

PROVA DE APTIDÃO PROFISSIONAL

BACALHÔA VINHOS DE PORTUGAL, SA

CURSO TÉCNICO DE GESTÃO

2021/2022





PROVA DE APTIDÃO PROFISSIONAL

CURSO PROFISSIONAL DE TÉCNICO DE GESTÃO

ANO LETIVO 2021/2022

BACALHÔA VINHOS DE PORTUGAL, S.A.

MATILDE CALDAS DA COSTA

AGRADECIMENTOS

O alcançar desta etapa não teria sido possível sem a colaboração, auxílio, carinho e dedicação por parte de várias pessoas ao longo de todo o percurso da minha formação. Por esta mesma razão, não quero deixar passar esta oportunidade para agradecer a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para o meu sucesso e a minha chegada até aqui.

Agradeço em primeiro lugar a todos os professores que tanto me ensinaram no decorrer do Curso que tive o prazer de poder aprender com eles e que me transmitiram tantos conhecimentos.

Um especial às Coordenadoras de Curso dos três anos (Vera Mendes e Sandra Inês) e à Professora Elisabete Gonçalves.

À minha família e amigos pela paciência, dedicação, educação e ajuda ao realizar a Prova de Aptidão Profissional.

Aos meus colegas dos Curso Técnico de Gestão, pelo apoio e por não sermos uma simples turma, mas sim uma turma unida e com espírito inovador.

Um agradecimento à Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal por me ter disponibilizado o *Portofolio* Comercial e o Relatório de Contas de 2020

Por fim agradecer aos meus Avôs. Ao Avô Paterno por ser a minha referência e inspiração ao longo de toda a Prova de Aptidão Profissional.

Ao meu Avô Materno, por ser o motivo da minha dedicação e espero que te orgulhes muito de mim.

Índice

Introdução	15
Introduction.....	16
Estudo Macro Económico.....	17
Caracterização dos Setores de Atividade	20
• Setor Primário	21
○ Setor Vinícola	26
• Setor Terciário.....	35
○ Enoturismo.....	38
Enquadramento Económico dos Setores	39
• Setor Primário	39
○ Setor Vinícola	41
• Setor Terciário.....	43
○ Enoturismo.....	46
Impacto da COVID-19 nos Setores de Atividade	48
• Setor Primário	51
○ Setor Vinícola	53
• Setor Terciário.....	54
○ Enoturismo.....	56
Impacto da Guerra Rússia-Ucrânia	59
• Europa	59
• Portugal	61
• Crise Humanitária.....	64
Influência do Digital nos Setores de Atividade	66
• Setor Primário	67
○ Setor Vinícola	68
• Setor Terciário.....	71

o	Enoturismo.....	73
	Bacalhôa Vinhos de Portugal, SA	74
•	História	75
•	Atividade da Empresa.....	77
o	Produção Vinícola	78
o	Enoturismo.....	92
•	Missão.....	97
•	Valores.....	97
•	Logotipo.....	98
•	Estrutura Organizacional	99
	Recursos Humanos	100
•	Cultura	100
•	Formação	100
•	Avaliação de Desempenho	101
•	Carreira.....	102
•	Segurança no Trabalho	102
•	Qualidade.....	102
•	Normas Internas.....	103
•	Normas COVID-19	103
•	Colaboradores.....	104
•	Direito do Trabalho	105
o	Contrato de Trabalho sem Termo	106
o	Contrato de Trabalho a Termo Certo	107
o	Contrato de Trabalho a Termo Incerto	108
o	Contrato de Trabalho Temporário.....	108
•	Vindimas	109
o	Contrato de Trabalho de Curta Duração.....	110

Reimaginar o EX (<i>Employee Experience</i>) – o Desafio dos Novos Tempos	111
Marketing	114
• Marketing Mix.....	114
○ Product (Produto).....	114
○ Price (Preço)	123
○ Placement (Distribuição).....	130
○ Promotion (Promoção)	131
○ People (Pessoas).....	133
○ Processes (Processos)	133
• Marketing Digital.....	134
Estudo de Mercado.....	137
• Público-Alvo	137
• Posicionamento.....	140
○ Prémios.....	140
• XXI Concurso de Vinhos da Península de Setúbal 2021.....	144
• Concorrentes.....	145
○ Concorrência Direta.....	146
○ Concorrência Indireta	149
• Análise SWOT	152
○ Pontos Fortes	153
○ Pontos Fracos	156
○ Oportunidades.....	157
○ Ameaças.....	161
• Estratégia de Comunicação.....	162
○ Estratégia Publicitária	162
○ Estratégia de Relações Públicas	164
Sistemas de Gestão Integrados	165

• Qualidade e Segurança Alimentar.....	165
• Segurança e Saúde no Trabalho.....	166
○ Diretivas.....	166
• Ordem, Limpeza e Higienização.....	173
• Sustentabilidade.....	175
Internacionalização.....	176
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	178
Política de Cookies e Privacidade.....	184
Política de Proteção de Dados Pessoais.....	187
Termos e Condições.....	189
Direito da União Europeia para as Sociedades Comerciais.....	192
• Código das Sociedades Comerciais.....	196
○ Responsabilidade Assumida pelos Sócios.....	198
○ Transmissão das Participações Sociais.....	198
○ Estrutura Organizacional.....	199
Patentes.....	200
Balanço Financeiro.....	204
• Balanço 2020.....	205
• Balanço 2019.....	206
• Balanço 2018.....	208
• Análise Gráfica do Balanço.....	210
Fundo de Maneio Líquido.....	214
Demonstração de Origens e Aplicações de Fundos (Simplificado).....	215
• DOAF Simplificado 2018 2019.....	215
• DOAF Simplificado 2019 2020.....	217
Rácios Financeiros.....	218
• Rácios de Estrutura.....	219

○	Autonomia Financeira.....	219
○	Solvabilidade	220
○	Endividamento ou Dependência	220
•	Rácios de Liquidez	221
○	Liquidez Geral.....	221
○	Liquidez Reduzida	221
	Rácios de Rentabilidade	223
•	Rentabilidade de Capitais Próprios (ROE).....	223
•	Rentabilidade do Ativo Total (ROA).....	223
•	Tempo Médio de Cobrança	224
•	Tempo Médio de Pagamento	224
	Demonstração de Resultados por Naturezas	225
•	Demonstração de Resultados por Naturezas 2020	225
•	Demonstração de Resultados por Naturezas 2019	226
•	Demonstração de Resultados por Naturezas 2018	227
•	Análise Demonstração de Resultados por Naturezas	228
	Rácios Valor Acrescentado na Ótica da Produção	233
	Subsídios e Apoios do Governo	235
	Perspetivas para o Futuro	236
	Conclusão	238
	Conclusion	240
	Webgrafia.....	242

Índice de Figuras

<i>Figura 1 - Projeções do Banco de Portugal: 2021-24</i>	17
<i>Figura 2 - PIB observado e projeção atual – comparação com o cenário contrafactual e com a projeção do BE junho 2021</i>	18
<i>Figura 3 - Setores de Atividade Económica</i>	20
<i>Figura 4 - Peso das Atividades Agrícolas na Europa</i>	22
<i>Figura 5 - Total de Propriedades na Europa e Total Produção Agrícola Europa</i>	23
<i>Figura 6 - Morfologia das Explorações Agrárias Portugal</i>	24
<i>Figura 7 - Agricultura Portuguesa na Atualidade</i>	24
<i>Figura 8 - Índice do fator Agrícola por unidade de trabalho anual, 2005-2019</i>	25
<i>Figura 9 - Produção em Portugal por Produto</i>	25
<i>Figura 10 - Evolução Mundial da Produção de Vinho</i>	26
<i>Figura 11 - Maiores Produtores de Vinhos Mundiais</i>	27
<i>Figura 12 - Consumo de Vinho Mundial</i>	28
<i>Figura 13 - Consumo e Consumo per capita de Vinho Mundialmente</i>	29
<i>Figura 14 - Regiões Vitivinícolas Portugal</i>	31
<i>Figura 15 - Produção de Vinhos Portugal</i>	32
<i>Figura 16 - Produção de Vinho por Regiões de Portugal</i>	33
<i>Figura 17 - Exportações de Vinhos de Portugal por Produto</i>	34
<i>Figura 18 - Total de Serviços por Estado Membro, 2019</i>	35
<i>Figura 19 - Valor do Turismo no PIB nos Estados Membros Europeus 2019/2020</i>	36
<i>Figura 20 - Gráfico do Peso das Atividades do Setor Terciário em Portugal em 2020</i>	37
<i>Figura 21 - Pontos Fortes do Enoturismo em Portugal</i>	38
<i>Figura 22 - Riqueza Gerada por Setor Económico em Portugal 1990 – 2020</i>	39
<i>Figura 23 - Volume de Negócios na Agricultura por Distrito 2009-2019</i>	40
<i>Figura 24 - Evolução da Área de Vinho por Vinha 2000-2020</i>	41
<i>Figura 25 - Evolução do Volume de Negócios 2009-2019</i>	42
<i>Figura 26 - Rendimento Disponível das Famílias</i>	43
<i>Figura 27 - Consumo das Famílias</i>	44
<i>Figura 28 - Volume de Negócios das Atividades do Setor Terciário em Portugal</i>	45
<i>Figura 29 - Volume de Negócios no Enoturismo</i>	46
<i>Figura 30 - Casos COVID-19 em 2020</i>	49
<i>Figura 31 - Distribuição por Setor de Atividade e Respetivo Impacto</i>	51
<i>Figura 32 - População Empregada 2019 - 2020</i>	52
<i>Figura 33 - Balanço de Aprovisionamento do Vinho</i>	53
<i>Figura 34 - Passageiros no Aeroporto 2019 - 2020</i>	55
<i>Figura 35 - Volume de Negócios das adegas em enoturismo em 2020</i>	56

<i>Figura 36 - Comparação do número de visitantes</i>	57
<i>Figura 37 - Provisões para o Futuro do Enoturismo</i>	57
<i>Figura 38 - Investimento necessário para o Futuro</i>	58
<i>Figura 39 - Crescimento do Enoturismo</i>	58
<i>Figura 40 - Aumento do Preço de Petróleo</i>	60
<i>Figura 41 - Principais produtos importados</i>	61
<i>Figura 42 - Principais produtos exportados~</i>	62
<i>Figura 43 - Empresas exportadoras</i>	63
<i>Figura 44: Vinha Sustentável</i>	70
<i>Figura 45 - Compras Online 2020</i>	72
<i>Figura 46 - Bacalhôa Vinhos de Portugal</i>	74
<i>Figura 47 - História Bacalhôa Vinhos de Portugal</i>	76
<i>Figura 48 - Bacalhôa Sede</i>	78
<i>Figura 49 - Palácio e Quinta da Bacalhôa</i>	79
<i>Figura 50 - Quinta e Vinho Catarina</i>	80
<i>Figura 51 - Quinta do Carmo</i>	81
<i>Figura 52 - Quinta dos Lorios</i>	82
<i>Figura 53 - Quinta dos Quatro Ventos</i>	83
<i>Figura 54 - Quinta da Garrida</i>	84
<i>Figura 55 - Quinta da Terrugem</i>	85
<i>Figura 56 - Quinta D'Aguiar</i>	86
<i>Figura 57 - Processo de Produção Vinícola</i>	87
<i>Figura 58 . Vindimas</i>	88
<i>Figura 59 - Transporte e Desengaçador/ Esmagador</i>	89
<i>Figura 60 - Aliança Underground Museum</i>	92
<i>Figura 61 - Adega Bacalhôa Vinhos de Portugal</i>	93
<i>Figura 62 - Palácio Bacalhôa</i>	94
<i>Figura 63 - Bacalhôa Buddha Eden</i>	95
<i>Figura 64 - Quinto do Carmo</i>	96
<i>Figura 65 - Logo Bacalhôa Vinhos de Portugal (Bordeaux)</i>	98
<i>Figura 66 - Logotipo Atual Bacalhôa Vinhos de Portugal</i>	98
<i>Figura 67 - Estrutura Organizacional</i>	99
<i>Figura 68 - Colaboradores Bacalhôa</i>	104
<i>Figura 69 - Colaboradores Bacalhôa 2020</i>	104
<i>Figura 70 - Castas Bacalhôa</i>	120
<i>Figura 71 - Vinhos DOP</i>	121
<i>Figura 72 - Arte, Vinho e Paixão</i>	122
<i>Figura 73 - Tabela de Preços dos Vinhos</i>	127

<i>Figura 74 - Preços Aliança Underground Museum</i>	128
<i>Figura 75 - Preços Adega/ Museu e Palácio Bacalhôa</i>	129
<i>Figura 76 - Viborel Distribuição S.A.</i>	130
<i>Figura 77 - Instagram Bacalhôa Vinhos de Portugal</i>	131
<i>Figura 78 - Post Twitter Bacalhôa</i>	132
<i>Figura 79 - Mundus Vini Grand International Wine Award 2020</i>	143
<i>Figura 80 - XXI Concurso de Vinhos da Península de Setúbal 2021</i>	144
<i>Figura 81 - Casa Ermelinda Freitas</i>	146
<i>Figura 82 - José Maria da Fonseca</i>	147
<i>Figura 83 - Fernão Pó Adega</i>	147
<i>Figura 84 - Concorrentes Diretos</i>	148
<i>Figura 85 - Sogrape Vinhos de Portugal</i>	149
<i>Figura 86 - Casa Santos Lima</i>	150
<i>Figura 87 - Symington Family Estates</i>	150
<i>Figura 88 - Concorrentes Indiretos</i>	151
<i>Figura 89 - Análise SWOT</i>	152
<i>Figura 90 - Vinhos Bacalhôa</i>	153
<i>Figura 91 - Cápsulas Bacalhôa</i>	154
<i>Figura 92 - Evento Bacalhôa</i>	155
<i>Figura 93 - Pesquisa de Consumo</i>	158
<i>Figura 94 - Prémio Moscatel Bacalhôa</i>	160
<i>Figura 95 - Outros Posts Bacalhôa</i>	163
<i>Figura 96 - ODS 2</i>	180
<i>Figura 97 - ODS 8</i>	181
<i>Figura 98 - ODS 12</i>	181
<i>Figura 99 - ODS 8 Enoturismo</i>	182
<i>Figura 100 - ODS 12 Enoturismo</i>	182
<i>Figura 101 - ODS 15 Enoturismo</i>	183
<i>Figura 102 - Balanço 2020</i>	205
<i>Figura 103 - Balanço 2019</i>	207
<i>Figura 104 - Balanço 2018</i>	209
<i>Figura 105 - Balanço Gráfico 2018</i>	210
<i>Figura 106 - Balanço Gráfico 2019</i>	211
<i>Figura 107 - Balanço Gráfico 2020</i>	212
<i>Figura 108 - Fundo de Maneio</i>	214
<i>Figura 109 - Resumo Balanços</i>	215
<i>Figura 110 - DOAF Simplificado 2018 2019</i>	215
<i>Figura 111 - DOAF Simplificado 2019 2020</i>	217

<i>Figura 112 - Rácios Financeiros</i>	218
<i>Figura 113 - Autonomia Financeira</i>	219
<i>Figura 114 – Solvabilidade</i>	220
<i>Figura 115 - Endividamento</i>	220
<i>Figura 116 - Liquidez Geral</i>	221
<i>Figura 117 - Liquidez Reduzida</i>	221
<i>Figura 118 - ROE</i>	223
<i>Figura 119 - ROA</i>	223
<i>Figura 120 - Tempo Médio de Cobrança</i>	224
<i>Figura 121 - Tempo Médio de Pagamento</i>	224
<i>Figura 122 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2020</i>	225
<i>Figura 123 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2019</i>	226
<i>Figura 124 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2018</i>	227
<i>Figura 125 - Resumo Demonstração de Resultados por Naturezas</i>	228
<i>Figura 126 - Vendas e Prestações de Serviços Bacalhôa</i>	228
<i>Figura 127 - Venda dos Produtos Bacalhôa</i>	229
<i>Figura 128 - Fornecedores Bacalhôa</i>	230
<i>Figura 129 - Trabalhadores por Sexo Bacalhôa</i>	231
<i>Figura 130 - Depreciações 2019 2020</i>	231
<i>Figura 131 - Rácios Valor Acrescentado</i>	233
<i>Figura 132 - Subsídios á Exploração 2020</i>	235

Índice de Anexos

Anexo 1 – Catálogo Técnico Viborel

Anexo 2 – Relatório de Contas 2020

Anexo 3 – Relatório de Contas 2019

Anexo 4 – Relatório de Contas 2018



BACALHÔA

Introdução

No âmbito do Curso Profissional Técnico de Gestão, foi solicitada aos alunos a realização da Prova de Aptidão Profissional, designada por PAP, que faz parte da avaliação dos alunos, que representa, assim, a aplicação e a integração dos diferentes conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos, através das diferentes Áreas Técnicas administradas no Curso Técnico de Gestão, tais como: Gestão, Contabilidade e Fiscalidade, Direito, Marketing, entre outras.

O Projeto consiste no estudo detalhado de uma Empresa Real do Mercado Nacional e Internacional. Compete a cada aluno a escolha da Empresa, no entanto esta escolha foi sujeita à avaliação e aprovação do Conselho Técnico de Gestão.

A PAP, no presente ano letivo 2021/2022, tem como tema principal:

“Reimaginar o EX (*Employee Experience*) – o Desafio dos Novos Tempos.” – Como estão as Empresas a reinventar o *“WORKFORCE”* com Tecnologia Emergente em prol do Progresso e Crescimento Empresarial?

A Realização e a Defesa da PAP com aproveitamento constituem, nos termos legais, um dos requisitos para a conclusão do Curso Profissional Técnico de Gestão.

A minha ideia inicial para este Projeto era o Estudo da Empresa do meu avô paterno que tem uma Casa de Turismo de Habitação pouco desenvolvida em Beiral do Lima (Ponte de Lima) e idealizar um projeto de desenvolvimento e de inovação que visa melhorar o que já existe.

Porém, por ser uma Empresa pequena e familiar, conclui que não tinha dados suficientes para poder realizar a Prova de Aptidão Profissional de Gestão. Com isto, comecei a pesquisar Empresas portuguesas para efetuar o Projeto.

Por um acaso, visitei uma das Quintas da Empresa Bacalhôa, e apesar do ramo de atividade ser diferente do inicial, uma das ideias que tinha para a quinta do meu avô era a criação de uma Empresa de Vinhos pois são produzidos na quinta, mas vendidos localmente.

E assim, decidi fazer sobre a Empresa “Bacalhôa Vinhos de Portugal, SA”, por ser uma Empresa tão inovadora e de grande dimensão em Portugal e por poder estudar mais sobre esta Atividade Económica e através do Benchmarking fazer crescer a minha Empresa familiar de forma a tornar-se mais rentável e conhecida no Mercado Local e Regional.

Introduction

In the context of the Professional Technical Course in Management, the students were asked to carry out a Professional Aptitude Test, known as PAP, which is part of the students' assessment, thus representing the application and integration of the different knowledge acquired throughout the three years, through the different Technical Areas in the Technical Course in Management, such as: Management, Accounting and Taxation, Law, Marketing, among others.

The Project consists of the detailed study of a real company in the National and International Market. It is up to each student to choose the company, but this choice was submitted to the approval of the Management Technical Council.

The PAP, in the present school year 2021/2022, has as its main theme:

"Reimagining EX (*Employee Experience*) - the Challenge of New Times." - How are Companies reinventing "*WORKFORCE*" with Emerging Technology for Business Progress and Growth?

The successful completion and defence of the PAP is, in legal terms, one of the requirements for the conclusion of the Professional Course Technical Management.

My initial idea for this project was to study my paternal grandfather's company, who owns a small tourist accommodation house in Beiral do Lima (Ponte de Lima), and I intended to suggest ideas so that one day I could actually carry them out.

However, as it was such a small and familiar company, I concluded that I did not have enough data to be able to take the Management Professional Aptitude Test. Therefore, I started to search for Portuguese companies.

By chance, I visited one of the winery farms belonging to the Bacalhóa company, and although the field of activity was not what I had initially thought, one of the ideas I had for my grandfather's rural house was the creation of a Wine company, as wines are produced in the house, but they are sold locally.

And so, I decided to make the company "Bacalhóa Vinhos de Portugal, SA" for being such an innovative and large dimension Company in Portugal and for being able to study more about this economic activity and through Benchmarking, make my family company grow in order to become more profitable and known in the local and regional market.

Estudo Macro Económico

O Banco de Portugal projeta um crescimento da economia portuguesa de 4,8% em 2021 e de 5,8% em 2022, seguido de um ritmo de expansão mais moderado em 2023 e 2024, 3,1% e 2,0%, respetivamente. A recuperação da atividade traduz-se num aumento do emprego e numa redução da taxa de desemprego para níveis inferiores aos da pré-pandemia. A inflação aumenta em 2021 e 2022, para 0,9% e 1,8%, respetivamente, fixando-se em 1,1% e 1,3% nos dois anos seguintes, com um perfil muito influenciado pela evolução dos preços dos bens energéticos. A inflação excluindo bens energéticos aumenta gradualmente ao longo do horizonte de projeção, situando-se em 1,5% em 2024.

	Pesos 2020	BE dez. 2021					BE out. 2021		BE jun. 2021			
		2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2020	2021	2022	2023
		(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)	(pp)
Produto Interno Bruto	100	-8,4	4,8	5,8	3,1	2,0	-8,4	4,8	-7,6	4,8	5,6	2,4
Consumo privado	64,2	-7,1	5,0	4,8	2,2	1,8	-7,1	4,3	-5,9	3,3	4,9	2,3
Consumo público	19,1	0,4	4,8	1,4	-1,3	-0,1	0,4	5,2	0,4	4,9	0,4	-0,2
Formação bruta de capital fixo	19,1	-2,7	4,9	7,2	6,6	3,9	-2,7	5,6	-1,9	7,6	8,2	5,8
Procura interna	102,1	-5,6	5,1	4,6	2,4	1,9	-5,6	4,9	-4,6	4,5	4,7	2,6
Exportações	37,0	-18,6	9,6	12,7	7,8	3,9	-18,6	9,6	-18,6	14,5	13,1	4,8
Importações	39,1	-12,1	10,3	9,3	6,2	3,6	-12,1	9,7	-12,0	13,2	10,6	5,1
Contributo para o crescimento do PIB líquido de importações (em pp) ^(a)												
Procura interna		-3,0	3,1	2,6	1,2	1,1	-3,0	3,0	-2,3	2,4	2,5	1,3
Exportações de bens		-0,8	1,1	0,2	0,6	0,4	-0,9	1,3	-0,7	1,9	0,3	0,3
Exportações de serviços		-4,6	0,6	3,0	1,2	0,6	-4,5	0,5	-4,5	0,5	2,8	0,8
Emprego (número de indivíduos) ^(b)		-1,9	2,5	1,6	0,5	0,3	-1,9	2,6	-1,7	1,3	1,3	0,4
Emprego (horas trabalhadas) ^(c)		-9,3	8,3	4,0	0,6	0,3	-9,3	8,4	-9,2	5,9	4,1	0,5
Taxa de desemprego ^(d)		7,0	6,6	6,0	5,7	5,6	7,0	6,8	7,0	7,2	7,1	6,8
Balança corrente e de capital (% PIB)		0,0	0,2	1,8	2,6	1,8	0,0	1,0	0,1	0,9	2,1	1,8
Balança de bens e serviços (% PIB)		-1,8	-3,0	-2,1	-1,2	-1,0	-1,8	-2,3	-1,8	-2,1	-1,4	-1,3
Índice harmonizado de preços no consumidor		-0,1	0,9	1,8	1,1	1,3	-0,1	0,9	-0,1	0,7	0,9	1,0
Bens energéticos		-5,2	7,8	6,3	-1,3	-0,8	-5,2	6,9	-5,2	5,6	1,0	-1,3
Excluindo bens energéticos		0,3	0,4	1,3	1,4	1,5	0,3	0,4	0,3	0,3	0,9	1,2

Figura 1 - Projeções do Banco de Portugal: 2021-24

Fonte: Banco de Portugal

A evolução da atividade é condicionada no curto prazo por uma nova vaga da pandemia na Europa e pelos problemas nas cadeias de fornecimento globais. A reintrodução de medidas restritivas para conter a pandemia, incluindo a mobilidade internacional, a par do aumento da incerteza, terá impacto sobre o ritmo de recuperação, em particular dos serviços relacionados com o turismo. Adicionalmente, assume-se que as perturbações nas cadeias de fornecimento globais, que se têm refletido na escassez de matérias-primas e outros bens e num aumento dos seus custos, se dissipam a partir da segunda metade de 2022.

A trajetória projetada de crescimento económico é suportada pela manutenção de condições financeiras favoráveis e por maiores recebimentos de fundos da União Europeia. Não se antecipam efeitos adversos significativos sobre a atividade agregada do fim de alguns apoios temporários, que foram substituídos, em parte, por medidas direcionadas aos setores e empresas mais afetados pelo efeito pandémico.

O Produto Interno Bruto (PIB) retoma o nível pré-pandemia na primeira metade de 2022, mas no final da previsão permanece abaixo da tendência projetada antes da ocorrência da pandemia. O diferencial estimado de atividade em 2024 é de cerca de 2% face ao perfil projetado no Boletim Económico de dezembro de 2019, traduzindo um impacto sobre a atividade económica a médio prazo menor do que nas recessões económicas anteriores. Uma implementação do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) mais eficaz do que o estimado poderá mitigar este diferencial.



Figura 2 - PIB observado e projeção atual – comparação com o cenário contrafactual e com a projeção do BE junho 2021

Fonte: Banco de Portugal

O crescimento médio do PIB em Portugal no período de 2022-24 é de 3,6%, o que compara com uma projeção do Eurosistema de 2,9% para a área do euro. Entre 2019 e 2021 a queda do PIB foi superior em Portugal para o que contribuiu o peso mais elevado dos setores de serviços mais afetados pela pandemia na economia nacional. Em termos acumulados desde 2019, o crescimento em Portugal no final do horizonte deverá ser semelhante ao da área do euro.

As atuais projeções revêem + em alta o crescimento da economia em 2022-23 face ao projetado no Boletim Económico de junho, mantendo-se inalterada a estimativa para 2021 publicada no Boletim Económico de outubro. Tendo em conta a revisão em baixa do PIB de 2020 aquando da divulgação das Contas Nacionais Anuais pelo Instituto Nacional de Estatística, o nível do PIB em 2023 situa-se muito próximo do antecipado em junho.

A projeção para a inflação foi revista em alta ao longo do horizonte face ao Boletim de junho – destacando-se a revisão de 0,9% em 2022 – refletindo o aumento dos preços de importação, incluindo do petróleo, e a redução das margens disponíveis no mercado de trabalho, em ambos os casos de forma mais marcada do que o antecipado em junho.

Caracterização dos Setores de Atividade

A Economia inclui diversos Setores, que se desenvolveram em fases sucessivas da história:

- Na Economia Antiga (século VII a.C ao século V d.C) era baseada principalmente na Agricultura de Subsistência;
- Na Revolução Industrial (século XVIII) diminuiu o papel da Agricultura de Subsistência, convertendo-a ao processo Capitalista de Produção, de forma que a Agricultura passou a ser mais extensa e monocultural. O crescimento económico deu-se na maior parte na Mineração, na Construção Civil e na Indústria;
- Na Economia Contemporânea ocorreu um desenvolvimento maior na Economia no Setor de Serviços.

Na Economia Moderna há três Setores principais de Atividades Económicas:

- Setor Primário: representa as atividades que estão diretamente relacionadas com a extração de recursos da natureza, como a Pesca, a Agricultura, a Silvicultura, entre outros;
- Setor Secundário: apresenta as atividades responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos acabados ou semiacabados;
- Setor Terciário: o Comércio, os Serviços e as Atividades onde não existe produção ou transformação fazem parte deste Setor, tal como a Educação, o Turismo e os Transportes.

A Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, desenvolve a sua atividade principal no âmbito de Produção de Vinhos Comuns e Licorosos (Setor Primário) e o Enoturismo (Setor Terciário).



Figura 3 - Setores de Atividade Económica

- **Setor Primário**

O Setor Primário é o responsável pelo uso e exploração das matérias-primas, que são recursos naturais utilizados tanto para consumo direto quanto para a posterior transformação em mercadoria artesanal, manufaturada ou industrializada. Este Setor recebe esse nome por ter sido o primeiro a se desenvolver ao longo da história da humanidade, envolvendo atividades como o Extrativismo, a Pecuária e a Agricultura.

O Extrativismo corresponde à retirada e exploração de recursos naturais já previamente disponíveis na natureza, ou seja, cuja existência e quantidade não são controladas pelas atividades humanas. Assim, há vários tipos de Extrativismo, com destaque o mineral (minérios e rochas), vegetal (frutos, vegetais, madeira) e animal (caça e pesca). Trata-se de uma importante atividade econômica que, quando realizada de forma equilibrada, não apresenta significativos impactos ambientais.

A Pecuária envolve o cultivo de vários tipos de gado, como o boi, o porco, a ovelha e a galinha. Além da carne dos animais, são utilizados outros produtos, como o leite e os seus derivados, a pele dos animais e até produtos medicinais.

É importante destacar que a Agricultura e Pecuária encontram-se interligadas, pois ambas utilizam o mesmo espaço e operacionalizam-se a partir da transformação do meio natural, com a derrubada da vegetação para a construção de campos de cultivos e pastagens.

A Agricultura envolve o controle dos elementos vegetais, através do cultivo, para a produção de matérias-primas para a indústria e também para a geração de alimentos. Nos tempos pré-históricos, foi a descoberta e o desenvolvimento da Agricultura que permitiram a formação de sociedades, antes nômadas, contribuindo para a consolidação das primeiras cidades e suas respectivas civilizações. Antes da Revolução Industrial no século XVIII, era a Agricultura que comandava o ritmo da Economia em todo o mundo.

Existem diferenças na forma como a Agricultura é desenvolvida no mundo, especialmente em relação aos incentivos governamentais oferecidos pelos países mais desenvolvidos. Esses incentivos são motivos para muitas discussões entre aqueles que os defendem sob o argumento do desenvolvimento, e aqueles que consideram injustas essas políticas, pois limitam a ascensão dos países menos desenvolvidos economicamente.

As principais características da Agricultura nos países com menor desenvolvimento económico são: a subsistência, o uso de técnicas rudimentares (enxadas), a Agricultura itinerante (queimadas, abusivo uso do solo, esgotamento), o sistema de *plantations* (monocultura de exportação), as monoculturas (apenas um tipo de plantação na propriedade), latifúndios (grandes extensões de terras usadas para monoculturas), exploração da mão-de-obra, vínculo com agroindústrias e ainda investimentos estrangeiros.

A Europa tem como base de sua Economia Agrícola a contínua inovação dos processos, com um elevado desenvolvimento técnico e uma intensa mecanização de seus processos. Com isso, a Europa tem uma agricultura produtiva, sendo que a maior parte de sua produção é consumida internamente. Existe uma grande variedade produtiva, de acordo com os climas do continente. A especialização regional é valorizada pelo sistema de redes comerciais que há entre elas. A Agricultura Europeia recebe incentivos (subsídios) da União Europeia por meio da Política Agrícola Comum (PAC).

A Agricultura tem várias atividades associadas. No gráfico conseguimos analisar o peso de cada uma em 2019.

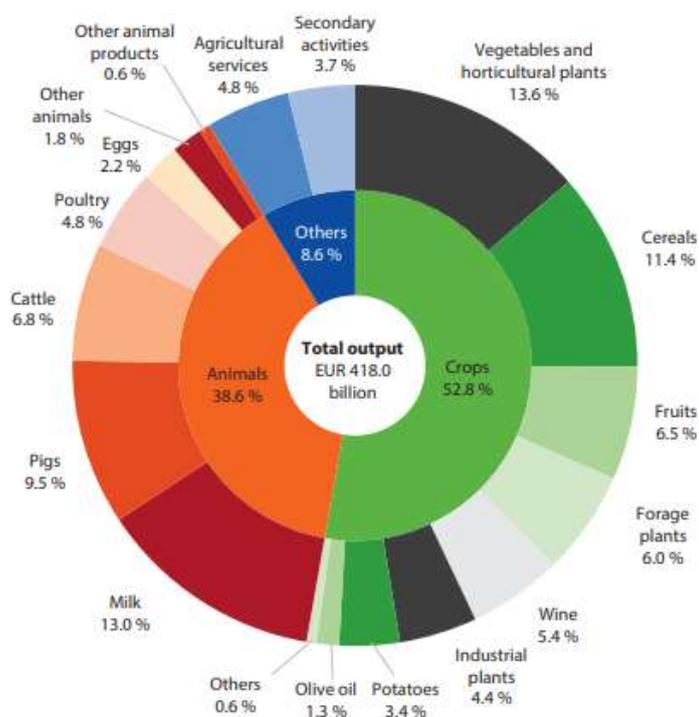


Figura 4 - Peso das Atividades Agrícolas na Europa

Fonte: Eurostat

Em 2016 existiam cerca de 10,3 milhões de propriedades agrícolas na União Europeia. Um terço (33,3%) da Agricultura estavam localizadas na Romênia. As propriedades da UE podem ser amplamente caracterizadas como: propriedades de semi-subsistência, pequenas propriedades e propriedades de médio porte ou grandes propriedades agrícolas. Dos 10,3 milhões de propriedades da União Europeia, 4 milhões tinham um tamanho económico (em termos de produção padrão) abaixo de 2.000 euros por ano e foram responsáveis por apenas 0,9% da Economia Agrícola.

Juntas, as propriedades de semi-subsistência e as pequenas propriedades representavam 68,3% de todas as propriedades na UE em 2016, mas foram responsáveis por 45,6% da Economia Agrícola total da União Europeia. Em contraste, 278.000 foram o número total das maiores propriedades na União Europeia (31,7%), cada uma produziu uma saída padrão de 250.000 € por ano ou mais, em 2016, e foram responsáveis pela maioria (54,4%) da Produção Económica Agrícola Total da UE. Estas propriedades podem ser caracterizadas como grandes Empresas Agrícolas.

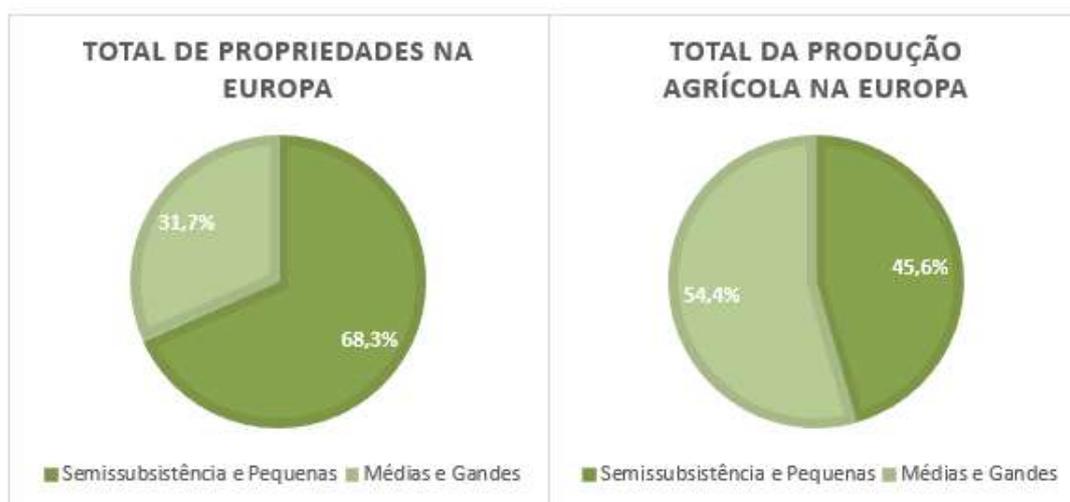


Figura 5 - - Total de Propriedades na Europa e Total Produção Agrícola Europa

Fonte: Eurostat

Com os seus cerca de 92 212 km², Portugal apresenta uma grande diversidade de paisagem, nas quais se inserem, quando consideramos o espaço rural, as paisagens agrárias. As diferentes paisagens agrárias refletem a conjugação da morfologia agrária, do sistema de cultura e das formas de povoamento rural, que variam de região para região.

A Agricultura portuguesa, quanto à morfologia das explorações agrárias, caracteriza-se do seguinte modo:



Figura 6 - Morfologia das Explorações Agrárias Portugal

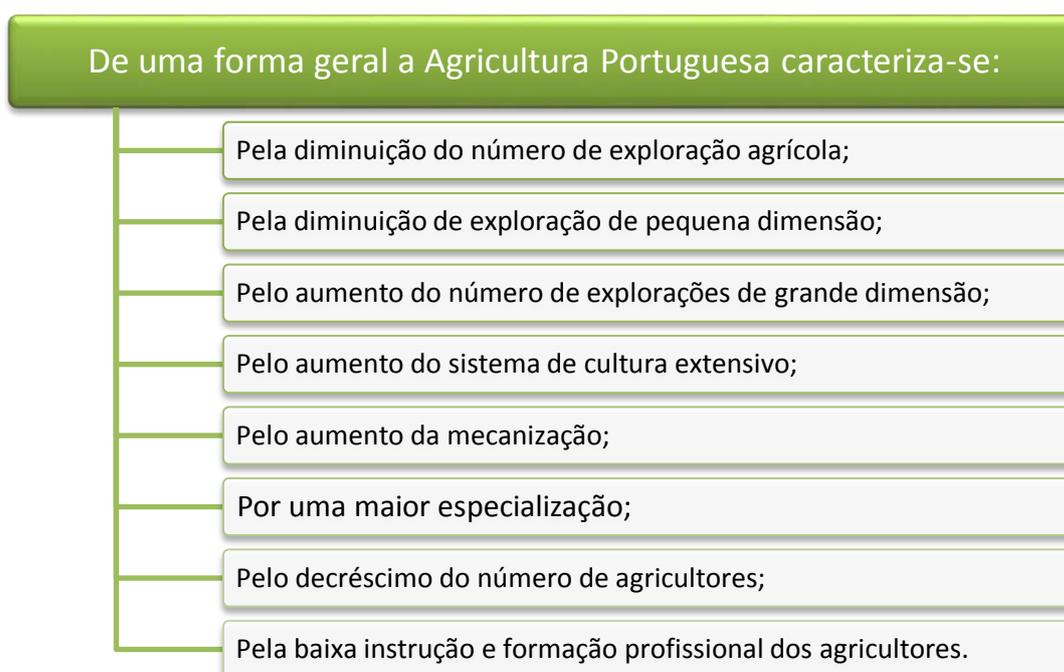


Figura 7 - Agricultura Portuguesa na Atualidade

O Rendimento da Atividade Agrícola em Portugal registou, em 2020, um decréscimo por Unidade de Trabalho Ano (UTA) de 3,4%, em termos reais, após um crescimento de 5,9% no ano anterior. A evolução do rendimento resultou da conjugação de uma diminuição nominal do Valor Acrescentado Bruto (VAB) (8,8%) com um acréscimo dos Outros subsídios à produção (6%). Para o decréscimo nominal do VAB concorreram uma variação negativa da Produção do ramo agrícola (3,2%) e um acréscimo ligeiro do Consumo Intermédio (CI) (+0,5%).

A tendência de aumento do rendimento do fator agrícola por unidade de trabalho anual, iniciada em 2012, continuou em 2019 (com crescimento de 6%). O valor da produção da indústria agrícola aumentou (3,2%) em 2019 para atingir os 8,1 mil milhões de euros. O valor da produção agrícola (2,1%) e a produção animal (5,0%) aumentaram.

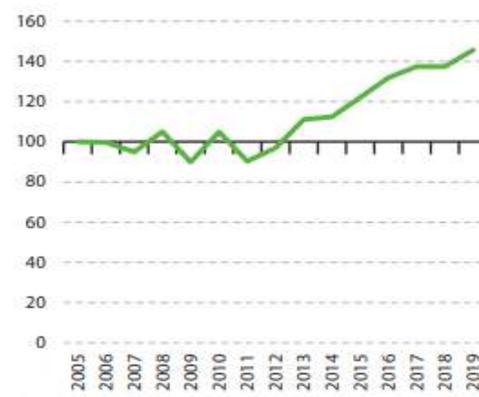


Figura 8 - Índice do fator Agrícola por unidade de trabalho anual, 2005-2019

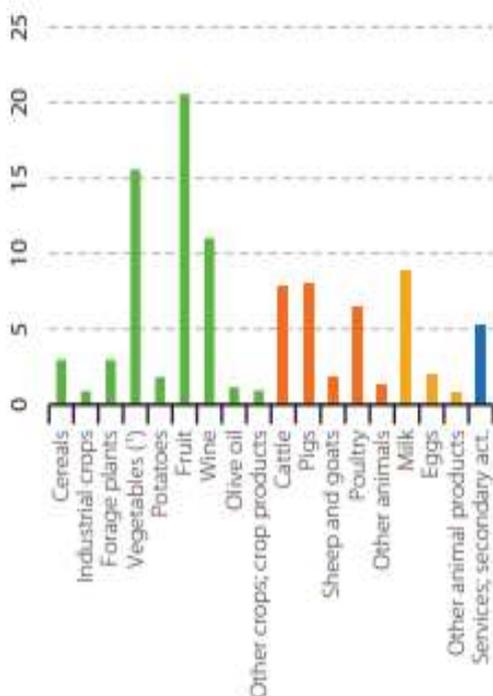


Figura 9 - Produção em Portugal por Produto

Fonte: Eurostat

Sobre a Produção Agrícola por Produto especificamente, em Portugal, houve uma ligeira queda (0,6%) na produção de cereais colhida em 2019, continuando em queda tendencial. Porém, existiu um aumento na colheita de milho (4,9%) o que contrastou com a menor produção de outras culturas de cereais. Existiu uma produção colhida muito maior de legumes frescos (10,2%), impulsionado pelo aumento na produção de tomate (16,1%) e de azeitonas (35%). A colheita de uvas (7,6%) e frutas (exceto frutas cítricas e uvas), frutas vermelhas e nozes (15,1%) também aumentaram, devido ao aumento (34,8%) de produção de maçãs.

○ Setor Vinícola

Desde os tempos mais remotos, o Vinho tem vindo a desempenhar um papel de relevo em quase todas as civilizações. "*Fruto da videira e do trabalho do Homem*", não é ultrapassado por nenhum outro produto da agricultura, aliando esse fruto saboroso e nutritivo (a uva) à bebida privilegiada, precioso néctar, dele extraída.

As expressões "*Dádiva de Deuses*", "*Sangue de Cristo*", e "*Essência da Própria Vida*" atribuídas a este produto corroboram bem o papel do Vinho na vertente cultural bem como a sua importância na nossa civilização.

Vinho é, genericamente, uma bebida alcoólica produzida por fermentação do sumo de uva. Na União Europeia, o vinho é legalmente definido como o produto obtido exclusivamente por fermentação parcial ou total de uvas frescas, inteiras ou esmagadas.

Com base em informações recolhidas em 30 países, que representaram 84% da produção mundial em 2019, a produção mundial de vinho em 2020 é estimada em 260 milhões de hectolitros. A produção de 2020 parece estar em conformidade com a do ano anterior: + 1% em relação a 2019 (que atingiu cerca de 257 milhões de hectolitros).

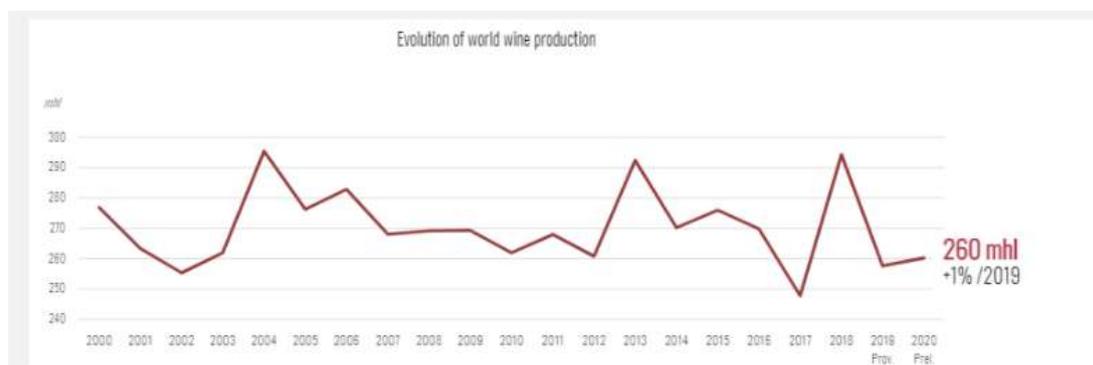


Figura 10 - Evolução Mundial da Produção de Vinho

Fonte: Organização Internacional da Vinha e do Vinho

É importante destacar que a produção abaixo da média histórica, não é necessariamente uma má notícia para o Setor Vinícola, principalmente considerando o contexto atual onde tensões geopolíticas, mudanças climáticas e pandemia da COVID-19 geraram um alto grau de incerteza no mercado global de Vinho.

