximadamente 75% desse volume corresponde ao tannat, variedade que se tornou a principal referência da vitivinicultura uruguaia.

Para Valéria, a afinidade entre a gastronomia uruguaia e os hábitos de consumo do público brasileiro ajuda a explicar o interesse crescente pelos vinhos produzidos na região. A enóloga destaca que o tannat acompanha pratos tradicionais à base de carne e ocupa posição central na produção da empresa.

A estratégia da Narbona, no

entanto, não se limita ao vinho. A marca reúne também uma linha de produtos elaborados em Carmelo, incluindo doce de leite, queijos, iogurtes e geleias produzidos com matéria-prima local. Esse conceito passou a fazer parte da expansão da empresa para o Brasil. Depois da abertura de uma unidade em Florianópolis, a Narbona inaugurou recentemente um restaurante em Porto Alegre e já projeta novos investimentos no país nos próximos anos.

A poucos minutos da Plaza de Toros e do Centro Histórico, a Comarca Las Liebres ocupa uma área de 26 hectares. O projeto começou a ser desenvolvido em 2011 e tem como centro uma casa construída em 1920. Quando Pedro Melnitzky adquiriu a propriedade, o imóvel estava praticamente inabitável. Segundo ele, a restauração levou cinco anos. “Hoje, o empreendimento reúne um hotel com quatro suítes, restaurante, vinhedo e horta”, explica o empresário que foca na oferta de experiência exclusiva aos clientes.

Os vinhos seguem uma produção de pequena escala, com garrafas numeradas e co-

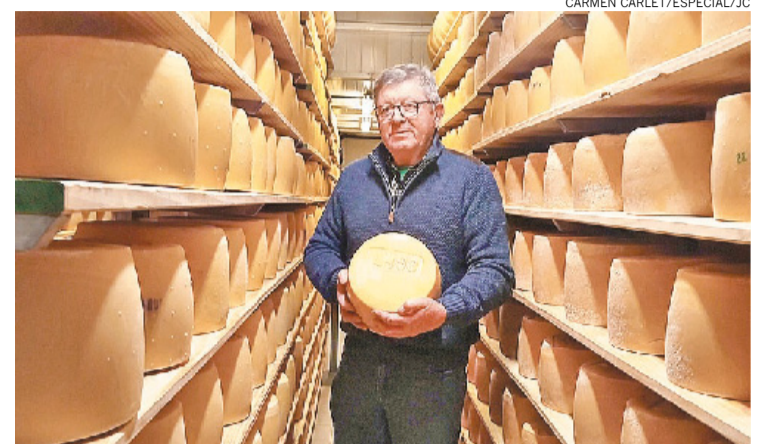
mercializadas unicamente na propriedade, sem distribuição para o varejo. A primeira safra produzida a partir das uvas cultivadas no vinhedo local ficou pronta em 2024 e deu origem aos primeiros rótulos elaborados com matéria-prima própria.

Outra singularidade da Las Liebres é a cozinha, que apresenta pratos tradicionais com leitura contemporânea. Além disso, boa parte dos ingredientes utilizados na preparação é cultivada na horta orgânica da propriedade, enquanto outros insumos são adquiridos de fornecedores locais. Melnitzky conta que o empreendimento tem ocupação durante todo o ano, com os brasileiros entre os visitantes mais frequentes, durante todas as estações.

A cerca de 25 quilômetros de Colônia del Sacramento, a Viñedos y Olivares del Quintón ocupa uma área de aproximadamente 120 hectares dedicada à produção de vinhos e azeites. Em uma região onde o tannat domina os vinhedos, a propriedade apostou no malbec como principal variedade, uma escolha pouco comum na região. Segundo Facundo Carrasco, responsável pelo receptivo do empreendimento, a escolha foi feita pelos proprietários argentinos com o objetivo de ocupar um nicho específico de mercado.

A produção comercial de vinhos começou em 2021 e atualmente alcança cerca de 25 mil garrafas por ano. Parte desse volume já é comercializada no Brasil, incluindo Santa Catarina. Carrasco afirma que o Rio Grande do Sul também está entre as prioridades da empresa. O executivo avalia que o mercado brasileiro é extremamente promissor para a marca, pois entre 60% e 70% dos visitantes ligados ao enoturismo uruguaio são oriundos do Brasil.

Além das visitas aos vinhedos e olivais, o Quintón mantém um espaço voltado à realização de eventos corporativos e casamentos. A empresa também está presente na Plaza de Toros por meio do Plaza de Toros Bistró by Figari, restaurante instalado em um dos principais pontos turísticos de Colônia del Sacramento. O espaço funciona como uma extensão da vinícola, reunindo gastronomia mediterrânea, azeites e rótulos produzidos na propriedade.



Celio aponta como diferencial o fato de o turista conhecer o produtor



Rosana e Davyt apostam na tradição familiar para gerir a La Positiva

Rota do Queijo atrai visitantes

Lançada em abril de 2025, a Rota do Queijo (Ruta del Queso) reúne atualmente 15 empreendimentos ligados à produção e comercialização de queijos em localidades como Nueva Helvecia e Colônia Valdense. O roteiro foi criado para aproximar visitantes de uma atividade que há décadas faz parte da economia do departamento de Colônia.

Integrante da quarta geração da família proprietária da Granja La Cumbre, Enrique Celio acompanha de perto essa iniciativa. A empresa tem mais de 150 anos de história e hoje conta também com representantes da quinta geração atuando no negócio. Segundo Celio, um dos diferenciais da rota é permitir que visitantes conheçam diretamente quem produz. A La Cumbre está localizada em uma região que concentra mais de 100 produtores artesanais de queijo e cuja história está ligada à chegada de imigrantes europeus, especialmente suíços, a partir do século XIX. Atualmente, a empresa produz dez variedades de queijo elaboradas com leite cru, incluindo receitas desenvolvidas pela própria família.

A tradição leiteira também está na origem da La Positiva. A empresa é comandada por Rosana Wolcan, diretora adminis-

trativa, e Gabriel Davyt, diretor comercial. Bisnetos dos fundadores, eles mantêm a gestão familiar do negócio. Fundada em 1930 por 11 irmãos, a La Positiva permaneceu sob o comando da família até 1982. Em 2016, após um hiato de 34 anos, os bisnetos dos fundadores retomaram o controle. Para Rosana, a gestão familiar é fundamental para o sucesso. “Para nós, sermos uma empresa familiar é um valor”, afirma.

Hoje, a fábrica utiliza leite de produtores localizados em um raio de aproximadamente 50 quilômetros. Segundo Davyt, essa rede de fornecedores está inserida na principal bacia leiteira do Uruguai, concentrada no departamento de Colônia. O doce de leite é o principal produto da empresa, com produção próxima de 300 toneladas por mês.

O mercado brasileiro ganhou importância significativa para a empresa nos últimos anos. Depois de um período de negociações com o Brasil, a exportação começou há cerca de um ano e hoje representa menos de 10% da produção. A expectativa é ampliar essa participação para até 30%. Hoje, os produtos da marca chegam ao Rio Grande do Sul por meio da rede Asun e de distribuidores locais.



Valéria diz que o tannat representa maior parte da produção da Narbona



Melnitzky destaca presença dos turistas brasileiros na Comarca Las Liebres