Na sequência, a Tabela estão os maiores produtores de Vinho mundiais:

mhl	2016	2017	2018	2019 Prov.	2020 Prel.	2020/2019 % Var.
Italy	50.9	42.5	54.8	47.5	49.1	3%
France	45.4	36.4	49.2	42.2	46.6	11%
Spain	39.7	32.5	44.9	33.7	40.7	21%
USA	24.9	24.5	26.1	25.6	22.8	-11%
Argentina	9.4	11.8	14.5	13.0	10.8	-17%
Australia	13.1	13.7	12.7	12.0	10.6	-11%
South Africa	10.5	10.8	9.5	9.7	10.4	7%
Chile	10.1	9.5	12.9	11.9	10.3	-13%
Germany	9.0	7.5	10.3	8.2	8.4	2%
China	13.2	11.6	9.3	7.8	6.6	-16%
Portugal	6.0	6.7	6.1	6.5	6.4	-2%
Russia	5.2	4.5	4.3	4.6	4.4	-4%
Romania	3.3	4.3	5.1	3.8	3.6	-7%
New Zealand	3.1	2.9	3.0	3.0	3.3	11%
Hungary	2.5	2.5	3.6	2.7	2.4	-12%
Austria	2.0	2.5	2.8	2.5	2.4	-3%
Greece	2.5	2.6	2.2	2.4	2.3	-6%
Brazil	1.3	3.6	3.1	2.0	1.9	-5%
Georgia	0.9	1.0	1.7	1.8	1.8	2%
Other countries	16.8	16.5	18.1	16.6	15.4	-7%
World total	270	248	294	258	280	1%

Figura 11 - Maiores Produtores de Vinhos Mundiais

Fonte: Organização Internacional da Vinha e do Vinho

A Itália (49,1 milhões de hectolitros, + 3%), França (46,6 milhões de hectolitros, +11%) e Espanha (40,7 milhões de hectolitros, +21%), juntas representam praticamente 53% da produção mundial de Vinho em 2020. Se considerarmos toda a UE (165 milhões de hectolitros, + 8%), a representatividade frente a produção mundial atinge 63% do total.

Em relação ao consumo mundial de Vinho, em 2020 foi estimado um volume de 234 milhões de litros, indicando uma redução significativa de 3% em relação a 2019. Esta queda anual de 7 milhões de litros é semelhante à que ocorreu durante a crise financeira global de 2008-2009. O primeiro ano da pandemia da COVID-19 mostrou comportamentos assimétricos de consumo em diferentes países do mundo.

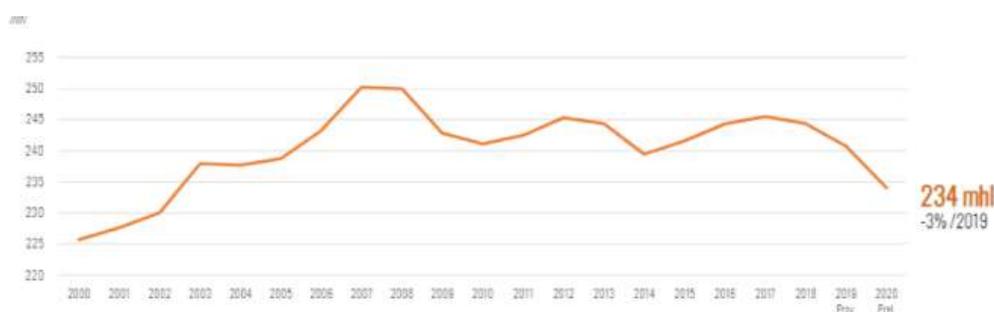


Figura 12 - Consumo de Vinho Mundial

Fonte: Organização Internacional da Vinha e do Vinho

Apesar do Vinho ser consumido em 200 países, os 5 primeiros representam quase 50% do consumo no mundo, enquanto os 10 principais países representam 70% desse consumo em 2020.

O país que mais impactou a queda mundial do consumo de Vinho em 2020 foi a China, caindo de 5° para 6° maior consumidor mundial (12,4 milhões de litros, – 17%).

Na União Europeia, destaca-se a Itália que cresceu 8% chegando a 24,5 milhões de hectolitros, quase ultrapassando a França no 2° lugar da tabela.

Os EUA confirmam sua posição como o maior país consumidor de Vinho do mundo também em 2020 com milhões de hectolitros, sem variação em relação a 2019 e o país com maior crescimento no consumo de Vinhos no mundo foi o Brasil (4,3 milhões de hectolitros, + 18%).

Na América do Sul, o consumo geral de vinho aumentou em 2020, com o Brasil e a Argentina (9,4 milhões de hectolitros, + 7%) o que aumenta o consumo no continente.

Em relação ao consumo per capita, Portugal continua sendo o maior consumidor mundial com 51,9 litros/ano por habitante com idade legal para consumir álcool (18 anos).

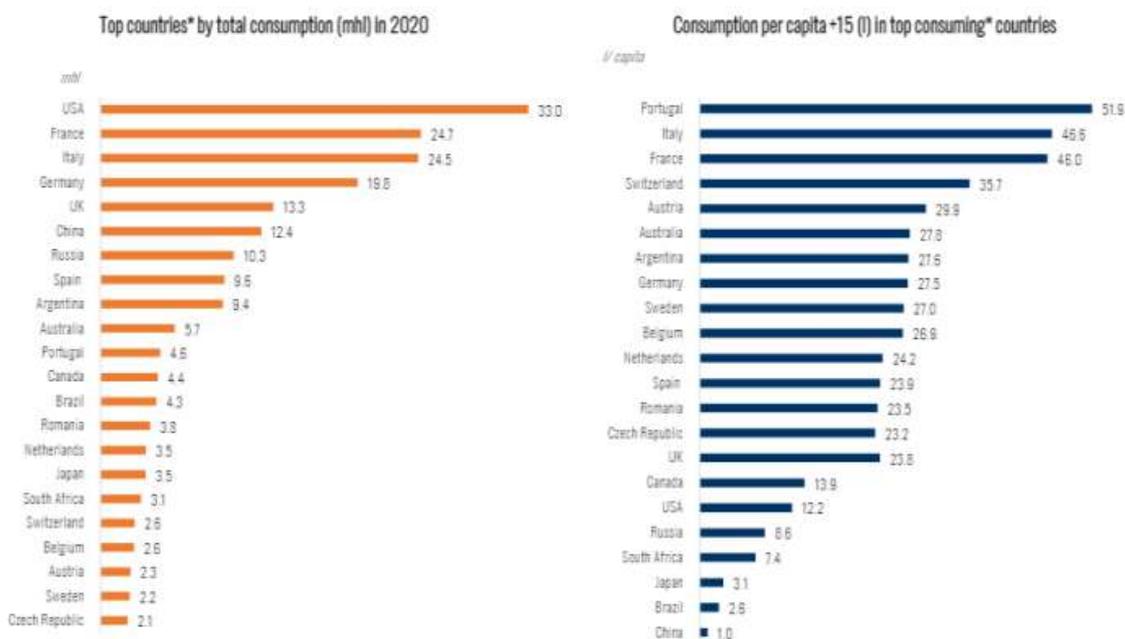


Figura 13 - Consumo e Consumo per capita de Vinho Mundialmente

Fonte: Organização Internacional da Vinha e do Vinho

O Setor Vinícola português é de grande importância tanto pelo valor económico que gera como pela população que ocupa e pelo papel que desempenha quer a nível social como de conservação do meio ambiental.

Existem cinco tipos distintos de Vinhos: os Vinhos Tintos, os Brancos, os Rosés, os Espumantes, e os Vinhos Fortificados. Em Portugal, existe um tipo de Vinho específico, o Vinho Verde, que pode ser Tinto ou Branco, mas devido à sua acentuada acidez pode ser considerado como uma categoria à parte.

Os Vinhos Tintos, podem ser obtidos através das uvas tintas ou das tintureiras (aquelas em que a polpa também possui pigmentos).

Os Vinhos Brancos podem ser obtidos através de uvas brancas ou de uvas tintas, desde que as cascas dessas uvas não entrem em contato com o mosto e que essas não sejam tintureiras.

Já os Vinhos Rosés podem ser feitos de duas maneiras: misturando-se o Vinho Tinto com o Branco ou diminuindo o tempo de maceração (contacto do mosto com as cascas) durante a vinificação do Vinho Tinto.

O Espumante é um Vinho que passa por uma segunda fermentação alcoólica, que pode ser na garrafa, chamado de método tradicional ou champanhês, ou em autoclaves (tanques isobarométricos). Ambas as formas de vinificação fazem a fermentação em recipiente fechado, incorporando assim dióxido de carbono (CO₂) ao líquido e dando assim origem às “borbulhas”.

Os Vinhos Fortificados são aqueles cuja fermentação alcoólica é interrompida pela adição de aguardente (\pm 70% vol.). De acordo com o momento da interrupção e da uva que se está a utilizar, ficará mais ou menos doce. O grau alcoólico final dos Vinhos Fortificados (em Portugal os mais famosos são o Vinho do Porto e o Vinho da Madeira), ficam entre 19-22.

Cada país e cada região produtora possui uma classificação própria, assentando a da União Europeia na chamada *Denominação de Origem Protegida*.

O processo de regulamentação oficial de Denominações de Origem Protegida iniciou-se em 1907/1908. Para além da região produtora de Vinho do Porto e dos Vinhos de mesa Douro, demarcavam-se as regiões de produção de alguns Vinhos, já então famosos, como são o caso dos Vinhos da Madeira, Moscatel de Setúbal, Carcavelos, Dão, Colares e Vinho Verde.

Com o Estado Novo (1926/1974), foi iniciada a "Organização Corporativa e de Coordenação Económica", com poderes de orientação e fiscalização do conjunto de atividades e organismos envolvidos. Foi neste contexto que se criou a Federação dos Vinicultores do Centro e Sul de Portugal (1933), organismo corporativo dotado de grandes meios e cuja intervenção se marcava, fundamentalmente, na área da regularização do mercado.

À Federação seguiu-se a Junta Nacional do Vinho (JNV) (1937), organismo de âmbito mais alargado, que intervinha tendo em conta o equilíbrio entre a oferta e o escoamento, a evolução das produções e o armazenamento dos excedentes, em anos de grande produção, de forma a compensar os anos de escassez. A JNV veio a ser substituída em 1986 (D.L. nº 304/86 de 22 de setembro) pelo Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), organismo adaptado às estruturas impostas pela nova política de mercado decorrente da adesão de Portugal à Comunidade Europeia.

Surge, então, uma nova perspetiva na economia portuguesa e, consequentemente, na Viticultura. O conceito de *Denominação de Origem* foi harmonizado com a legislação comunitária, e foi criada a classificação de "Vinho Regional", para os Vinhos de mesa com indicação geográfica, reforçando-se a política de qualidade dos Vinhos portugueses.

Com objetivos de gestão das *Denominações de Origem* e dos Vinhos Regionais, de aplicação, vigilância e cumprimento da respetiva regulamentação, foram constituídas Comissões Vitivinícolas Regionais (associações interprofissionais regidas por estatutos próprios), que têm um papel fundamental na preservação da qualidade e do prestígio dos Vinhos portugueses.

Atualmente estão reconhecidas e protegidas, na totalidade do território português, 33 Denominações de Origem e 8 Indicações Geográficas.

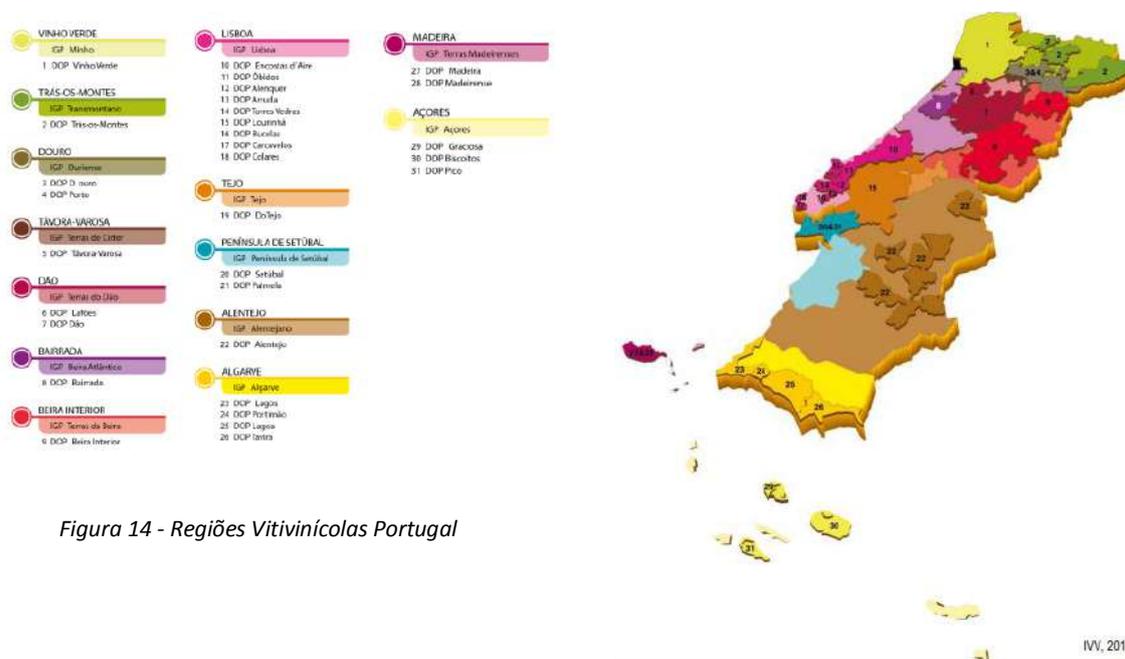
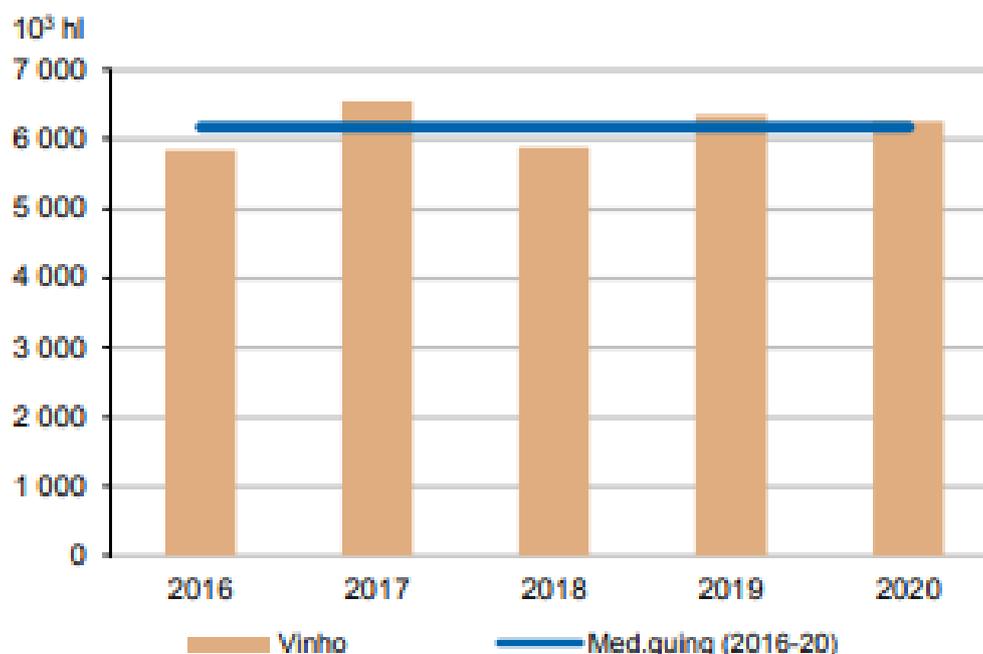


Figura 14 - Regiões Vitivinícolas Portugal

Apesar da pequena dimensão de Portugal, o estilo dos seus vinhos é bastante distinto. Os diferentes microclimas, as especificidades dos solos e o comportamento das castas em cada região originam vinhos únicos produzidos através de métodos de vinificação tradicionais ou com meios tecnológicos mais avançados.

Através de dados de 2020, as vindimas decorreram com normalidade, tendo-se concluído ao longo do mês de outubro. Existiu uma grande heterogeneidade nas condições de desenvolvimento da cultura, quer entre regiões, quer ao longo do ciclo, com impactos divergentes em termos de produção. Nas primeiras fases de desenvolvimento vegetativo registaram-se problemas no abrolhamento no interior Centro, provocados por geadas e quedas de neve tardias. Nos meses de abril/maio, as condições meteorológicas foram propícias ao surgimento de fortes ataques de míldio, obrigando ao reforço dos tratamentos fitossanitários. As situações de desavinho (acidente fisiológico em que não ocorre a transformação das flores em fruto) também foram frequentes, mais no interior Norte.

Registaram-se ainda prejuízos causados pela queda de granizo (interior Centro) e por escaldões (interior Norte, Ribatejo e Alentejo). A produção total de Vinho decresceu 1,3%, face à vindima de 2019.



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho

Figura 15 - Produção de Vinhos Portugal

Na tabela em baixo, conseguimos analisar os dados sobre a Produção vinícola declarada, em 2020, por Regiões de Portugal.

Portugal		Unidade: hl									2020 Po
Qualidade e cor	Regiões vitivinícolas	Total			Vinho licoroso com DOP			Vinho com DOP			
		Total	Branco	Tinto e rosado	Total	Branco	Tinto e rosado	Total	Branco	Tinto e rosado	
Portugal		6 266 511	2 132 199	4 134 312	638 236	143 991	494 245	2 639 375	1 193 262	1 446 114	
Continente		6 225 986	2 127 634	4 098 352	608 088	143 883	464 204	2 635 278	1 189 836	1 445 442	
Minho		848 311	715 786	132 525	0	0	0	818 669	693 144	125 525	
Trás-os-Montes		94 376	16 251	78 125	0	0	0	16 125	3 729	12 395	
Douro		1 122 362	284 560	837 802	594 966	132 663	462 303	478 706	136 001	342 705	
Beira Atlântico		174 208	60 129	114 079	83	73	10	79 553	40 543	39 009	
Terras do Dão		189 187	37 891	151 296	0	0	0	170 683	33 906	136 777	
Terras da Beira		219 278	57 444	161 834	89	0	89	97 052	35 355	61 697	
Terras de Cister		37 744	21 392	16 352	0	0	0	18 480	12 277	6 203	
Tejo		643 411	327 320	316 090	525	525	0	119 526	38 478	81 048	
Lisboa		1 253 218	205 202	1 048 016	414	360	54	44 057	11 240	32 817	
Península de Setúbal		471 927	145 858	326 069	11 844	10 133	1 711	192 232	51 920	140 313	
Alentejo		1 158 922	251 934	906 988	168	130	38	599 873	133 170	466 702	
Algarve		13 042	3 866	9 176	0	0	0	323	72	251	
Açores		8 323	3 906	4 417	107	107	0	2 945	2 932	13	
Madeira		32 202	659	31 543	30 041	0	30 041	1 153	494	658	

Qualidade e cor	Regiões vitivinícolas	Vinho com IGP (a)			Vinho com indicação de casta (a)			Vinho sem certificação (a)		
		Total	Branco	Tinto e rosado	Total	Branco	Tinto e rosado	Total	Branco	Tinto e rosado
Portugal		2 360 602	615 269	1 745 333	27 855	4 126	23 729	600 442	175 552	424 890
Continente		2 358 774	614 588	1 744 186	27 855	4 126	23 729	595 992	175 202	420 790
Minho		21 575	16 291	5 284	403	402	1	7 665	5 950	1 715
Trás-os-Montes		5 234	1 259	3 975	10 612	0	10 612	62 405	11 263	51 142
Douro		4 424	2 323	2 101	162	80	82	44 105	13 494	30 611
Beira Atlântico		24 475	5 767	18 707	2 770	1 093	1 676	67 328	12 652	54 677
Terras do Dão		3 374	690	2 684	324	95	228	14 806	3 200	11 607
Terras da Beira		64 118	9 159	54 959	0	0	0	58 019	12 930	45 089
Terras de Cister		1 600	1 000	600	19	11	8	17 645	8 104	9 541
Tejo		418 305	227 217	191 088	2 543	1 083	1 460	102 512	60 017	42 495
Lisboa		1 037 085	163 202	873 883	10 792	1 228	9 563	160 871	29 172	131 699
Península de Setúbal		228 546	76 645	151 901	124	84	41	39 181	7 077	32 104
Alentejo		537 893	107 260	430 633	85	49	36	20 904	11 325	9 580
Algarve		12 145	3 774	8 371	23	0	23	551	20	531
Açores		1 809	662	1 147	0	0	0	3 462	206	3 257
Madeira		20	20	0	0	0	0	988	145	843

Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho

Figura 16 - Produção de Vinho por Regiões de Portugal

As exportações totais de vinhos portugueses registaram um crescimento de 19,3% em valor no primeiro semestre de 2021 em relação ao período homólogo. De acordo com os dados da Associação Interprofissional do Vinho, verificou-se, no mesmo período, uma subida de 4,25% no preço médio do vinho português.

Em comunicado, a ViniPortugal considera que “estes valores confirmam o arranque positivo das exportações de Vinhos nacionais em 2021, uma tendência já verificada desde o início do ano e representam ainda uma subida de 9,2%, em valor, em relação a 2019”.

Na tabela em baixo, conseguimos analisar os dados sobre as Exportações de vinhos Nacionais por Produto.

Intra + Extra UE	HL jan-set		Peso jan-set		Δ 2021 /2020 HL	1 000 € jan-set		Peso jan-set		Δ 2021 /2020 1 000 €	Preço Médio (€ / l) jan-set		Δ 2021 /2020
	2020	2021	2020	2021		2020	2021	2020	2021		2020	2021	
Vinho Certificado	1 002 021	1 087 238	43,9%	44,6%	▲ 8,5%	272 916	302 472	45,6%	45,2%	▲ 10,8%	2,72	2,78	▲ 2,1%
Vinho com DO	515 996	555 827	22,6%	22,8%	▲ 7,7%	155 120	172 298	25,9%	25,7%	▲ 11,1%	3,01	3,10	▲ 3,1%
Vinho com IG	486 025	531 411	21,3%	21,8%	▲ 9,3%	117 797	130 174	19,7%	19,4%	▲ 10,5%	2,42	2,45	▲ 1,1%
Vinho (ex-mesa)	813 010	833 869	35,6%	34,2%	▲ 2,6%	111 251	112 100	18,6%	16,7%	▲ 0,8%	1,37	1,34	▼ -1,8%
Vinho	768 355	792 743	33,7%	32,6%	▲ 3,2%	103 498	104 703	17,3%	15,6%	▲ 1,2%	1,35	1,32	▼ -1,9%
Vinho com Indicação de Casta	44 655	41 126	2,0%	1,7%	▼ -7,9%	7 753	7 397	1,3%	1,1%	▼ -4,6%	1,74	1,80	▲ 3,6%
Vinho Licoroso com DOP / IGP	427 242	470 271	18,7%	19,3%	▲ 10,1%	202 366	240 711	33,8%	36,0%	▲ 18,9%	4,74	5,12	▲ 8,1%
Porto	394 355	443 659	17,3%	18,2%	▲ 12,5%	190 328	226 652	31,8%	33,9%	▲ 19,1%	4,83	5,11	▲ 5,9%
Madeira	15 707	17 644	0,7%	0,7%	▲ 12,3%	9 153	11 582	1,5%	1,7%	▲ 26,5%	5,83	6,56	▲ 12,6%
Outros	17 180	8 968	0,8%	0,4%	▼ -47,8%	2 885	2 477	0,5%	0,4%	▼ -14,1%	1,68	2,76	▲ 64,5%
Vinho Licoroso sem DOP / IGP	1 788	2 750	0,1%	0,1%	▲ 53,8%	534	1 399	0,1%	0,2%	▲ 162,2%	2,99	5,09	▲ 70,4%
Vinhos Espumantes e Espumosos	15 528	13 432	0,7%	0,6%	▼ -13,5%	7 145	7 126	1,2%	1,1%	▼ -0,3%	4,60	5,31	▲ 15,3%
Outros Vinhos e Mostos	23 071	27 880	1,0%	1,1%	▲ 20,8%	4 904	5 517	0,8%	0,8%	▲ 12,5%	2,13	1,98	▼ -6,9%
Total	2 282 659	2 435 439	100,0%	100,0%	▲ 6,7%	599 117	669 325	100,0%	100,0%	▲ 11,7%	2,62	2,75	▲ 4,7%

Figura 17 - Exportações de Vinhos de Portugal por Produto

Fonte: Instituto de Vinha e Vinho de Portugal

Portugal manteve, em 2019, o estatuto de país do mundo com o consumo de Vinho por habitante mais elevado, apesar de uma ligeira quebra de 0,6% no volume de Vinho consumido, indica o mais recente relatório da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV). Em termos de consumo global, assistiu-se a uma quebra de 3%, para os 234 milhões de hectolitros, o valor mais baixo desde 2002.

• Setor Terciário

O Setor Terciário é o Setor que abriga a área do comércio e dos serviços, que enquadra uma vasta gama de atividades que vão desde o comércio de mercadorias à administração pública, transportes, atividades financeiras e imobiliárias, serviços a empresas ou pessoas, educação, saúde e promoção social, entre outras.

Assim, o Setor Terciário divide-se pelas áreas do comércio, do turismo, da restauração, dos transportes, das comunicações, dos serviços financeiros, das atividades imobiliárias e dos serviços prestados às Empresas, administração pública e educação.

O Setor Terciário é fundamental para o crescimento da Economia de um país, relacionando-se diretamente com o índice do PIB, a criação de empregos e de renda, entre outros.

O desenvolvimento económico do Setor também é influenciado pelo seu relacionamento com o Setor Primário e Secundário pois, os bens que são comercializados são produzidos pelo Setor Primário e Secundário.

O Setor que mais contribui para a Economia da União Europeia é o Terciário. O valor total de todos os bens e serviços produzidos (PIB) na UE, em 2019, quando o Reino Unido ainda integrava a União Europeia, foi de 16,4 biliões de euros.

A União Europeia é o maior exportador e importador mundial de serviços, com cerca de 25 % do comércio mundial de serviços. O comércio de serviços representa também um terço do valor total das trocas comerciais de bens e serviços da UE, com serviços adicionais também integrados no valor da maior parte das mercadorias.

Como podemos analisar no Mapa, o Estado Membro que realizou mais serviços em 2019 foi o Reino Unido e o que realizou menos foi Kosovo.

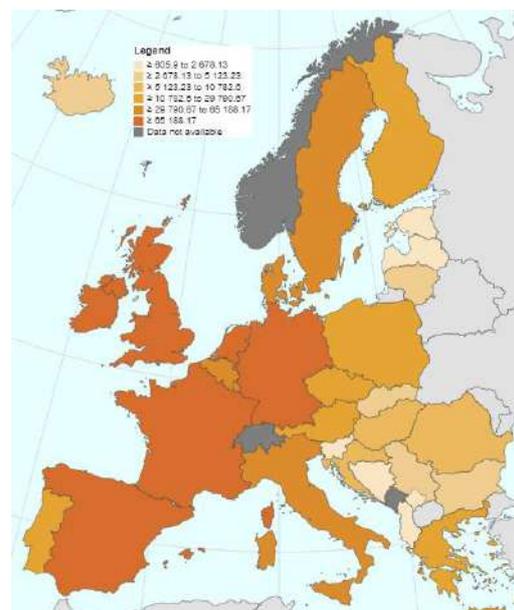


Figura 18 - Total de Serviços por Estado Membro, 2019

Fonte: Eurostate

O Setor do Turismo da União Europeia, no sentido mais estrito (fornecedores tradicionais de viagens e de serviços turísticos), é composto por 2,3 milhões de Empresas, essencialmente de pequena e média dimensão (PME), que empregam cerca de 12,3 milhões de pessoas.

Em 2014, na Europa, uma em cada 10 empresas da economia de mercado não financeira pertencia às indústrias do turismo.

Em 2018, o setor das «viagens e turismo» contribuiu diretamente com 3,9 % para o PIB da EU, representando 5,1 % da população ativa (o que corresponde a cerca de 11,9 milhões de pessoas). Se tivermos em conta os seus laços estreitos com outros setores económicos, os valores do turismo sobem consideravelmente (mais de 10,3 % do PIB e 11,7 % do emprego total, o que corresponde a 27,3 milhões de trabalhadores).

Em 2019, o turismo internacional atingiu 1,5 mil milhões de chegadas (+4%) em todo o mundo, das quais 745 milhões, ou seja, 50% do mercado na Europa. O surto da pandemia de COVID-19, em março de 2020, com o seu fardo de incertezas quanto a proibições de viagem e requisitos sanitários, representa hoje o mais importante desafio para o futuro do Setor do Turismo.

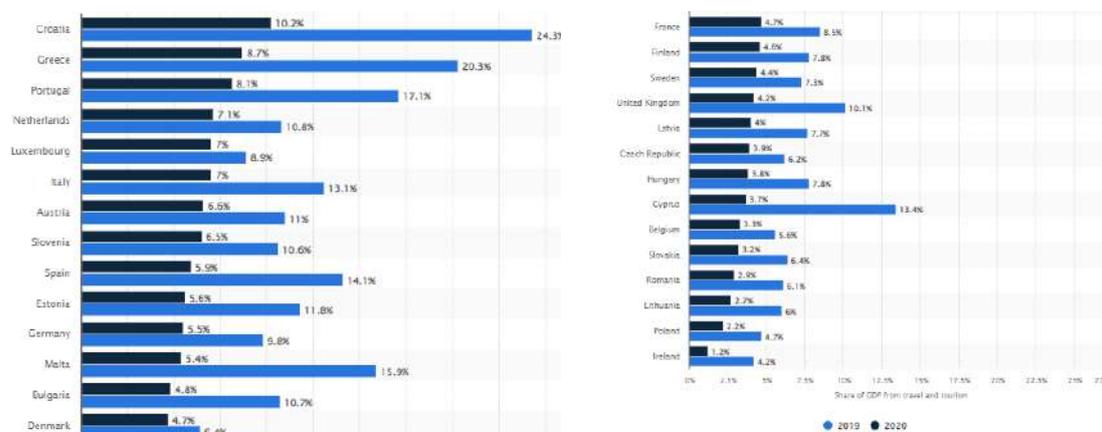


Figura 19 - Valor do Turismo no PIB nos Estados Membros Europeus 2019/2020

Fonte: Statista

Em Portugal, o Setor Terciário foi o Setor que mais evoluiu nas últimas décadas. Este crescimento deveu-se a vários fatores, tais como: melhoria do nível de vida, aumento do número de mulheres nos serviços, surgimento de novas atividades, desenvolvimento de serviços sociais e administração pública, desenvolvimento da educação e da saúde, expansão do comércio, desenvolvimento técnico e tecnológico do Setor Primário e Secundário e aumento de diversificação de turismo, lazer e cultura.

No Gráfico em baixo conseguimos analisar o Peso das Atividades do Setor Terciário em Portugal:

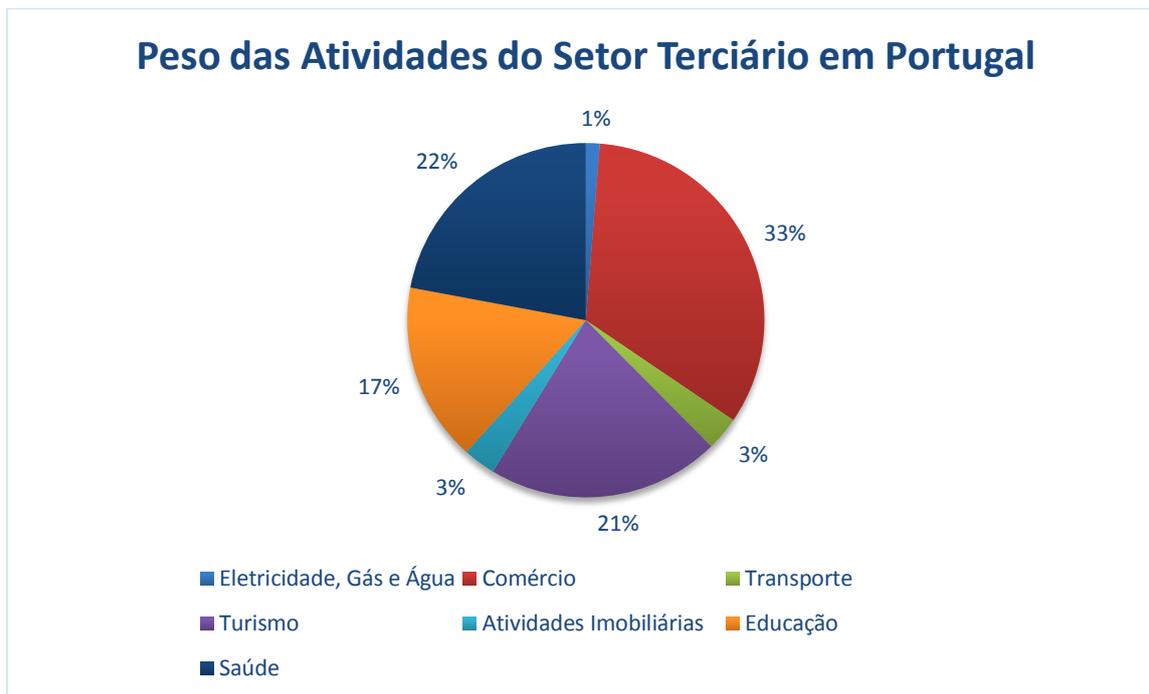


Figura 20 - Gráfico do Peso das Atividades do Setor Terciário em Portugal em 2020

Fonte: PorData

Em Portugal a Atividade do Setor Terciário com maior peso é o Comércio por Grosso e a Retalho, de seguida o setor da Saúde (22%) por consequência da COVID-19 e com 21% o Turismo. A Atividade com maior peso são as Atividades Imobiliárias (35%).

O Setor do Turismo é a maior Atividade Económica exportadora do país, sendo responsável, em 2018, por 51,5% das exportações de serviços e por 8,6% das exportações totais, tendo as receitas turísticas registado um contributo de 8,2% no PIB português.

Estima-se que em 2020 o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes tenha atingido 6,5 milhões, correspondendo a uma diminuição de 73,7% face a 2019 (crescimento de 7,9% em 2019).

○ Enoturismo

O Enoturismo é uma Atividade que alia todos os aspetos inerentes à cultura do Vinho com o Turismo, promovendo o conhecimento das etapas do processo produtivo do Vinho, dos seus aromas e sabores.

A Atividade Turística onde está inserida a cultura do Vinho, vai muito além de uma simples visita às caves seguida de uma prova de Vinhos. O Enoturismo convida a vivenciar a cultura e a tradição local de forma a contextualizar a importância histórica desta atividade agrícola na região. A atividade proporcionada ao enoturista vai desde a simples escolha do melhor Vinho a acompanhar com a refeição, passando pela participação nas vindimas (colheita das uvas e pisa a pé com os trabalhadores locais), até à oportunidade de poder dormir confortavelmente envolto por vinhas perfeitamente integradas com as magníficas paisagens.

A procura pelo Enoturismo cresce a cada ano, e o continente referência para isso é a Europa. Os países que oferecem mais variedade no Setor no Enoturismo são: Espanha, Itália e Portugal.

Portugal dada a sua geografia e clima, o Enoturismo é uma atividade em ascensão, sendo a região do Douro e Alentejo grandes polos de atração desta atividade, providenciando aos amantes do Vinho momentos de puro prazer e descontração.

Em 2018 Portugal foi reconhecido pela segunda vez consecutiva como o melhor destino turístico do mundo. Portugal assume também destaque como um país de referência internacional na produção de Vinhos com prestígio à escala global.



Não sendo um destino de Enoturismo de referência mundial, tem uma oferta presente em todo o território nacional, sendo uma marca da identidade dos destinos que importa preservar, destacar e valorizar.

O Ponto mais Forte do Enoturismo em Portugal é Atratividade Paisagística e Histórico-cultural das Regiões Vitivinícolas.

Figura 21 - Pontos Fortes do Enoturismo em Portugal

Enquadramento Económico dos Setores

- **Setor Primário**

Como disse anteriormente, o Setor Primário foi o primeiro a ser criado e passou por várias transformações ao longo dos anos, desde a sua existência até à própria atualidade, mas até aos anos 60 o Setor Primário era o Setor mais importante de Portugal.

Podemos ver nos gráficos representados abaixo, a partir do ano de 1990 o Setor Primário passou a ser o Setor a trazer menos riqueza a Portugal. No ano de 1990, o Setor Primário trazia 2% mantendo-se constante até aos dias de hoje.

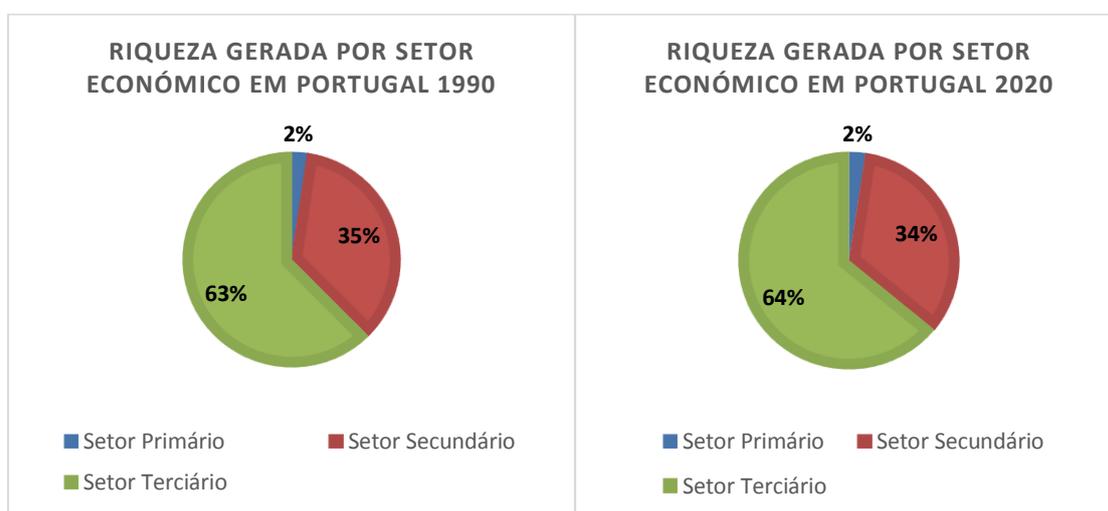


Figura 22 - Riqueza Gerada por Setor Económico em Portugal 1990 – 2020

Fonte: PorData

O Setor Primário teve esta grande diminuição sobretudo devido à Revolução Industrial, a existência de máquinas e novas formas produtivas foram sendo introduzidas nessa área, implicando o aumento de produção e ampliando o aproveitamento dos solos, tendo-se verificado uma diminuição da Atividade, habitualmente na Agricultura.

Atualmente, o Setor Primário nos países desenvolvidos tornou-se bastante expansivo devido ao uso da tecnologia como, por exemplo, a mecanização da Agricultura em oposição ao trabalho manual. Esses avanços tecnológicos e investimentos permitem ao Setor Primário exigir menos força de trabalho e, desta forma, a percentagem em relação à força de trabalho envolvida fica cada vez menor.

Contudo, este processo de evolução não acontece em todos os continentes visto que, como é o caso do Continente Africano e Asiático. Nestes países em desenvolvimento em que o uso da tecnologia ainda é pouco usual ou inexistente, as Atividades Económicas desenvolvidas pelas populações baseiam-se na pesca artesanal, na pecuária tradicional e na agricultura tradicional, utilizando em qualquer atividade as próprias mãos como força de trabalho.

Em Portugal, o Setor Primário veio a perder a sua importância devido a alguns fatores como por exemplo: a Terceirização da Economia, isto é, o Setor Terciário ter vindo a aumentar nos últimos anos, a constante mecanização da mão de obra e o êxodo rural pois as populações das áreas rurais deslocaram-se para as grandes cidades, ficando assim mão de obra, nas mesmas áreas, indisponíveis, trazendo uma diminuição na Atividade.

O Setor Primário é a Base Económica de algumas regiões, principalmente no interior de Portugal Continental. Como podemos analisar no gráfico, o Volume de Negócios na Exploração Agrícola em Portugal Continental por um lado é mais elevado no Alentejo e em concelhos do interior. Por outro lado, a região do Algarve, a região autónoma da Madeira e a região autónoma dos Açores correspondem às regiões com menores números. Do ano 2009 para o de 2019 todas as regiões aumentaram o seu Volume de Negócios.

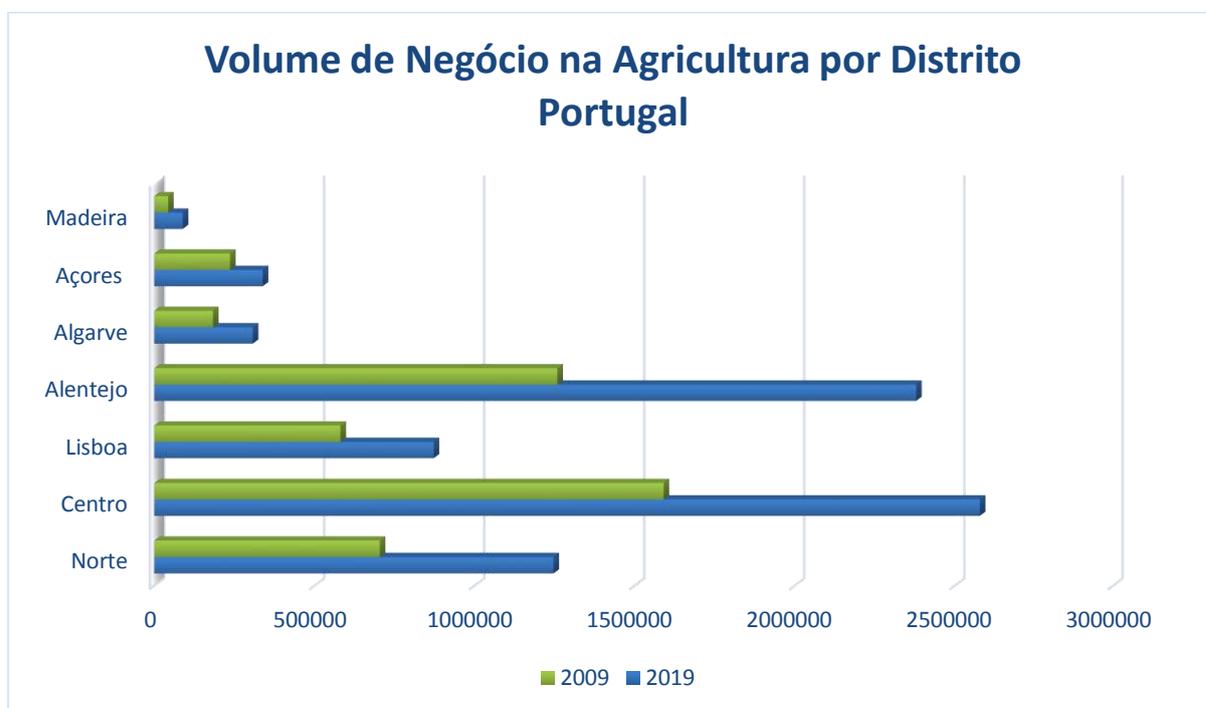


Figura 23 - Volume de Negócios na Agricultura por Distrito | 2009-2019

Fonte: PorData

○ Setor Vinícola

O Setor Vinícola apresenta uma importância estratégica para Portugal, pelo emprego, volume de negócios e valor acrescentado gerado.

Em 2020, a área de vinha ocupava 192 mil hectares, o que representa cerca de 6.418 mil hectolitros de Vinho. O Volume de Negócios do Setor Vinícola em 2020 foi cerca de 2.286 milhões de euros.

Em Portugal, ao longo dos últimos 20 anos, a área de vinha para Vinho decresceu, em média, à taxa de -1,1% ao ano. Na região de Trás-os-Montes, Douro e Porto, esse decréscimo foi de -1,0%/ano, tendo-se observado a maior taxa de decréscimo na região Tejo (-4,2 %/ano) e o único crescimento na região do Alentejo (2,2 %/ano).

Entre 2000 e 2020, o crescimento de área no Alentejo foi de 55%, contrariando o decréscimo de 20% em termos nacionais. No que diz respeito às castas, temos uma extensa lista de castas, com a Tinta Roriz ou Aragonez a assumir o papel mais importante (11%), seguindo-se a Touriga Franca e Touriga Nacional (ambas com 7%), Fernão Pires (6%) e Castelão ou Periquita (5%).



Figura 24 - Evolução da Área de Vinho por Vinha | 2000-2020

Fonte: Millennium

O Volume de Negócios do Setor Vinícola, em 2019, foi de 492 milhões de euros, tendo observado um muito significativo crescimento desde 2009, nomeadamente 112%. O Setor da Vinha, em 2019, representou 8% do Volume de Negócios da Agricultura, produção animal, caça e atividade de serviços relacionados com os anteriores. Na última década, a Agricultura, produção animal, caça e atividade de serviços relacionados com os anteriores observou um crescimento de 69% no seu Volume de Negócios.

Três quartos das Empresas do Vinho são microempresas; as PME geraram 70 % do volume de negócios do setor. O Porto é o distrito onde é gerada a maior parcela do Volume de Negócios do Setor, mas é em Vila Real e Évora que este assume maior importância relativa. O peso do Setor Vinícola no Setor Agrícola foi reforçado em 1,6% nos últimos dez anos, ou seja, um crescimento de 7,8%/ano versus 5,4%/ano.

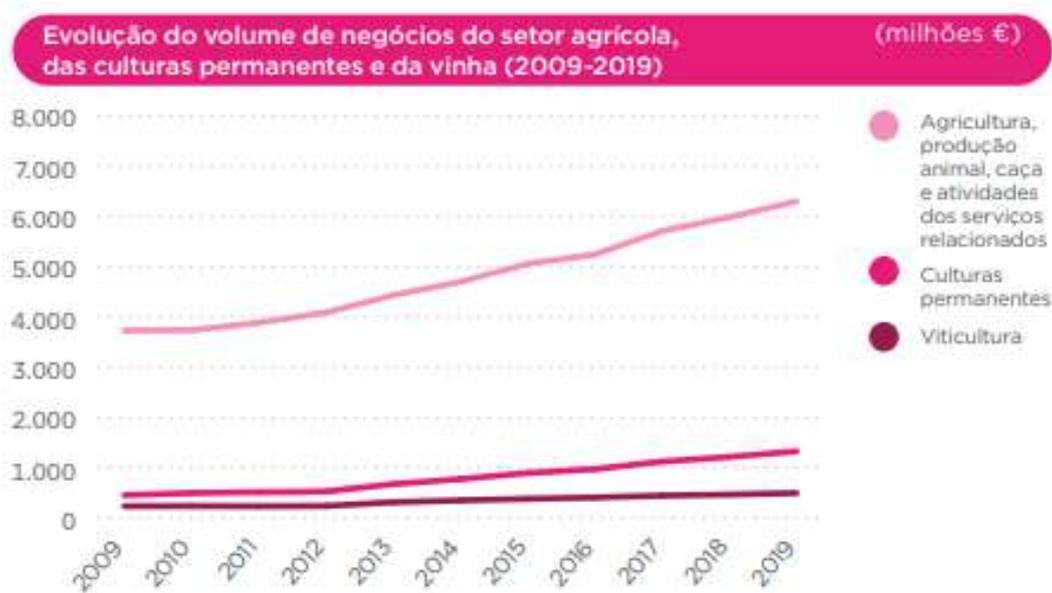


Figura 25 - Evolução do Volume de Negócios | 2009-2019

Fonte: Millennium

- **Setor Terciário**

O Setor Terciário tem tido uma grande evolução na Economia Nacional e Mundial ao longo dos tempos, com um grande peso na Economia e no Produto Interno Bruto dos países.

Este Setor, predominante nas economias modernas, tem verificado um crescimento contínuo nas últimas quatro décadas. O Setor dos Serviços passou a contribuir de forma significativa para a criação de riqueza, em detrimento da agricultura e da indústria, tornando-se visível o aumento considerável do peso dos serviços nas economias. Atualmente, é o Setor que tem mostrado maiores níveis de desenvolvimento durante os últimos anos, apresentando valores extremamente positivos para a Europa em termos de Emprego e de Valor Acrescentado Bruto.

No que diz respeito ao fenómeno da terceirização, existem vários fatores determinantes, um deles é o aumento da procura de serviços intermédios devido à interdependência entre bens e serviços, o que impulsiona o crescimento do emprego neste Setor.

A expansão do Setor Terciário encontra-se também associado ao padrão de consumo das famílias que se alterou consoante o rendimento disponível. Como podemos analisar no Gráfico, em 1995 o Rendimento Disponível das Famílias foi de aproximadamente 65.385,50 €, já em 2020 foi de 142.469,90€ o que representa um aumento de 218%.

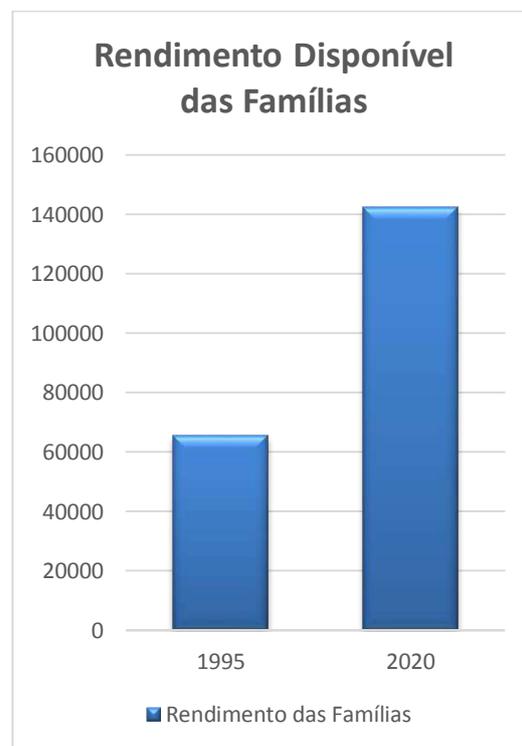


Figura 26 - Rendimento Disponível das Famílias

Fonte: PorData

Quanto mais elevados forem os rendimentos disponíveis das famílias, menor será o Quociente Orçamental em bens de consumo e maior é a proporção em bens e serviços. Como podemos analisar no Gráfico o Consumo das Famílias aumentou proporcionalmente ao seu Rendimento, a Alimentação, Bebidas e Tabaco, os Transportes e Comunicações e os Restaurantes e Hotéis foram as atividades onde as Famílias mais consumiram em 2019.

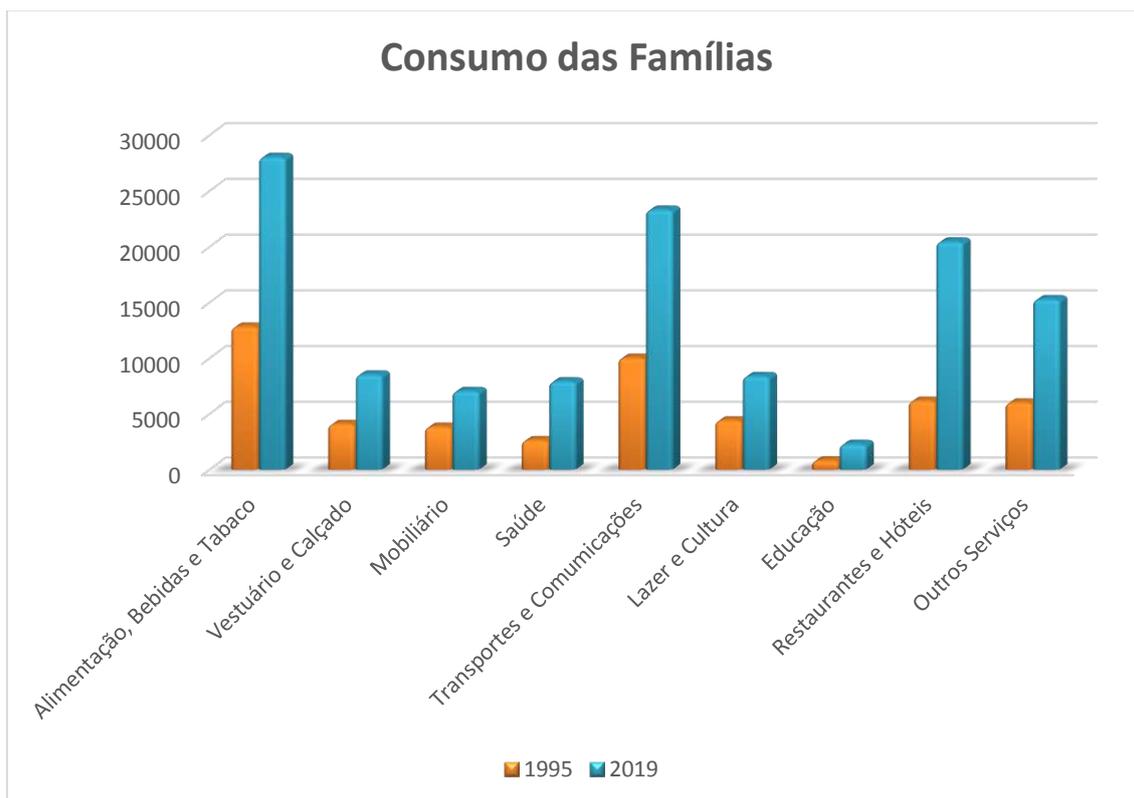


Figura 27 - Consumo das Famílias

Fonte: PorData

Atualmente, o Setor Terciário é a Base Económica de Portugal, porém mais marcante em algumas áreas, principalmente na Área Metropolitana de Lisboa. Como podemos analisar no gráfico, o Volume de Negócios das várias atividades do Setor Terciário é muito elevado em Lisboa, de seguida no Centro e no Norte. Do ano 2009 para o de 2019 todas as regiões aumentaram o seu Volume de Negócios, mas Lisboa e o Norte foram as regiões com maior crescimento.

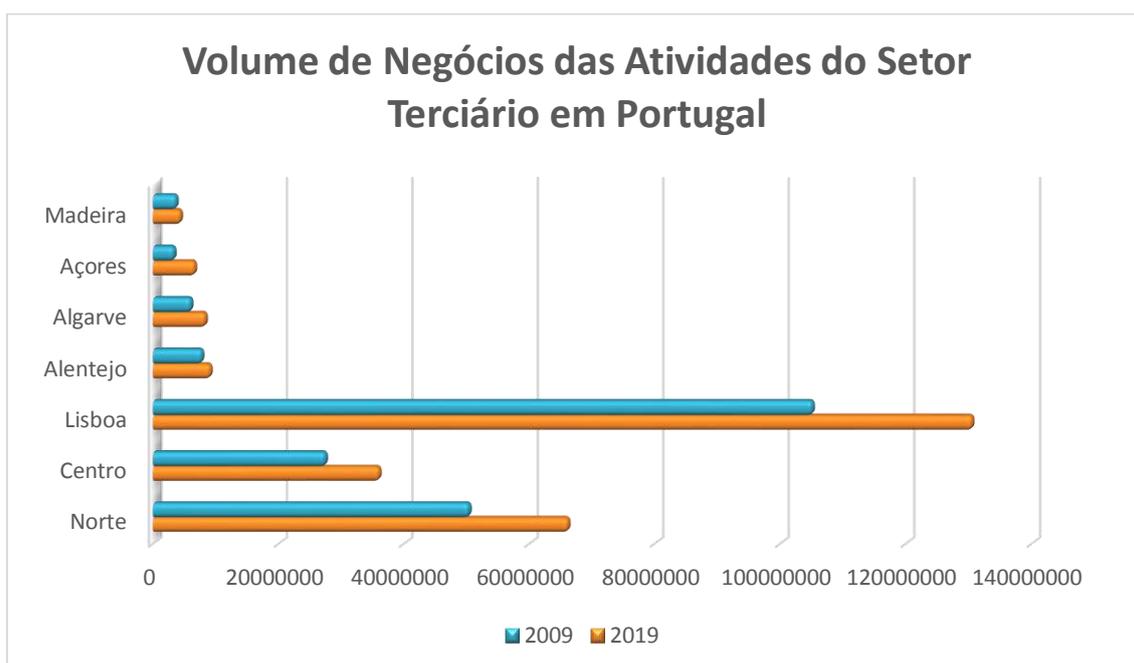


Figura 28 - Volume de Negócios das Atividades do Setor Terciário em Portugal

Fonte: PorData

○ Enoturismo

Em Portugal o Enoturismo tem ganho força, sendo um dos Setores em franco crescimento com potencial no país. Representa um elemento importante cuja capacidade impulsionadora não se resume apenas à dimensão económica, mas também tem repercussões a nível social como potenciador do desenvolvimento local sustentável.

Em relação aos dados sobre o turismo, nomeadamente no que diz respeito ao Setor do Enoturismo, em Portugal, foi registado um crescimento do volume de negócios de 18% entre os anos de 2011 e 2015 este número tem vindo a aumentar, registando em 2018, 2,5 milhões de turistas no segmento do enoturismo (face a 2,2 milhões de enoturistas em 2016).

Como podemos ver nos gráficos em baixo, o maior Volume de Negócios no Enoturismo é no Porto, porém, tem maior relevância o peso do Volume de Negócios em Évora.



Figura 29 - Volume de Negócios no Enoturismo

Fonte: Banco de Portugal

De acordo com dados divulgados pelo Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), Portugal é o terceiro país a nível mundial com maior variedade de castas autóctone, é o oitavo maior exportador mundial de Vinho engarrafado; nono país no mundo com maior área de vinha; décimo primeiro produtor de Vinho a nível mundial (com mais de 190 mil hectares de vinha no território português), trinta e uma denominações de origem protegida e catorze denominações de indicação geográfica.

No que respeita ao universo do enoturismo, de acordo com a Associação Rota dos Vinhos de Portugal existem treze rotas do Vinho localizadas:

- Vinhos Verdes - abarca nove sub-regiões: Amarante, Ave, Baião, Basto, Cávado, Lima, Monção/Melgaço, Paiva e Sousa; Douro e Porto – abrange as encostas do Douro Vinhateiro;
- Dão – abrange sete sub-regiões: Alva, Besteiros, Castendo, Serra da Estrela, Silgueiros, Terras de Azurara e Terras de Senhorim;
- Beira Interior - engloba três sub-regiões produtoras de Vinho: Castelo Rodrigo, Cova da Beira e Pinhel;
- Bairrada - abrange oito municípios: Águeda, Anadia, Aveiro, Cantanhede, Coimbra, Mealhada, Oliveira do Bairro e Vagos; Tejo;
- Lisboa – abarca as regiões: Arruda dos Vinhos, Alenquer, Torres Vedras, Óbidos e Lourinhã; Bucelas, Carcavelos e Colares, Península de Setúbal;
- Alentejo – reúne oito sub-regiões: Borba, Évora, Granja-Amareleja, Moura, Portalegre, Redondo, Reguengos e Vidigueira;
- Algarve – abarca os quatros municípios: Lagoa, Lagos, Portimão e Tavira;
- Regiões autónomas da Madeira e dos Açores, abarcando as três Denominações de Origem: Pico, Graciosa e Biscoitos (na Ilha Terceira).

Note-se que no ano de 2019 foi criada a primeira rota privada de enoturismo, denominada, Rota de Enoturismo do Douro.

Impacto da COVID-19 nos Setores de Atividade

A 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de uma nova estirpe de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos.

Uma semana depois, a 7 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de Coronavírus. Os coronavírus estão por toda a parte. Eles são a segunda principal causa de gripe comum (após rinovírus) e, até as últimas décadas, raramente causavam doenças mais graves em humanos do que a constipação comum.

Ao todo, sete coronavírus humanos (HCoVs) já foram identificados: HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63, HCoV-HKU1, SARS-COV (que causa síndrome respiratória aguda grave), MERS-COV (que causa síndrome respiratória do Oriente Médio) e o, mais recente, novo coronavírus (que no início foi temporariamente nomeado 2019-nCoV e, a 11 de fevereiro de 2020, recebeu o nome de SARS-CoV-2). Esse novo Coronavírus é responsável por causar a doença COVID-19.

A OMS tem trabalhado com autoridades chinesas e especialistas globais desde o dia em que foi informada, para aprender mais sobre o vírus, como ele afeta as pessoas que estão doentes, como podem ser tratadas e o que os países podem fazer para responder a esta nova doença.

A 21 de fevereiro de 2020 é registado um aumento significativo dos casos de Covid-19 no norte de Itália. Ao mesmo tempo, muitos outros Estados-Membros da União Europeia começam a comunicar casos de pessoas infetadas, Portugal registou o primeiro caso confirmado de COVID-19 a 2 de março de 2020.

O Serviço Nacional de Saúde lidou com a pandemia sem grandes interrupções. A capacidade total dos cuidados intensivos nunca foi alcançada. Este facto ficou em parte a dever-se a uma quebra na procura de serviços de saúde por parte de pacientes com doenças não relacionadas com a COVID-19. Tal como sucedeu na maioria das economias mais avançadas, o sistema de saúde não estava suficientemente preparado para enfrentar esta emergência.

O clima económico deteriorou-se rapidamente depois de uma queda significativa em março, o indicador de sentimento económico da Comissão Europeia para Portugal caiu em abril para 66,9 pontos, o valor mais baixo alguma vez registado e muito abaixo da média de longo prazo de 100.

O colapso estendeu-se a todos os indicadores de confiança estimados pelo INE. No primeiro trimestre de 2020, o PIB real caiu 2,4% (em termos homólogos) e 3,9% (face ao trimestre anterior). No melhor cenário, o PIB só irá atingir o nível pré COVID-19 depois de 2022, enquanto o emprego total pode levar mais tempo a recuperar.

Em maio os casos começaram a diminuir e em junho a pandemia parecia estar quase controlada na Europa, mas não em Portugal. Apesar do decréscimo de casos, o verão foi marcado por surtos na região de Lisboa e Vale do Tejo. No final do verão, os casos começaram novamente a aumentar. Portugal voltou à situação de calamidade em outubro e a 9 de novembro à situação de emergência. A segunda vaga foi mais mortífera e preocupante. Segundo as autoridades de saúde o pico foi atingido a 25 de novembro e o dia com mais casos, até ao início da vacinação, foi a 19 de novembro, com 6.994 casos.



Figura 30 - Casos COVID-19 em 2020

Fonte: Eco.Sapo

O maior esforço científico conjunto do mundo, que se viveu nos últimos anos, acabou por resultar no desenvolvimento de uma série de vacinas. Ainda em 2020, chegou a tão ansiada primeira aprovação da vacina contra a Covid-19 desenvolvida pela *Pfizer* e *BioNTech*. A Agência Europeia do Medicamento aprovou a vacina da farmacêutica a 21 de dezembro e a vacinação começou nos países da União Europeia, incluindo Portugal, a 27 do mesmo mês.

As Administrações Públicas registaram até novembro de 2021 um défice de 6 651,6 milhões de euros, que reflete uma melhoria de 2 219,2 milhões de euros em termos homólogos, resultado de um crescimento de 8,6% da receita superior em 3,6 pontos percentuais ao da despesa. O saldo primário situou-se em 60,3 milhões de euros, mais 1 645,5 milhões de euros do que em novembro de 2020.

O aumento da receita em 8,6% (6 382,9 milhões de euros face ao período homólogo) decorre, essencialmente, da evolução positiva da receita fiscal e contributiva (+3 672 milhões de euros), reflexo da evolução positiva da atividade económica e do mercado de trabalho. A receita fiscal cresceu 5,1% (2 193,9 milhões de euros), influenciada, em grande medida, pelo IVA, IRS e imposto municipal sobre transmissões de imóveis, atenuado em parte pelo decréscimo verificado na receita do IRC e da derrama.

As contribuições para a Segurança Social cresceram 7,4% (1 478,1 milhões de euros). A receita não fiscal e não contributiva registou um aumento de 2 710,9 milhões de euros, influenciada: pelas transferências de fundos europeus, em particular, as recebidas por antecipação de verbas, no âmbito do instrumento de Assistência da Recuperação para a Coesão e os Territórios da Europa (REACT-EU) e do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR); e pelas outras receitas correntes, que incluem, em particular, a receita proveniente do leilão de atribuição dos direitos de utilização de frequências de nova geração de redes móveis 5G, as receitas geradas pelos leilões das licenças de emissão de gases com efeito de estufa no âmbito do Comércio Europeu de Licenças de Emissão e o recebimento dos dividendos da Caixa Geral de Depósitos

O conhecimento científico sobre a infeção pelo SARS-CoV-2 e a COVID-19 aumentou e está em permanente evolução, exigindo de todos uma constante adaptação. Existe uma maior experiência por parte dos decisores, dos profissionais de saúde e serviços sociais, uma maior consciencialização social e um nível de imunidade superior, adquirido através da vacinação ou da doença natural.

A pandemia da Covid-19 representou um choque sobre a saúde pública mundial como um impacto económico sem precedentes na história recente, refletindo efeitos adversos, tanto do lado da procura como do lado da oferta, generalizados a um conjunto muito alargado de países.

Este choque na Economia terá efeitos negativos ao nível da produção, do emprego, da produtividade, do sistema financeiro e da confiança dos agentes económicos que, contudo, deverão ser mitigados pelas medidas, entretanto implementadas, quer a nível nacional, quer a nível internacional. A incerteza sobre a duração, magnitude e dispersão geográfica tornam particularmente difícil a quantificação destes impactos na Economia.

No contexto do estado de emergência e de calamidade pública, tendo em conta o lado da oferta, regista-se um impacto negativo associado a uma potencial destruição de capacidade produtiva decorrente de problemas na cadeia de fornecimento, com interrupção de diversas cadeias de valor a nível global e de restrições à atividade e fecho de empresas, ao que acresce um maior absentismo devido à doença ou assistência à família.

- **Setor Primário**

No que diz respeito ao impacto da Covid-19, todos os Setores Económicos estão a ter consequências com o mesmo, porém o Setor Primário foi o menos afetado. Como podemos analisar no gráfico, a Agricultura e outros recursos naturais tiveram apenas 2% de alto impacto.

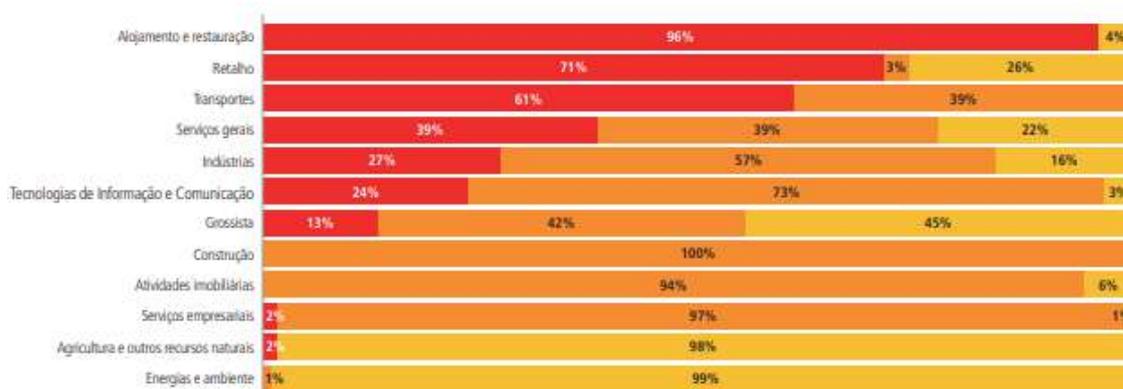


Figura 31 - Distribuição por Setor de Atividade e Respetivo Impacto

Fonte: Informa - 2020

A População empregada por conta de outrem e por nível de escolaridade completo teve o decréscimo mais acentuado no Setor Primário, pois os postos de trabalho onde se encontram têm pessoas mais idosas e que recebem um menor salário, sendo as mais vulneráveis aquando de uma pandemia e crise económica.

Como podemos ver no gráfico apresentado em baixo, em consequência do Coronavírus, a população empregada no Setor Primário de 2019 para 2020 diminuiu 5,4 pontos percentuais sendo o Setor onde a percentagem de um ano para o outro foi a maior.



Figura 32 - População Empregada 2019 - 2020

Fonte: INE – 2021

Numa primeira fase da pandemia, houve uma tendência para o aumento da procura de produtos de sobrevivência, também conhecidos como bens de primeira necessidade, seguido de produtos de degustação e de entretenimento.

Segundo um estudo, nas primeiras duas semanas do surto, existiu um aumento de 100% a 130% nas vendas de comida já preparada, congelados, frescos, água engarrafada e produtos básicos como arroz, conservas, leite, legumes, massa, papel higiénico, entre outros. Apesar do contexto de quase «necessidade de sobrevivência», nesta fase, comprar o que é nacional tem sido uma preocupação do consumidor. No entanto, esta é uma tendência que já se tem verificado há algum tempo. Dado o impacto económico da pandemia, tem-se verificado uma maior solidariedade em torno da produção nacional.

○ Setor Vinícola

Portugal é autossuficiente em Vinho, produzindo mais do que consome e apresentando, tradicionalmente, graus de autoaprovisionamento acima dos 100%.

Na campanha 2019/2020, a produção vinícola registou um acréscimo de 7,7% face a 2018/2019, acompanhado por um forte decréscimo das importações (-25,0%). O consumo humano registou um decréscimo expressivo de 14,2% em relação à campanha anterior, situando-se nos 44,9 litros por habitante em 2019/2020 (52,4 litros na campanha 2018/2019), o que melhorou o grau de autoaprovisionamento em 21,9 pontos percentuais correspondendo a 126,1% (104,2% na campanha 2018/2019).

De realçar que este decréscimo do consumo humano, ao qual não será alheio o decrescente fluxo de turismo e a paralisação do setor da restauração, se verificou principalmente nos Vinhos de Origem Protegida e Outros Vinhos. De referir, ainda, uma diminuição significativa das exportações de Vinho (-13,2%) em relação à campanha anterior, correspondendo a 392 mil hectolitros.

Este decréscimo, resultante das limitações impostas pela pandemia COVID-19 na Europa, verificou-se em todos os Vinhos. No entanto, a diminuição do fluxo para o mercado comunitário foi minimizada pelas exportações para países terceiros.

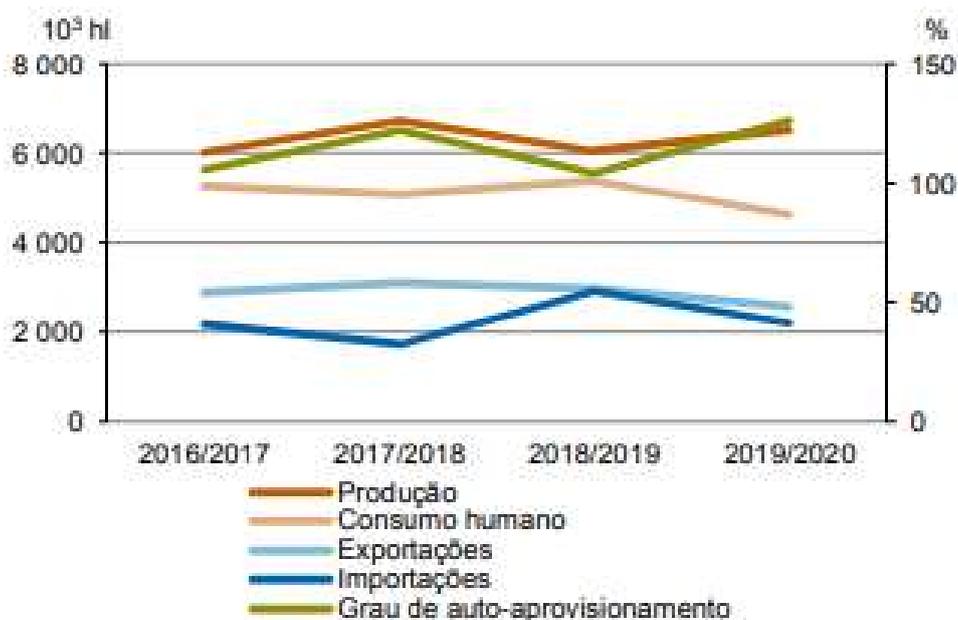


Figura 33 -Balanço de Aprovisionamento do Vinho

Fonte: INE – 2020

- **Setor Terciário**

A pandemia da Covid-19 não impactou da mesma forma os Setores de Atividade Económica, mas o Setor mais afetado foi o Setor do comércio de bens e prestação de serviços (Figura 29).

O Setor do Comércio a retalho de produtos não alimentares foi afetado pela crise em duplo sentido. Por um lado, a sua atividade foi em grande medida suspensa com a aprovação do Decreto-Lei nº 14-A/2020, de 18 de março, que declarou o Estado de emergência para a gestão da situação de crise sanitária provocada pela Covid-19.

Por outro, a deterioração prevista da conjuntura económica e o aumento do desemprego, com a conseqüente incidência no rendimento disponível das famílias, permitem antever um comportamento desfavorável das vendas do Setor. Semelhante evolução é expectável para a atividade em Setores fornecedores de bens de consumo duradouro, como móveis, eletrodomésticos ou produtos eletrónicos, bem como em outros de consumo imediato como o do têxtil / vestuário ou calçado.

A suspensão de abertura ao público, estipulada no referido Decreto-Lei nº 14-A/2020, de outros espaços como museus, bibliotecas e monumentos, assim como de recintos onde se realizam espetáculos públicos teve também um forte impacto negativo a curto prazo na atividade do setor de outras atividades culturais e de lazer.

O turismo representa uma grande fatia das receitas do Estado (8,7% do PIB em 2019). No ano de 2020, houve um marcante decréscimo no número de turistas, em virtude da insegurança das pessoas causada pela pandemia, tanto a nível económico, como pelo risco de contrair a doença.

Isto levou a que muitos estrangeiros preferissem não se deslocar para outro país nas férias, o que abalou grande parte da economia nacional, com maior destaque na região do Algarve, que no verão recebia milhões de turistas.

Esta contrariedade deveu-se também às viagens relacionadas com trabalho, visto que este passou a ser maioritariamente *online*, como se pode analisar em abril, quando uma grande percentagem das viagens é atribuída ao trabalho e menos ao lazer.



Figura 34 - Passageiros no Aeroporto 2019 - 2020

Fonte: INE - 2020

Em 2020, o saldo da componente viagens e turismo da balança de pagamentos foi positivo em 4958 milhões de euros, mas inferior aos 13 108 milhões de euros registados em 2019. As quedas das exportações e importações face ao ano anterior foram as maiores de toda a série: 58% e 46%, respetivamente.

As viagens e turismo refletem os gastos efetuados por não residentes em Portugal no âmbito de uma viagem ou estadia a Portugal (exportações) e os gastos efetuados por residentes em Portugal durante as suas estadias no exterior (importações). Estes gastos incluem, por exemplo, despesas em alojamento, serviços de alimentação e restauração, culturais e de lazer, entre outros.

- Enoturismo

Como já foi referido anteriormente, o Setor do Turismo foi dos mais afetados em Portugal, pois com os fechos das fronteiras Portugal não pode receber turistas, e o Setor do Enoturismo não foi exceção.

Para um estudo mais detalhado, a *Winetourism.com* apresentou o Relatório Global do Impacto Covid-19 no Enoturismo. Foi distribuído um questionário *online* às adegas em Portugal para analisar o impacto financeiro que a pandemia teve nas adegas, bem como a perspetiva futura das adegas no Enoturismo.

A primeira pergunta do inquérito foi: “Qual o volume de negócios da sua adega em enoturismo durante 2020 em comparação com o ano anterior?”.

Como podemos analisar no Gráfico, a maioria dos inquiridos respondeu que teve uma perda de 50 a 80%, o que é uma grande perda no Volume de Negócios.

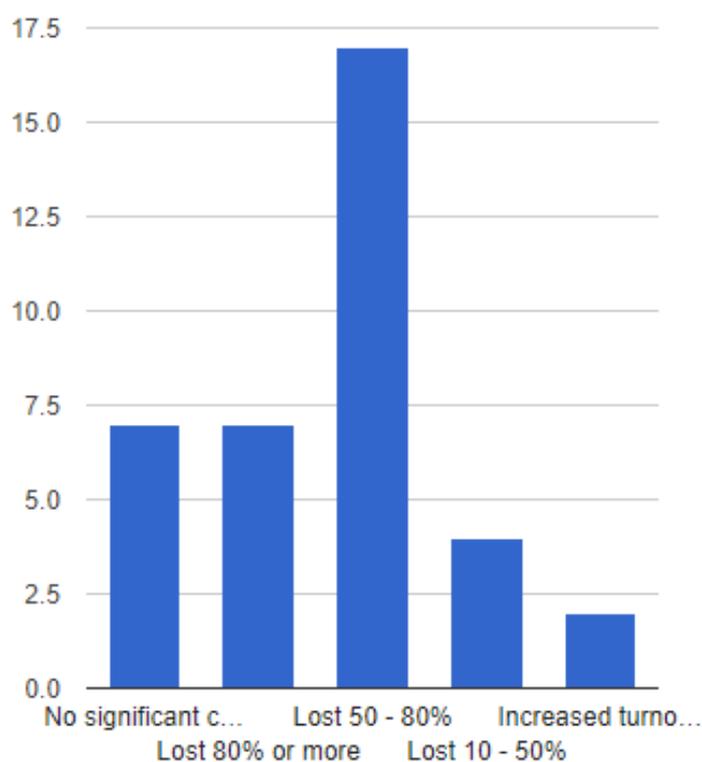


Figura 35 - Volume de Negócios das adegas em enoturismo em 2020

Fonte: Winetourism

A pergunta a seguir já foi relacionada com o número de turistas internacionais: “Qual é o nível de visitantes internacionais na sua adega durante 2020 em comparação com o ano anterior?”. Como podemos analisar no Gráfico, as Empresas perderam mais de 90% dos seus visitantes internacionais.

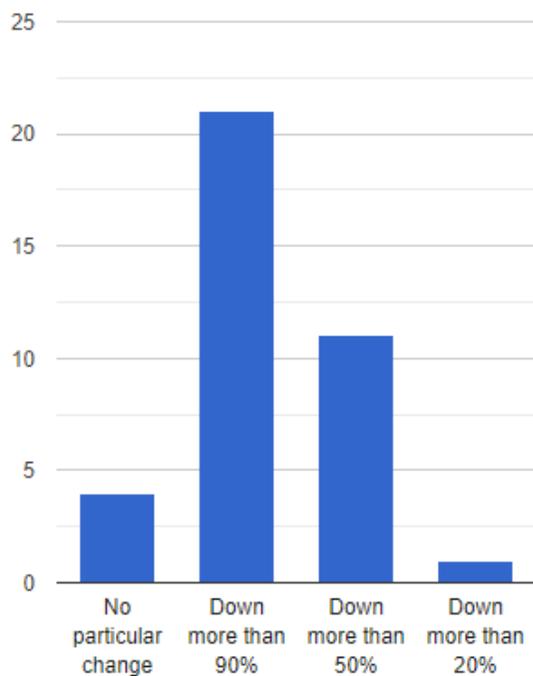


Figura 36 - Comparação do número de visitantes

Fonte: Winetourism

De seguida, a pergunta do questionário foi tentar entender qual é a provisão das Empresas para chegar ao nível “normal”. No Gráfico, conseguimos constatar que as Empresas acreditam que o seu nível será atingido de novo em 2022.

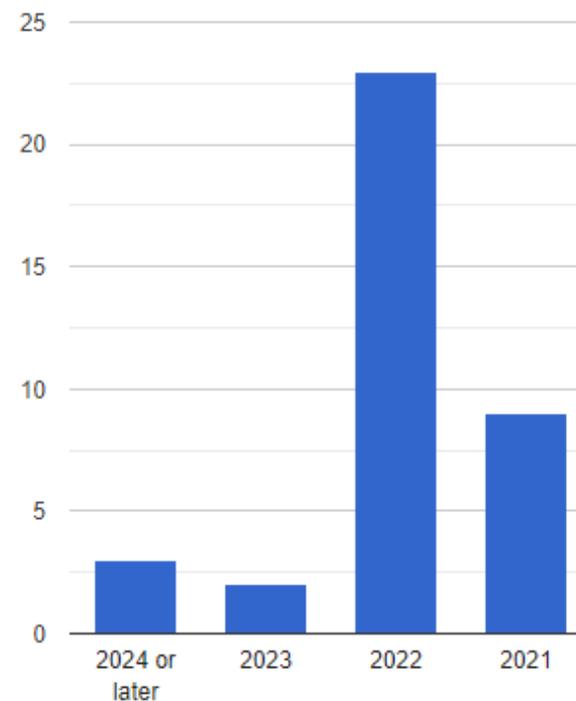


Figura 37 - Provisões para o Futuro do Enoturismo

Fonte: Winetourism



A pergunta seguinte foi: “Qual será o investimento da adega no enoturismo pós covid-19?”. A maior parte dos inquiridos disse que não sabe, pois, os dados ainda não se sabem concretamente.

Por fim, foi perguntado aos inquiridos: “Como vê o desenvolvimento do enoturismo na sua região nos próximos 10 anos?”. Tal como referi anteriormente, acredita-se que o Enoturismo vai ter um crescimento exponencial.

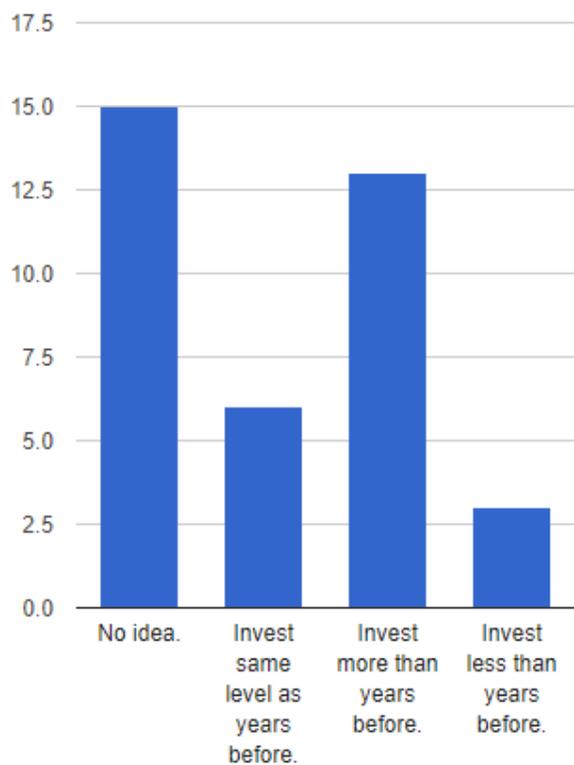


Figura 38 - Investimento necessário para o Futuro

Fonte: Winetourism

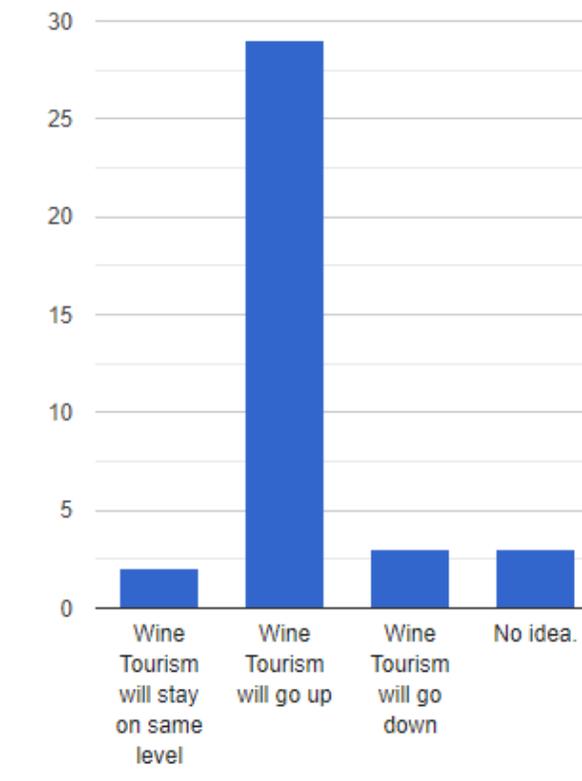


Figura 39 - Crescimento do Enoturismo

Fonte: Winetourism



Impacto da Guerra Rússia-Ucrânia

- **Europa**

A 24 de fevereiro de 2022, a Rússia lançou uma invasão militar em larga escala contra a Ucrânia, um de seus países vizinhos a sudoeste, marcando uma escalada acentuada para um conflito que começou em 2014. Vários analistas chamaram a invasão de a maior invasão militar na Europa desde a Segunda Guerra Mundial.

O nervosismo a que se assistiu nos mercados nas horas seguintes à entrada das forças militares russas na Ucrânia, com quedas dos índices bolsistas e aumentos dos preços do petróleo e dos cereais, foram apenas uma primeira amostra do impacto que a economia mundial pode sofrer num cenário de guerra e sanções económicas de larga escala.

Sem dúvida que as economias potencialmente mais afetadas serão a da Ucrânia e a da Rússia. A Ucrânia, porque passa a ser um cenário de guerra, com paragens drásticas na atividade económica e uma dramática destruição de capital físico e humano. A Rússia, porque irá ser alvo de sanções das principais economias do Ocidente, que têm o potencial para limitar as suas exportações e cortar o acesso ao financiamento, criando as condições para uma desvalorização da divisa (que já está a acontecer), subida da inflação e provavelmente recessão. Portugal, embora com uma exposição direta relativamente reduzida às economias russa e ucraniana, não conseguirá, ainda assim, escapar às consequências negativas do conflito.

O resto das economias, em particular as europeias, não escapam ao choque negativo que resulta do conflito. É verdade que Rússia e Ucrânia têm uma dimensão relativamente reduzida à escala global. O PIB russo, em termos nominais, é cerca de 10 vezes menor do que o chinês e fica apenas ligeiramente acima do espanhol. Mesmo em termos comerciais, se, para a Rússia, a União Europeia é o destino de metade das suas exportações, para os países da UE, a Rússia não representa mais do que 5% do seu comércio total.

A Europa tem uma dependência significativa da Rússia como fornecedor de petróleo e de gás natural e, se essas importações deixarem de ser realizadas, poderia haver problemas em alguns países da UE, principalmente os da Europa de Leste e Central.

No caso da Ucrânia, o que está em causa é o fornecimento de cereais. Em 2020 e nos primeiros 10 meses de 2021 a Ucrânia era o quarto mercado mais importante de importações agro-alimentares para a União Europeia, especialmente milho e trigo.

Mesmo sem que se concretize uma interrupção total das exportações da Rússia, um cenário de subida dos preços dos combustíveis e dos produtos alimentares parece inevitável, e já está aliás a verificar-se. Nos mercados, o cenário confirmou todos os receios: os preços do gás natural chegaram a estar a subir 45%, o barril de petróleo superou a fasquia dos 100 dólares pela primeira vez desde 2014 (quando a Crimeia foi anexada pela Rússia) e os preços da eletricidade tocaram em novos máximos históricos no mercado ibérico.

Nos cereais, a cotação do milho e do trigo registaram subidas da ordem dos 10%, atingindo, no caso deste último, o valor mais elevado dos últimos dez anos.

Preço do petróleo dispara

Preço do barril de Brent (em dólares)*



*Valor mais elevado atingido durante a negociação

Fonte: Reuters

PÚBLICO

Figura 40 - Aumento do Preço de Petróleo

Esta subida de custos acontece, ainda para mais, num momento em que a economia mundial já enfrenta uma alta da inflação muito significativa, que já vinha sendo motivada em parte pelo aumento dos custos dos bens energéticos.

Um aumento dos custos dos bens energéticos e alimentares, combinados com a incerteza trazida por um conflito militar de grandes dimensões, proporciona aos agentes económicos, com menos poder de compra, retraiam os seus níveis de consumo e adiem as suas decisões de investimento.

Tudo junto – e com os bancos centrais de pressionados a oferecerem estímulos à economia – torna-se provável um abrandamento da economia, se não mesmo uma estagnação. O banco norte-americano foi o primeiro a baixar as suas previsões para o crescimento da economia da UE durante este trimestre, de 1,5% para 1%, e, numa perspetiva ainda mais sombria, Vítor Constâncio, ex-vice-presidente do BCE, alertou que, num cenário de sanções totais, uma recessão na Europa pode ser inevitável.

- **Portugal**

A economia portuguesa é, devido essencialmente à posição geográfica do país, uma das menos expostas da União Europeia às economias russa e ucraniana. Por isso, num cenário de corte dos fluxos comerciais e de investimento entre Portugal e estes dois países, seja por causa de sanções, seja por causa do conflito militar, o efeito em indicadores como as exportações ou o investimento seria relativamente mais pequeno no caso da economia portuguesa do que de outras economias europeias.

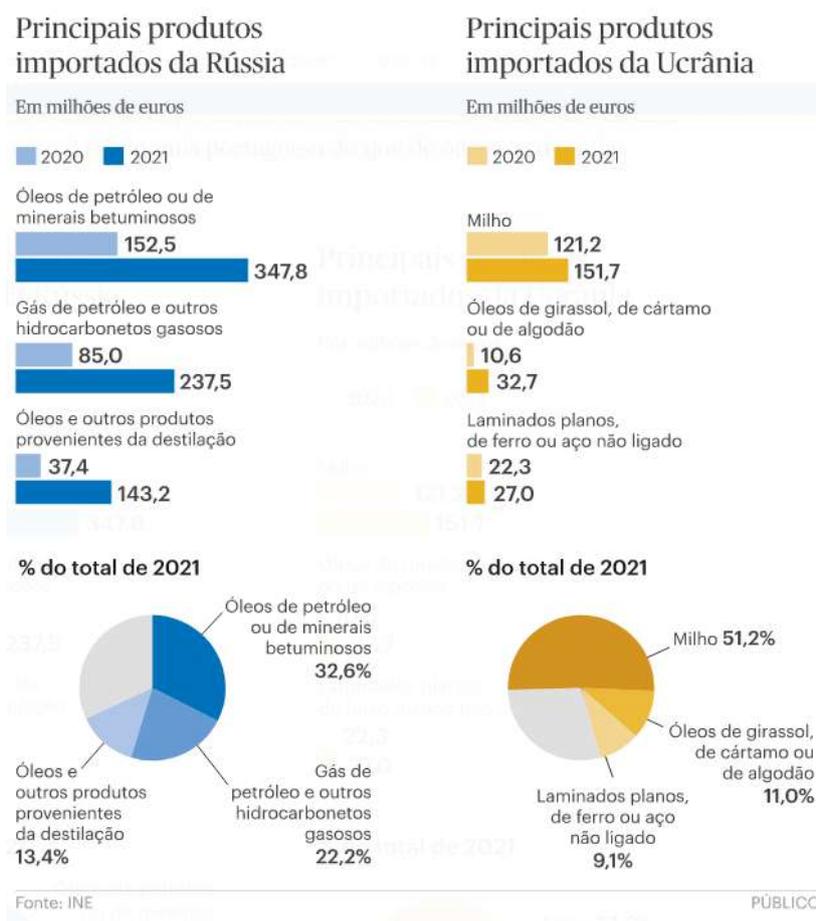


Figura 41 - Principais produtos importados

No comércio de bens, a Rússia é o 13.º fornecedor de Portugal, representando 1,29% dos fornecimentos e apenas o 37.º cliente, com 0,28% da quota de exportações. Já a Ucrânia, é o 68.º cliente de Portugal (absorvendo 0,06% das exportações de bens) e o 30.º fornecedor (0,36% das importações).

Alguns setores de atividade, contudo, têm mais a perder do que outros. Portugal vende à Rússia principalmente cortiça. E a Rússia vende fundamentalmente combustíveis minerais. O saldo foi claramente deficitário para Portugal, de 890 milhões de euros.

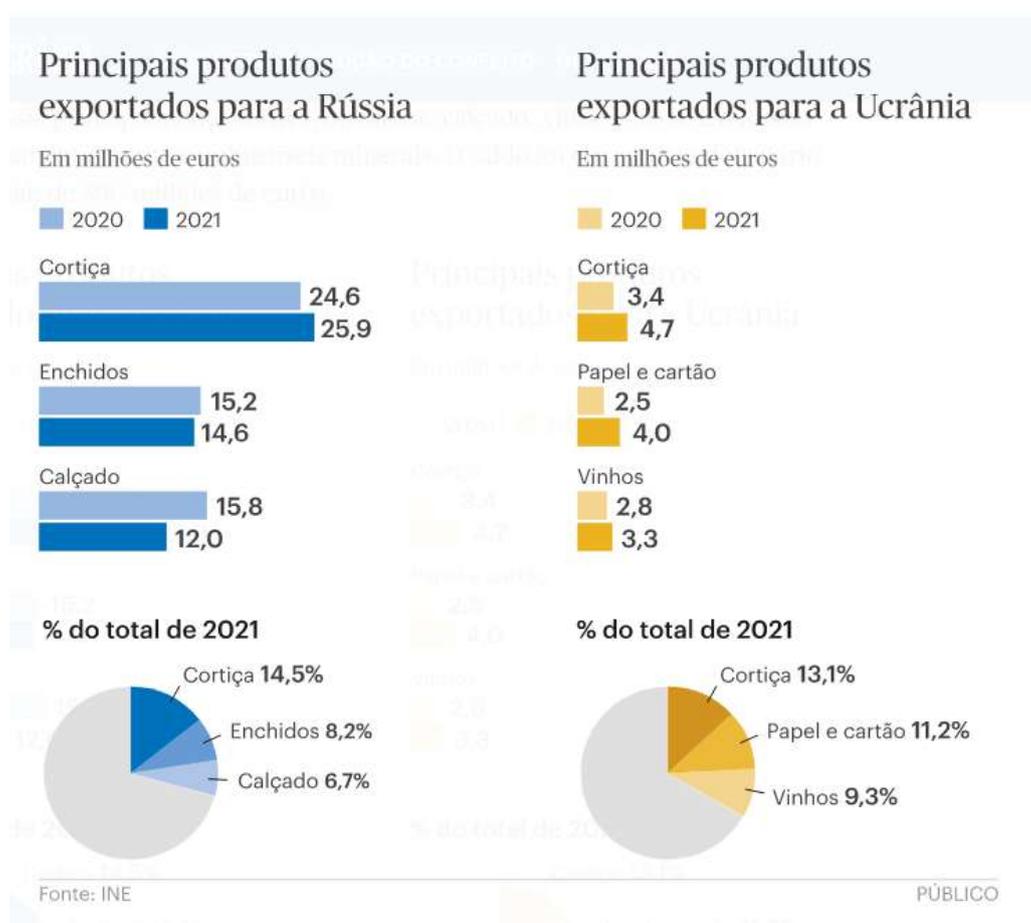


Figura 42 - Principais produtos exportados~

No caso da Ucrânia, os principais produtos vendidos por Portugal é a cortiça, enchidos, calçado, **vinho** e ovos, enquanto que, no sentido contrário o comércio é dominado pelo milho. O saldo comercial é negativo em cerca de 260 milhões de euros.

Em 2020, havia cerca de 900 empresas portuguesas a exportar para a Rússia e Ucrânia.

Em relação ao Turismo, mais uma vez por causa da distância, os volumes de turistas russos e ucranianos a chegar a Portugal não estão entre os mais significativos. No entanto, neste caso, a balança para Portugal é positiva e esse saldo pode ser perdido. As vendas de serviços de turismo à Rússia totalizaram 54,2 milhões de euros em 2021, enquanto para a Ucrânia, o valor foi de 35,5 milhões.

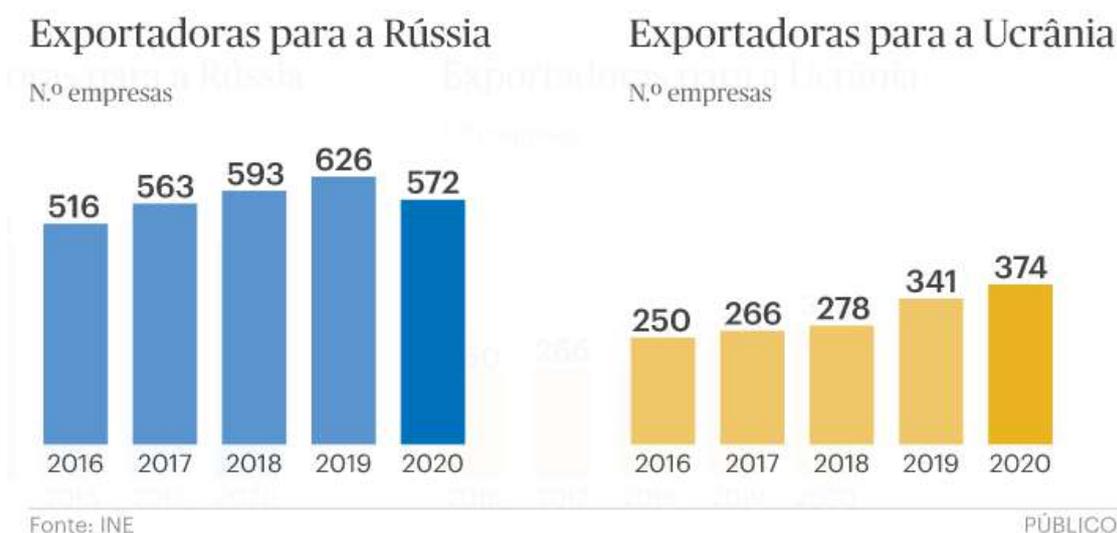


Figura 43 - Empresas exportadoras

Apesar das provisões feitas sobre a taxa de inflação (Capítulo: **Estudo Macro Económico**) com o surgimento da Guerra, os dados alteraram-se.

As novas previsões da Comissão Europeia colocam Portugal como o país com uma taxa de inflação mais baixa (4,4%) em 2022 entre os 27 Estados-membros da União Europeia. A média da Zona Euro situa-se nos 6,1% com o valor mais elevado a ser registado pela Lituânia (12,5%).

Apesar de ser elevada em termos históricos para Portugal, os 4,4% de 2022 correspondem à taxa mais baixa entre os 27 Estados-membros. A mais elevada é a da Lituânia, segundo as novas previsões da Comissão Europeia, com 12,5%.

Em relação à evolução dos preços nos próximos meses, a expectativa da Comissão Europeia coincide com a do Governo: a inflação deverá ter um “pico” no segundo trimestre de 2022, desacelerando “gradualmente” a partir daí até ao final do ano.

Na conferência de imprensa de apresentação das previsões, *Paolo Gentiloni*, o comissário europeu para a economia, reafirmou a ideia de que a inflação vai desacelerar ao longo do ano, ainda que se tenha tornado maior, mais ampla e mais persistente em comparação com as previsões de fevereiro. Aos Estados-membros recomendou que utilizem medidas temporárias e focadas nos mais prejudicados, evitando a indexação de salários à inflação.

- **Crise Humanitária**

Desde o final de fevereiro, o Comité Internacional da Cruz Vermelha (CICV) trabalha dia após dia para chegar às pessoas civis necessitadas, em Mariupol e outras cidades onde elas estão encurraladas. A organização pediu repetidamente acesso para a saída voluntária e segura de civis dessas áreas e a entrada de ajuda humanitária imparcial, instando pelo respeito ao princípio da humanidade e ao Direito Internacional Humanitário.

À medida que o conflito armado internacional na Ucrânia avança, o nível de morte, destruição e sofrimento que continua a ser infligido às pessoas civis é aberrante e inaceitável.

Mais de 4 milhões de pessoas deixaram suas casas em países vizinhos, e mais de 6,5 milhões de pessoas ainda na Ucrânia foram deslocadas de suas casas. Centenas de milhares estão encurraladas em cidades desesperadas por conseguir uma fuga segura.

Desde o início do conflito, o CICV vem dialogando com autoridades russas e ucranianas sobre suas obrigações segundo o Direito Internacional Humanitário (DIH) e quais medidas práticas devem ser tomadas para limitar o sofrimento de civis e daquelas pessoas que não participam mais das hostilidades, incluindo feridos, doentes e prisioneiros de guerra.

Para grande preocupação do CICV, as partes ainda precisam cumprir muitas de suas principais obrigações no âmbito do DIH ou chegar a um consenso sobre questões-chave que somente elas podem cumprir de forma concreta

Portugal deve receber cerca de 30.000 ucranianos que trazem um conjunto de conhecimentos consigo que irão fazer emergir um *mindset* diferente daquele que Portugal está habituado.

As Empresas já perceberam que poderá haver uma nova força de trabalho que trabalha mais e reclama menos. Se recebermos 30 000 ucranianos, com bom raciocínio crítico, com habilidades ao nível da resolução de problemas, com boa formação e habituados a trabalhar duro, é possível que o perfil de trabalho em Portugal se altere.

Os pedidos de trabalhadores ucranianos pelas Empresas portuguesas dispararam. De repente, aparecem o equivalente a mais de um ano do número de saídas das universidades e politécnicos portugueses, com experiência profissional e com qualidades superiores.

É precisamente por isso que as crises, e como a palavra diz, são muitas vezes oportunidades. A mão de obra virá com força e virá qualificada. Serão engenheiros, serão gestores, serão psicólogos, serão médicos, serão economistas, serão informáticos e serão de todas as profissões fortes e poderão ameaçar o *status quo*.

Seria bom que os portugueses pensassem nisto a sério. A oportunidade para os que cá estão é precisamente a de alterarem o seu *mindset* em relação ao trabalho. É trabalharem mais, é aprenderem mais, é estudarem mais, é darem-se mais, é integrarem-se melhor nos seus contextos de trabalho.

Influência do Digital nos Setores de Atividade

A transformação digital é já uma realidade do cotidiano das organizações e a base para a criação de novos modelos de negócio. A utilização da *Internet* e da inovação digital originou o surgimento de novos processos, formas de comunicar, entre outros.

Há quem pense que a transformação digital é um esforço de Tecnologias de Informação (TI) ou que envolve melhorar a experiência do cliente, além de uma infinidade de outras ideias e definições. Porém, a transformação digital não é um conceito para o futuro, e sim algo que as Empresas hoje em dia têm de dar o máximo de atenção. Por isso, é preciso entender exatamente o que significa esta transformação, qual o seu impacto na sociedade e como aplicá-la nos processos de negócio.

A geração Z é composta por pessoas que nasceram a partir de 1994 e são consideradas *nativos digitais*. De acordo com a **Fast Company**, até 2020 a geração Z representará 40% de todos os consumidores. Essa geração serão as pessoas que mais cobrarão estas mudanças e esse futuro não está distante. Hoje em dia, os mais velhos da geração já estão no mercado de trabalho.

Por serem multitarefas e poderem processar informações mais rapidamente do que qualquer geração anterior, os membros desta geração estão a eliminar práticas de *marketing* que estão a cair em desuso, são capazes de consumir conteúdos digitais em multitelas, usando uma ampla gama de dispositivos de forma simultânea. Além disso, já têm poder de compra e esperam que as empresas sejam digitais.

Assim, as Empresas são encarregues de fornecer às gerações a tecnologia de espaço de trabalho digital que melhorará a experiência dos funcionários, com o objetivo de atender as diferentes expectativas e preferências.

- **Setor Primário**

No Setor Primário, a Agricultura é um setor tendencialmente conservador nas suas práticas e, por isso, mais lento na adoção de novas tecnologias, o que justifica que seja, até à data e entre os principais Setores de Atividade Económica, aquele em que a adoção das *TI* menos parece ter-se feito notar.

A Agricultura, Pecuária, Silvicultura, Mineração e Pescas são áreas que reconquistam interesse neste momento de rutura de paradigmas sociais, culturais e económicos.

Falar de uma Agricultura inteligente, que recorre ao uso das tecnologias de informação e comunicação para recolher dados, avaliá-los e analisá-los, com o objetivo de retirar conclusões sobre as melhores decisões a tomar no dia-a-dia em termos dos múltiplos aspetos da produção agrícola, significa falar de uma agricultura mais eficiente, que poupa recursos e maximiza resultados e que será cada vez mais um fator determinante para o aumento de produtividade e de capacidade competitiva em termos de produção agrícola.

O futuro já chegou às explorações agrícolas e podemos esperar, a cada colheita, novas tecnologias que permitem tornar a produção agrícola mais rentável e sustentável.

Para que isso possa ser cada vez mais uma realidade, necessitamos, porém, que os nossos produtores tenham a visão necessária para apostar na inovação tecnológica, reforçando por essa via a sua capacidade competitiva, aumentando a sustentabilidade da sua produção e acelerando a redução do fosso que ainda separa Portugal da média europeia em termos de produtividade na agricultura.

- Setor Vinícola

O desenvolvimento do Setor Vinícola tem estado na ordem do dia. A atual situação pandémica que ainda vivemos provocou um impacto negativo no turismo e, conseqüentemente, na hotelaria e na restauração, um dos principais canais de distribuição da produção do Vinho.

A relação entre o consumidor e o produto tem agora várias interfaces: computador, *tablets* e telemóveis. É hoje, mais fácil, para o consumidor ter acesso a toda a oferta existente, conhecer as marcas produtoras e as histórias por detrás de cada vinho. Hoje, a *Internet* dá mais poder aos consumidores. Tal como acontece com outras áreas (exemplo a Gastronomia), a avaliação já não está delimitada aos designados como *experts*. A *Internet* democratizou a forma como se avalia e tornou cada um num potencial especialista que através de fóruns, *blogs*, *apps*, atribui a sua avaliação a cada vinho que consome. Algumas *apps* permitem-lhe inclusive, apontando o telemóvel para qualquer Vinho que esteja numa prateleira de supermercado, saber tudo sobre a origem, preços e avaliação de outros apreciadores.

A digitalização mudou a forma como o consumidor escolhe e compra o Vinho que quer consumir, trazendo grandes desafios aos seus produtores, no que ao posicionamento das suas marcas diz respeito. É preciso conhecer os seus clientes, onde compram e onde pesquisam para que possam comunicar o seu produto.

Contudo, os desafios começam antes: na produção. Este subsetor, tal como outros, enfrenta um dos grandes desafios – as novas tendências de consumo – orgânico, amigo do ambiente, saudável, entre outros. Os consumidores obrigam, desta forma, os produtores vinícolas a produzir Vinhos “limpos e verdes”, a implementarem novos modos de cultivo biológico e orgânico, a criar novas embalagens mais ecológicas, entre outros.

Reconhecendo estas novas tendências como fator de competitividade do Setor Vinícola, foi lançado em Portugal, o programa *VITIS* (Apoio à Reestruturação e Reconversão das Vinhas), que tem como um dos destinatários de apoio, precisamente, as vinhas de produção biológica.

Em 2019, numa das conferências da *OIV* (*The International Organization of Vine and Wine*), o seu diretor Pau Roca colocava a questão ambiental, afirmando que a sustentabilidade como um novo valor para o crescimento: **“Uma economia atenta a essa realidade está definitivamente no caminho certo. O crescimento será um indicador de transição, mas o objetivo deve ser preservar a biosfera; o objetivo da humanidade é preservar esse bem finito que é a terra, e que, como tal, é o único capital de referência.”**

A tecnologia é uma aliada para a criação de uma vinha sustentável, aumentando a sua capacidade e qualidade produtivas, poupando o ambiente. Estamos perante aquilo a que se chama *agricultura de precisão* onde tomam importância os *drones*, robôs, câmaras de infravermelhos, leituras de NDVI (índice de vegetação por diferença normalizada), mapas de PCD (*plan cell density*), ou seja, um sistema alicerçado em novas tecnologias que controla e analisa toda a produção.

A utilização de drones para fazer os mapas de PCD (*plan cell density*) permite produzir padrões cromáticos das vinhas, percebendo, assim, os diferentes estados de vigor, de teor de azoto ou necessidade de água dentro de cada parcela. Desta forma, é possível planejar de forma mais precisa o momento de vindima consoante o estado de maturação das videiras, sobretudo, quando estamos perante grandes áreas de hectares e cujos estados de maturação diferem entre as diferentes parcelas.

A tecnologia traz maior conhecimento sobre o funcionamento metabólico da videira, as variações induzidas pela sua diversidade genética natural, a biologia das pragas e pestes que a afetam, a modelização do funcionamento do clima, o conhecimento dos solos e do seu funcionamento, a modelização tridimensional das encostas, os contributos da biodiversidade e dos serviços de ecossistema, permitindo uma gestão eficiente dos recursos (combustível, consumíveis na vinha, água, entre outros).

Este conhecimento, produzido através da recolha de vasta informação por meio de sistemas de *hardware* colocados no terreno, traduz-se em grandes volumes de dados que exigem grande capacidade de armazenamento e integração com *software*, permitindo, dessa forma, a consulta e análise em tempo real, ajudando à tomada de decisões estratégicas.

Assim, é fácil de percebermos que o *software* utilizado deve responder às necessidades específicas de Subsetor de Atividade, como é o caso do Setor Vinícola, contemplando a Gestão integrada de todas as fases do processo de Gestão: da plantação até à colheita, do embalamento à comercialização, da venda à cobrança.

A automatização das operações, através do *software*, deve trazer igualmente importantes ganhos de eficiência, através:

- Da Rastreabilidade Total dos Produtos, desde o ponto de colheita até ao ponto de consumo, com recolha de detalhes sobre a colheita, parcela e exploração agrícola;
- Da Gestão de Fórmulas de Produção e Receitas, potência, subprodutos, múltiplas unidades de acondicionamento, validades, lotes, entre outras especificidades;
- Do Controlo dos níveis de *Stock* de forma multidimensional. Exemplo: por armazém, contentor, palete, ou tipo de embalagem;
- Do registo, monitorização e controlo dos alergénios, reduzindo os riscos de contaminação cruzada;

A forma como se faz agricultura está a mudar. Algumas das tecnologias mencionadas anteriormente já são utilizadas por alguns produtores vinícolas nacionais. Já não se trata de uma opção: digitalização, sensores inteligentes, *cloud*, *big data*, *IOT (Internet of Things)*, inteligência artificial, fazem parte de um caminho em progresso contínuo.



Figura 44: Vinha Sustentável

- **Setor Terciário**

Um dos principais resultados sobre a utilização da *internet* pelos Consumidores revela que a população portuguesa é cada vez mais digital. Ao longo dos últimos anos, a utilização da *internet* tem vindo a aumentar e, em 2019, atingiu $\frac{3}{4}$ dos portugueses. Considerando o efeito da pandemia COVID-19, espera-se que este ano ainda chegue a 81% da população.

Além disso, mais de metade dos utilizadores da *internet* (51%) fez compras *online* durante o ano 2020, e estima-se que este valor aumente para 57%. Por outro lado, a frequência das compras *online* também aumentou, com 73% dos compradores a comprar, em média, mais do que três a cinco vezes por mês.

A utilização da *internet* pelas Empresas também aumentou, uma vez que, em 2019, apenas 40% das Empresas registaram presença *online*, hoje em dia aproximadamente 60% das Empresas já registam presença *online*. Este crescimento deve-se, sobretudo, ao aumento da presença das micro e pequenas Empresas na *internet*, face ao ano anterior.

As Empresas que utilizam o comércio eletrónico para exportar *online* os seus produtos e serviços, indicaram que os países que possuem um maior peso no volume do comércio eletrónico são Espanha e França, seguidos do Reino Unido e País Africano de Língua Oficial Portuguesa.

Quanto ao comércio eletrónico *Business to Business* e *Business to Consumer* estima-se que ultrapassou os 103 mil milhões de euros em 2020.

Nas categorias de compras *online* destacam-se as “refeições entregues ao domicílio” e os “produtos alimentares e bebidas”, que este ano refletem a alteração comportamental dos portugueses provocada pela pandemia. Também as categorias de equipamentos para utilizar em casa – tanto informáticos, como eletrodomésticos - registaram crescimentos acentuados. Nos serviços digitais destacou-se a categoria Filmes e Séries.

Como podemos analisar no gráfico “Compras Online” apresentado em baixo, os compradores *online* em Portugal, na sua grande maioria, confiam nos serviços digitais e nas lojas *online*, existindo cada vez menos receio na sua utilização. Tem existido um aumento em compras *online*, devido ao COVID 19 e conseqüente encerramento do comércio tradicional, porém estima-se um contínuo crescimento no futuro.

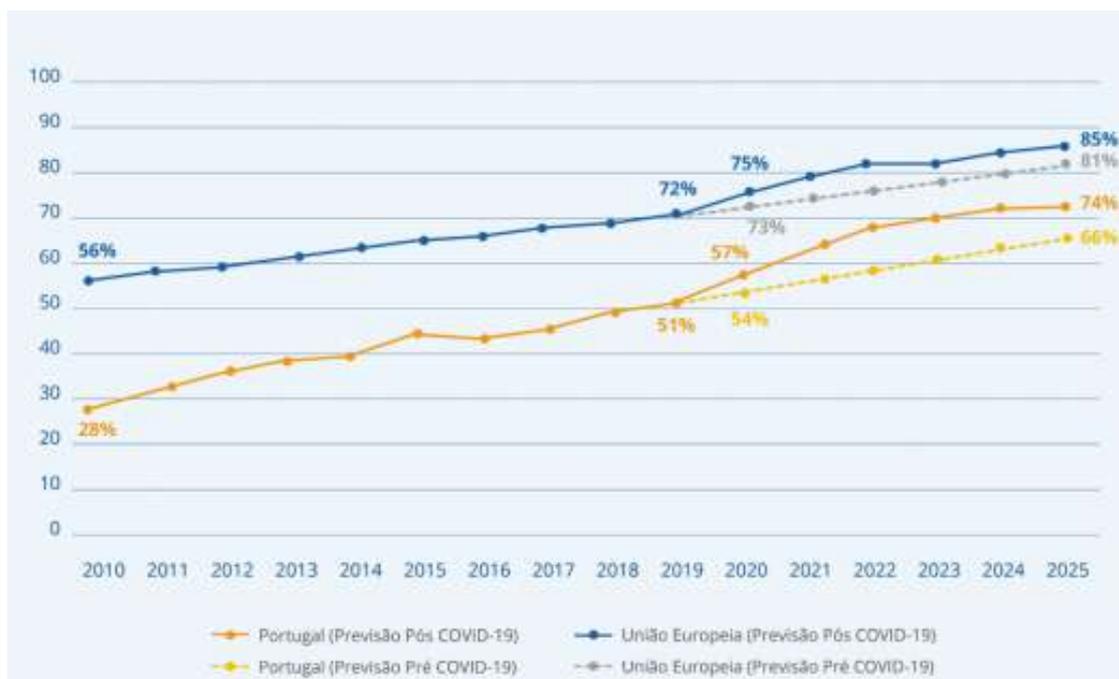


Figura 45 - Compras Online 2020

Fonte: INE

- Enoturismo

O Enoturismo é uma forma de turismo característica da modernidade, mas que possui raízes ancestrais ligadas à cultura da vinha e do Vinho, onde se assume que este último não é apenas uma bebida, constitui-se como uma combinação de cultura, território e “estilo de vida”, uma forma de expressão cultural de hoje e de sempre na cultura mediterrânica e que atualmente se apresenta como uma das atividades mais dinâmicas no contexto do universo rural.

A atividade Vinícola tem sido fortemente subvencionada por fundos comunitários nas últimas duas décadas, tem sabido crescer e afirmar-se nos países do “Novo Mundo”, conseguindo com mestria modernizar-se e inovar nas suas formas de produção, comercialização e até de consumo, ocupando hoje um lugar de destaque crescente nos países ocidentalizados, à semelhança da atividade turística.

Para o mundo rural, o Enoturismo surge como um novo fôlego, pois implica uma redefinição das funções e dinâmicas destes espaços rurais e das suas economias. Constituindo-se de modalidades como o Agroturismo; as visitas às caves e adegas; as feiras, eventos e festas do Vinho e da vinha; os cruzeiros; os *spas*; os passeios pelas vinhas de balão, helicóptero, comboio, charrete, bicicleta ou a cavalo e um grande número de outras atividades, formas totalmente inovadoras de experimentar e melhor conhecer o mundo rural.

Para a atividade turística desenvolvida nesses espaços, os turistas não vão apenas à procura de provar, beber ou comprar Vinho, para isso deslocar-se-iam a uma loja ou clube de Vinhos, aqueles satisfazem-se sobretudo experimentando e descobrindo os Vinhos no seu local de origem, constituindo-se como uma “experiência global” que emerge todos os sentidos.

Bacalhôa Vinhos de Portugal, SA

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., uma das maiores e mais inovadoras Empresas Vinícolas em Portugal, desenvolveu ao longo dos anos uma vasta gama de Vinhos que lhe granjeou uma sólida reputação e a preferência de consumidores nacionais e internacionais.

Presente em sete regiões vitícolas portuguesas, com um total de 1200 ha de vinhas, quarenta quintas, quarenta castas diferentes e quatro centros vínicos (adegas), a Empresa distingue-se no mercado pela sua dimensão e pela autonomia em 70% na produção própria.

A cada uma das entidades que constituem a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. - Aliança Vinhos de Portugal, Quinta do Carmo e Quinta dos Loridos - corresponde um centro de produção com características próprias e um património com intrínseco valor cultural.

É à dinâmica gerada pelo cruzamento destas várias identidades, explorada com recurso à tecnologia mais atual e aos conhecimentos de uma equipa de renome, que a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. deve a sua capacidade única no competitivo mercado português de oferecer o Vinho perfeito para qualquer ocasião.

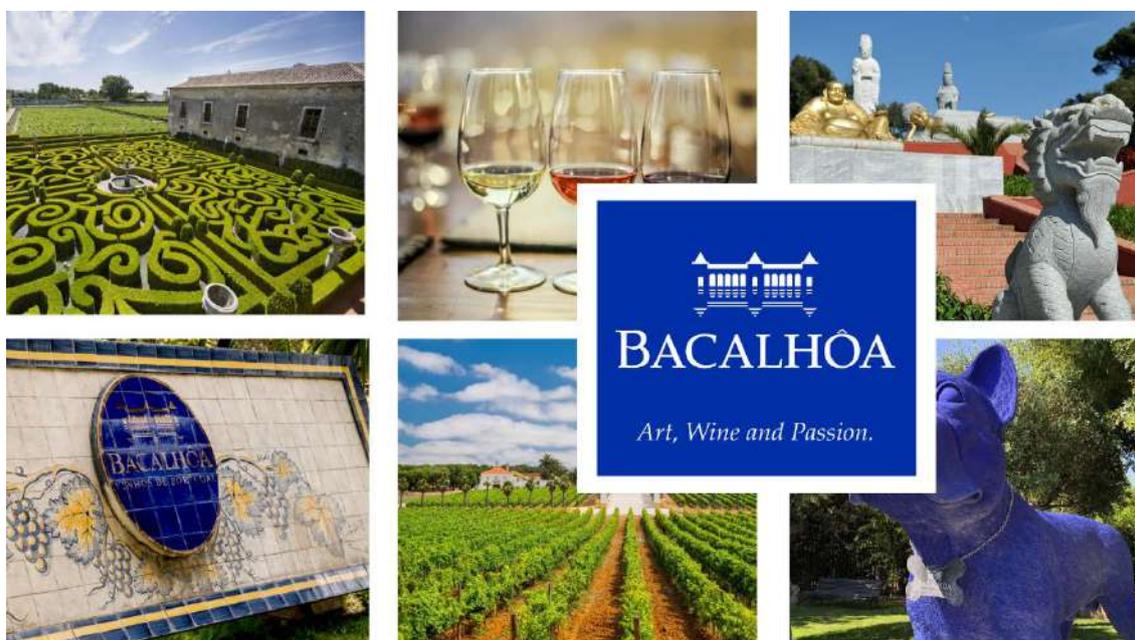


Figura 46 - Bacalhôa Vinhos de Portugal

- **História**

Fundada em 1922, a Bacalhôa, Vinhos de Portugal, S.A., inicialmente sob a designação João Pires & Filhos, fez um longo percurso até se afirmar como um dos mais inovadores produtores de Vinhos em Portugal. Em 1966 a Empresa dedicou-se à venda por grosso nas instalações do Pinhal Novo.

No final dos anos setenta, António d’Avillez, figura de relevo do Setor Vinícola português, tornou-se o maior acionista da Empresa e incutiu-lhe um novo dinamismo.

No decorrer da década de 80, a Empresa fez uma aposta forte nas mais modernas técnicas de viticultura e enologia, criando um novo paradigma no panorama nacional da produção de Vinhos de Qualidade.

Em 1997 ocorreu uma mudança nas instalações de Pinhal Novo para Azeitão (Sede até aos dias de hoje), o Comendador José Berardo tornou-se o principal acionista, em 1998, e prosseguiu a missão da Empresa, investindo no plantio de novas vinhas, na modernização das adegas e na aquisição de novas propriedades, iniciando ainda uma parceria com o Grupo *Lafitte Rothschild* na Quinta do Carmo e a aquisição do Palácio da Bacalhôa (2000).

Só em 2005 é que a Empresa alterou a designação social de J.P Vinhos, S.A., para Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A.

Em 2007 a Bacalhôa Vinhos de Portugal tornou-se a maior acionista da Empresa Aliança, um dos produtores mais prestigiados nas categorias de espumantes de alta qualidade, aguardentes e Vinhos de mesa. No ano seguinte, a empresa comprou a Quinta do Carmo, aumentando assim para 1200 ha de vinhas a sua exploração agrícola.

A Bacalhôa dispõe de adegas nas regiões mais importantes de Portugal: Alentejo, Península de Setúbal (Azeitão), Lisboa, Bairrada, Dão e Douro.

Com uma capacidade total de 20 milhões de litros, 15.000 barricas de carvalho e uma área de vinhas em produção de cerca de 1.200 hectares, a Bacalhôa Vinhos de Portugal prossegue a sua aposta na inovação no Setor, tendo em vista a criação de Vinhos que proporcionem experiências únicas e surpreendentes, com uma elevada qualidade e consistência.



Figura 47 - História Bacalhôa Vinhos de Portugal

- **Atividade da Empresa**

A Bacalhôa Vinhos de Portugal desenvolve as atividades de Produção agrícola e pecuária e comércio de Vinhos e derivados e organização de atividades de animação turística.

O Código de Atividade Económica (CAE) é um registo que identifica o ramo da atividade ou setor da Empresa em que a mesma atua, seja na fabricação ou venda de produtos, como na prestação de serviços, e que se encontra em conformidade com as designações das atividades económicas da União Europeia. É um registo importante para efeitos de tributação, pois permite ao Estado identificar os sujeitos passivos de IRS e IRC, evitando confusões, como acontece, por vezes.

Os códigos CAE estão assim distribuídos por Setores de Atividade, depois por grupos, classes e subclasses, gerando um código de cinco dígitos. Esta informação é definida e organizada pelo INE (Instituto Nacional de Estatística) e ficara registada no SICAE (Sistema de Informação da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas), que é uma base de dados nacional que reúne, num único local, o registo atualizado de CAE de uma Empresa ou entidades coletivas a operar em Portugal.

A Produção de Vinhos comuns e licorosos é a atividade principal da Bacalhôa Vinhos de Portugal que corresponde ao CAE 11021. Já o CAE 93293 refere-se à atividade secundária da Empresa que é Organização de atividades de animação turística.

- Produção Vinícola

Como já referi anteriormente, a Produção Vinícola é a Atividade Principal da Empresa. A Empresa está presente em sete regiões vitícolas portuguesas, com um total de 1200ha de vinhas, quarenta quintas, quarenta castas diferentes e quatro centros vínicos (adegas). A empresa distingue-se no mercado pela sua dimensão e pela autonomia em 70% na produção própria.

- **Bacalhôa (Sede)**

Na Quinta da Bassaqueira, anexa à vinha da propriedade, localiza-se a sede da Empresa, Bacalhôa Vinhos de Portugal. Inclui a adega central, a Loja de Vinho e os magníficos jardins onde sobressaem as suas Oliveiras Milenares. A Bacalhôa Vinhos de Portugal instalou-se, desde 1997, na zona vinícola de Azeitão, no "coração" da Península de Setúbal, num edifício emblemático, símbolo da modernidade ancorada na tradição.

A vinha que rodeia o lago é plantada com as castas *Cabernet Sauvignon*, *Merlot* e *Syrah*. O centro de vinificação da Quinta e as de todas as propriedades localizadas na Península de Setúbal. Aqui está centralizada a operação de engarrafamento e armazenamento de produtos já acabados. Este centro muito extenso distribui-se por diferentes edifícios, com os setores de receção das uvas e vinificação clássica, fermentação em barris, armazenamento, preparação para engarrafamento. estágio de garrafas, entre outros.

Alguns dos produtos em destaque desta quinta são o *Bacalhôa Moscatel de Setúbal*, *Bacalhôa Moscatel Roxo Superior a 10 Anos* e o *Bacalhôa Roxo Superior a 5 Anos*.



Figura 48 - Bacalhôa Sede

▪ Palácio e Quinta da Bacalhôa

A vinha da Quinta da Bacalhôa tem 14ha e foi plantada em 1972. A pedido de Thomas Scoville, então dono da Quinta da Bacalhôa, António Avillez instalou aqui uma vinha a fim de produzir um Vinho com um encepamento semelhante ao utilizado em Bordéus, nomeadamente no Médoc. As castas aqui produzidas são: *Cabernet Sauvignon*, *Merlot* e *Petit Verdot*.

A vinha plantada na Quinta da Bacalhôa encontra o *terroir* (palavra francesa que designa 'uma extensão de terra cultivada' ou o conjunto das terras exploradas por uma comunidade rural) ideal para a produção de excelentes Vinhos: solos argilo-calcários bem drenados e clima ameno devido à forte influência atlântica.

O Vinho mais produzido na Quinta é o Vinho Palácio da Bacalhôa.



Figura 49 - Palácio e Quinta da Bacalhôa

▪ Quinta Catarina

Situada na região de Azeitão, a Quinta da Catarina era anteriormente conhecida como "Califórnia". Possui os melhores solos da região, de natureza argilo-calcária, plantados com 20 ha de vinha predominantemente voltados a norte. Aqui cresce a casta *Chardonnay*, que entra em percentagem variável no Vinho Catarina.

Os níveis de precipitação anuais desta região são baixos, enquanto as temperaturas médias diárias rondam os 14°C.



Figura 50 - Quinta e Vinho Catarina

▪ Quinta dos Frades

Com uma área total de cerca de 18 ha, a vinha dos Frades é também conhecida por Vinha Grande. Pertenceu ao adjacente Convento de S. Domingos, tendo a vinha sido inicialmente cultivada pelos frades dominicanos. É a vinha mais antiga da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S. A., datando as primeiras plantações de 1960.

A vinha localiza-se nas suaves encostas de Azeitão, com solos argilo-calcários. Aqui se produzem as castas *Fernão Pires*, *Touriga Nacional*, *Castelão* e *Moscatel*. A localização da vinha, com exposição solar maioritariamente virada a norte, a qualidade do solo e as condições climáticas da serra Arrábida, com reduzida pluviosidade e temperaturas médias anuais de 13°C a 15°C, permitem a obtenção de uvas com forte personalidade local.

▪ Quinta Casais da Serra

Situada no sopé da Serra da Arrábida, a vinha de Casais da Serra tem uma área de 14 ha de vinha. Pertenceu à família Palmela e foi mais tarde adquirida por António D'Avillez. Paisagisticamente o seu enquadramento com a Serra da Arrábida confere-lhe uma beleza única. Esta localização usufrui de um microclima que propicia maturações longas e regulares, valorizadoras das uvas aqui produzidas. Os solos são argilo-calcários e a vinha está predominantemente virada a poente, com temperaturas médias diárias entre 12,5º C e 15º C e precipitação média anual de 750mm.

O *Moscatel*, *Aragonez*, *Touriga Nacional* e *Cabernet Sauvignon* são as castas plantadas na Quinta.

▪ Quinta do Carmo

Na Quinta do Carmo localiza-se o centro de vinificação, de todos os Vinhos do Alentejo, da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S. A. Dotado de tecnologia moderna, o centro de vinificação tem uma capacidade de 3 milhões de litros e um sistema operativo que maximiza a suavidade no transporte das uvas, massas vnicas e Vinhos, garantindo a estabilidade em todo o processo de vinificação. O controlo do processo produtivo é total desde a uva até à garrafa. São cerca de 350 ha espalhados por várias propriedades localizadas em Estremoz, Arronches (Portalegre), Borba e Arraiolos.

O seu encepamento é muito rico: as castas plantadas tradicionalmente no Alentejo, como *Aragonez*, *Trincadeira*, *Alfrocheiro*, *Alicante Bouschet*, ou novas castas introduzidas mais recentemente como, *Touriga Nacional*, *Syrah* e *Cabernet Sauvignon*.



Figura 51 - Quinta do Carmo

▪ Quinta dos Loridos

O *terroir* da Quinta dos Loridos levou a Bacalhôa Vinhos de Portugal a adquirir esta propriedade nos finais dos anos oitenta para aí instalar uma unidade de produção de Vinhos de alta qualidade.

O primeiro objetivo foi a criação de grandes espumantes vinificados com o método clássico. Todo o processo segue as práticas mais tradicionais como a remuagem manual e a refermentação e o longo estágio na garrafa numa das mais bonitas caves de estágio de Vinhos.

O clima ameno e temperado pela proximidade do mar, a fertilidade e natureza dos terrenos propiciam a produção de Vinhos com personalidades bem marcadas. Os espumantes aí produzidos têm uma qualidade que tem alcançado menções das mais honrosas no país e no estrangeiro. O projeto de produção de Vinhos de mesa, e os seus resultados confirmam uma grande aptidão para este tipo de Vinhos.

Com estes objetivos reestruturam gradualmente a vinha original, plantando novos talhões de vinha com densidades de plantação e superfícies de folhagem superiores, com as castas que consideram mais adaptadas ao projeto. A área reestruturada totaliza atualmente cerca de 26 ha. Para além das tradicionais, novas castas foram introduzidas como, *Pinot Noir*, *Merlot*, *Aragonez*, *Arinto*, *Chardonnay* e *Alvarinho*.



Figura 52 - Quinta dos Loridos

▪ Quinta dos Quatro Ventos

Situada no Douro, que constitui a mais antiga região demarcada do mundo e foi classificado pela UNESCO como Património Mundial, a Quinta dos Quatro Ventos parece um enorme jardim de areia japonês, com um simbólico pombal (representado no rótulo do Vinho desta quinta) perdido na imensidão.

Os terrenos desta quinta centenária faziam parte da Quinta das Figueiras – atual Quinta do Vesúvio – que pertenceu ao Conde da Lapa. Por volta de 1890 terá sido comprada pelo então Magistrado do Reino, Dr. José Maria Saraiva de Aguiar, quando era Procurador Régio em S. João da Pesqueira. Os seus descendentes mantiveram a propriedade até 1996.

Três anos mais tarde os 150 hectares da Quinta dos Quatro Ventos foram adquiridos pela Aliança (que pertence ao grupo Bacalhóa), para a produção de Vinhos do Douro. Em 2001 a Aliança alterou o nome da Quinta, conhecida por Quinta de Porto de Bois, por se situar no lugar de Porto de Bois, para Quinta dos Quatro Ventos, pelo facto da propriedade ter uma configuração côncava propícia a desenvolver fortes correntes de ar em todos os sentidos.

A propriedade tem uma área aproximada de 150 hectares. Faz parte de um vale profundo atravessado pela Ribeira da Teja. Os seus solos são xistosos, com alguns afloramentos graníticos que acrescentam complexidade, frescura e elegância aos Vinhos. Os 45 hectares de vinhas situam-se em altitudes que variam entre os 200 e os 250 metros, numa zona de reduzida pluviosidade e grandes amplitudes térmicas, e têm plantadas as castas típicas da região: *Touriga Nacional, Tinta Roriz, Tinta Barroca, Touriga Franca, Tinta Amarela, Alicante Bouschet e Vinhão*.



Figura 53 - Quinta dos Quatro Ventos

- **Quinta da Garrida**

A Quinta da Garrida situa-se em Vila Nova de Tazém, no concelho de Gouveia (região demarcada do Dão). Tem uma área total de 112 ha, dos quais 80 ha são de vinhas com 15 anos e a restante área correspondente a novas plantações efetuadas com o recurso às técnicas mais modernas.

Os solos são graníticos, ligeiros e pobres. Permitem a obtenção de Vinhos com as apreciadas características próprias da região. *Touriga Nacional, Tinta Roriz, Jaen e Alfrocheiro Preto* são as principais castas tintas produzidas e vinificadas. A Adega em Gouveia, dotada do equipamento necessário à produção de Vinhos de alta qualidade, permite a vinificação em separado das castas aqui existentes.



Figura 54 - Quinta da Garrida

▪ Quinta da Terrugem

Situada no Alentejo, na freguesia da Terrugem, no concelho de Elvas, em plena região demarcada de Borba, a Quinta da Terrugem é hoje um *ex-libris* dos Vinhos Alentejanos.

Adquirida em 1991, possuía inicialmente 14 hectares de vinha e tem hoje cerca de 60 ha plantados com as castas *Aragonês*, *Tinta Roriz*, *Trincadeira*, *Castelão*, *Syrah*, *Cabernet Sauvignon* e *Alicante Bouschet*. A adega da Quinta da Terrugem está implantada num edifício de traça regional alentejana encastrado numa pequena elevação de terreno na propriedade, que permite o trabalho das uvas através do declive natural.

No exterior encontra-se toda a área de receção das uvas que, consoante a sua origem, são recebidas numa mesa de escolha ou num pequeno tegão, de onde seguem para um desengaçados e para um permutador que lhes vai infringir um choque térmico, visando uma redução de temperatura para os 10º C.

Com esta operação vai iniciar-se o processo de vinificação que consta de uma maceração a frio seguida da fermentação alcoólica e de maceração final pós fermentativa. Estas operações decorrem em cubas de aço inox, tipo lagar de tampa flutuante de capacidade variável dos 5 aos 20000 litros, refrigeradas por circulação de água fria. As operações de remontagem e de descarga são absolutamente manuais e a prensagem tem lugar em pequenas prensas hidráulicas visando o máximo aproveitamento dos Vinhos devido à suavidade da operação.

A Quinta da Terrugem só produz em anos excecionais, o Vinho Tinto Quinta da Terrugem, é considerado como um dos melhores Vinhos do Alentejo.



Figura 55 - Quinta da Terrugem

▪ Quinta D'Aguiar

A Quinta D'Aguiar situa-se no sopé da Aldeia histórica de Castelo Rodrigo e tem 350 ha. Os seus solos apresentam uma estrutura franco-arenosa de base granítica, encontram-se também quartzitos e solos xistosos.

Com um relevo pouco acentuado está situada, em média, a 550 m de altitude, sofrendo além da influência mediterrânea, uma influência claramente continental com acentuado arrefecimento noturno. A precipitação média é de 550 mm/ano, concentrada de outubro a maio.

A vinha plantada de novo a partir de 1999, ocupa uma área superior a 90 ha, em que 27 ha são regados. A densidade de plantação varia de 3086 a 3738 pl/ha, sendo a condução da vinha em cordão bilateral.

O encepamento é constituído por 57% de *Tinta Roriz*, 15% de *Touriga Nacional*, 12% de *Syrah*, 10% de *Cabernet Sauvignon* e 6% de *Alicante Bouschet*.



Figura 56 - Quinta D'Aguiar

▪ **Processo de Produção Vinícola**

O processo de produção de vinho tem enorme influência na qualidade do resultado final. O que torna um vinho especial? A casta das uvas, as condições únicas do solo e do clima? Todos são fatores essenciais, a par do processo de produção, que dura desde a preparação da vindima até ao engarrafamento.

O processo de produção do vinho é uma mistura de arte e ciência, artesanato e tecnologia, escola e intuição. A qualidade da uva é essencial, mas todas as fases de produção de vinho devem ser respeitadas, de acordo com o resultado que o produtor procura obter.



Figura 57 - Processo de Produção Vinícola

➤ **Preparação das Vindimas**

Cerca de um mês antes da data habitual das vindimas (entre setembro e outubro), são recolhidos, aleatoriamente, bagos na vinha, para que se possa, com as amostras recolhidas, fazer uma amostragem dos vários parâmetros como o peso dos bagos, o teor de açúcares, o álcool provável, a acidez e o pH, imprescindíveis para determinar qual o estado de maturação da uva.

A marcação da data das vindimas é feita em função dos resultados obtidos das várias análises efetuadas, com o objetivo de apanhar as uvas no estado de maturação desejado. As tecnologias atuais permitem facilitar este estudo, mas ainda é o produtor que procura o ponto de equilíbrio de cada casta, um processo artesanal que decide o equilíbrio final do vinho.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, tem enólogos altamente qualificados que estudam e analisam todas as vinhas da Bacalhôa, para, por fim, determinar a altura ideal das vindimas para cada tipo de vinho/ casta.

➤ **Vindimas**

A data das vindimas afeta a produção do vinho, na medida em que a uva vai transformando os seus ácidos em açúcares, com o passar do tempo. A acidez vai diminuindo e o álcool previsível vai aumentando.

Se as vindimas forem **antecipadas**, o resultado é um vinho desequilibrado, com muitos ácidos e poucos açúcares, e consequentemente baixo teor em álcool. Se as vindimas forem **tardias**, a uva terá maior quantidade de açúcares. O resultado será um vinho mais alcoólico, mas com pouca acidez. O segredo para a produção de vinho, é esta harmonia entre açúcares e ácidos, que deve ser respeitado, para que se consiga o melhor resultado possível no futuro vinho.



Figura 58 . Vindimas

O coordenador de enologia do Grupo Bacalhôa, Vasco Penha Garcia, e a sua equipa, tiveram grandes desafios durante as vindimas de 2021.

De acordo com Vasco Penha Garcia, a primavera de 2021 foi chuvosa e relativamente quente permitindo um bom desenvolvimento vegetativo, mas existiram cuidados redobrados por parte da equipa de vinicultura para prevenir os ataques das doenças e pragas da vinha. O mês de julho seco e com temperaturas amenas, "permitiu um início de maturação das uvas equilibrado", disse o coordenador de enologia, "e estas condições climáticas ideais continuaram na primeira quinzena de agosto".

A Bacalhôa Vinhos de Portugal (composto pelas Bacalhôa Vinhos de Portugal e Aliança Vinhos de Portugal) tem vinhas em oito regiões vitivinícolas diferentes e produz quatro tipos de vinho: espumantes, frisantes, tranquilos e licorosos.

Na Bairrada, após a colheita pontual das uvas *Chardonnay* para a produção de vinho base espumante no dia 1 de agosto, a vindima reiniciou no dia 23 de agosto de 2021, com a casta Bical para vinhos brancos e Baga para vinhos base espumante "*blanc de noirs*".

A Quinta dos Loridos iniciou a campanha no dia 16 de agosto de 2021 com a produção de base espumante "*blanc de noirs*" da casta Castelão. Os mostos mostram um ótimo equilíbrio entre o grau de açúcar e a acidez (10.5% álcool provável, pH 3.0, Acidez Total 9.0) e os aromas típicos de pera e maçã que auguram qualidade excepcional para os vinhos que deles resultarão.

No dia 17 de agosto, a vindima iniciou-se na lendária Quinta do Carmo com a produção do vinho branco. Vasco Penha Garcia tinha "excelentes expectativas" para estes vinhos e disse que as castas Roupeiro, Antão Vaz e Fernão Pires "apresentaram um estado de maturação ideal".

A adega de Azeitão iniciou, no dia 23 de agosto, a receção com uvas brancas das castas Fernão Pires e *Chardonnay* e, "igualmente aqui a qualidade é ótima", disse o enólogo. A vindima dos tintos começou com a casta Trincadeira.

Igualmente, na Quinta dos Quatro Ventos no Douro, verificou-se uma antecipação na data habitual de início de vindima com a Tinta Roriz e Touriga Franca. Já na Quinta da Garrida, no Dão, começou no início de setembro de 2021.

➤ Transporte

Quando a vindima começa devem assegurar-se as melhores condições de transporte das uvas para a adega, fazendo os possíveis para que lá cheguem inteiras e não amassadas ou calcadas. Nas condições de calor em que a vindima ocorre, tal poderia significar o início precoce de fermentação. Uma vez chegadas à adega, as uvas são conduzidas para um desengaçador/esmagador, podendo ou não ser previamente esmagadas.



Figura 59 - Transporte e Desengaçador/ Esmagador

➤ Fermentação

A fermentação alcoólica ocorre quando microrganismos, chamados leveduras, transformam açúcares em etanol (álcool), energia (calor) e gás, além de produtos secundários. Este processo acontece de forma diferente em vinhos tintos e brancos.

Vinho tinto - A fermentação alcoólica deverá ser sempre feita com as partes sólidas da polpa, como películas, grainhas, e eventualmente os engaços. Desta forma, é possível obter um vinho com uma estrutura melhorada, maior intensidade corante e um aroma mais intenso. As condições de conservação são superiores e assim se melhora a qualidade final do vinho.

Vinho branco - A vinificação é baseada na fermentação do mosto separado do engaço e das películas, processo conhecido por *bica-aberta*. Portanto, quando as uvas chegam à adega, deve efetuar-se de imediato o esmagamento, de forma a não dilacerar os engaços, nem esmagar as grainhas. O vinho branco é muito vulnerável a oxidações, perdendo a fineza dos aromas e a coloração de forma abrupta.

As leveduras são encontradas na natureza, mas nem todas são adequadas para a produção de vida. A *Saccharomyces cerevisiae* (um organismo eucariota unicelular que pertence ao reino dos Fungos) é a mais difundida — por ter uma resistência maior ao próprio álcool gerado e ao dióxido de enxofre, o principal conservante dos vinhos.

No entanto, as leveduras naturais são pouco exploradas, pois nem todos os fungos atuam de maneira positiva no vinho, podendo haver paragens de fermentação ou contaminações. As leveduras comerciais são fornecidas por laboratórios, e são exaustivamente estudadas e avaliadas para transmitir segurança ao enólogo durante a fermentação alcoólica.

O processo de fermentação continuará enquanto existirem nutrientes disponíveis para as leveduras. Mas se deixássemos a natureza seguir o seu curso, praticamente todos os vinhos teriam baixas concentrações de açúcares no final do processo. Para evitar um teor demasiado elevado de açúcar, a fermentação é interrompida para travar a reprodução de leveduras.

➤ **Filtração**

Uma vez concluída a fermentação, começa o processo de filtração. O objetivo desta fase é separar uma fase sólida em suspensão numa fase líquida, por passagem através de uma superfície porosa que constitui a camada filtrante, destinada reter as partículas sólidas.

Existem várias formas de filtração de vinhos, que se distinguem pelas diferentes camadas filtrantes usadas. Pode ser utilizada terra, placas de celulose, polímeros sintéticos ou ainda uma membrana mineral.

Frequentemente, os produtores de vinho adicionam clara de ovo, argila ou outros compostos ao vinho que ajudam a precipitar células mortas de fermento e outros resíduos sólidos. Estas substâncias aderem aos sólidos indesejados e arrastam-nos para o fundo do tanque. O vinho filtrado, ou clarificado, é então transferido para outro recipiente, onde está pronto para o engarrafamento ou posterior envelhecimento. A exceção é o vinho vegan, que troca estes ingredientes por outros, sem composição animal.

➤ **Envelhecimento**

A fase final do processo de vinificação envolve o envelhecimento e o engarrafamento do vinho. Após a filtração, o enólogo tem a opção de engarrafar um vinho imediatamente, ou pode dar ao vinho um envelhecimento adicional como no caso do *Quinta Bacalhôa Vinho Tinto*, que é envelhecido em barricas novas de carvalho francês, separadamente, por 11 meses, antes de serem misturado e engarrafado.

➤ **Engarrafamento**

O resultado de qualidade de um vinho pode ser ditado em qualquer fase da sua produção e termina no engarrafamento, onde dois fatores não devem ser ignorados: a escolha da garrafa e da rolha. Mas o vinho é um produto vivo, que continua a evoluir até ser consumido. Por isso é tão importante saber guardar as garrafas de vinho.

○ Enoturismo

A Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal implementou um projeto nas diversas quintas sob o tema «Arte, Vinho, Paixão» que visa surpreender as expectativas mais exigentes. Das vinhas ao Vinho, todo o processo vitivinícola é envolvido em vários cenários que incluem a tradição e modernidade, com exposições artísticas diversas, da pintura à escultura, nunca esquecendo as magníficas obras naturais.

▪ **Aliança Underground Museum**

O Aliança *Underground Museum*, localizado em Sangalhos, é o primeiro museu subterrâneo onde estagiam espumantes, Vinhos e aguardentes em perfeita união com 8 coleções artísticas.

O Aliança Underground Museum é um espaço expositivo, que se desenvolve ao longo das tradicionais caves da Aliança Vinhos de Portugal.

Inaugurado a 24 Abril 2010, apresenta nove coleções permanentes que versam áreas como a arqueologia, etnografia, mineralogia, paleontologia, azulejaria, cerâmica, estanhos e cultura indiana.

O acervo do museu está dividido em 8 coleções:

- Coleção Arqueológica;
- Arte Etnográfica Africana;
- Escultura Contemporânea do Zimbabué;
- Coleção de Minerais;
- Coleção de Fósseis;
- Cerâmica das Caldas;
- Azulejos;
- Coleção de Estanhos.



Figura 60 - Aliança Underground Museum

▪ Adegas / Museu da Bacalhôa

A sede na Quinta da Bassaqueira, em Azeitão, é uma casa de portas abertas onde podemos descobrir coleções de alto valor artístico organizadas em três grupos temáticos:

- **Out of Africa** é uma exposição dedicada à Rainha Ginga e a três maravilhas paisagísticas de Angola - as Pedras Negras de Pungo Andongo, a Fenda de Tundavala e as Quedas de Kalandula;
- **What a Wonderful World!** Esta exposição, passagem para um ambiente de *glamour* e perfeição, é composta pelos metais e flores dos Anos Loucos da *Art Nouveau* e *Art Deco*;
- **O Azulejo Português do Século XVI ao Século XX**, utilizado em Portugal de forma exuberante e sem equivalente na Europa, celebra a arte da azulejaria ao longo de mais de cinco séculos em Portugal.

Durante a visita, tem-se também a oportunidade de experimentar os passos básicos de uma prova de Vinho profissional e apreciar o prazer que se retira da verdadeira degustação. Da sala de provas, admira-se o cenário tranquilo do Jardim Japonês, no qual está exposta parte do espólio do escultor Nizuma e a árvore Kaki, bisneta da única árvore sobrevivente à bomba de Nagasaki.



Figura 61 - Adega Bacalhôa Vinhos de Portugal

▪ **Palácio Bacalhôa**

O Palácio da Bacalhôa tem uma paisagem privilegiada com um enquadramento histórico que teve início com os fundadores da Dinastia de Avis.

A arquitetura, a decoração e os jardins do Palácio foram influenciados ao longo dos séculos pelos diferentes proprietários, inspirados pelas suas viagens através da Europa, da África e do Oriente, contribuindo assim para o transformar numa jóia única.

Ao longo dos tempos, o Palácio foi sendo embelezado com azulejos portugueses do séc. XV e XVI evocando desenhos mouriscos e com uma casa do lago. Do interior ao exterior, poderá ver peças únicas da coleção de arte privada, passando pelos jardins e vinhas até à casa do lago onde podemos encontrar o primeiro azulejo datado em Portugal.



Figura 62 - Palácio Bacalhôa

▪ **Bacalhóa Buddha Eden**

Na Quinta dos Loridos, encontra-se o maior jardim oriental da Europa, o impressionante Bacalhóa Buddha Eden. Com cerca de 35 hectares, o jardim foi criado em protesto contra a destruição dos Budas Gigantes de Bamiyan, naquele que foi um dos maiores atos de barbárie cultural, apagando da memória obras-primas do período tardio da Arte de Gandhara.

Entre budas, pagodes, estátuas de terracota e várias esculturas cuidadosamente colocadas entre a vegetação, estima-se que foram usadas mais de 6 mil toneladas de mármore e granito para edificar esta obra monumental. A escadaria central é o ponto fulcral do jardim, onde os Buddhas dourados dão calmamente as boas-vindas aos visitantes.

No lago central é possível observar os peixes KOI, e dragões esculpidos que se erguem da água. Terá ainda a oportunidade de observar os cerca de 600 soldados de terracota pintados à mão, cada um deles único, encontrando-se alguns enterrados, tal como há 2.200 anos.

O jardim de arte de Esculturas Africanas é dedicado ao povo Shona do Zimbabué, que há mais de mil anos esculpe pedra à mão transformando-a em obras de arte. O povo Shona acredita em espíritos ancestrais conhecidos como "Vadzimu". As suas esculturas demonstram a união entre estes dois mundos, o físico e o espiritual. Estes incríveis escultores de pedra mantêm a crença de que cada pedra tem um espírito vivo, que influencia aquilo em que ela se virá a tornar. O trabalho do artista é "libertar o espírito da pedra". Existem mais de 200 esculturas dispostas sob a sombra de 1000 palmeiras.



Figura 63 - Bacalhóa Buddha Eden

▪ Quinta do Carmo

A história da Quinta do Carmo remonta ao final do séc. XVII, construída por ordem do rei D. João IV para uma dama da sua corte. Da Herdade das Carvalhas, propriedade de onde eram originários os melhores Vinhos desta quinta, continua ainda hoje o seu legado na produção e continuidade da marca Quinta do Carmo.

Localizada na região do Alentejo, a poucos quilómetros da cidade de Estremoz, esta é uma propriedade tipicamente alentejana, com uma área total de 1000ha, onde estão incluídos 350ha de vinhas, 300ha de oliveiras e sobreiros e os restantes de floresta.

Após uma inicial *joint-venture* com o grupo *Lafite-Rothschild*, é em 2008, que a Bacalhõa Vinhos de Portugal adquire na totalidade a Quinta do Carmo, que passou a ser o centro de vinificação e produção de todos os Vinhos da empresa, desta região.

Ao visitar a Quinta, temos a oportunidade de conhecer uma adega bastante avançada em termos tecnológicos e na produção de Vinhos. Do exterior ao interior, podemos observar os jardins e vinhas passando pelas salas de barricas onde estagiam Vinhos de elevada qualidade.

No final da visita é possível experimentar os passos básicos de uma prova de Vinhos alentejanos e apreciar todo o prazer que se retira da degustação.

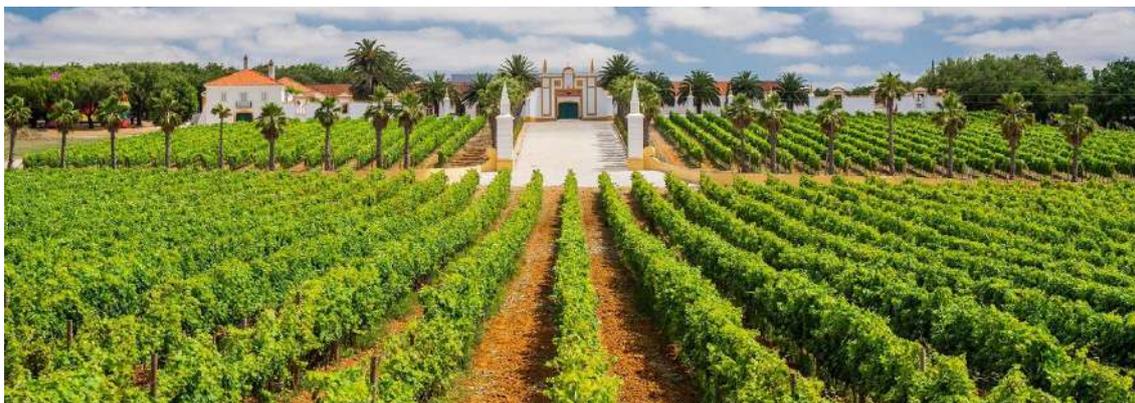


Figura 64 - Quinto do Carmo

- **Missão**

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., tem como Missão a produção e comercialização de Vinhos de qualidade que façam jus às características específicas das várias zonas vinícolas de Portugal e à longa tradição de produção vinícola do país.

Orgulha-se da sua gama de Vinhos, dimensão e autonomia na produção, alimentados por uma constante aposta na inovação tecnológica e no recrutamento de colaboradores experientes. Trabalham com determinação e paixão para satisfazer clientes internacionais em expansão, levando Portugal ao Mundo - um copo de cada vez.

- **Valores**

Qualidade, Inovação, Memória

Os Vinhos da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., obedecem aos mais exigentes parâmetros de Qualidade, confirmados por prémios e distinções internacionais e pela fidelidade dos seus clientes. A Qualidade não é meramente o resultado de um trabalho rigoroso e dedicado - para a Empresa, a Qualidade é um compromisso.

A Inovação tecnológica e a abordagem criativa às realidades do mercado asseguram que a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. esteja sempre na vanguarda da produção vinícola. Lançam com frequência novos produtos, incluindo estreias no mercado português - primeiro Vinho aromatizado, primeiro Vinho branco fermentado em barricas de madeira, primeiro Vinho de castas francesas, entre outros e investem constantemente em técnicas de produção e equipamento de ponta.

Para a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A a memória das origens é uma questão de honra. Produzem Vinho como o bebem: para amigos e entre amigos, no dia-a-dia ou em ocasiões especiais. Permanecem próximos do solo do qual dependem os traços excepcionais dos seus Vinhos, bem como das comunidades no seio das quais fabricam e vendem os seus produtos. Um importante testemunho desta resolução em partilhar o fruto do seu trabalho é a rota "Arte, Vinho, Paixão", um percurso enológico em que a paixão pelo Vinho e a paixão pela arte, engenhosas manifestações do espírito humano, se unem num percurso de alto valor educativo.

- **Logotipo**

O logotipo da Bacalhôa Vinhos de Portugal, representa a história da Empresa. O logotipo corresponde à casa do Lago, na Quinta da Bacalhôa com a sua imagem refletida nas águas do belo lado que se encontra à sua frente. Anteriormente a cor que representava a empresa era o *Bordeaux* e o logo tinha a designação “Bacalhôa Vinhos de Portugal”.



Figura 65 - Logo Bacalhôa Vinhos de Portugal (Bordeaux)

Anos mais tarde passou a ser azul e deixou cair “Vinhos de Portugal”.



Figura 66 - Logotipo Atual Bacalhôa Vinhos de Portugal

• **Estrutura Organizacional**

A Estrutura Organizacional da Bacalhôa Vinhos de Portugal pode ser representa da seguinte forma:

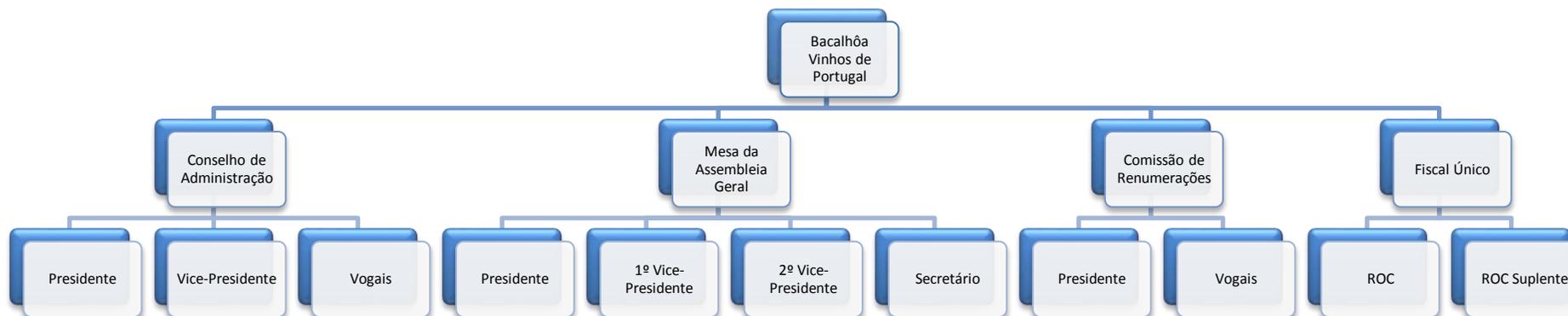


Figura 67 - Estrutura Organizacional



Recursos Humanos

- **Cultura**

Ser colaborador da Bacalhôa Vinhos de Portugal, significa fazer parte de uma equipa que trabalha em conjunto e em prol dos mesmos objetivos. Por isso, a Empresa acredita que os interesses do coletivo se sobrepõem aos interesses individuais. Eis, que se conjugam no seguinte: espírito de equipa, confiança profissional e pessoal, capacidade de entreajuda, disponibilidade para os colegas, bem como a criatividade, são qualidades fundamentais para qualquer colaborador da Bacalhôa.

Na Empresa em estudo, através do estilo de liderança democrático, todos são convidados a dar o seu contributo para a melhoria contínua da Empresa: na inovação, no desenvolvimento e na implementação de todos os projetos. Também potencia, junto dos colaboradores, um estilo de liderança visionário, com o objetivo de os mobilizar através da visão da Empresa alcançando a realização pessoal e profissional e, aplica em todos os momentos o *coaching*, ou seja, fornece aos colaboradores as ferramentas necessárias, para que possam desenvolver um trabalho de autoaprendizagem.

- **Formação**

Na Bacalhôa, todos os colaboradores realizam um plano de formação específico para adquirirem competências técnicas e comportamentais de forma a terem sucesso na sua função. Este plano de formação teórico e prático, cumprindo com o número mínimo de horas de formação contínua exigido legalmente, pelo Código do Trabalho, à Empresa, (40 horas anuais), vai para além disso, com recurso à metodologia *e-learning*, está definido em planeamentos e objetivos diários e inclui uma formação de integração na empresa.

Assim, ao abrigo da Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro, que aprovou o Código do Trabalho, no – artigo 131º, que com a alteração efetuada pela Lei 93/2019 de 4 de setembro de 2019, passou a prever 40 horas anuais mínimas de formação contínua, todos os colaboradores, realizam formação contínua, ou seja, têm uma reciclagem de conhecimentos teóricos e práticos procurando melhorar as suas competências e capacidades técnicas para o exercício das suas funções.

Também, com o objetivo de proporcionar crescimento intelectual e possibilidade de evolução de carreira as oportunidades formativas, estão alinhadas com o plano de formação anual que a Empresa disponibiliza aos colaboradores, através de um catálogo que inclui formação na área técnica: gestão de projetos, gestão de conteúdos e inovação de novos produtos. E, na área comportamental: liderança, comunicação e criatividade.

• **Avaliação de Desempenho**

Existe na Bacalhôa Vinhos de Portugal, um sistema de avaliação de desempenho anual comum a todos os colaboradores. Este sistema tem como base um diretório de perfil de competências, objetivos e comportamentos. Assim, o diretório de competências inclui competências transversais: orientação para o cliente e espírito de equipa e cooperação; competências comportamentais: autoconfiança, desenvolvimento e valorização de talento, comunicação, orientação para a qualidade, iniciativa e criatividade; e, competências técnicas alinhadas com a especificidade de cada função.

A avaliação de desempenho inclui as seguintes componentes e pesos:

- Grau de cumprimento dos objetivos – 50%
- Competências transversais – 10%
- Competências comportamentais – 20%
- Competências técnicas – 20%

Nesse sentido, para todos os colaboradores, são propostas ações de desenvolvimento individual para melhorar as competências técnicas e/ou comportamentais, que darão suporte ao desenvolvimento pessoal e profissional de forma a dar melhor resposta aos objetivos da organização.

- **Carreira**

Na Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., os colaboradores lidam diariamente com os desafios das funções propostas e beneficiam da oportunidade privilegiada de desenvolver competências profissionais e pessoais, para construir uma carreira futura.

Assim, a gestão de carreira de colaboradores é uma prioridade assumida por todos e dão a todos os colaboradores que se evidenciam, oportunidades formativas que permitem aceder a níveis mais elevados na hierarquia da organização, quer numa perspetiva vertical ou no desenvolvimento de novos projetos.

- **Segurança no Trabalho**

Na Empresa, dão particular atenção às condições de segurança e saúde dos colaboradores, contando com o contributo de todos com uma atitude preventiva e proativa que permita garantir um ambiente seguro. Nesse sentido, minimizam os riscos no local de trabalho, quer ao nível das instalações, dos instrumentos de trabalho, quer ao nível da realização periódica de exames médicos no sentido de verificar a aptidão dos colaboradores para as suas funções, de forma a evitar acidentes e também asseguram exames médicos e formação a todos.

Para que isso seja possível, cumprem na íntegra todos os artigos constantes da Lei nº102/2009, de 10 de setembro, que regula o regime jurídico da promoção da segurança e saúde no trabalho.

- **Qualidade**

A qualidade na Bacalhôa é o empenho de todos e o compromisso individual de cada um, para garantir a satisfação dos clientes e dos colaboradores. Assim, estabelecem processos e implementam ações para atingir os objetivos propostos com monitorização constante dos resultados.

- **Normas Internas**

Na Bacalhôa, existem normas internas que devem ser respeitadas e seguidas para o bom funcionamento da Empresa. Essas normas estão disponíveis para consulta em cada secção e são as seguintes:

- Fardamento (dependendo da função do colaborador);
- Formação;
- Plano de Incentivos;
- Segurança e Saúde no Trabalho;
- Avaliação de Desempenho;
- Procedimentos Administrativos de Recursos Humanos.

- **Normas COVID-19**

Atualmente, a pandemia de Covid19, está a afetar a mobilização e hábitos das populações, sendo que, para controlar a disseminação do vírus, muitos países estão em confinamento, levando a que as Empresas adotem, em grande parte das situações, o sistema de teletrabalho.

Neste âmbito, também a Bacalhôa, privilegia sempre que possível, este regime. No futuro, com o previsível regresso à normalidade e após a imunidade de grupo ser alcançada através da vacinação em massa, é expectável que as rotinas retomem de forma rápida, afetando a preservação do planeta.

Atualmente, todas as funções da Empresa estão a ser realizadas, sempre com o uso de máscara.

- **Colaboradores**

O número médio dos Colaboradores da Bacalhôa em 2019 aumentou face ao número do ano anterior (2018). E diminuiu em 2020, podendo ser a justificação para este facto a COVID-19.

	2020	2019	2018
Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A.	102	105	97
	102	105	97

Figura 68 - Colaboradores Bacalhôa

Dividindo os Colaboradores por funções, em percentagem de toda a força de trabalho empregue, a área de Enoturismo representa 31%, seguindo-se com 23% a área de Operações e Logística, Enologia com 21 pontos percentuais, a área comercial com 17%, com 6% a área administrativa e financeira e com cerca de 1% a administração e o apoio agrícola.

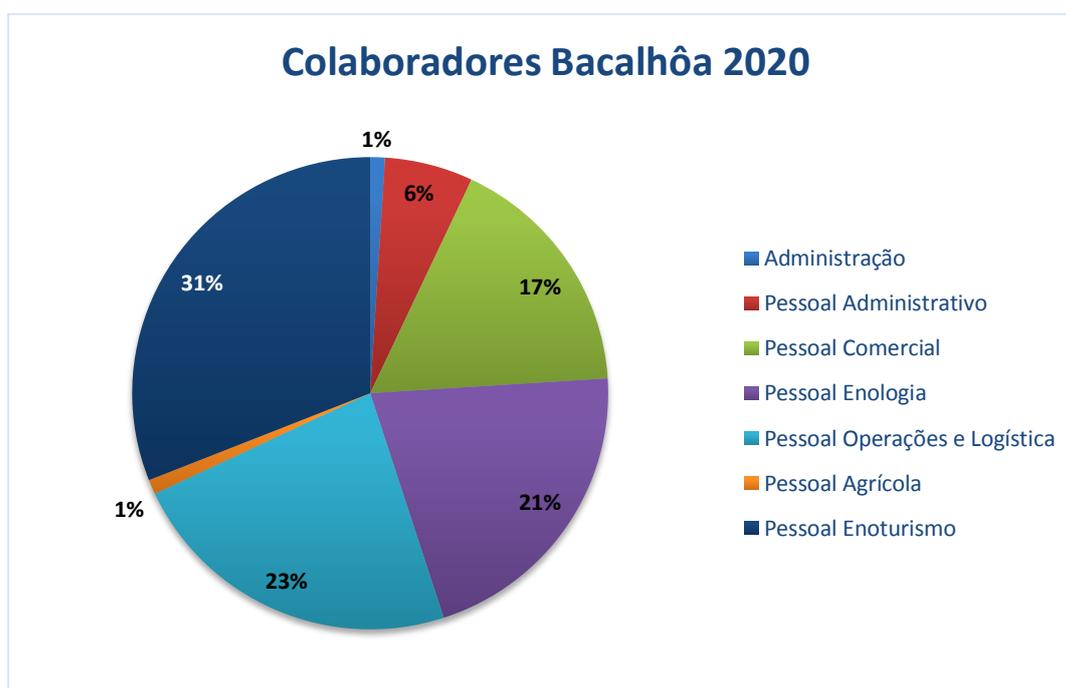


Figura 69 - Colaboradores Bacalhôa 2020

- **Direito do Trabalho**

O Direito do Trabalho, de importância absolutamente indelével na nossa sociedade, estabelece as normas jurídicas que visam regular a relação que se estabelece entre trabalhador e empregador, marcada pelo sinalagma «trabalho – salário», por força da qual o trabalhador se compromete a prestar a sua atividade de acordo com as ordens e instruções que lhe são dadas pelo empregador.

Apesar de se tratar, no fundo, de um negócio jurídico da vida privada, existe legislação específica, o Código do Trabalho, que sujeita a relação laboral a um regime especial relativamente ao regime comum das relações patrimoniais, por se entender que carece de um nível de proteção superior, mormente por considerar que uma das partes da relação laboral (trabalhador) é uma parte mais fraca, marcada por dependência económica deste perante o empregador.

A relação de trabalho, embora surja de livre consentimento, é profundamente assimétrica, pois o trabalhador, considerado o contraente mais débil, além de carecer dos rendimentos do trabalho para satisfazer as suas necessidades essenciais, fica sujeito à autoridade e direção do empregador em tudo o que diz respeito à execução do trabalho. Assim, é uma relação estruturalmente desigual, cunhada por uma divergência de interesses entre trabalhadores e empregadores, harmonizados por disposições legais que impõem deveres e direitos a ambas as partes.

Esta relação laboral, formalizada pelo contrato de trabalho, é composta por três elementos, a **prestação de trabalho** (obrigação do trabalhador de exercer determinada atividade), a **retribuição** (contrapartida patrimonial de atividade prestada pelo trabalhador) e a **subordinação jurídica** (poder que o empregador tem de conformar a prestação a que o trabalhador se obrigou), e pode revestir diferentes modalidades.

De acordo com o Código do Trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro, no seu artigo 11.º, um contrato de trabalho é um acordo no qual “uma pessoa singular se obriga, mediante retribuição, a prestar a sua atividade a outra ou outras pessoas, no âmbito de organização e sob autoridade destas”.

Assim, e pegando na situação mais comum, quando uma pessoa começa a trabalhar para determinada Empresa, esta faz um contrato com o novo empregado: um documento onde é estipulado, entre outras coisas, as funções que o trabalhador irá desempenhar, o local de trabalho, o horário de trabalho, as férias a que tem direito (no mínimo, 22 dias úteis por anos), o salário base e eventuais valores extra ou remuneração variável, entre outros. Este acordo é assinado por ambas as partes e, a partir desse momento, a colaboração entre estes fica assegurada e regida pelos termos descritos no contrato de trabalho.

Acontece que, conforme o tipo de Empresa, ou de atividade, podem ser celebrados diferentes tipos de contrato e é a diferença entre eles que precisa de conhecer, de forma a assegurar que tudo decorre dentro daquilo que foi estipulado, e utilizar a contratação de trabalhadores como fator de competitividade da Empresa.

São eles:

- Contrato de trabalho a termo certo;
- Contrato sem termo;
- A termo incerto;
- Contrato de trabalho de muita curta duração;
- Trabalho Temporário;
- Contrato de trabalho a tempo parcial;
- Prestação de serviços (embora não seja um contrato de trabalho, pois que não existe subordinação jurídica, pode ser uma forma de contratação de trabalhadores independentes para a prossecução de um determinado projeto, com autonomia na prossecução do resultado contratado).

A Bacalhôa Vinhos de Portugal só utiliza alguns deles, e são esses que vamos analisar.

- Contrato de Trabalho sem Termo

Há uns anos, este era o tipo de contrato que toda a gente ambicionava ter. E, na realidade, ainda há muitos que o procuram, por uma questão de segurança. Se a empresa lhe fez um contrato sem termo, significa que está efetivo, ou seja, faz parte dos quadros da Empresa, e que foi contratado para suprir uma necessidade permanente da atividade da Empresa.

O contrato sem termo não tem um fim estipulado e representa um sinal de confiança da parte da Empresa para o colaborador. Este pode surgir a seguir ao contrato a termo certo, quando é excedido o prazo de duração do anterior ou o número de renovações.

Na Bacalhôa Vinhos de Portugal, os trabalhadores que costumam ter este tipo de contrato são os administrativos, financeiros, enólogos, diretores, entre outros cargos.

○ Contrato de Trabalho a Termo Certo

O contrato de Trabalho a Termo Certo, tem um prazo definido e deve ser utilizado apenas para satisfazer necessidades temporárias e excecionais da Empresa como um projeto específico, ou para substituir outro colaborador que esteja ausente, conhecendo-se a data em que tal necessidade cessa.

De acordo com o previsto no Artigo 140.º do Código do Trabalho, o contrato de trabalho a termo certo deve ser utilizado nas situações seguintes:

- Substituição de um trabalhador ausente ou temporariamente impedido de trabalhar;
- Substituição de trabalhador em situação de licença sem retribuição;
- Acréscimo excecional de atividade da Empresa;
- Atividade sazonal;
- Execução de projeto com prazo predefinido;
- Entre outras situações abrangidas pela legislação, que devem ser consultadas.

O contrato de trabalho a termo certo tem atualmente uma duração máxima de dois anos (em vez dos três anos previstos anteriormente), com um limite máximo de três renovações, mas em que a duração total das renovações não pode exceder a duração do período inicial daquele.

Além disso, este tipo de contrato só pode ser inferior a seis meses em algumas circunstâncias, como por exemplo, caso se trate de uma atividade sazonal ou outra muito específica em termos de tempo.

Para que possa haver renovação do mesmo, é obrigatório que as condições iniciais que justificaram a contratação do trabalhador pela Empresa se mantenham, ou seja, que continue a haver a mesma necessidade temporária.

Na Bacalhôa alguns exemplos onde é utilizado este tipo de contrato no verão com o aumento das visitas nas quintas de Enoturismo da Bacalhôa e em casos excecionais.

- Contrato de Trabalho a Termo Incerto

À semelhança do contrato a termo certo, o contrato de trabalho a termo incerto tem como objetivo suprir necessidades específicas, temporárias e excepcionais de uma Empresa. A diferença é que o termo é incerto, ou seja, não existe uma data de término definida na altura da assinatura, desconhecendo-se antecipadamente quando tal necessidade vai terminar.

A duração vai sempre depender do caso específico em questão, ou seja, do tempo necessário para que determinada tarefa seja concluída. Quando não se consegue saber de antemão qual vai ser a duração da necessidade da empresa opta-se por esta modalidade de contratação.

No entanto, este tipo de contrato tem, atualmente, uma duração máxima de quatro anos, contrariamente aos anteriores seis, permitidos antes das últimas alterações à legislação laboral.

Este tipo de Contrato é utilizado pela Empresa em estudo quando se realizam projetos/trabalhos/atividades sem data precisa de término.

- Contrato de Trabalho Temporário

Neste regime é celebrado um contrato de trabalho entre o empregador e uma empresa de trabalho temporário, com alvará para poder exercer a sua atividade, nos termos do disposto no Decreto-Lei n.º 260/2009, de 25 de setembro, que regula o regime jurídico do exercício e licenciamento das agências privadas de colocação e das empresas de trabalho temporário, e que realiza determinado serviço para um cliente.

Grandes Empresas recorrem a este tipo de empresas para gerir o recrutamento e seleção e, na maioria dos casos, os primeiros contratos são feitos com a empresa de trabalho temporário, e não com o cliente final.

Assim, na prática, a agência que tratou do recrutamento é a entidade empregadora e será esta a assumir as responsabilidades do contrato: pagamento, seguro em caso de acidente de trabalho e todos os restantes direitos previstos na minuta do contrato, enquanto a Empresa utilizadora paga a esta empresa de trabalho temporário um valor pelo serviço de disponibilização do trabalhador temporário.

Relativamente às situações em que é utilizado, o contrato de trabalho temporário segue as mesmas normas que os contratos a termo incerto ou certo, ou seja, é necessário haver necessidades temporárias definidas para que seja permitido celebrar o mesmo.

Pode-se recorrer a este contrato noutras situações, entre as quais as seguintes:

- Necessidade intermitente de mão-de-obra devido a variação da atividade durante dias ou partes do dia;
- Projeto temporário inserido na instalação ou reestruturação de uma empresa;
- Vacatura de um posto de trabalho quando decorra processo de recrutamento para o seu preenchimento.

Quanto à duração, este tipo de contrato pode assumir a forma de um contrato a termo certo ou incerto e, assim sendo, a duração será aquela permitida para cada um destes casos.

Na prática, o trabalhador temporário tem os mesmos direitos dos restantes trabalhadores da Empresa, ou seja, recebe o mesmo valor de subsídio de refeição e tem acesso a cantinas, salas de convívio ou outros equipamentos sociais.

- **Vindimas**

Um pouco por todo o país, os meses de setembro e outubro são dedicados às vindimas. Em algumas regiões, a vindima das uvas constituiu-se como um momento tradicional, onde vizinhos e conhecidos se entreejam nesse esforço de colher e preparar o vinho.

É importante notar que, dependendo do contexto, podemos estar perante uma atividade mais ou menos industrializada, com ou sem a utilização de maquinaria, escadas, instrumentos de corte, transporte de cestos ou trabalho em zonas com declives acentuados.

Por isso, é importante compreender que é uma atividade que tem riscos associados, os quais carecem de ser ponderados pelas pessoas ou entidades que organizam a vindima.

A Empresa que organiza a vindima tem sempre de subscrever um seguro de responsabilidade civil para o ato e o período de duração da vindima. Além de já terem ocorrido mortes durante este tipo de eventos, a Empresa terá ao seu cuidado pessoas que vão andar em escadas, a manejar objetos cortantes ou a carregar cestos. Todas estas tarefas são passíveis de poderem causar lesões com impacto significativo nas vidas das pessoas, que podem até carecer de tratamento médico prolongado ou ter sequelas para o resto da sua vida. Assim, a subscrição de um seguro de responsabilidade civil é a melhor forma de acautelar este tipo de situações.

Muitas vezes, quando há acidentes nas vindimas, uma das questões é a de saber se a pessoa se encontrava a desempenhar aquelas tarefas enquanto trabalhadora. E há já várias jurisprudência sobre matéria muito similar.

A resposta para a pergunta depende sempre de uma análise casuística da situação concreta.

No caso de uma vindima mais “industrializada”, tal como a da Bacalhôa Vinhos de Portugal, com mão-de-obra intensiva e que perdura por vários dias ou meses, é indubitável que havemos de estar perante uma situação onde deverá existir uma relação laboral. Neste casos, por regra, é celebrado um contrato de trabalho de muito curta duração (até 35 dias), nos termos do artigo 142.º do Código do Trabalho ou, então e se o período for superior, um contrato de trabalho a termo certo ou incerto, se se desconhecer a data concreta do fim das vindimas.

Neste caso, terá de ser subscrito um seguro de acidentes de trabalho para cada trabalhador, nos termos do disposto na Lei n.º 98/2009, de 4 de setembro, que regulamenta o regime de reparação de acidentes de trabalho e de doenças profissionais.

- Contrato de Trabalho de Curta Duração

O contrato de trabalho de muita curta duração não pode ser superior a 35 dias e, apesar de ser possível celebrar outros contratos entre o mesmo colaborador e a mesma empresa, a duração total destes não pode exceder os 70 dias de trabalho do ano civil, nos termos do disposto no artigo 142.º do Código do Trabalho.

Caso ocorra incumprimento do ponto anterior, o contrato passa automaticamente a ter o prazo de seis meses. Este é o tipo de contrato mais curto e que é utilizado em situações muito próprias, tais como atividade agrícola sazonal ou na realização de algum evento turístico, por exemplo na Empresa em estudo. Não é obrigatório existir mesmo um contrato escrito, porém, a Empresa é sempre obrigada a comunicar a realização do mesmo à Segurança Social através de um formulário eletrónico que pode encontrar na Segurança Social Direta.

Reimaginar o EX (*Employee Experience*) – o Desafio dos Novos Tempos

Vivemos novos tempos, e estamos no terceiro ano consecutivo de pandemia, em que já se prognostica que este período poderá alargar-se até 2025. No entanto, a pandemia proporcionou a transformação da Gestão de pessoas clássica para uma Gestão mais ágil com a introdução de tecnologias, *Data Analysis*, Robótica, entre outras ferramentas.

Apesar dos avanços tecnológicos, nunca cessaram as preocupações com a satisfação dos clientes internos. Um estudo no Reino Unido de 2019, concluiu que 80% dos colaboradores não percebem o que os seus chefes pretendem que façam.

A importância da ***Employee Experience*** está na capacidade de se conseguir determinar os níveis de compromisso, motivação e produtividade das equipas e no suporte na criação de ambientes onde os colaboradores querem trabalhar.

Um recente estudo da Deloitte refere que 80% dos colaboradores considera que a experiência que vivem na Empresa é muito importante. É evidente que um colaborador feliz sentir-se-á mais comprometido e, conseqüentemente, terá uma melhor produtividade e permanecerá muito mais tempo na organização. Se já era um tema importante, depois da pandemia ganha relevo, com as Empresas a repensar a experiência dos seus colaboradores, a fim de os reter e captar novo talento.

Em primeiro lugar, importa definir o conceito de ***Employee Experience*** para compreendermos em detalhe todas as vertentes que abarca – um conceito amplo, que engloba todo o percurso profissional de um colaborador, desde a fase de recrutamento (ou mesmo antes, durante a pesquisa proativa do candidato no portal de emprego) até à saída da empresa.

Edgar Campos, senior *account executive* na Cobee – plataforma *all-in-one* e 100% digital de benefícios e remuneração flexível – sublinha que a experiência do colaborador não termina com o fim do vínculo contratual com a Empresa, mas transita para o momento de mudança para outra organização. “*Eu acredito que as organizações trabalham em prol dos famosos alumni, ou seja, que os colaboradores acabem por ser os embaixadores da marca e consigam passar para outra empresa tudo aquilo que foram as suas melhores experiências*”.

Para *Edgar Campos*, a experiência do colaborador incide em três pontos: comunicação, ou seja, a forma como a Empresa se dirige aos seus colaboradores; proximidade, no sentido em que a Empresa está disponível para recolher o *feedback* dos colaboradores; e flexibilidade, aquilo que própria Empresa faz para que cada um dos seus colaboradores possa sentir-se único e especial dentro da organização.

Já *Eduardo Mendes*, *head of people & leadership* na Sonae, estabelece paralelismos entre a noção de *marketing* de *Customer Experience* e esta ideia de **Employee Experience**. “A forma como nós tocamos os nossos clientes, nos diferentes *touch points* pré e pós momentos de consumo, são absolutamente determinantes para moldar a perspetiva que estes têm sobre nós. Com os colaboradores é um pouco a mesma coisa. Nós queremos tocar positivamente os nossos colaboradores ao longo das suas *Employee Journeys*, de forma a influenciar positivamente a sua atitude, o seu sentimento, face ao empregador”.

Importa, então, reconhecer que tal como no *Marketing* há segmentos diferentes de consumidores, também na gestão de pessoas há segmentos diferentes de colaboradores – as **Employee Personas**.

E se falamos em diferentes pessoas, há que customizar a sua experiência, de acordo com as necessidades de cada uma. “É importante customizar a experiência, porque a minha experiência não será igual à experiência de outras pessoas. Este trabalho da customização e das tais pessoas é o ideal que a entidade empregadora deve sempre procurar”, defende *Joana Pais Afonso*, *culture & people experience* na Deloitte – gigante corporativa de auditoria e consultoria.

No que diz respeito à envolvimento das lideranças no proporcionar de uma boa experiência do colaborador é necessário: saber escutar, proporcionar um apoio contínuo, envolver e fomentar a proximidade com base na transparência são pontos essenciais para que uma boa relação organização-colaborador perdure.

“O ponto essencial que a pandemia nos trouxe foi o do líder saber escutar a 360.º o seu colaborador, no sentido de perceber onde estão sinais de isolamento social, dificuldades económicas, problemas psicológicos. Atualmente, um bom líder deve olhar para o colaborador e lembrar-se de perguntar ‘como estás?’, esperando para ouvir a resposta”, aponta o *head of people & leadership* da Sonae.

De pequenas ou grandes dimensões, todas as Empresas podem proporcionar uma boa experiência aos seus colaboradores. Mais do que questões remuneratórias, vários outros fatores devem ser tidos em consideração.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal dá grande importância aos seus colaboradores e sabe que sem eles a Empresa não teria chegado onde está hoje.

Para muitos colaboradores, a Bacalhôa representa sua segunda casa. Muitas vezes estes profissionais passam mais tempo com seus colegas de trabalho do que com seus familiares. Logo, a Empresa reconhece que é fundamental otimizar a experiência dos seus colaboradores no trabalho para promover um bem-estar físico, psicológico, financeiro e competitivo.

Assim, a Bacalhôa Vinhos de Portugal implementa a sua estratégia de **Employee Experience** da seguinte forma:

- Escuta e conhece os seus Colaboradores;
- Alinha os interesses dos Colaboradores com os da Bacalhôa;
- Constrói um ambiente de trabalho favorável.

Marketing

- **Marketing Mix**

O Marketing Mix, que é um dos conceitos mais importantes da área de *Marketing*. Constitui os pilares de qualquer estratégia de *Marketing*, representando as razões pelas quais o público opta por comprar determinado produto ou serviço. Originalmente, o Marketing Mix era constituído por 4 P's, mas com a evolução tecnológica e das Empresas surgiu os 8 P's.

- Product (Produto)

O primeiro P é o *Product* (Produto). Talvez este seja o principal dos Ps, uma vez que ele representa o produto comercializado pela Empresa. O produto não representa apenas um objetivo físico, mas pode ser traduzido também em um serviço prestado ou em um material digital que é vendido pela organização, por exemplo.

- **Vinhos**

A Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, como já foi referido anteriormente, produz e comercializa Vinhos comuns e licorosos. A Empresa divide internamente os seus produtos por quatro categorias:

- *Icon*;
- *Super Premion*;
- *Quinta*;
- *Key Brands*.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal comercializa no total 68 produtos. O *Portfolio* de seguida apresentado, foi disponibilizado pelo departamento de *Marketing* da Empresa.

Para mais informações sobre os produtos, está disponível no *Anexo 1* - Catálogo Técnico da Viborel (Distribuidora da Bacalhôa Vinhos de Portugal).



PORTFOLIO



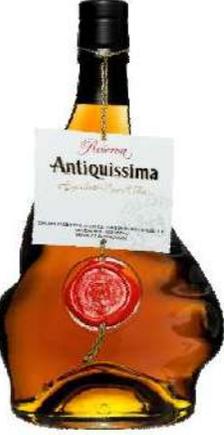
ICON




BACALHOÁ


ALIANÇA

SUPER PREMIUM



QUINTA



KEY BRANDS



BACALHOA

ALIANÇA

Com tudo, no *Website*, divide os seus produtos de diferentes formas:

- Tipo de Vinho;
- Região;
- Castas.

TIPOS DE VINHO

- Vinho Branco;
- Vinho Tinto;
- Moscatel;
- Vinho Rosé;
- Vinho Verde;
- Espumantes.

REGIÃO

- Alentejo;
- Douro;
- Dão;
- Bairrada
- Península de Setúbal;
- Lisboa;
- Sem região.

CASTAS

Trincadeira Preta	Castelão	Petit Verdot	Trincadeira
Alicante Bouschet	Chardonnay	Roupeiro	Verdelho
Alvarinho	Encruzado	Sauvignon Blanc	Greco di Tufo
Antão Vaz	Fernão Pires/Maria Gomes	Sémillon	Viosinho
Arinto	Jaen	Syrah	Trajadura
Azal	Merlot	Tinta Barroca	Loureiro
Baga	Moscatel de Setúbal	Tinta Roriz/Aragonez	
Bical	Moscatel Roxo	Touriga Franca	
Cabernet Sauvignon	Pedernã	Touriga Nacional	

Figura 70 - Castas Bacalhôa

▪ Vinhos DOP

A entrada de Portugal na União Europeia (na altura CEE) obrigou a certas alterações na designação dos Vinhos produzidos. O conceito Denominação de Origem é atribuído a Vinhos que, pelas suas características, estão intimamente associados a uma determinada região: têm origem e produção nessa região e possuem qualidade ou características inerentes ao meio geográfico (fatores naturais e humanos). Estes Vinhos são submetidos a um elevado controlo em todas as etapas de elaboração. As entidades certificadoras examinam os processos de elaboração e produção do Vinho, de modo a preservar a qualidade e as suas características únicas.

Como já referi anteriormente, a Empresa produz os seus Vinhos em vários locais no país, porém os Vinhos de Setúbal são os mais reconhecidos.

Os Vinhos de DOP de Setúbal são produzidos numa região delimitada pelos concelhos de Palmela, Setúbal, Montijo e parte da freguesia de Nossa Senhora do Castelo, no concelho de Sesimbra. Dão origem a dois tipos de Moscatel, o branco e o roxo, elaborados, respetivamente, a partir das castas Moscatel de Setúbal e Moscatel Roxo. Os Vinhos podem ter esta designação quando estas castas contribuírem com, pelo menos, 85% do mosto utilizado. A Península de Setúbal é uma região produtora de Vinhos de qualidade.

A área geográfica correspondente aos DOP de Palmela cobre a mesma área que a DOP de Setúbal, abrangendo os concelhos de, Palmela, Setúbal, Montijo e a freguesia de Nossa Senhora do Castelo, no concelho de Sesimbra.

A diversidade das castas e a heterogeneidade dos *terroirs* levam a que se produzam Vinhos de destacada qualidade e de diferentes características.



Figura 71 - Vinhos DOP

- **Enoturismo**

Conforme referido, a Bacalhôa Vinhos de Portugal implementou o projeto de Enoturismo nas diversas quintas sob o tema "*Arte, Vinho e Paixão*" que visa a surpreender as expectativas dos mais exigentes. Das vinhas ao Vinho, todo o processo vitivinícola é envolvido em vários cenários que incluem a tradição e modernidade, com exposições artísticas diversas, da pintura à escultura, nunca esquecendo magníficas obras naturais.



Figura 72 - Arte, Vinho e Paixão

- Price (Preço)

O 2º P diz respeito ao Preço (Price), ou seja, é a definição de quanto a Empresa cobra pela venda do produto ou pela prestação do serviço. É por meio deste pilar do Marketing Mix que será possível calcular a lucratividade das vendas.

Na tomada de decisão da definição do preço, é necessário levar em conta diversos aspetos, incluindo a média de preço praticada pelos concorrentes, a renda do público que comprará o produto, a percepção da marca pelo público, a necessidade de criar ações de venda, entre outros aspetos.

- **Vinhos**

A Empresa estudada, como tem diversos tipos de Vinhos, em consequência tem diversos preços. Para definir o preço de cada produto é necessário ter em consideração:

- **Quantidade, qualidade e técnicas de vinificação;**

Um dos aspetos mais importantes na determinação do preço de venda do Vinho é a quantidade de produção. Cada vindima tem os seus próprios custos fixos que não podem ser minimizados e não estão diretamente associados à quantidade de produto engarrafado. No entanto, se uma quantidade limitada de Vinho for produzida, os custos fixos são refletidos no preço de cada uma das garrafas com um impacto maior - este reflexo é menor ou mais diluído, quanto maior for a quantidade de produção.

As técnicas de vinificação também afetam diretamente o preço. A vinificação é um processo bioquímico através do qual as uvas são transformadas em Vinho. Existem muitas técnicas de vinificação diferentes e, tal como em outros Setores industriais ou artesanais, podem ser orientados para melhorar a qualidade do produto ou para aumentar o rendimento do produto. Ao recorrer a técnicas orientadas para melhorar a qualidade, o produtor incorre em custos mais elevados do que a optando simplesmente pelo aumento de volume de produção, uma vez que, neste caso, o produto estará disponível no mercado em maiores quantidades – em contrapartida as margens nos produtos de elevada qualidade são exponencialmente mais elevadas.

Além da escolha das ferramentas pelo enólogo e da tecnologia disponível, um outro fator que influencia seriamente o preço da garrafa de Vinho é o tempo - algo que parece ter importância em qualquer dos casos. Por exemplo, um Vinho de reserva, normalmente, tem um custo maior do que outro de qualidade comparável, mas que não seja de reserva. Dado que o Vinho de reserva permanece mais tempo nos barris de carvalho do que um Vinho que não é de reserva, tem uma qualidade mais restrita, mas também é mais caro, uma vez que há necessidade de investir a prazo em coisas tais como o envelhecimento, materiais, armazenamento, entre outros.

➤ **Enchimento, embalagem e imagem;**

Outro elemento tão importante na fabricação de Vinho como a própria origem do Vinho é a embalagem e a imagem exterior: o enchimento, a escolha da garrafa, o fecho, o rótulo e o encaixotamento. Este aspeto também pode fazer variar o preço de produto para produto, e certamente reflete o valor perceptível na mente do consumidor.

Não é de estranhar que alguns produtores que pretendam proporcionar uma sensação única aos seus consumidores estejam dispostos a prestar maior atenção às linhas de enchimento e de embalagem que utilizam para os seus Vinhos, em especial, naqueles que se destinam ao mercado de exportação.

Podem optar por uma variedade sem fim de elementos diferenciadores que destaquem a qualidade dos seus produtos nos corredores dos pontos venda, restaurantes, lojas *online* e enoturismos. Os maiores casos de sucesso prendem-se com formatos ou rotulagem originais que se distanciam dos outros produtos e criam uma imagem marcante e duradoura na mente do consumidor que é o caso da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A.

A imagem de marca do produto pode ser concebida e trabalhada por agências profissionais; a garrafa, a rotulagem e a própria rolha pode ter como matéria-prima uma cortiça de melhor qualidade. Cápsulas bem aplicadas, rótulos perfeitamente posicionados, sem despegamento ou bolhas, níveis consistentes - todos os pequenos pormenores marcam pontos em destacar e separar um Vinho com valor acrescido dos demais.

➤ **Denominação de Origem Protegida, Produção e Aclamação da Crítica;**

Já referi que o preço do Vinho não é determinado simplesmente pela quantidade produzida, pela técnica de vinificação utilizada ou pela qualidade da embalagem. A maior parte do preço é determinada por uma combinação onde concorre a região de origem, a aclamação da crítica e o historial do produto e também da sua adegas.

Certas regiões do mundo são perfeitamente adequadas para a produção de Vinho, por razões históricas e por causa das características climáticas. Esta lista também poderia incluir os Vinhos da Borgonha e Bordeaux, ou o Vinho Barrosa da Austrália e Vinhos de muitas outras partes do mundo, onde os consumidores têm vindo a reconhecer cada vez mais que a Denominação de Origem Protegida do Vinho confere um elemento de prestígio e de identidade exclusivos. Os vinhos destas regiões, podem vangloriar-se da sua qualidade única, graças às competências de vinificação dos produtores e às suas tradições locais.

No interesse de conservar a autenticidade da qualidade tradicional, muitas destas regiões são protegidas e reguladas por regras muito restritas, que visam não só preservar a qualidade destes Vinhos, mas também garantir a quantidade de produção realizada de forma sustentada, e que a própria terra também ela é utilizada corretamente.

Estas restrições podem ter um efeito determinante sobre o preço de um Vinho, mas são também as ferramentas fundamentais para a preservação da sua qualidade. Esta qualidade é traduzida em valor acrescentado, se uma Empresa souber interpretar corretamente os gostos dos seus consumidores. Além de discernir os diferentes tons de sabor, uma boa crítica também deve ser capaz de entender o que procuram as pessoas, e com isso vai conseguir dotar um Vinho da sua primeira chave para o sucesso, contribuindo simultaneamente para a determinação do seu preço, num mercado que está sempre regulado pela oferta e pela procura. Como já referi anteriormente a Bacalhôa Vinhos de Portugal tem Vinhos de Origem Protegida.

➤ **Fama, Notoriedade e Marketing.**

Entenda-se que duas garrafas de Vinho, de Setúbal, por exemplo, exatamente da mesma região geográfica, podem ter preços muito diferentes. Uma, por exemplo pode ser vendida por 15 euros, enquanto a outra é vendida por 55.

As razões por de trás desta diferença de preços podem dever-se a dois outros fatores com implicações no preço de uma garrafa de Vinho. O primeiro fator é chamado de *microregião*, que mais não é do que uma pequena área dentro de uma região produtora de Vinho, maior e bem conhecida. As condições das *microregiões* são ainda mais favoráveis para o cultivo de um tipo específico de uva, que podem originar produções de qualidades verdadeiramente superiores, embora em quantidades muito pequenas. Estas *micro origens* conferem uma maior qualidade na perspetiva do consumidor - juntamente com um preço muito mais elevado. Este efeito é notório nos *terroirs* de França.

O outro fator que influência na discrepância entre os preços dos dois Vinhos de Setúbal, é um ator adicional: o perito do Vinho. Os especialistas em Vinho são profissionais que fizeram uma carreira na degustação e avaliação de Vinho. Existem diferentes escolas de pensamento, mas todos estão unidos na procura da compreensão, descodificação e publicação de opiniões (com graus de autoridade variáveis) sobre a qualidade do Vinho.

Alguns desses especialistas, trabalham como jornalistas, escanções, donos de restaurantes e proprietários de adegas. A maioria tem ajudado muitas pessoas a descobrir e a apreciar Vinhos que provavelmente de outra maneira, o público em geral não teria conhecimento. Nesse sentido, o papel desses especialistas tem um impacto não apenas no mercado, mas na cultura também. Na perspetiva dos produtores, servem uma função vital - *marketing*.

A influência destes especialistas, cujas opiniões são baseadas na sua autoridade, determina o modo de como os consumidores irão degustar um Vinho; do quanto um restaurante vai querer ter um determinado Vinho na sua ementa e efetivamente determinar os limites do valor de revenda. Quanto mais alinhados os comentários positivos, mais atraente o Vinho se torna para o mercado.

Assim, um aumento na procura, derivado do aumento de prestígio do produto e, por conseguinte, a sua escassez, também é responsável por aumentos significativos do preço de venda do produto.

Como já foi referido anteriormente, a Bacalhôa Vinhos de Portugal comercializa um total de 69 produtos, cada um com características e sensações próprias.

Na tabela seguinte, conseguimos analisar o preço de alguns dos produtos:

Casal Mendes Sangria Branca	3,99€	Catarina Tinto 2019	5,99€	Bacalhôa Moscatel Roxo Rosé 2020	9,99€	Aliança Grande Reserva Bruto 2016	19,50€
Casal Mendes Rosé	3,99€	Quatro Ventos Superior 2018	6,99€	Bacalhôa Syrah 2018	9,99€	Quinta do Carmo Reserva Branco 2019	19,50€
Casal Mendes Verde	3,99€	Aliança Baga Bairrada Reserva Bruto 2019	7,49€	Catarina Branco 1500ml 2019	11,98€	Bacalhôa Moscatel Roxo Superior 10 Anos 2005	19,99€
Casal Mendes Blue	3,99€	Aliança Baga Bairrada Bruto 2017	7,49€	Catarina Tinto 1500ml 2019	11,98€	Quinta do Carmo Tinto 1500ml 2017	28,90€
Monte das Ânforas 2020	3,99€	Quinta do Carmo Branco 2020	8,49€	Bacalhôa Moscatel Roxo de Setúbal 5 Anos	12,99€	Quinta da Bacalhôa Tinto 1500ml 2016	33,90€
Bacalhôa Moscatel de Setúbal 2018	4,99€	Bacalhôa Touriga Nacional 2018	9,99€	Quinta dos Quatro Ventos Reserva 2018	14,99€	Quinta do Carmo Reserva Tinto 2014	34,90€
Dom Martinho Branco 2020	5,49€	Bacalhôa Verdelho 2020	9,99€	Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 10 Anos 2004	15,99€	Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior a 20 Anos 2000	59,90€
Dom Martinho Tinto 2019	5,99€	Bacalhôa Alicante Bourschet 2018	9,99€	Quinta da Bacalhôa Tinto 2017	16,99€	Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior a 30 Anos 1985	120€

Figura 73 - Tabela de Preços dos Vinhos



- **Enoturismo**

- **Aliança Underground Museum**

O Aliança *Underground Museum* tem 6 tipos de bilhetes:

Menu A Visita Guiada e Prova de Espumante	4€	Menu D Visita Guiada e Prova “Momento Bairrada”	15€
Menu B Visita Guiada, Prova de Espumante e Pãezinhos recheados com Leitão	6€	Menu E Visita Guiada e Prova “O Mundo Efervescente Underground Museum”	15€
Menu C Visita Guiada, Prova de vários Espumante e Sandes de Leitão	22€	Menu F Visita Guiada e Prova “Bacalhôa Premium”	15€

Figura 74 - Preços Aliança Underground Museum

Condições Gerais:

- Todos os Preços apresentados na tabela são para adultos;
- Tem duração de 1h30 a 2 horas;
- A Entrada é gratuita para crianças até aos 12 anos no Menu A;
- No Menu B e C as crianças até aos 12 anos têm 50% de desconto;
- É obrigatória a reserva com antecedência mínima de 48 horas;
- O Programa está sujeito a reserva e disponibilidade;
- Todos os valores têm IVA incluído (23%).

➤ **Adega/ Museu e Palácio da Bacalhóa**

A Adega/ Museu da Bacalhóa tem 5 tipos de bilhetes:

Visita à Adega e ao Palácio + Prova de Vinhos	12€	Visita à Adega e ao Palácio + Prova Casa das índias	89€
Visita à Adega e ao Palácio + Prova Catarina de Bragança	49€	Visita à Adega e ao Palácio + Prova D. Carlos I	250€
Visita à Adega e ao Palácio + Prova Bacalhóa	49€		

Figura 75 - Preços Adega/ Museu e Palácio Bacalhóa

Condições Gerais:

- Todos os Preços apresentados na tabela são para adultos;
- Tem duração aproximada de 120 a 150 minutos;
- Todas as visitas são guiadas
- É obrigatória a reserva com antecedência mínima de 48 horas;
- O Programa está sujeito a reserva e disponibilidade;
- Todos os valores têm IVA incluído (23%);
- Todas as provas de Vinhos são acompanhadas com Queijo Azeitão DOP.

➤ **Bacalhóa Buddha Eden**

Para crianças até aos 12 anos, o bilhete é gratuito. Para as restantes pessoas o preço do bilhete para visitar o jardim é de 5€. Caso seja pretendido fazer a visita de comboio tem um custo adicional de 4€.

➤ **Quinta do Carmo**

Para visitar a Quinta do Carmo tem um custo de 15€. A visita inclui uma visita guiada e uma prova de quatro Vinhos diferentes e uma Aguardente.

○ Placement (Distribuição)

Este pilar, representa a forma como os clientes chegam até o produto oferecido pela Empresa. Neste P é necessário definir os canais nos quais o produto será distribuído.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal comercializa os seus produtos em vários pontos:

- Grandes Superfícies;
- Quatros Lojas Bacalhôa (Situados no: Bacalhôa Buddha Eden, Aliança Underground Museum, Adega/Museu da Bacalhôa e Museu B-MAD);
- Website Bacalhôa.

A Empresa subcontrata a Empresa **Viborel Distribuição S.A.** que é uma Empresa que leva todos os dias até ao consumidor marcas míticas que participam nos melhores momentos da vida.

Já no Enoturismo, a visita é feita nos locais já referidos.



Figura 76 - Viborel Distribuição S.A.

○ Promotion (Promoção)

A Promoção representa o ato de promover a marca. A ideia com a Promoção é destacar as qualidades do produto oferecido e gerar confiança para a marca, destacando-se frente aos concorrentes. Para este pilar é necessário entender quais os tipos de média que o público consome e criar ações a pensar nas mesmas.

A Empresa em estudo, promove os seus produtos através das Redes Sociais e do seu Website. Graças à sua notoriedade e valor, a Empresa não necessita de fazer publicidade nos média tradicionais.

Com a publicidade nas redes sociais, é possível fazer chegar a mensagem ao público genuinamente interessado no Setor e nos seus produtos.

Nas suas Redes Sociais e no *Website*, como o *Instagram* e o *Facebook*, divulgam fotos dos produtos, promoções, fotos das paisagens, informações revelantes, entre outros conteúdos.

No seu *Youtube* publicam vídeos publicitários dos produtos e dos locais de Enoturismo e entrevistas.

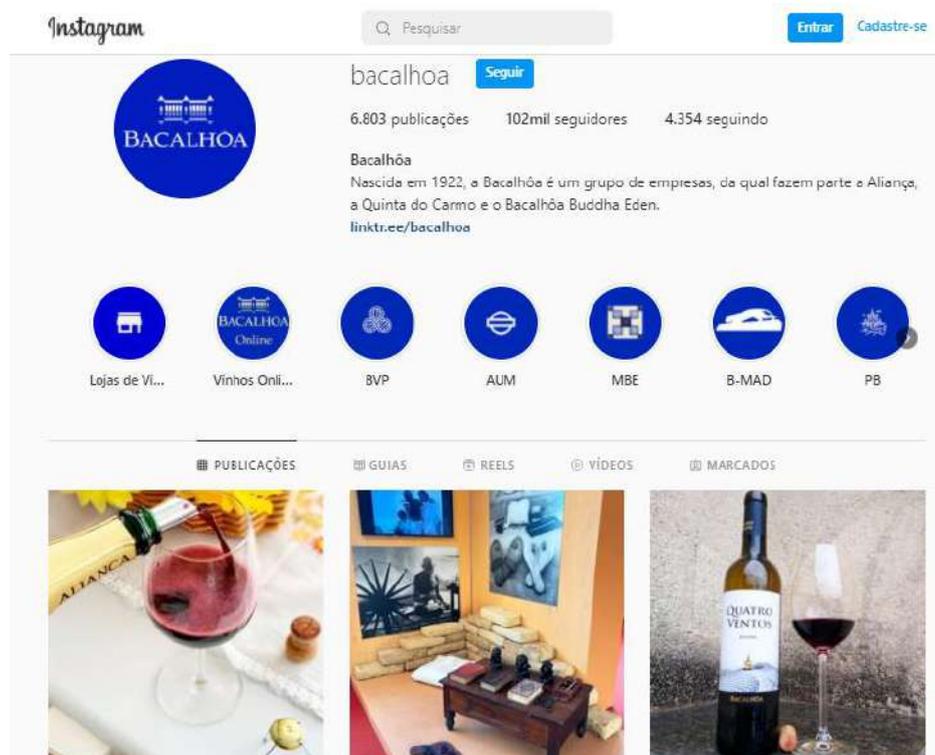


Figura 77 - Instagram Bacalhóa Vinhos de Portugal

A Bacalhôa Vinhos de Portugal orgulha-se de acolher com frequência eventos que unem o vinho, a gastronomia e a arte de forma subtil e sumptuosa. Porém são poucos os Eventos que a Empresa organiza para promover os seus produtos. A Empresa opta por ir a grande eventos nacionais e internacionais.

Tal como, o maior evento vínico de Portugal realizado na FIL Parque das Nações. A feira Vinhos & Sabores é um ponto de encontro para provar vinhos, conhecer os produtores e descobrir o país vinícola. Uma organização conjunta da revista Grandes Escolhas e do jornal Público.

Num anfiteatro com 20 lugares sentados colocado no meio do recinto, a “Vinhos & Sabores” convida os produtores a tomarem o palco para apresentar dois vinhos do seu *portfolio*. Ao todo, serão mais de 30 sessões informais de prova, em contacto direto entre o público e o produtor.

Outra grande presença da Bacalhôa Vinhos de Portugal é no maior evento de vinhos portugueses no Brasil no Rio de Janeiro e em São Paulo, onde proporciona diversas atividades como salão de degustação, *talk shows*, *wine bars* e provas. Nas provas especiais do evento, contam a participação de produtores e enólogos e são conduzidas por Dirceu Vianna Júnior, o único representante da língua portuguesa reconhecido com o título de *Master of Wine* (maior título de excelência e profissionalização em vinhos do mundo).

As provas especiais, sob temas como “Novos ícones portugueses”, “Vinhos raros e seus mistérios” e “O fascínio do vinho do Porto”, apresentarão Vinhos já avaliados como os melhores do mundo, como *Niepoort* Bairrada Lote D 2017, Quinta Nova Referência P29/P21 e **Bacalhôa Moscatel Roxo Rosé 2020**, entre outros. Nas provas que contam com a presença dos produtores, o público ainda pode aprender mais detalhes e curiosidades sobre os vinhos, enquanto os degustam.



Figura 78 - Post Twitter Bacalhôa

- People (Pessoas)

Com o tempo, a importância de valorizar o consumidor como parte da estratégia fez com que um novo P fosse acrescido ao conceito.

Nesse contexto as Empresas passaram a considerar mais o poder de compra do público na hora de criar campanhas, entendendo que as pessoas precisam ser conquistadas não apenas pelo produto e o que o envolve, mas também pelas marcas.

Assim, a Bacalhôa Vinhos de Portugal tem uma grande preocupação com os seus clientes e com a satisfação dos mesmos. A Empresa trabalha com determinação e paixão para satisfazer os clientes nacionais e internacionais em expansão, levando Portugal ao Mundo - um copo de cada vez.

- Processes (Processos)

Devem ser entendidos como processos todos os fluxos de trabalho, metodologias, operações e procedimentos de uma Empresa.

No que toca a um recente procedimento e metodologia de trabalho, a Bacalhôa Vinhos de Portugal, a caminho de implementar na Empresa uma plataforma digital, a *B-Create*, que otimiza todo o processo de aprovação de rotulagem, novas ideias e projetos, como é o caso de um novo rótulo ou produto por exemplo.

Nesta plataforma é possível criar a ideia/projeto e despoletar tarefas num fluxo em que entram todos os intervenientes pertinentes em cada projeto. Todos têm a sua responsabilidade, quer se aprovar ou rejeitar um Rótulo ou de criar um *Briefing* para o *Marketing* desenvolver imagem ou peças de comunicação.

- **Marketing Digital**

Os 4,66 bilhões de pessoas na *internet* a nível mundial, há muito tempo que desempenham um papel importante no mercado do Vinho, mas nunca como nestes últimos anos, com a COVID-19. Com a queda de vendas dos comerciantes tradicionais de Vinho e o encerramento de restaurantes e hotéis, toda a indústria do Vinho teve de se adaptar, onde as lojas *online* serviram como o último refúgio, oferecendo novas formas para chegar aos consumidores e oportunidades para diversificar e aumentar as receitas.

Por causa disto, muitos consumidores compraram pela primeira vez Vinho *online*, obrigando muitos produtores, distribuidores, cooperativas e comerciantes tradicionais de Vinho a investir nas suas operações *online*.

Consequentemente, com este despertar de consciências, tanto dos consumidores como da indústria, o ecossistema digital dos Vinhos tornou-se ainda mais competitivo. Perante a grande variedade de marcas, tornou-se difícil para as Empresas conseguirem destacar-se da concorrência uma vez que já não é suficiente produzir um “grande Vinho”.

Assim sendo, neste momento existem milhares de Empresas da indústria do Vinho a colocarem a mesma questão: Como é que a minha marca se pode destacar? De todas as respostas o *marketing* digital é a mais fácil. No entanto, é importante esclarecer o que é o *marketing* digital, as suas principais vantagens e como se podem adequar nas principais tendências da indústria do Vinho e enquadrar nos objetivos estratégicos das Empresas.

Uma das grandes vantagens do *marketing* digital no seio da indústria vinícola é que facilita o acesso das marcas aos seus consumidores. Os dispositivos móveis, tais como *smartphones* e *tablets*, permitem que o conteúdo digital esteja sempre disponível aos utilizadores, o que por sua vez ajuda as Empresas a comunicar com os seus consumidores em qualquer altura e local, permitindo uma partilha constante de informação relevante para o consumidor.

A presença no meio digital, no qual se pode comunicar com os consumidores, torna melhor a relação com os mesmos, a melhor compreensão das suas necessidades e adequar as soluções/produtos propostos (por exemplo: o melhor Vinho para acompanhar caril). Além disso, possibilita ao consumidor perceber que a Empresa compreende realmente as suas necessidades e com isso, criar uma ligação favorável para ambos.

Com o fenómeno das redes sociais, tornou-se relativamente fácil comunicar com os consumidores. Com a publicidade nas redes sociais, é possível fazer chegar a mensagem ao público genuinamente interessado no setor e nos seus produtos.

As redes sociais analisam dados como padrões de consumo e perfis de consumo, permitindo apresentar conteúdos personalizados a esses consumidores. No caso do Vinho, as campanhas publicitárias serão apresentadas às pessoas, a título de exemplo, que tenham interesse em provas de Vinho, ou enologia, entre outros.

Não existem limitações geográficas na captação do público-alvo pretendido para o *Marketing Digital*. Isto significa que se a Empresa quiser expandir o seu negócio, terá mais facilidade para o fazer. Por outro lado, se já estiver presente nos mercados internacionais, o *Marketing Digital* permite-lhe criar uma ligação mais forte e de proximidade com esses locais.

O *Marketing Digital* tem a capacidade de acompanhar ao detalhe os resultados, como por exemplo, o comportamento dos utilizadores, quais as nacionalidades dos seus visitantes, quais as páginas mais vistas, quais os Vinhos mais comprados, em que páginas entraram no site ou onde abandonaram, que possibilitam repensar e adequar a estratégia digital da marca em tempo real, entre outros dados.

O *Marketing Digital* no mercado do Vinho permite a comunicação direta com os clientes que interagem com a marca, principalmente através de comentários, mensagens, análises e publicações nas redes sociais. O *feedback* dos clientes, positivo ou negativo, sobre o produto ou serviço e a experiência geral que tiveram com marca é uma fonte de informação que permite melhorar o produto ou serviço, medir a satisfação do cliente, melhorar experiência do cliente e tomar melhores decisões. Ao valorizar, por exemplo respondendo a uma mensagem negativa, reagindo de imediato e encontrando uma solução para o problema, a Empresa está a melhorar a relação com os clientes.

A Estratégia de *Marketing* da Bacalhôa Vinhos de Portugal, dá grande importância às táticas e estratégias promocionais utilizadas. As estratégias promocionais permitem à marca interagir com os consumidores e influenciá-los diretamente.

Assim, a Bacalhôa Vinhos de Portugal realiza o seu *Marketing* Digital da seguinte forma:

- A Bacalhôa tem um site corporativo (já anteriormente mencionada), que destaca informações da Empresa, informações de produtos, bem como informações sobre quaisquer campanhas e vendas em andamento;
- Utiliza a sua presença nas redes sociais para interagir diretamente com os consumidores;
- Essas interações diretas permitem que a Bacalhôa entenda os clientes e as suas necessidades;
- A Empresa usa esse feedback e incorpora-o na estratégia organizacional e de marketing mais ampla;

A **M&A Digital** foi a Empresa responsável pelo lançamento da Bacalhôa nas redes sociais. Através de um posicionamento de marca inovador no nosso país, a Bacalhôa Vinhos de Portugal é hoje em dia referência nas redes sociais - pelo tom de comunicação e por ser das marcas de vinho nacional com maior notoriedade *online*. A equipa da **M&A Digital** gere todas as contas sociais da marca: Instagram, Facebook e Twitter e é responsável pela criação de imagens exclusivas.

Estudo de Mercado

- **Público-Alvo**

Portugal é um país com uma grande herança e cultura ligadas à produção de Vinho, contendo várias regiões vinícolas onde são produzidos uma grande variedade de Vinhos de qualidade. Desde sempre, os Vinhos constituíram uma paixão para o Homem e há muito existe curiosidade em perceber como pensa o consumidor cada vez mais exigente, informado e com um sentido muito exato das suas necessidades num setor cada vez mais competitivo. O Vinho é um poderoso instrumento de socialização ou uma maneira de comemorar. Transmite a história e a cultura de um país, e é um símbolo de prestígio. Há poucos estudos empíricos que abordam o comportamento do consumidor de Vinho.

O aumento do interesse do consumidor em Vinho e a maior exposição nos meios de comunicação faz com que se procure formas para uma melhor preparação para o desenvolvimento e promoção de produtos que vão ao seu encontro.

O mercado de Vinho é segmentado com base em nove grandes variáveis de segmentação: qualidade, consumo, redução de riscos, ocasião, cultural, comportamental, envolvimento, geográficas, estilos de vida.

Uma das formas para saber mais sobre o comportamento do consumidor é através da aplicação de tecnologias de informação como por exemplo bancos de dados. Esta segmentação tem em conta as preferências de Vinho do consumidor e suas características sociodemográficas, permitindo que as Empresas de Vinho, implementem estratégias diferenciadas.

A segmentação é uma ajuda para o produtor de forma a ser mais eficiente no tipo de comercialização e assim chegar ao consumidor e a diferentes mercados, melhorando a utilização dos recursos disponíveis. Diferentes estudos abordam diferentes segmentos de mercado. O estudo de Hristov & Kuhar (2014), foi feito a uma população “jovem adulto” (25 a 34 anos) tendo em conta 13 atributos de Vinhos, (preço do Vinho, tipo de Vinho, marca, casta, tipo de envelhecimento, idade Vinho/colheita, teor de açúcar, design da garrafa, país de origem, projeto do rótulo, tipo de rolha, medalhas, teor de álcool).

No entanto, não é possível afirmar com certeza que estes são os 13 atributos mais importantes que influenciam o comportamento de escolha de Vinho. Relativamente á segmentação por grau de conhecimento o estudo de Bruwer & Buller (2013) conclui que quanto maior o conhecimento, maior é a ligação emocional o que resulta na procura de informação, no aumento do consumo e na escolha de Vinhos mais caros.

Os consumidores com baixo envolvimento não leem muito sobre o assunto, raramente têm conversas sobre Vinho e o consumo de Vinho está associado a ocasiões especiais. Em complemento o estudo de Hollebeek, et al. (2007), mostra a importância entre os segmentos de consumidores com base em alto e baixo envolvimento. A informação sobre a região e origem de um Vinho era mais importante nas decisões de compra feitas por consumidores de alto, em oposição ao baixo envolvimento com o produto.

O *Target* dos consumidores jovens adultos é importante observando-se no estudo de Atkin & Thach (2012), que o teor de álcool, imagens rótulo e medalhas conquistadas pode ajudar a atrair este público-alvo. A diferença de idade pode afetar a avaliação da qualidade do Vinho para decidir qual Vinho escolher.

A segmentação comportamental é uma das mais determinantes e envolve: uso, benefícios pretendidos, percepções e crenças. A segmentação psicográfica abrange o estilo de vida e personalidade como um meio para identificar grupos de consumidores com semelhanças, mas é complexa de medir através de inquéritos.

O estudo do comportamento do consumidor perante um Vinho é um tema complexo pois é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Conclui-se, portanto, ao longo desta análise que existe uma multiplicidade de atributos que interfere no processo de escolha do Vinho.

Os atributos são classificados de acordo com a sua natureza intrínseca ou extrínseca ao Vinho, revelando-se complexos por não atuarem singularmente na escolha do consumidor, dificultando a compreensão do processo de escolha. Atributos como as castas, a região de origem, o ano de colheita, a qualidade, a marca, o prestígio e os prémios, o enólogo e casa produtora, a embalagem e os rótulos, assim como o preço assumem importâncias relativamente diferentes em mercados distintos que se caracterizam por culturas de consumo também elas diferentes.

Para o consumidor a experiência relativa ao produto (com o produto) tem maior influência no julgamento do conhecimento autoavaliado do que a informação da classe de produto armazenada na memória. Na pesquisa de segmentação o difícil é escolher uma base de segmentação adequada. O critério mais básico de um mercado pode ser dividir de acordo com os perfis dos consumidores. Os consumidores de Vinho hoje têm uma seleção impressionante de variedades e marcas de produtos nacionais e internacionais, sendo que o seu comportamento perante a escolha é certamente interessante de ser estudado.

Porém, há algo que podemos afirmar sobre o público-alvo no setor dos vinhos.

O regime legal de disponibilização, venda e consumo de bebidas alcoólicas em locais públicos e em locais abertos ao público, vulgarmente designada como Lei do Álcool, está previsto no Decreto-Lei n.º 50/2013, de 16 de abril, alterado pelo Decreto-lei n.º 106/2015, de 16 de junho. Este regime prevê a proibição de facultar, independentemente de objetivos comerciais, vender ou, com objetivos comerciais, colocar à disposição, bebidas alcoólicas em locais públicos e em locais abertos ao público:

- A menores (Artigo 122.º do Código Civil prevê que é menor quem não tiver ainda completado dezoito anos de idade);
- A quem se apresente notoriamente embriagado ou aparente possuir anomalia psíquica.

O estabelecimento onde se vende bebidas alcoólicas deve afixar, de forma visível, um aviso impresso e com a mensagem escrita em caracteres facilmente legíveis e sobre fundo contrastante, informando sobre as proibições de venda.

- **Posicionamento**

Há muitas maneiras de uma Empresa ser única, desde pequenas diferenças de preços, embalagens e serviços, até contrastes significativos de recursos e benefícios com a concorrência. Em todos os casos, a exclusividade da Empresa deve ser examinada em relação a outros produtos e serviços que o público-alvo usa atualmente (ou seja, coisas que a Empresa espera substituir pelas suas próprias ofertas). As diferenças podem não importar, a menos que sejam diferentes o suficiente para o cliente ser influenciado na decisão de compra.

Portugal, como já referi anteriormente, tem uma grande cultura vinícola sendo considerado a nível mundial o 5º melhor produtor de vinho (em 2016).

A nível nacional, Portugal tem mais de 350 produtores de vinho em todo o território. A Bacalhôa Vinhos de Portugal foi considerada, em 2016, a 13ª melhor produtora a nível nacional.

- Prémios

- **Buying Guide 2011**

Todos os meses a reconhecida revista americana publica um "Buying Guide" onde são destacados os Vinhos que a editora considera serem as melhores compras em termos de qualidade, sendo que o *rating* acima dos 90 pontos categoriza os Vinhos como "excelentes" e "altamente recomendados".

A revista incluiu 22 Vinhos da Bacalhôa Vinhos de Portugal e Aliança Vinhos de Portugal no guia de compras de novembro, 13 dos quais obtiveram mais de 90 pontos, sendo que 5 tiveram 92 pontos. Todas as regiões onde a Bacalhôa Vinhos de Portugal e Aliança Vinhos de Portugal possuem quintas e adegas estão presentes na avaliação, mas é a excelente pontuação dos Vinhos, Catarina, Vista TN, Quinta da Garrida Encruzado e Bacalhôa Moscatel de Setúbal, que volta a demonstrar o esforço contínuo feito pelo grupo em produzir ótimos Vinhos a preços muito acessíveis.

O maior destaque foi para o Tinto da Ânfora 2008 que, também se classificou no 36º lugar no tema da capa, "TOP 100 Best Buys 2011", e na secção "Top Shelf", por ser um Vinho que surpreende sempre: "A recente colheita do Tinto da Ânfora (2008) tem força e um ótimo equilíbrio com o seu aroma a frutos pretos, taninos maduros, envelhecimento em barricas de

carvalho e acidez envolvente. Existe uma textura de compota, embora a estrutura firme do Vinho o mantenha compacto."

Os Vinhos classificados da Bacalhôa Vinhos de Portugal foram:

- 92 - Tinto da Ânfora (tinto) 2008 (Alentejo)
- 92 - Cova da Ursa (branco) 2010 (Península de Setúbal)
- 91 - Quinta da Bacalhôa (branco) 2010 (Península de Setúbal)
- 91 - Catarina (branco) 2010 (Península de Setúbal)
- 90 - Quinta dos Loridos Alvarinho (branco) 2010 (Lisboa)
- 90 - Bacalhôa Moscatel de Setúbal 2004 (Península de Setúbal)

▪ **Melhores do Ano 2015**

A Bacalhôa Vinhos de Portugal conquistou 26 prémios no Jantar dos “Melhores do Ano 2015”, cerimónia organizada pela Revista de Vinhos no Centro de Alto Rendimento de Anadia – Velódromo de Sangalhos e que juntou mais de 1000 profissionais do Setor Vinícola.

O grande destaque foi dado ao Bacalhôa Moscatel Roxo Superior 2002 e ao Palácio da Bacalhôa 2009, ao serem distinguidos com o Prémio de Excelência 2015, integrando assim o top 30 dos melhores vinhos de 2014.

Contudo, estes não foram os únicos prémios conquistados pela Bacalhôa Vinhos de Portugal nesta cerimónia. O Quinta da Bacalhôa Branco 2014 conquistou o prémio de Melhor de Portugal na Península de Setúbal e o Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 2001 foi agraciado com o mesmo prémio na categoria Moscatel de Setúbal.

O Serras de Azeitão Branco 2014, o Serras de Azeitão Tinto 2013, o Quinta da Bacalhôa Tinto 2012, o Monte das Ânforas 2013, o JP Azeitão Tinto 2014, o JP Azeitão Rosé 2014, o JP Azeitão Branco 2014, o Catarina 2014, o Bacalhôa Moscatel Roxo Superior 2002 e o Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 2001 foram distinguidos com a designação Boa Compra 2015, um indicador atribuído aos vinhos que possuem a melhor relação qualidade/preço.

No que diz respeito aos vinhos da Aliança Vinhos de Portugal (que pertence à Bacalhôa Vinhos de Portugal como já foi referido), a maior distinção foi atribuída ao Espumante Aliança Vintage Bruto 2010, que conquistou o prémio de Melhor de Portugal na categoria de Espumantes, além da designação de Boa Compra 2015.

Por sua vez, o Espumante Aliança Reserva Tinto Bruto, o Espumante Aliança Baga Bairrada Reserva Bruto 2013, o Terra Boa 2013, o Quinta da Garrida Tinto 2012, o Quinta da Garrida Reserva tinto 2012, o Foral 2014, o Casal Mendes Vinho Verde, o Aliança Bairrada Reserva Tinto 2012, o Alabastro Tinto 2014 e o Alabastro Branco 2014 receberam a distinção Boa Compra 2015.

▪ **Empresa do Ano 2015**

A Bacalhôa Vinhos de Portugal foi distinguida com o galardão “Empresa do Ano” nos prémios “Os Melhores do Ano” da Revista de Vinhos. A distinção foi revelada no dia 13 de fevereiro de 2015, no Centro de Congressos da Alfândega do Porto, onde decorreu a entrega dos Prémios.

A Bacalhôa viu reconhecida a sua dedicação, que se alargou da Península de Setúbal para as adegas nas regiões vónicas mais importantes de Portugal: Alentejo, Península de Setúbal, Lisboa, Bairrada, Beiras, Dão e Douro.

Foram vários os fatores que contribuíram para a atribuição desta distinção e que tornam a Bacalhôa uma Empresa ímpar no mercado nacional, representando a sua dimensão: mais de 1200 hectares de vinhas distribuídos por 7 regiões portuguesas (Douro, Dão, Bairrada, Beiras, Lisboa, Península de Setúbal e Alentejo); 40 castas diferentes produzidas em 40 quintas; 4 centros vónicos (Douro, Sangalhos, Azeitão e Alentejo); 70 % de autonomia na produção própria de vinho e 5 núcleos de Enoturismo (Aliança Underground Museum, Bacalhôa Buddha Eden, Quinta e Palácio da Bacalhôa, Bacalhôa Museu e Adega e a Quinta do Carmo) – entre eles o mais visitado anualmente em Portugal, o Bacalhôa Buddha Eden.

▪ Prémios CVRPS 2018

A Bacalhôa Vinhos de Portugal foi a Empresa mais premiada no XVIII Concurso de Vinhos da Península de Setúbal, com 12 medalhas, seguida da Adega Cooperativa Santo Isidro de Pegões, com nove medalhas, e da Casa Ermelinda Freitas, com sete medalhas atribuídas. A entrega dos prémios da Comissão Vitivinícola Regional da Península de Setúbal (CRVPS) decorreu numa gala na Estufa Fria, em Lisboa.

Entre as 12 medalhas obtidas pela Bacalhôa – Vinhos de Portugal (que em 2017 havia ficado em terceiro lugar com sete medalhas) destacam-se as de Melhor Vinho a Concurso e Melhor Vinho Generoso entregues ao Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 30 anos – 1985.

▪ Mundus Vini Grand International Wine Award 2020

A 26ª edição do *Mundus Vini Grand International Wine Award* (2020), na Alemanha, foram atribuídos 43 Medalhas de Grande Ouro, 1546 de Ouro e 1406 de Prata. Estes vinhos, foram avaliados por um júri composto por 268 especialistas de vinho, de 54 países diferentes.

O Quatro Ventos Douro DOC 2018 e o Aliança Bairrada Reserva 2019 foram destacados com Medalha de **Ouro**.

O Aliança Dão 2017 recebeu Medalha de **Prata**.

Mais um reconhecimento Internacional para os vinhos da Bacalhôa.



Figura 79 - Mundus Vini Grand International Wine Award 2020

- **XXI Concurso de Vinhos da Península de Setúbal 2021**

A convite da Comissão Vitivinícola Regional da Península de Setúbal, o Diretor Regional Adjunto da DRAPLVT, Rui Hipólito, e o Delegado Regional da Península de Setúbal, João Faria, estiveram presentes na XXI Edição da Cerimónia de Entrega de Prémios do Concurso de Vinhos da Península de Setúbal, na Quinta do Monsanto em Lisboa, data em que se celebrou também os 30 anos de existência da CVRPS.

O evento foi organizado pela CVR Península de Setúbal com as categorias de melhor vinho do concurso, melhor vinho tinto, melhor vinho branco, melhor vinho rosado e melhor vinho generoso, num total de 172 vinhos de 17 empresas da região vitivinícola da Península de Setúbal.

Os vinhos Moscatel Roxo 20 Anos (José Maria da Fonseca); Adega de Palmela Grande Reserva 2017 (Adega Cooperativa de Palmela); Terras do Pó Chardonnay e Viognier 2017 (Casa Ermelinda Freitas); e Bacalhã Roxo Vinha dos Frades 2020 (Bacalhã – Vinhos de Portugal) venceram o prémio de “melhores vinhos” a concurso.

O Concurso de Vinhos da Península de Setúbal é organizado há 21 anos pela Comissão Vitivinícola Regional da Península de Setúbal com o objetivo de promover, valorizar e estimular a produção de vinhos com Denominação de Origem ("Palmela", "Moscatel de Setúbal" e "Moscatel Roxo de Setúbal") e Indicação Geográfica ("Vinhos Regionais da Península de Setúbal").



Figura 80 - XXI Concurso de Vinhos da Península de Setúbal 2021

- **Concorrentes**

Analisar a concorrência é fundamental para identificar produtos e serviços semelhantes oferecidos pelas Empresas concorrentes no mercado. É uma parte essencial de um plano de *marketing*, pois permite sinalizar os concorrentes diretos e avaliar os seus pontos fortes e fracos. Esta avaliação possibilita distinguir o produto ou serviço da Empresa relativamente à concorrência ou identificar necessidades que ainda não estão a ser respondidas pelos concorrentes.

Assim, é relevante especificar e observar os principais concorrentes. Existem dois tipos de concorrência:

- **Concorrência Direta:** Empresas que vendem a mesma linha de produtos direcionada para o mesmo público, dentro do mesmo regime de preços;
- **Concorrência Indireta:** Empresas que comercializam produtos substitutos ou complementares para o mesmo público-alvo.

- Concorrência Direta

Como já referi anteriormente, a sede da Empresa e maior parte dos seus produtos vinícolas são originados da Península de Setúbal. Assim, os Concorrentes Diretos da Empresa Bacalhõa Vinhos de Portugal, S.A. são os produtores desta região.

Situada no litoral oeste, a sul de Lisboa, esta região vitivinícola tem um *terroir* específico para a produção do famoso e tão apreciado vinho licoroso. “Esta região pode dividir-se em duas zonas orográficas completamente distintas: uma a sul e sudoeste, montanhosa, formada pelas serras da Arrábida, Rosca e S. Luís, e pelos montes de Palmela, S. Francisco e Azeitão, estes recortados por vales e colinas, com altitudes entre os 100 e os 500 m. A outra, pelo contrário, é plana, prolongando-se em extensa planície junto ao rio Sado.

Com mais de 600 referências (marcas ou produtos), os vinhos da Península de Setúbal são fruto das particularidades do terreno e do vasto conhecimento dos seus produtores. Muitos destes produtos, provavelmente já saboreou e talvez estejam, até, entre os seus preferidos.

Estes são alguns dos Concorrentes Diretos da Empresa Bacalhõa Vinhos de Portugal.

- **Casa Ermelinda Freitas**



Figura 81 - Casa Ermelinda Freitas

A Casa Ermelinda Freitas dedica-se à produção de vinho desde 1920. Os 550 hectares de vinhas estão situados em Fernando Pó, uma zona privilegiada da região de Palmela, com 60% de Castelão, 20% de variedades tintas e 20% de uvas brancas, perfazendo um total de 30 castas diferentes, que são exploradas anualmente na Casa Ermelinda Freitas.

- **José Maria da Fonseca**

Fundada em 1934, é a mais antiga Empresa portuguesa de vinhos de mesa e Moscatel de Setúbal, sendo até hoje administrada pela mesma família. O seu criador, José Maria da Fonseca, foi o responsável por inovações como a utilização do arado, a criação de um maior compasso entre as cepas de forma a obterem maior exposição solar, ou a introdução de novas castas na região, como a Castelão (ou Periquita).

Produz marcas do porte de Periquita, JMF, Alambe Ice, Domini, FSF, Hexagon, J. de José de Sousa, José de Sousa Mayor, entre outros.



Figura 82 - José Maria da Fonseca

- **Fernão Pó Adega**

A Adega Fernão Pó é uma Empresa familiar de Fernando Pó, concelho de Palmela, resultado da junção das famílias Freitas & Palhoça. Ligadas à vinicultura e produção de Vinho há gerações, reúnem dois ramos da história Vinícola de Fernando Pó. Nos anos 50 Aníbal da Silva Freitas fundou a Adega. Em 1990, foi lançado o primeiro vinho de marca própria. Hoje produz cerca de 660 mil litros de vinhos de vinhas próprias.



Figura 83 - Fernão Pó Adega

MONTE DA CAROCHINHA



O Monte da Carochinha está situado na vertente litoral da Serra do Cercal, sobranceira ao Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina. Com vista alta sobre o mar de Porto Covo, beneficia de forte influência Atlântica conjugada com um microclima de Serra, onde os declives acentuados em solos pobres, de xisto, rodeados de floresta e esteva, marcam claramente o perfil dos vinhos aqui criados.

QUINTA DO PILOTO

A Quinta do Piloto é herdeira da tradição vinícola de quatro gerações da família Cardoso, em Palmela. Os seus vinhos são fruto de lotes escolhidos entre 200 hectares de vinhas nos melhores terroirs da região. Entre as suas marcas, estão as gamas Quinta do Piloto Collection, Reserva e Coleção da Família.



HERDADE DA GÂMBIA

HERDADE DE
GÂMBIA

A Herdade de Gâmbia é uma Empresa familiar, que desenvolve uma atividade agro-florestal e pecuária desde 1917. A Herdade localiza-se a cerca de 9 km de Setúbal, desenvolve-se ao longo da margem direita da Ribeira da Marateca com uma área de cerca de 600 hectares, integrada na sua totalidade na Reserva Natural do Estuário do Sado.

QUINTA DE ALCUBE

A Quinta de Alcube é uma propriedade familiar inserida no Parque Natural da Serra da Arrábida que, pela sua envolvente paisagística e geográfica, proporciona um conjunto de experiências e de boas memórias para quem a visita.



SOCIEDADE VINÍCOLA DE PALMELA

Criada em 1964 por um grupo de vinicultores que desejam engarrafar os vinhos das suas produções para os colocar no mercado com maior valor agregado. Nos anos 90, a SIVIPA passou a pertencer à família Cardoso, a qual passou a apostar nos vinhos certificados e de maior qualidade. Hoje em dia é uma sociedade com grande reputação na produção de vinhos e moscatéis.

HERDADE DO CEBOLAL

A Herdade do Cebolal nasceu em 2008 e está localizada no litoral alentejano, a 17 km de Santiago do Cacém e no extremo sul da região demarcada da Península de Setúbal. Conta com 23 hectares de vinha num vale que lhe fornece um microclima único e vinhos de terroir.



HERDADE DO CEBOLAL

ASL TOMÉ

A ASL Tomé iniciou a sua produção de Vinhos em meados de 1940, sendo hoje a Empresa mais antiga em funcionamento em Pinhal Novo. Na Quinta da Cascalheira é onde se encontra a adega e uma das vinhas mais antigas da região, estando aos cuidados da família de Américo de Sousa Lopes há cinco gerações.



Figura 84 - Concorrentes Diretos



○ Concorrência Indireta

Nesse tipo de concorrência, as Empresas não oferecem o mesmo tipo de produto/serviço, mas atingem o mesmo perfil de público-alvo, através da estratégia de substituição, o que acaba influenciando na decisão do cliente.

No caso de estudo, a Concorrência Indireta são todos os outros produtores de Vinho de Outras Regiões de Portugal. Ou seja, não produzem nem comercializam o mesmo tipo de vinhos e licores que a Bacalhôa Vinhos de Portugal, contudo continuam a ser uma Concorrência.

Portugal tem mais de 370 produtores (inclusive os da Península de Setúbal anteriormente referidos), estes que irei referir foram considerados os dez melhores em 2016.

EMPRESA	REGIÃO	CONCURSOS	PRÉMIOS	PONTOS
1 Sogrape Vinhos De Portugal S.A.	SR	9	206	4441,25
2 Casa Santos Lima Companhia Das Vinhas S.A.	Lisboa	13	138	2630,15
3 Symington Family Estates	Douro	4	79	1695,38
	Península de			
4 Cooperativa Agrícola De Santo Isidro De Pegões Crf	Setúbal	12	93	1642,35
5 Dfj Vinhos Sa	Lisboa	7	102	1812,90
	Península de			
6 Casa Emelinda Freitas Vinhos Lda	Setúbal	30	62	1263,80
7 Export Produção De Bebidas S.A.	SR	9	66	1125,85
8 Casa C. Da Silva	Douro	6	43	1108,00
9 Casa Agricola Alexandre Relvas - São Miguel Vinhos	Alentejo	8	36	881,90
10 Casa Cortes De Clima Lda/Hans Kristian Jorgensen	Alentejo	8	45	812,20

▪ **Sogrape Vinhos de Portugal**

A Sogrape Vinhos de Portugal S.A. é uma empresa portuguesa com sede em Avintes, Vila Nova de Gaia, que se dedica ao cultivo, produção e exportação de vinho.

A atual base produtiva da Sogrape alarga-se a nove quintas nas principais regiões vitícolas portuguesas- com uma capacidade de vinificação de mais de 30 milhões de litros.



Figura 85 - Sogrape Vinhos de Portugal

- **Casa Santos Lima**

A Casa Santos Lima foi constituída para dar seguimento à atividade desenvolvida pela família Santos Lima há várias gerações. Esta atividade foi iniciada por Joaquim Santos Lima, que, no final do século XIX, era já um grande produtor e exportador de vinhos. José Luís Santos Lima Oliveira da Silva, bisneto do fundador, relançou a Empresa em 1990, tendo procedido à replantação de grande parte das vinhas, melhorado o encepamento das vinhas e modernizando toda a estrutura produtiva.



CASA SANTOS LIMA

Figura 86 - Casa Santos Lima

- **Symington Family Estates**



Figura 87 - Symington Family Estates

Andrew James Symington ('AJ') chegou a Portugal em 1882 com apenas 19 anos e iniciou uma carreira independente como produtor de vinho do Porto.

A Symington Family Estates é um dos maiores produtores mundiais de vinho do Porto premium, o principal proprietário de vinhas no Alto Douro e um dos principais produtores de vinho de Portugal.

DFJ VINHOS

Fundada em 1998 e localizada no Ribatejo, a DFJ Vinhos dá vida à Quinta da Fonte Bela, imponente edifício do século XIX.

Com mais de duas centenas de vinhos com a sua assinatura, José Neiva Correia transportou toda essa sabedoria para uma casa que hoje é sua.



CASA RELVAS



A Casa Agrícola Alexandre Relvas tem epicentro na Herdade de São Miguel, de onde estende toda a sua ação. É um valor emergente no Alentejo, onde se sente muita diferença na forma de trabalhar os vinhos, aliando o típico vinho alentejano.

ENOPORT WINES



Ao longo dos anos, a Enoport Wines unificou algumas das mais antigas e emblemáticas empresas Portuguesas de Vinho. O grupo é detentor de 7 propriedades vinícolas (quintas) distribuídas pelas várias regiões vitivinícolas de Portugal, num total de 400ha de terra e 4 centros de vinificação.

CORTES DE CIMA

É a história de um casal, que chegaram a Portugal em busca de um lugar para plantar uma vinha e criar uma família, sem tempo para convenções nem preconceitos. Assim plantaram uvas tintas numa região de brancos, e vinhas em pastagens costeiras. Cortes de Cima é hoje uma referência no vinho Português, com vinhos que falam de inovação, paixão e origem.



C. DA SILVA

C. Da Silva SA é uma Casa de tradição no Vinho do Porto. Fundada em 1862, seu nome atual foi definido nas primeiras décadas do século XX. Atualmente a Empresa encontra-se profundamente enraizada nos cinco continentes.



BARÃO DE VILAR



As origens conhecidas da família van Zeller remontam ao século XIII, às cidades flamengas de Mechelen e Nijmegen, onde detinham algumas propriedades, nomeadamente na aldeia de Zellaer. No século XVII, no rescaldo das guerras religiosas que assolaram o Norte e o Centro da Europa, os van Zelleres emigraram para Espanha e Portugal, países onde se vieram a radicar.

Figura 88 - Concorrentes Indiretos



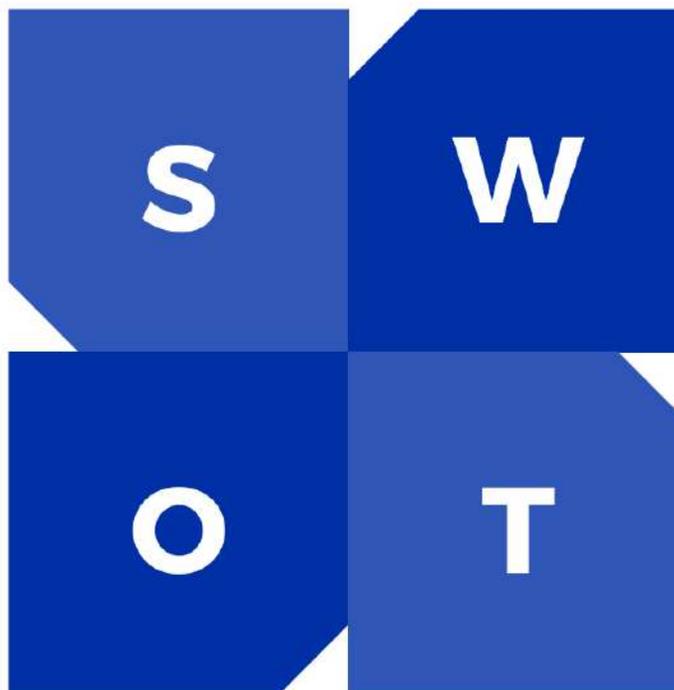
- **Análise SWOT**

PONTOS FORTES

- Vinhos Região DOP
- Vinhos com boa relação preço qualidade
- Notoriedade
- Reconhecimento no Mercado Internacional
- Enoturismo
- Variedade de Produtos

OPORTUNIDADES

- Aumento do consumo de vinhos de qualidade
- Os emigrantes adquirem produtos nacionais e da sua região
- Aumento do Turismo na Região
- Aumento do reconhecimento mundial da qualidade dos vinhos portugueses



PONTOS FRACOS

- Inexistência de Segmentação de Mercado
- Pouco investimento em Publicidade
- Estratégia Employee Experience

AMEAÇAS

- Diminuição interna da quantidade vinho consumido
- Concorrência

Figura 89 - Análise SWOT



- Pontos Fortes

- **Vinhos Região DOP**

Apesar dos produtos com Denominação de Origem Protegida não serem melhores nem piores que outros produtos congéneres que existem no mercado, a diferença entre estes produtos é que eles são genuínos de uma dada região - reveladores dos modos de produção locais, leais e constantes, do saber fazer humano e das condições solo/ climáticas da região, ou com características ou qualidade ou reputação inerentes e decorrentes de tal região geográfica.

Outro grande ponto de diferenciação é que os Vinhos DOP têm de cumprir todas as regras (de higiene, de rotulagem, de composição, entre outros) que estejam em vigor para os seus homólogos comuns. Logo, os produtos DOP têm mais qualidade ou são mais seguros.

- **Vinhos com Boa Relação Preço-Qualidade e Variedade de Produtos**

Para a compra de um Vinho é necessário ter em conta vários fatores, muitos dos quais os Vinhos da Bacalhôa cumpre.

A escolha de um Vinho deve sempre ser baseada na ocasião em que ele será servido (uma festa, uma reunião, um jantar), pois cada ocasião pede por um Vinho diferente. Os que são recomendados para beber num dia de calor, por exemplo, podem não ser os mesmos sugeridos para um jantar de negócios.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal tem cerca de 5 tipos de Vinhos diferentes, de 11 regiões diferentes de Portugal, de 33 tipos de Castas diferentes. Ou seja, a Empresa em estudo tem uma variedade de produtos para satisfazer a qualquer cliente e a qualquer ocasião.

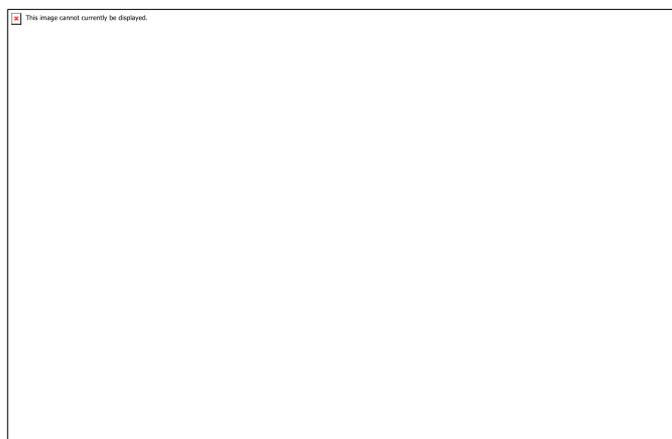


Figura 90 - Vinhos Bacalhôa

Outro fator a ter em conta na compra de um Vinho, é avaliar a qualidade da embalagem e a aparência do produto antes de comprá-lo. É importante ver:

- **O estado de conservação da cápsula e da rolha**

A cápsula é a capinha metálica que envolve o gargalo da garrafa e a rolha. O vinho não pode estar sem a cápsula ou ela ter sido danificada.

Todos os Vinhos da Bacalhôa estão identificados, principalmente através da Cápsula. Apesar das várias marcas de Vinho que a Bacalhôa tem, todos os Vinhos têm uma cápsula preta com o logotipo da Empresa a dourado.

Estas cápsulas têm um fator diferenciador comparada com as cápsulas das Empresas concorrentes.



Figura 91 - Cápsulas Bacalhôa

- **A Superfície da Rolha em Relação ao Bico da Garrafa**

A rolha não pode ter ultrapassado o bico da garrafa, ela deve estar sempre rente ao bico. Uma rolha *saltada* pode indicar a entrada de ar na garrafa, oxidando o vinho.

Todos os Vinhos da Empresa em estudo, passam por várias etapas de qualidade, pois a Bacalhôa quer garantir o melhor aos seus Clientes. Este é outro ponto de diferenciação, pois nem todas as Empresas têm Sistemas de Qualidade e Segurança Alimentar integrados.

- **Notoriedade e Reconhecimento no Mercado Internacional**

Considerada pelos maiores críticos vinícolas em Portugal, a Bacalhôa Vinhos de Portugal é uma das maiores e mais inovadoras empresas vinícolas portuguesas da atualidade. A Empresa, apesar de tradicional, aposta na inovação, com foco na criação de vinhos que proporcionem experiências únicas e surpreendentes, além de elevada qualidade e consistência.

A Bacalhôa desenvolveu, ao longo dos anos, um extenso *portfolio*, o que garantiu à Empresa excelente reputação, grande espaço nos mercados e a preferência de consumidores nacionais e internacionais, entre eles o brasileiro.

Ao fazer 100 anos de existência este ano (2022) a Empresa, sem dúvida, tem motivos para comemorar uma vida empresarial associada a uma história feita de pioneirismo, criatividade e sucesso comercial.

A Bacalhôa-Vinhos de Portugal anunciou que, ao longo de 2022, irá “celebrar o seu centenário com profissionais e apreciadores, através de diversos eventos e iniciativas, onde a cultura, a arte, a paixão e o vinho terão sempre lugar de destaque”.



Figura 92 - Evento Bacalhôa

▪ **Enoturismo**

A Bacalhôa é também inovadora no enoturismo (ou do turismo, pura e simplesmente) nacional, pois foi das primeiras Empresas na Região de Setúbal a desenvolver esta atividade, continuando a crescer e a enriquecer a sua oferta todos os dias.

A Bacalhôa dispõe, atualmente, de 5 espaços de enoturismo em Portugal para visitar Aliança Underground Museum, Buddha Eden, Quinta dos Lorigos, Palácio da Bacalhôa e Bacalhôa Vinhos de Portugal e Quinta do Carmo. Em 2018, 10% do Volume de Negócios foi devido às atividades Enoturísticas.

- Pontos Fracos

- **Inexistência de Segmentação de Mercado**

A Segmentação de Mercado consiste em dividir em *clusters* (segmentos) – os consumidores de um mesmo produto e/ou serviço. O objetivo é tornar mais clara e concreta a Estratégia de *Marketing* (seja ela de publicidade ou focada no desenvolvimento de produtos) focada num *target* específico.

Ao ter um leque diferenciado de produtos e serviços, a Bacalhôa não consegue ter uma Segmentação de Mercado bem definida. Isto é um Ponto Fraco pois não consegue definir uma Estratégia de *Marketing* consolidada, sendo muito generalizada.

- **Pouco investimento em Publicidade**

A Publicidade é um meio importante e fundamental para promover produtos, serviços ou marcas de qualquer Empresa. Uma boa campanha publicitária pode fazer toda a diferença na divulgação e lançamento de novos produtos ou serviços e também na maximização de lucros que são obtidos através do seu uso.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal só faz a sua Publicidade através das suas Redes Sociais e divulga algumas informações através do seu *Website*. Isto faz com que a Empresa não consiga chegar a novos Clientes facilmente.

- **Estratégia *Employee Experience***

O ***Employee Experience*** cada vez tem mais um papel fundamental nas Empresas para fidelizar os colaboradores e otimizar o trabalho da corporação, bem como aprimorar inúmeros indicadores.

Além disso:

- Fortifica a cultura organizacional;
- Melhora o clima da Empresa;
- Diminui os erros;
- Melhora a comunicação interna.

Apesar da Bacalhóa Vinhos de Portugal já estar a trabalhar numa estratégia de **Employee Experience** e dar grande importância aos seus funcionários, ainda não está bem definida e aplicada.

Estas estratégias cada vez influenciam mais os jovens a escolher o novo emprego e as Empresas que já aplicam esta tendência, têm a vantagem de trabalhar com os mais jovens, que têm novos conhecimentos e ideias inovadoras.

- Oportunidades

- **Aumento do Consumo de Vinhos de Qualidade**

O mais recente Portugal *Wine Landscapes 2021* mostra que, apesar do encerramento do comércio e da falta de turistas, a indústria do vinho em Portugal ainda teve alguns vencedores em termos de sofisticação do mercado e aumento das ocasiões de consumo de vinho ao longo de 2020.

No relatório do ano passado Portugal *Wine Landscapes 2020*, o fato de o mercado estar-se a tornar mais *premium* foi um dos principais destaques. Os consumidores regulares de vinhos portugueses bebiam vinhos mais caros. Isto não foi interrompido pela pandemia — em vez disso, foi alimentado, com os consumidores a declarar agora maiores gastos em muitas ocasiões, tanto em casa como quando podiam estar em restaurantes e bares.

O relatório do ano passado também destacou como a tendência de moderação global estava a evoluir rapidamente em Portugal. Os consumidores queriam moderar o seu consumo e estavam focados na sua saúde e bem-estar. Como em muitos outros mercados, esta tendência de moderação inverteu-se em 2020. A população que bebe vinho agora contém mais consumidores semanais e menos consumidores de vinho mensais em 2021, e os consumidores afirmam que estão a beber mais vinho do que outros tipos de bebidas — todos bons sinais para a indústria do vinho portuguesa.

Os *lockdowns* também proporcionaram mais momentos para beber vinho, o que vimos em todo o mundo, já que esta bebida é um pequeno luxo para quem quer se regalar quando outras opções indulgentes ou ambiciosas, como sair ou viajar, foram severamente limitadas.

Os consumidores regulares de vinhos portugueses não são exceção ao beberem vinho em mais ocasiões do que há um ano, quer seja vinho que já se encontrava na adega, quer seja vinho comprado e proveniente de canais mais alargados. Os dados da pesquisa de consumo também sugerem que o maior crescimento no consumo de vinho veio dos consumidores mais jovens — aqueles na faixa etária de 18-34 e 35-49 anos.

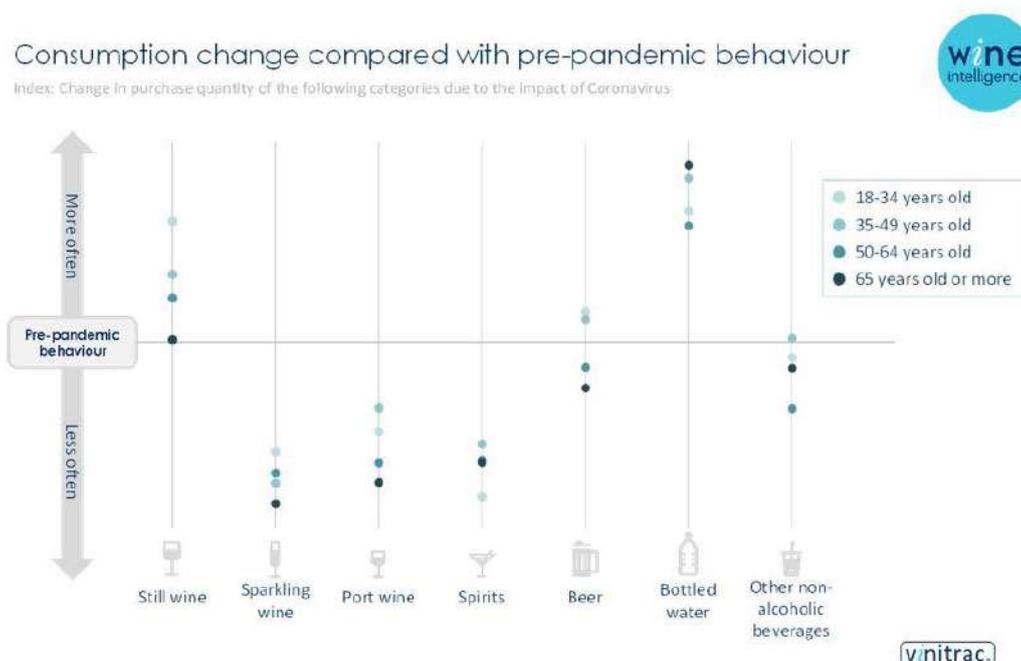


Figura 93 - Pesquisa de Consumo

Com a tendência a aumentar, esta é uma grande oportunidade para a Bacalhôa Vinhos de Portugal, pois, como já referi, é uma das Empresas com melhor qualidade de Vinho em Portugal.

▪ Emigrantes

Segundo dados da ONU, constados no Relatório do Observatório da Emigração, 22% dos portugueses vivem no estrangeiro.

Ao visitarem Portugal, um dos produtos mais adquiridos é o Vinho, por ser um produto de boa qualidade. Este fator é outra oportunidade para a Bacalhôa Vinhos de Portugal, pois os emigrantes adquirem produtos nacionais e da sua região.

▪ **Aumento do Turismo na Região**

De acordo com a Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa (ERT-RL), ao comparar os anos 2019 e 2020, Setúbal foi um dos municípios da região de Lisboa com menor quebra do turismo, com -46 % versus 71,5 % da Região como um todo e -63,2 % no país.

Neste período, passou do sexto município mais relevante, do ponto de vista turístico da região de Lisboa, para o quarto.

Esta resiliência e os bons resultados turísticos de Setúbal, cidade de escala média no contexto do país, estão relacionados com o perfil e a experiência turística que oferece, baseada na gastronomia, enoturismo, turismo de natureza e praias da Arrábida, que inclui o Sado e a Arrábida e ainda Azeitão. Estes fatores conferem a Setúbal características muito particulares no contexto da Área Metropolitana de Lisboa.

Esta é outra oportunidade para a Bacalhôa Vinhos de Portugal por ser uma das maiores Empresas Vinícolas/ de Enoturismo da Região.

▪ **Aumento Reconhecimento Mundial**

Portugal possui uma grande tradição na produção de Vinho e tem a mais antiga região vinícola demarcada e regulamentada – o Douro, eleito Património Mundial da Humanidade pela Unesco. E, tal como o Douro, o Alentejo foi votado internacionalmente como das melhores regiões vinícolas do mundo para visitar. Já a Região de Setúbal tem cada vez ganho mais reconhecimento através do Moscatel.

A região da Península de Setúbal tem já uma longa tradição na produção de vinhos generosos, como é o caso do Moscatel de Setúbal, cuja área produtiva se encontra delimitada desde 1907, apesar de a sua produção ser bastante anterior. Este vinho ficou também conhecido por "Torna-Viagem", pelas suas longas e distantes viagens até terras brasileiras, regressando o excedente à origem mais concentrado e suave.

No top dos eventos internacionais de vinhos Moscatel está a competição **Muscats du Monde**. Realizado em França há 12 anos, o concurso dos melhores moscatéis do mundo cedo granjeou o reconhecimento mundial pela representatividade e pelos rigorosos métodos de avaliação. Portugal ficou no pódio dos países mais medalhados.

Já reconhecido nacionalmente várias vezes como o Melhor Moscatel de Portugal, a Bacalhôa Vinhos de Portugal tem cada vez mais aumentado as suas vendas para a Europa e para o Resto do Mundo, com tendência a crescer cada vez mais.



Figura 94 - Prémio Moscatel Bacalhôa

- Ameaças

- **Diminuição Interna da Quantidade de Vinho Consumido**

Apesar de Portugal ser um dos maiores países a consumir Vinho mundialmente, a tendência é diminuir o consumo. Atualmente, as pessoas cada vez estão mais preocupadas com os hábitos de vida saudável, o que influencia o consumo de vinho.

Contudo, existem estudos que demonstram que beber vinho com moderação faz muito bem à saúde.

- **Concorrência**

Em Portugal, existem centenas de Empresas de Vinhos. Como analisei anteriormente, a Concorrência Direta da Bacalhôa Vinhos de Portugal são as Empresas de Setúbal e a Concorrência Indireta são todas as outras Empresas das outras regiões de Portugal.

Isto faz com que seja imprevisível o que todas as outras Empresas vão fazer, sendo uma forte ameaça.

- **Estratégia de Comunicação**

- Estratégia Publicitária

Os objetivos de publicidade da Empresa Bacalhóa Vinhos de Portugal,S.A. são:

- Informar;
- Persuadir;
- Conquistar a confiança dos consumidores;
- Aumentar as vendas;
- Manter a preferência da marca;
- Suscitar o interesse.

Estes são alguns exemplos dos *posts* feitos pela Empresa:



Figura - Posts Bacalhóa

bacalhóa

BACALHOA

Para cada signo, um Bacalhóa à medida

carneiro

Bacalhóa Moscatel Roxo Rosé

1207 gostos

bacalhóa Diz-se que pessoas de signo carneiro são líderes natos e estão sempre à procura de novos desafios. Uma prenda perfeita para eles? Um vinho determinado como o nosso Moscatel Roxo Rosé!

#zodiac #wine #aries #sign #wine #winelovers #moscatel #moscatelroxo #winetime #presentes

bacalhóa

LOJA ONLINE

Rápido, fácil e cómodo.

bacalhóaonline.pt

410 gostos

bacalhóa Já fez as suas compras em www.bacalhóaonline.pt? Aceda à nossa loja online e aproveite as promoções que temos disponíveis para si!

#vinhospeninsuladesetubal #promoções #lojaonline #comercioonline #sales #promo #shoponline #ecommerce #business #onlinebusiness #wine #portuguese wine #winelovers #sommelier

10 de março

bacalhóa

BACALHOA

O DESERTO DÁ SEDE

504 gostos

bacalhóa Não se esqueça de se manter hidratado! 😊

#deserto #areia #vinho #funny

Figura 95 - Outros Posts Bacalhóa



- Estratégia de Relações Públicas

Na **comunicação interna** a Empresa em estudo tem como objetivos:

- Aumentar a credibilidade, quer da Empresa, quer dos seus serviços;
- Manter os colaboradores da Empresa bem informados sobre as suas atividades, contribuindo para o seu envolvimento, criar um sentimento de pertença;
- Gerar a partilha de valores comuns entre colaboradores;
- Prevenir e minimizar o impacto de eventuais crises e orientar a gestão da Empresa em função do *feedback* recebido dos públicos.

Para fomentar um bom ambiente e espírito de equipa, a Bacalhôa elege um colaborador do mês, criou um programa com a participação de todos os colaboradores onde reconhece a ideia mais criativa e coloca-a em prática e realiza anualmente uma atividade *Team Building* e formações.

Já na comunicação **externa** os objetivos são:

- Aumentar a credibilidade, quer da Empresa, quer dos seus produtos e serviços;
- Dar a conhecer o conceito da Empresa através dos seus instrumentos de comunicação externa (Redes Sociais e *Website*);
- Estimular a força de vendas e os distribuidores;
- Aumentar a notoriedade da empresa e dos seus serviços;
- Desenvolver uma atmosfera de confiança com os órgãos de comunicação social;
- Ganhar Clientes.

Dirigido ao público externo, a Bacalhôa desenvolveu as seguintes ações:

- Criação de eventos;
- Campanhas publicitárias.

Sistemas de Gestão Integrados

A Bacalhôa Vinhos de Portugal reconhece que uma sólida Política do Sistema Integrado de Gestão, assegurando elevados padrões de qualidade, segurança alimentar, eficiência, *performance* e competitividade, é um instrumento fundamental da sua estratégia e, como tal um fator de sucesso no Setor Vinícola.

Para assegurar que os bens e serviços cumprem com os requisitos legais e internos, bem como os requisitos e expectativas das partes interessadas, desenvolvem-se ações em diferentes vertentes.

- **Qualidade e Segurança Alimentar**

- Monitorização dos processos, promovendo a melhoria contínua do seu desempenho, em matéria de Qualidade e Segurança Alimentar;
- Melhorar continuamente a qualidade dos produtos, sendo controlados desde a uva até ao produto acabado, avaliando os perigos e riscos relacionados com a Segurança Alimentar obedecendo à metodologia HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*), criado pelo Regulamento (CE) nº852/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, relativo à higiene dos géneros alimentícios, bem como, pela regulamentação vigente e o *Codex Alimentarius*, e *Codex* Enológico Internacional (OIV);
- Como estratégia de utilização de substâncias alergénicas, a organização assegura como prática corrente a utilização de dióxido de enxofre, e cumpre com a legislação nacional e internacional aplicável ao setor, relativamente à utilização e menções obrigatórias na rotulagem de substâncias alergénicas utilizadas diretamente ou por contaminação cruzada nos Vinhos produzidos e comercializados;
- Garantir a utilização de matérias-primas e produtos enológicos não provenientes de organismos geneticamente modificados (OGM);
- Aumentar a rentabilidade dos processos e reduzir os custos associados aos mesmos;
- Promover canais de comunicação com os fornecedores, clientes e consumidores proporcionando o fornecimento de bens e serviços de acordo com o nosso padrão de desempenho.

- **Segurança e Saúde no Trabalho**

- Promover a vigilância na saúde dos colaboradores;
- Prevenir acidentes, controlar os riscos e proteger a saúde dos colaboradores, prestadores de serviços e visitantes;
- Fomentar e valorizar o trabalho em equipa, a formação profissional e o cumprimento pelas normas de higiene e segurança.

- Diretivas

As diretivas europeias estabelecem requisitos mínimos e princípios fundamentais, como por exemplo o princípio da prevenção e avaliação de riscos, bem como as responsabilidades das entidades patronais e empregados. Existe uma série de orientações europeias que visam facilitar a aplicação das diretivas europeias, bem como das normas europeias adotadas por organismos europeus de normalização.

O Quadro Estratégico da UE para a Saúde e Segurança no Trabalho (SST) 2021-2027, enunciado no plano de ação do Pilar Europeu dos Direitos Sociais, define as principais prioridades e as ações necessárias para melhorar a saúde e segurança dos trabalhadores.

O Quadro adota uma abordagem tripartida — envolvendo as instituições da UE, os Estados-Membros, os parceiros sociais e outras partes interessadas — e centra-se em três prioridades fundamentais:

- **Antecipar e gerir a mudança** no contexto das transições ecológica, digital e demográfica;
- Melhorar a **prevenção** de acidentes e doenças relacionados com o trabalho e oferecer esforços no sentido de uma abordagem «visão zero» para as mortes relacionadas com o trabalho;
- Aumentar a **preparação** para responder a crises sanitárias atuais e futuras.

O êxito do Quadro depende da sua implementação aos níveis da UE, nacional, setorial e empresarial, para a qual constituem elementos-chave a sua aplicação efetiva, o diálogo social, o financiamento, a sensibilização e a recolha de dados. Graças à sua vasta rede de parceiros, a **EU-OSHA** (Agência Europeia para a Segurança e a Saúde no Trabalho) está bem colocada para facilitar a ação, a cooperação e o intercâmbio, bem como para concretizar as ambições do Quadro.

Os estudos prospetivos e os projetos de síntese da **EU-OSHA** visam antecipar os riscos e identificar prioridades, contribuindo para o desenvolvimento de práticas e políticas de SST em domínios como a digitalização e os empregos verdes, o stresse e os riscos psicossociais.

A **EU-OSHA** disponibiliza igualmente recursos de fácil utilização para ajudar os locais de trabalho a pôr em prática a prevenção, com toda uma série de orientações para ajudar os trabalhadores, tanto os que estão expostos na linha da frente como os que trabalham a partir de casa, a manterem-se em segurança durante a pandemia.

A participação da EU-OSHA no Roteiro sobre Agentes Cancerígenos e as suas campanhas Locais de Trabalho Seguros e Saudáveis demonstram o empenho da Agência em promover, em toda a Europa e não só, uma cultura de prevenção, pedra angular da política da UE em matéria de saúde e segurança no trabalho.

O Ponto Fulcral português é representado pela ACT – Autoridade para as Condições do Trabalho, sob a administração direta do Ministro do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social, mas dotada de autonomia administrativa em todo o território continental. A principal missão da ACT consiste em promover a melhoria das condições de trabalho, fomentando as políticas destinadas à prevenção dos riscos profissionais e controlando o cumprimento das normas em matéria laboral e da legislação relativa à segurança e saúde no trabalho em todos os setores de atividade privados. Enquanto órgão tripartido, a ACT trabalha com os parceiros sociais (presentes no Conselho Consultivo) com vista a facilitar a partilha das melhores práticas em matéria de SST e a promover as campanhas europeias.

O trabalhador em Portugal tem direito a trabalhar em condições que protejam a sua saúde e garantam a sua segurança, em todos os aspetos relacionados com a sua função, tendo o empregador o dever de respeitar e aplicar, no mínimo, os princípios gerais de Segurança e Saúde no Trabalho (Código do Trabalho, Art.º 281º a 284º) 284º), e na Lei n.º 102/2009, de 10 de setembro, que aprova o Regime jurídico da promoção da segurança e saúde no trabalho.

▪ **Setor Vinícola**

A sinistralidade laboral, em Portugal, associada às indústrias alimentares é elevada. No Setor Vinícola, particularmente nas adegas, observam-se algumas lacunas ao nível da segurança, higiene e saúde no trabalho, que contribuem para este problema. Verifica-se nalgumas unidades produtivas, a utilização de equipamentos e processos de trabalho obsoletos e a inadequação das instalações a este nível, que estão na origem de muitos acidentes nas adegas portuguesas.

A agravar esta situação, a contante mobilidade dos trabalhadores entre os diferentes postos de trabalho e o elevado número de trabalhadores eventuais (contratados a termo ou em contratos de trabalho de muito curta duração) nos períodos de maiores picos de trabalho (vindimas) é outro fator que contribui para os acidentes.

É fundamental que sejam reforçados os mecanismos para o desenvolvimento e implementação de uma cultura de segurança nas Empresas. A avaliação de riscos, e a sua prevenção torna-se, assim, uma condição fundamental para a redução de acidentes de trabalho e das doenças profissionais, para que os trabalhadores tenham uma vida digna e perfeitamente integrada numa sociedade em mutação e as organizações alcancem sucesso entre os seus concorrentes.

Para a prevenção de acidentes de trabalho e de doenças profissionais em adegas é necessário conhecer os perigos, e os respetivos riscos associados, aos quais todos os trabalhadores possam estar expostos. Assim, identificam-se os seguintes riscos:

- **Exposição ao Dióxido de Carbono (CO₂)**

O CO₂ produzido durante as fermentações alcoólica e maloláctica, é um gás muito tóxico, sendo responsável por muitos acidentes graves e mortais. Os acidentes mortais não acontecem exclusivamente no período da vindima, mas também nos períodos pré e pós vindima, particularmente aquando das manipulações da massa ou do vinho e da higienização das cubas.

- **Exposição ao Dióxido de Enxofre (SO₂)**

O SO₂ é um produto enológico utilizado nos processos de vinificação e conservação de vinhos. A sua toxicidade está bem descrita, mas os riscos inerentes à sua utilização são pouco conhecidos, banalizados e subestimados pelos trabalhadores. Mesmo empregue durante curtos períodos e em doses baixas, não deixa de ser um produto tóxico.

- **Exposição a agentes químicos utilizados na higienização das adegas**

Numa perspetiva de qualidade, as adegas desenvolvem uma política de higiene cada vez mais rigorosa. Estas operações podem ser agressivas para os trabalhadores, uma vez que contactam com os produtos químicos tóxicos.

- **Exposição ao Ruído**

O ruído constitui um fator importante de risco para a saúde dos trabalhadores. Nas adegas podemos identificar duas tarefas onde o ruído provocado pelo equipamento está presente: o esmagamento e o engarrafamento. Enquanto a exposição na primeira tarefa é pontual, na segunda, faz-se sentir durante todo o período do engarrafamento.

- **Riscos Mecânicos**

Nas adegas os riscos mecânicos aparecem associados à exposição dos trabalhadores aos diversos tipos de máquinas, equipamentos e ferramentas utilizadas durante o processo produtivo, particularmente aqueles que possuem peças móveis, não protegidas.

- **Risco de Queda e Circulação**

Grande parte dos acidentes de trabalho nas adegas estão relacionados com a circulação de veículos ou peões, tanto no exterior como no interior das instalações. Os principais riscos de circulação encontram-se associados à receção das uvas (circulação de veículos de transporte) e à circulação de empilhadoras.

Os principais riscos de quedas (em altura, em desnível ou ao mesmo nível) estão presentes durante todo o processo produtivo e a sua frequência é elevada devido às características da atividade, como por exemplo: pisos molhados e escorregadios, utilização de escadas de mão, desarrumação dos espaços de trabalhos, entre outros.

- **Riscos Elétricos**

A principal fonte de energia utilizada nas adegas é a energia elétrica. Os riscos que a eletricidade comporta podem agrupar-se em duas categorias:

- Eletrocussão e queimadura;
- Incêndio e Explosão.

Nas adegas os riscos elétricos estão presentes em praticamente todas as fases do processo produtivo, desde a receção das uvas até à expedição do produto acabado, potenciados pelo trabalho realizado frequentemente em ambientes húmidos.

Principais Programas a Desenvolver e Principais Medidas de Prevenção e Proteção a Implementar

- **Avaliação Ambiental**

Segundo o Decreto Lei nº. 24/2012, de 6 de fevereiro, o empregador deve nos termos do artigo nº. 7, avaliar os riscos e verificar a existência de agentes químicos perigosos nos locais de trabalho. Como verificamos, a exposição ao CO₂ é uma constante em várias fases do fabrico de vinho e enquadra-se dentro dos agentes químicos sujeitos a valores-limite de exposição profissional (Decreto Lei nº. 24/ 2012, de 6 de fevereiro).

Segundo este diploma legal, o valor-limite de exposição – média ponderada (VLE-MP) para um período de 8 horas de trabalho é de 5000 partes por milhão, ou seja, uma concentração de 0.50%. De acordo com a Norma Portuguesa 1796-2007, o valor limite de exposição – curta duração (VLE-CD) é de 30 000 ppm, ou seja, uma concentração de 3 pontos percentuais. Este valor é o máximo admissível para uma exposição que não pode ultrapassar 15 minutos.

Perante estes valores legais, e dado que a exposição ao CO₂ numa adega é evidente, de acordo com art.º 13º do mesmo Decreto Lei, os empregadores deverão proceder à medição da concentração de CO₂ na atmosfera interior da adega. A concentração de oxigénio (O₂) deverá ser igualmente medida.

Considerando o que foi anteriormente referido, terão que ser providenciadas medidas gerais de prevenção e medidas específicas de prevenção e proteção. Preconiza-se uma melhoria da ventilação geral da adega (natural e/ou artificial). Em termos de procedimentos de trabalho, quando as tarefas forem realizadas no interior das cubas/prensas deverá ser implementado o trabalho com autorização devendo essas tarefas serem realizadas, no mínimo por dois trabalhadores. O trabalhador que entrar dentro da cuba deve estar protegido com um arnês de segurança e deve ir equipado com máscara respiratória de ar autónomo. Os espaços deverão estar sinalizados.

Para isto, os trabalhadores da adega deverão receber informação e formação adequada. Deverão, também, ser realizadas listas de procedimentos para a execução destas tarefas. De acordo com o artigo nº. 14º, do mesmo Decreto Lei, caso resultado da avaliação ambiental revele a existência de riscos, a Empresa deve assegurar a vigilância da saúde dos trabalhadores expostos.

Nas adegas existem atividades suscetíveis de apresentar riscos de exposição ao ruído, como já foi anteriormente referido. O Decreto Lei nº. 182/ 2006, de 6 de setembro, estabelece os valores-limite de exposição e os valores de ação de exposição superior e inferior e determina um conjunto de medidas a aplicar sempre que sejam atingidos ou ultrapassados esses valores.

De acordo com os artigos 4º. e 5º. do referido Decreto Lei, nas atividades de receção da uva, desengace/ esmagamento e engarrafamento, o empregador deve avaliar e, se necessário, medir os níveis de ruído e, caso necessário, equipar os trabalhadores com protetores auriculares.

- **Instalações**

No que concerne às instalações das adegas, propõem-se um conjunto de principais medidas que visam aumentar a segurança dos trabalhadores (Decreto Lei nº. 347/93, de 1 de outubro; Portaria nº. 987/93, de 6 de outubro; Portaria nº. 53/71, de 3 de fevereiro, alterada pela Portaria nº. 702/80, de 22 de fevereiro), assim como dos seus visitantes:

- As instalações devem ser concebidas (e não “adaptadas”) de acordo com a atividade a desenvolver;
- Devem ter boas acessibilidades;
- Delimitar zonas para o trânsito de peões, separadas do trânsito de veículos;
- Colocar proteções em redor das aberturas superiores das cubas de fermentação;

- Sinalizar, no pavimento, no interior das adegas, as zonas de passagem de peões e as zonas de movimentação mecânica de cargas (empilhador);
- Adequar a sinalização de segurança de acordo com o Decreto Lei nº. 141/ 95, de 14 de junho (alterado pela Lei nº. 113/ 99, de 3 de agosto) e com a Portaria nº. 1456-A/ 95, de 11 de dezembro;
- Os pavimentos devem ser estáveis, antiderrapantes, sem inclinações e desníveis perigosos e facilmente higienizáveis;
- As paredes e tetos devem ser, de preferência, lisos, contínuos e de fácil limpeza;
- As instalações elétricas devem obedecer ao *Regulamento de instalações de utilização de energia elétrica*.

- **Máquinas, Equipamentos e Ferramentas**

Algumas máquinas e equipamentos em funcionamento nas adegas não cumprem a legislação em vigor sobre a matéria, nomeadamente o Decreto nº. 50/ 2005, de 25 de fevereiro e o Decreto Lei nº. 103/ 2003, de 24 de junho, alterado pelo Decreto Lei nº. 75/ 2011, de 20 de junho.

Os sem-fins das tremonhas da bomba de massas e as linhas de engarrafamento evidenciam um importante fator de risco mecânico devido à falta de proteção das partes móveis, que podem ocasionar contacto com o operador, provocando-lhe lesões mais ou menos graves. Por isso, é obrigatório a proteção dos órgãos móveis dos equipamentos e comprovar periodicamente a eficiência dos meios de proteção.

Outro aspeto importante é a inspeção e a manutenção de todas as máquinas, equipamentos e ferramentas, antes do início de campanha, para evitar acidentes devido à existência de avarias, certificando a presença de algumas proteções nos órgãos mais perigosos. Neste aspeto, deve ser dado ênfase especial à manutenção dos componentes elétricos das máquinas, visto elas trabalharem em ambientes mais húmidos, tornando-se um fator de risco. Garantir uma distância adequada entre equipamentos é outra medida fundamental.

- **Incêndio e Organizações de Emergência**

Independentemente dos fatores estruturais da adega poderem minimizar este risco, a probabilidade da ocorrência de um acidente deste tipo está presente: as instalações elétricas e os equipamentos elétricos, a hipotética necessidade de utilização de chamas nuas e matérias inflamáveis, entre outros.

A zona da adega que tem maior risco de incêndio é o armazém do produto acabado, pela grande quantidade de material combustível que nele se encontra, sobretudo cartão e plástico.

No entanto, apesar da importância dada ao tema e do investimento nele realizado pela grande parte das Empresas, identifica-se um conjunto de vulnerabilidades que necessitam de ser corrigidas (Decreto Lei nº. 220/ 2008, de 12 de novembro e Portaria nº. 1532/2008, de 29 de dezembro), particularmente:

- Elaboração e implementação das Medidas de Autoproteção adequadas à adega;
- Constituição das equipas de combate e incêndios em primeira intervenção de primeiros socorros e de evacuação de sinistrados (Lei nº. 102/ 2009, de 10 de setembro);
- Redução da quantidade de materiais combustíveis nas zonas de trabalho (exemplo embalagens de cartão);
- Desobstrução dos acessos às portas de saída de emergência e aos equipamentos de proteção (extintores e carretéis).

- **Ordem, Limpeza e Higienização**

A verificação das condições dos locais de trabalho efetua-se através de inspeções de segurança sobre as condições físicas do local de trabalho. Nas adegas, são muitos os acidentes causados por tropeções e quedas ao mesmo nível, originados por falta de ordem e arrumação, por pisos escorregadios, materiais e equipamentos fora do lugar e acumulação de sobras e desperdícios.

Nesse sentido é essencial eliminar o que é inútil e classificar o que é necessário, guardar e localizar o material (produtos enológicos, produtos de higienização, ferramentas, mangueiras, bombas de trasfega, etc.) e criar e consolidar hábitos de trabalho dirigidos para a ordem, arrumação e limpeza.

No que respeita há higienização, as Empresas devem assegurar um elevado grau de exigência, nomeadamente ao nível dos pavimentos, paredes, cubas e equipamentos, utilizando os produtos de limpeza e desinfeção recomendados. A exposição a substâncias químicas perigosas é o principal risco emergente destas tarefas. Nessa perspetiva, a instalação de lava-olhos e chuveiro em local apropriado e devidamente sinalizado, é fundamental.

- **Informação e Formação Profissional**

A multiplicidade, frequência e gravidade dos acidentes de trabalho e das doenças profissionais verificadas no trabalho em adegas, justificam a organização e implementação de um plano de formação e informação em segurança e saúde no trabalho, dirigido a todos os trabalhadores.

Por outro lado, trata-se de uma obrigação legal que consta na Lei nº. 102/ 2009, de 10 de setembro. Esta formação e informação é particularmente importante, antes de cada campanha, nos casos de trabalhadores eventuais, focando um conjunto de informações sobre os principais perigos a que esses trabalhadores irão estar expostos, durante a execução das várias tarefas/ operações, bem como inserir na formação a aprendizagem organizacional dos acidentes de trabalho.

- **Vigilância Médica**

No âmbito da organização dos serviços de segurança e saúde no trabalho particularmente no que respeita à promoção e vigilância da saúde, bem como a organizações e manutenção dos registos clínicos e outros elementos informativos relativos a cada trabalhador, os empregadores devem proceder à realização dos exames de saúde, para verificar a aptidão física e psíquica do trabalhador para o exercício da profissão, bem como a repercussão do trabalhador e das suas condições de saúde.

- **Equipamentos de Proteção Individual (EPI)**

Os equipamentos de proteção individual (EPI) são dispositivos ou meios destinados a proteger o utilizador contra riscos suscetíveis de constituir ameaça à segurança e saúde do trabalhador, devendo ser aplicados quando as medidas de proteção coletiva não conseguirem minimizar os riscos para um nível aceitável.

É necessário informar, sensibilizar, formar e consultar os trabalhadores sobre a importância do uso destes equipamentos, bem como sinalizar a sua obrigatoriedade de uso, junto dos locais onde são efetuadas as tarefas.

Os EPI que deverão ser distribuídos pelas Empresas e que deverão ser utilizados pelos trabalhadores que laborem na adega são os seguintes:

- Óculos apropriados, em todas as situações que envolvam projeções de materiais (vidro, substâncias perigosas, entre outros exemplos);
- Protetores auriculares apropriados (em função da medição dos níveis de ruído, como já foi referido);
- Botas de biqueira de aço e sola antiderrapante para proteção dos pés contra quedas de objetos e para aumentar a aderência ao piso;
- Equipamentos de respiração autónoma para os trabalhadores que estejam sujeitos à exposição de CO₂ e SO₂;
- Todos os trabalhadores que operam com máquinas, é recomendável, que protejam a cabeça com uma touca (cabelo comprido), utilizem roupa justa e não usem fios nem anéis.

Todos os EPI devem ser adequados ao risco a prevenir, devem ser de uso individual, adequados a cada trabalhador e estar de acordo com as normas de segurança e saúde aplicáveis em termos de conceção e fabrico.

- **Sustentabilidade**

- Promover uma atitude permanente no sentido da consolidação da sua posição no mercado e na sociedade, envolvendo o que é ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente diverso;
- Estimular e divulgar a cultura, através das coleções de arte e do enoturismo;
- Promover a consciência ecológica e ambiental dos colaboradores e outras partes interessadas em prol da preservação do meio ambiente;
- Fomentar princípios de Ética e Responsabilidade Social entre colaboradores, clientes, acionistas e outras partes interessadas;
- Satisfazer as expectativas dos clientes, acionistas e colaboradores, seguindo uma orientação que permita garantir o crescimento da organização, investindo de uma forma ética e sustentável.

Internacionalização

A qualidade do Vinho português é conhecida há já muitos anos, quer pela riqueza das castas nacionais, quer pelas excecionais condições para a sua produção. Contudo, a sua fama dentro do país não era igualada no exterior, não sendo excessivo afirmar que o nosso Vinho era mesmo muito pouco conhecido fora das fronteiras nacionais.

Diversos aspetos contribuía para este cenário, mas uma questão essencial era a falta de divulgação do nosso produto a nível global, pelo que os clientes estrangeiros raramente optavam pelos Vinhos portugueses.

Felizmente, esta já não é a situação atual e os dados estatísticos do comércio exterior do Vinho português mostram um crescimento continuado nos últimos anos. Embora as exportações estejam a aumentar da forma como alguns produtores gostariam, a verdade é que este crescimento ao longo dos anos demonstra a solidez das exportações portuguesas neste Setor e a forma como os Vinhos começam a conquistar um mercado fiel no exterior. Acresce que os clientes estrangeiros têm vindo a mostrar-se disponíveis para pagar um valor mais elevado pelos Vinhos portugueses, reconhecendo-lhe uma qualidade que antes não sabiam existir.

Para esta nova realidade do Setor vinícola português contribuíram diversos fatores, antes de mais, uma nova geração de enólogos com melhor formação e melhores conhecimentos dos gostos internacionais; também uma nova estratégia de gestão, que levou a uma crescente divulgação dos nossos vinhos no exterior, seja através da presença em feiras internacionais do Setor, seja através da participação em concursos com outros produtores estrangeiros, de que resultou a atribuição de numerosos prémios aos nossos vinhos e a uma conseqüente promoção junto do mercado internacional.

Quanto ao destino das nossas exportações, refira-se que a União Europeia continua a ser a principal região importadora dos nossos Vinhos, embora aqui exista uma tendência de ligeiro decréscimo, enquanto os mercados extra União Europeia estão a crescer rapidamente. Na análise por país, verifica-se que o nosso cliente principal é a França, com 114 milhões de euros, logo seguida de Angola com 94 milhões de euros, depois o Reino Unido (73 milhões de euros), os EUA (56 milhões de euros) e a Holanda (50 milhões de euros).

Outro país que tem vindo a aumentar o consumo de Vinho português nos últimos anos é o Brasil, um mercado que se considera poder vir a crescer muito no futuro, fruto das importantes ações de divulgação desenvolvidas.

Também é importante referir que 60% das exportações de 2021 correspondem a vinhos com Denominação de Origem Protegida (DOP), com boa qualidade.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal está presente em 46 mercados internacionais, tendo Angola, Canadá, Brasil, França, Suíça, EUA, China e Holanda como os mais importantes.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma agenda mundial adotada durante a Cúpula das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável em setembro de 2015, composta por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidas até 2030.

Nesta agenda estão previstas ações mundiais nas áreas de erradicação da pobreza, segurança alimentar, agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, redução das desigualdades, energia, água e saneamento, padrões sustentáveis de produção e de consumo, mudança do clima, cidades sustentáveis, proteção e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, crescimento económico inclusivo, infraestrutura, industrialização, entre outros.

Os temas podem ser divididos em quatro dimensões principais:

Social: relacionada às necessidades humanas, de saúde, educação, melhoria da qualidade de vida e justiça.

Ambiental: trata da preservação e conservação do meio ambiente, com ações que vão da reversão do desmatamento, proteção das florestas e da biodiversidade, combate à desertificação, uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos até a adoção de medidas efetivas contra mudanças climáticas.

Económica: aborda o uso e o esgotamento dos recursos naturais, a produção de resíduos, o consumo de energia, entre outros.

Institucional: diz respeito às capacidades de colocar em prática os ODS.



Figura 96 - ODS

O Setor Privado empresarial, pela sua força económica e política, pode assumir um papel relevante ao colocar muitos de seus ativos à disposição das articulações e ações para o cumprimento dos ODS.

O debate sobre a Sustentabilidade na indústria do vinho suscita muitas preocupações, começando pelas atividades agrícolas (vinicultura), operações industriais e processos de gestão (vinícola) e pela distribuição.

Assim, a sustentabilidade na indústria do vinho tem sido um assunto importante para a Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), que tem disponibilizado diversos documentos com informações relevantes. A produção de vinho e a indústria do turismo de vinhos são promovidas a nível mundial; no entanto, estas atividades não estão isentas de responsabilidades no que respeita aos impactos ambientais, económicos.

Desta forma, a implementação das práticas de sustentabilidade na indústria do vinho deve atender ao desempenho económico da Empresa, à conservação da biodiversidade e à inclusão social.

O Enoturismo combina aspetos culturais relacionados com a cultura do vinho que se desenvolvem nas regiões vitivinícolas ao longo do tempo. A Organização Mundial do Turismo (1998) define Turismo Sustentável como o desenvolvimento do turismo que atende às necessidades dos turistas, mas que em simultâneo, preserva e melhora a oportunidade de desenvolvimento futuro.

Por outro lado, o Setor agroalimentar é uma das indústrias em que as questões de sustentabilidade são intrinsecamente incorporadas devido à quantidade e variedade de uso de recursos naturais que são utilizados.

O turismo é uma reflexão integradora dos fenómenos económicos, sociais e culturais, o que indica que a investigação sobre sustentabilidade no Turismo deve ser abrangente e multidimensional.

Nomeadamente, a indústria do vinho tem incorporado a sustentabilidade na sua estratégia de negócios há algum tempo, uma vez que as práticas sustentáveis se tornam não apenas numa questão de comunicação, mas são ações importantes para garantir a disponibilidade contínua de recursos, a lucratividade de forma sustentada e o crescimento futuro.

De igual forma, a cultura do vinho e as experiências do turismo do vinho, estão claramente correlacionadas com aspetos sociais (socialmente equitativos), económicos (economicamente viáveis), ambientais (ambientalmente corretos) e culturais das regiões e territórios vinícolas.

Ou seja, um negócio neste Setor para ser verdadeiramente sustentável, tem de compreender os efeitos ambientais, sociais e económicos das suas atividades. Assim, pode afirmar-se que a produção do vinho, bem como as experiências de Enoturismo, estão claramente relacionadas com os aspetos sociais, económicos, ambientais e culturais das regiões e territórios vinícolas, pelo que o tema está em constante discussão e, por isso, inúmeros programas de sustentabilidade estão a ser implementados nos últimos anos.

A indústria do Vinho está preocupada com a sustentabilidade, uma vez que este Setor enfrenta desafios relacionados com as mudanças climáticas, exposição a produtos químicos e disponibilidade de recurso hídricos e energéticos.

Assim, a Bacalhôa Vinhos de Portugal implementa a ODS 2, a ODS 8 e a ODS 12 para a Produção Vinícola.

ODS 2 – FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

Este objetivo consiste no alcance de garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas resilientes, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às alterações climáticas, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo.



Figura 97 - ODS 2

ODS 8 – PROMOVER O CRESCIMENTO ECONÓMICO INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL, O EMPREGO PLENO E PRODUTIVO E O TRABALHO DIGNO PARA TODOS



Figura 98 - ODS 8

A orientação deste objetivo é melhorar progressivamente, a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se em dissociar crescimento económico da degradação ambiental, de acordo com o enquadramento decenal de programas sobre produção e consumo sustentáveis, com os países desenvolvidos a assumirem a liderança.

ODS 12 – PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS

Este Objetivo de Sustentabilidade pretende incentivar as Empresas, especialmente as de grande dimensão e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informação sobre sustentabilidade nos relatórios de atividade. Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e consciencialização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.



Figura 99 - ODS 12

Já para o Enoturismo a Bacalhôa Vinhos de Portugal implementou a ODS 8, a ODS 12 e a ODS 15.

ODS 8 – PROMOVER O CRESCIMENTO ECONÓMICO INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL, O EMPREGO PLENO E PRODUTIVO E O TRABALHO DIGNO PARA TODOS

A ODS 8 para o Enoturismo, pretende até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que cria emprego e promove a cultura e os produtos locais.



Figura 100 - ODS 8 Enoturismo

ODS 12 – PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS

Este objetivo pretende desenvolver e implementar ferramentas para monitorizar os impactos do desenvolvimento sustentável para o Turismo sustentável, que cria emprego, promove a cultura e os produtos locais.



Figura 101 - ODS 12 Enoturismo

ODS 15 – Proteger a Vida Terrestre

Tem como objetivo até 2030:

- Combater a desertificação, restaurar a terra e o solo degradados, incluindo terrenos afetados pela desertificação, secas e inundações, e lutar para alcançar um mundo neutro em termos de degradação do solo;
- Mobilizar recursos significativos, a partir de todas as fontes, e a todos os níveis, para financiar a gestão florestal sustentável e proporcionar incentivos adequados aos países em desenvolvimento para promover a gestão florestal sustentável, inclusive para a conservação e o reflorestamento.



Figura 102 - ODS 15 Enoturismo

Política de Cookies e Privacidade

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, SA zela pela privacidade dos seus clientes bem como os dados pessoais submetidos pelos mesmos, sendo responsável pela página Web <https://bacalhhoa.pt> (doravante, designado como “Site”).

A privacidade é algo muito importante para a Empresa, respeitam a privacidade de todos os seus clientes e empenham-se em protegê-la. Para melhor protegerem a privacidade de cada um, apresentam um documento explicando as práticas de privacidade e as opções disponíveis para a forma como as informações pessoais são recolhidas e utilizadas pela Bacalhôa Vinhos de Portugal.



QUAL O TIPO DE INFORMAÇÕES A EMPRESA RECOLHE?

Eventualmente a Empresa solicita informações de identificação pessoal quando é solicitado um serviço, as pessoas respondem a um inquérito, participam num concurso, trocam correspondência com a Bacalhôa ou participam em determinadas outras atividades.

O Cliente decide se deseja prosseguir com qualquer atividade que solicite informações pessoais, no entanto, se o mesmo não quiser fornecer as informações pessoais solicitadas, poderá não conseguir concluir a transação. Da mesma forma, quando se visita os *Websites*, a Empresa recolhe informações conhecidas como *clickstreams* (endereço IP, nome do domínio, etc.). Estas informações, combinadas com os dados que o cliente facultou, permite personalizar melhor as visitas do mesmo.

COMO É QUE A EMPRESA PROTEGE AS INFORMAÇÕES PESSOAIS?

Para garantir a segurança das informações pessoais dos clientes, estabeleceram-se uma série de medidas de segurança e proteção. As informações pessoais são guardadas em redes seguras, que apenas podem ser acedidas por um limitado número de pessoas que detêm direitos de acesso especiais e se comprometem a respeitar e manter a natureza confidencial de tais informações.

Não obstante estas medidas, quando se facultam informações pessoais na *Internet* existe sempre um risco de que estas possam ser interceptadas e usadas por terceiros fora do controlo da Bacalhôa, embora envidem todos os esforços para proteger as informações pessoais e a privacidade de todos, porém não podem garantir a segurança das informações que disponibilizam através da *Internet*.

QUEM TEM ACESSO ÀS INFORMAÇÕES PESSOAIS RECOLHIDAS PELA EMPRESA?

Além das empresas do grupo Bacalhôa e para os efeitos acima descritos, a Empresa não vende, troca ou transfere a terceiros as suas informações pessoais, sob forma alguma. As informações pessoais podem ser transferidas a fornecedores externos subcontratados para fornecerem determinados serviços e podem ser usadas para fornecer assistência técnica. A Empresa exige a tais fornecedores subcontratados que mantenham as informações pessoais dos clientes seguras e confidenciais e exigem igualmente que estes fornecedores usem as informações pessoais apenas em nome da *Maisis - Information Systems Lda*.

O cliente pode a qualquer altura optar por não permitir a partilha das suas informações pessoais com terceiros. Tal pedido pode ser efetuado através da página *Internet* na secção de contactos ou simplesmente por endereçar um e-mail.

COMO É QUE A EMPRESA UTILIZA A INFORMAÇÃO RECOLHIDA?



- Para fornecer informações sobre atualizações de produtos, novos produtos, serviços, newsletters, e-mails informativos e pesquisas sobre ideias para futuros produtos ou melhoramentos;
- Para a Empresa se ajudar a criar conteúdos relevantes para os clientes;
- Para ajudar a criar melhores produtos e serviços que satisfaçam as necessidades de todos
- Para ajudar a encontrar rapidamente software, serviços ou informações sobre produtos importantes.

LINKS

Por forma a melhorar os serviços oferecidos, a Empresa pode incluir links para Websites de terceiros. A Maisis - Information Systems, Lda não se responsabiliza pelas práticas de privacidade de tais Websites. A Empresa recomenda que se leia as respectivas declarações de privacidade, pois poderão ser diferentes.



COOKIES



A Empresa pode usar cookies para personalizar as páginas ou para se “recordar” do Cliente quando registam produtos ou serviços. A rejeição de cookies poderá afetar a capacidade de utilizar alguns dos serviços do website.

A Maisis - Information Systems, Lda também utiliza cookies para rastrear as visitas do Website da Bacalhóia. As informações recolhidas desta forma ajudam a otimizar o conteúdo dos Websites, a navegação nos mesmos e o desempenho.

OPÇÕES E ANULAÇÃO

A Bacalhóia disponibiliza diversas formas para que o cliente possa rever, alterar ou apagar as suas informações pessoais, ou ainda solicitar que não se envie informações adicionais.

Pode-se igualmente rever, atualizar ou apagar a conta, editando as definições do perfil e conta na área de registo onde e conforme aplicável. Para proteger a privacidade e segurança, tomou as medidas razoáveis para verificar a identidade do cliente, antes de conceder acesso ou efectuar correcções.



ALTERAÇÃO DA POLÍTICA



No futuro, a Empresa pode optar por modificar ou atualizar esta política, quer devido a alterações na legislação, quer por forma a abranger novos desenvolvimentos da Internet. Assim sendo, reservou o direito de efetuar quaisquer alterações nesse sentido e solicitam que os clientes visitem as política regularmente, uma vez que tais alterações poderão afetar o visitante enquanto utiliza o website.

CONTACTOS

Para quaisquer questões relativas Á política de privacidade e aspectos de privacidade dos Produtos e serviços, ou para efetuar uma reclamação, os contactos são:

- Estrada Nacional 10 | Vila Nogueira de Azeitão - 2925-901 Azeitão Portugal

- T. +351 21 219 80 60 F. +351 21 219 80 66 | E. privacidade@bacalhoa.pt



Política de Proteção de Dados Pessoais

A Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, necessita de recolher e tratar dados pessoais de pessoas singulares para a sua atividade. Isto inclui informação de clientes, fornecedores, contactos comerciais, colaboradores e de outras pessoas e membros de organizações que contactou ou venha a necessitar contactar.

Esta política descreve a forma como os dados pessoais devem ser recolhidos, manipulados e armazenados de acordo com os requisitos de proteção de dados da Empresa Bacalhôa e com a lei, independente do seu suporte (eletrónico, em papel ou em qualquer outro).

Esta política aplica-se:

- Para a sede da Empresa;
- Todas as filiais e sucursais;
- Todos os colaboradores do independentemente do tipo de contrato;
- Todos os subcontratados, fornecedores e outras pessoas ou organizações que atuem em nome da Bacalhôa.

Esta política assegura que a Bacalhôa Vinhos de Portugal:

- Cumpre a legislação relativa à proteção de dados pessoais, especialmente o Regulamento UE 2016/679, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril, e a legislação nacional relativa à proteção de dados, nomeadamente a Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto;
- Protege os direitos de colaboradores, clientes e outros parceiros;
- É transparente sobre o modo como trata dados pessoais;
- Se protege do risco de violações de dados pessoais.

Os princípios aplicáveis à proteção de dados pessoais são:

- **Licitude, lealdade e transparência:** é necessário identificar o fundamento legal de cada tratamento de dados e informar previamente os titulares em linguagem clara e acessível sobre as finalidades e o modo como a fazem;
- **Limitação de finalidades:** as finalidades específicas do tratamento dos dados pessoais deverão ser explícitas, legítimas e determinadas aquando da recolha dos dados pessoais. Os dados recolhidos com uma finalidade não devem ser utilizados para outra que não decorra da primeira;
- **Adequação, pertinência e minimização:** apenas são tratados os dados pessoais necessários e adequados para os efeitos que se pretende alcançar;
- **Exatidão e atualização:** devem ser tomadas as medidas necessárias para assegurar que os dados inexatos são corrigidos ou apagados;
- **Limitação de conservação:** os dados pessoais apenas são guardados durante o tempo necessário para a finalidade a que se destinam. Para cada conjunto será definido um prazo para apagamento ou destruição;
- **Segurança e confidencialidade:** os dados pessoais são armazenados de forma a garantir a sua proteção e o seu acesso será condicionado de forma a garantir que apenas o pessoal autorizado pode tratá-los.
- **Privacidade desde a conceção e por defeito:** antes de se proceder a qualquer tratamento de dados, são tomadas medidas para garantir que a privacidade é uma preocupação desde o início e ao longo de todo o processo de tratamento;

Os titulares dos dados têm direito de acesso, retificação, limitação de finalidades, portabilidade, apagamento e oposição a decisões automatizadas.

O colaborador que receber o contacto de um titular que pretenda exercer qualquer destes direitos, deve verificar a identidade antes de fornecer qualquer informação, de acordo com o procedimento de exercício de direitos. Depois disso, deve encaminhar o pedido para o EPD (Encarregado de Proteção de Dados) para processamento.

A Empresa em estudo, pode partilhar os dados com as autoridades públicas sem conhecimento dos titulares no cumprimento de obrigação legal ou judicial

Termos e Condições

Os *Termos e Condições* é o documento que rege a relação **contratual entre o prestador de um serviço e seu usuário**.

Os Termos e Condições são nada mais que um contrato em que o proprietário esclarece as condições de uso de seu serviço. Entre alguns exemplos estão o uso do conteúdo (*copyright*), as regras que os usuários devem seguir ao interagirem uns com os outros no *website/app* e, regras relacionadas ao cancelamento ou suspensão de uma conta de usuário, entre outros.

Assim, os Termos e Condições representam o documento que ajuda a lidar com problemas ou evitá-los primariamente. Por causa disto, os Termos e Condições são fundamentais em muitos casos, a fim de montar uma defesa própria e adequada.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal tem os seus Termos e Condições no seu *Website* para ajudar e esclarecer quaisquer dúvidas relacionadas às compras dos seus produtos.

PAGAMENTOS

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, SA disponibiliza aos clientes da sua Loja *Online* o pagamento por sistema de transferência bancária.

Todas as encomendas feitas na Loja *Online* são enviadas após a liquidação do pagamento.

ENTREGAS

As encomendas efetuadas na Loja *Online* da Bacalhôa Vinhos de Portugal, salvo qualquer situação de rutura de *stocks* ou outras alheias ao produtor (exemplo: desastres naturais, acidentes rodoviários, entre outros), serão entregues em qualquer local de Portugal Continental no prazo máximo de 5 dias úteis. Devido aos constrangimentos do COVID-19 não é possível neste momento a entrega nas ilhas.

SERVIÇO DE TRANSPORTE

O serviço de transporte das encomendas é assegurado pela Empresa Viborel Distribuição, SA.

CUSTO DE TRANSPORTE E ENTREGA

O custo de transporte depende do peso da encomenda e do respetivo destino de entrega. De notar que, em caso de encomendas para Portugal Continental superiores a 30€, o custo de transporte é gratuito.

Encomendas abaixo de 30€ o custo de transporte é de 10€ por encomenda.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal dispõe de embalagens próprias para o transporte da mercadoria, desenvolvidas com o fim específico de protegerem eficazmente o seu conteúdo.

DEVOLUÇÕES

As encomendas devem ser examinadas pelo cliente no momento da sua receção. Caso seja detetada alguma não conformidade na encomenda, o cliente deve devolvê-la à Bacalhôa Vinhos de Portugal, explicar o motivo da devolução através de email (webstore@bacalhoa.pt), a Bacalhôa Vinhos de Portugal compromete-se a resolver com a maior celeridade possível o ocorrido.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal SA reconhece aos seus clientes o direito de resolução dos contratos que com ela celebram, permitindo-lhes a devolução num prazo de 14 dias dos produtos adquiridos nos termos do Decreto-Lei nº 143/2001 e Decreto-Lei 82/2008 de 20/05.

Para dar início ao processo de devolução o cliente deverá enviar um e-mail para webstore@bacalhoa.pt sendo na resposta informado de todos os passos que se seguirão para a devolução do produto e restituição do dinheiro entretanto pago, deduzido das despesas de devolução, no prazo máximo de 30 dias.

Para que a devolução seja aceite o produto devolvido deverá estar em devidas condições de utilização (incluindo os rótulos e contra-rótulos) e a devolução deverá incluir a embalagem original que acompanhava o produto.

STOCK E PREÇOS

Todos os artigos à venda na Loja *Online* estão sujeitos ao *stock* existente e as encomendas serão executadas por ordem de chegada. No caso de indisponibilidade temporária ou mesmo definitiva, esta informação constará no produto em causa.

Todos os preços indicados no *website* são em € (Euros) e incluem o IVA à taxa legal aplicável (13% e 23%, consoante os produtos em questão) e ainda IEC nos casos aplicáveis. Os preços podem ser alterados sem aviso prévio, em qualquer altura, sem que daí resultem indemnizações para os clientes que tenham adquirido os produtos numa data anterior por um preço superior.

As promoções especiais que possam ser efetuadas na Loja *Online* podem não se aplicar à loja física da Bacalhôa Vinhos de Portugal ou qualquer outra loja física ou *online* de clientes nossos, e vice-versa.

PROCESSAMENTO DA ENCOMENDA

Após a efetivação da compra, o cliente recebe um e-mail com a confirmação da mesma e com a indicação de quais os produtos adquiridos.

O cancelamento da encomenda pode apenas ser efetuado se a encomenda ainda não tiver sido expedida.

Após expedição dos produtos por parte da Bacalhôa Vinhos de Portugal o cliente recebe email com a indicação do dia de entrega.

ENCOMENDA NÃO ENTREGUE

No caso da encomenda não ser entregue, por ausência do cliente e após duas tentativas previstas, será enviada para o posto de correios mais próximo e deixado aviso ao cliente. Se após a data-limite indicada o cliente não reclame a sua encomenda a mesma regressa à Bacalhôa Vinhos de Portugal e o valor do reenvio será cobrado ao cliente.

Direito da União Europeia para as Sociedades Comerciais

Embora não exista um Direito das Sociedades Europeu codificado, a harmonização das regras nacionais em matéria de Direito das Sociedades criou algumas normas mínimas, abrangendo domínios como a proteção dos interesses dos Acionistas e respetivos Direitos, regras em matéria de ofertas públicas de aquisição para as Sociedades Anónimas, a publicidade das sucursais, as fusões e cisões, as normas mínimas aplicáveis às Sociedades de responsabilidade limitada com um único sócio, as exigências de informação financeira, bem como a contabilidade, um acesso mais fácil e mais rápido à informação sobre as Sociedades e determinados requisitos de publicidade para as Empresas. No entanto, o pacote relativo ao Direito das Sociedades de 2019 simplificou a multiplicidade de normas que eram aplicadas a vários instrumentos da UE.

A primeira diretiva do Conselho (68/151/CEE), que remonta a 1968, foi alterada várias vezes e foi alterada, mais recentemente, pela Diretiva (UE) 2017/1132 do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a determinados aspetos do Direito das Sociedades, o que permitiu codificar, a nível europeu parte muito relevante do Direito das Sociedades Comerciais na União Europeia. Esta diretiva visa prestar ao público um acesso mais fácil e mais rápido à informação sobre as Sociedades e trata, entre outras questões, da validade das obrigações contraídas pela sociedade e das situações da constituição das Sociedades e da sua nulidade quando incumprem os mínimos requisitos legais. É aplicável a todas as Sociedades Anónimas e de responsabilidade Limitada. Uma segunda diretiva do Conselho (Diretiva 77/91/CEE de 1976), igualmente alterada pela Diretiva 2017/1132/UE, refere-se apenas às Sociedades Anónimas.

Ao abrigo das suas disposições, a constituição destas Sociedades exige um capital social mínimo (atualmente 25.000 euros), concebido como garantia dos credores e contrapartida da responsabilidade limitada dos sócios. Estão também previstas regras relativas à manutenção e alteração do capital e um conteúdo mínimo para qualquer ato constitutivo de uma Sociedade Anónima.

A Diretiva relativa ao Direito das Sociedades (2009/102/CE, de 16 de setembro de 2009) prevê um quadro jurídico para as Sociedades de responsabilidade limitada com um único sócio, em que todas as ações são detidas por um único acionista.

Outra Diretiva sobre o Direito das Sociedades (89/666/CEE, com relevância, alterada pela Diretiva (UE) 2017/1132, de 14 de junho de 2017, relativa a determinados aspetos do Direito das Sociedades) estabelece requisitos de publicidade para as sucursais das Sociedades Estrangeiras, trata dos temas relacionados com as Sociedades da UE que criam sucursais noutra país da União ou Sociedades de países terceiros que criam sucursais na UE.

A Diretiva 2014/86/UE do Conselho, de 8 de julho de 2014, relativa ao regime fiscal comum aplicável às Sociedades-mãe e Sociedades afiliadas de Estados-Membros diferentes, introduz regras fiscais neutras relativamente à concorrência para agrupamentos de Sociedades de Estados-Membros diferentes. Deixa assim de existir dupla tributação dos dividendos distribuídos por uma sociedade afiliada num Estado-Membro à sua sociedade-mãe noutra Estado-Membro, cumprindo também a regra comunitária de natureza fiscal de procurar evitar todas as situações de dupla tributação pelo mesmo rendimento.

A Diretiva 2004/25/CE relativa às ofertas públicas de aquisição tem por objetivo estabelecer orientações mínimas para as aquisições de Sociedades sujeitas ao Direito dos Estados-Membros. Fixa normas mínimas para as ofertas públicas de aquisição ou as mudanças de controlo e visa proteger os Acionistas minoritários, os trabalhadores e outras partes interessadas.

A Diretiva 2012/17/UE trata da interconexão dos registos centrais, dos registos comerciais e dos registos das Sociedades (registos de Empresas), tendo também sido substituída pela Diretiva (UE) 2017/1132 de 14 de junho de 2017.

Além disso, o Regulamento de Execução (UE) 2015/884 da Comissão estabelece as especificações técnicas e os procedimentos necessários para o sistema de interconexão dos registos das Empresas.

Aquando das reestruturações (fusões e cisões), são asseguradas aos Acionistas e a terceiros as mesmas garantias. As normas relativas à fusão das Sociedades anónimas foram recentemente alteradas pelo pacote de 2019 relativo ao Direito das Sociedades, que também garante a proteção dos Acionistas, credores e trabalhadores.

Por sua vez, a Diretiva do Conselho (82/891/CEE) relativa às cisões de Sociedades Anónimas (no que respeita à exigência de um relatório de peritos independentes em caso de fusão ou decisão e aos requisitos em matéria de relatórios e documentação) também foi codificada pela Diretiva (UE) 2017/1132.

Nestes termos, a possibilidade de operar para além das fronteiras nacionais faz parte do ciclo de vida natural de uma Empresa, tal inclui a realização de uma fusão, cisão ou transformação transfronteiriça, o que pode significar a possibilidade de sobreviver e de crescer, por exemplo, através da exploração de novas oportunidades de negócio noutros Estados-Membros ou da adaptação à evolução das condições do mercado.

No que diz respeito às transformações, fusões e cisões transfronteiriças, o Parlamento Europeu e o Conselho adotaram, em novembro de 2019, a Diretiva (UE) 2019/2121. A diretiva visa eliminar os obstáculos injustificados à liberdade de estabelecimento das Sociedades da EU no mercado único, facilitando as transformações, fusões e cisões transfronteiriças de Sociedades da UE, e introduz procedimentos abrangentes para essas operações e regras adicionais para as fusões transfronteiriças das Sociedades de responsabilidade limitada estabelecidas num Estado-Membro da UE. Além disso, a diretiva prevê regras semelhantes em matéria de Direitos de participação dos trabalhadores e procura garantir que os trabalhadores sejam informados adequadamente e consultados sobre o impacto esperado. Os Direitos dos Acionistas minoritários e dos Acionistas sem Direito de voto beneficiarão de uma maior proteção, ao passo que os credores das Empresas em causa beneficiam de salvaguardas mais claras e mais fiáveis.

A 10ª Diretiva relativa ao Direito das Sociedades (2005/56/CE), relativa às fusões transfronteiriças das Sociedades de responsabilidade limitada, visa facilitar as fusões transfronteiriças entre Sociedades de capitais. A transferência de sedes de Sociedades anónimas de um Estado-Membro para outro, bem como a sua fusão ou cisão, é um elemento inerente à liberdade de estabelecimento garantida pelos artigos 49º e 54º do TFUE (ver acórdão Cartesio do Tribunal de Justiça da União Europeia). No entanto, o princípio da liberdade de estabelecimento não permite que uma sociedade se transfira do seu Estado-Membro de origem para outro Estado-Membro, preservando simultaneamente a sua capacidade jurídica. Por conseguinte, o Parlamento apelou reiteradamente à elaboração de uma proposta sobre transferência transfronteiriça da sede social (14.a diretiva relativa ao Direito das Sociedades). A questão da transferência transfronteiriça das sedes das Sociedades continua por resolver. No processo C-106/16 Polbud, o Tribunal de Justiça, pronunciando-se sobre uma questão prejudicial, especificou melhor a «liberdade de estabelecimento», precisando que se aplica igualmente à transferência da sede de uma sociedade constituída em conformidade com a legislação de um Estado-Membro para o território de outro Estado-Membro, para efeitos da sua transformação.

Para que a informação fornecida pelos documentos contabilísticos seja equivalente em todos os Estados-Membros, as 4ª, 7ª e 8ª diretivas (78/660/CEE, 83/349/CEE e 84/253/CEE) foram substituídas pelas Diretivas 2006/43/CE e 2013/34/UE, que preveem que os documentos relativos às contas sociais (contas anuais, contas consolidadas e aprovação das pessoas responsáveis pela revisão legal dos documentos contabilísticos) forneçam uma imagem fiel do património, do passivo, da situação financeira e dos resultados das Sociedades. A Diretiva 2006/43/CE tem como objetivo reforçar a fiabilidade das demonstrações financeiras das Sociedades estabelecendo requisitos mínimos aplicáveis à revisão legal das contas anuais e consolidadas. Além disso, por força da Diretiva 2013/34/UE, as Sociedades cotadas da UE são obrigadas a fornecer, no âmbito do seu relatório anual, uma declaração sobre o governo da sociedade. O Regulamento (CE) nº 1606/2002 relativo à aplicação das normas internacionais de contabilidade, harmoniza a informação financeira apresentada pelas Sociedades cujos títulos são negociados publicamente, para garantir a proteção dos investidores.

A Diretiva (UE) 2019/1023 visa oferecer uma «segunda oportunidade aos empresários». Esta diretiva procura dar resposta às preocupações suscitadas por um grande número de investidores relativamente ao risco de procedimentos de insolvência morosos ou complexos no estrangeiro, que identificam como o principal motivo para não investir fora do seu próprio país.

A Diretiva 2007/36/CE (alterada pelas diretivas 2014/59/UE e (UE) 2017/828) relativa ao exercício de certos Direitos dos Acionistas de Sociedades cotadas elimina os principais obstáculos à votação transfronteiriça nas Sociedades cotadas que têm sede social num Estado-Membro, introduzindo requisitos específicos em relação a vários Direitos dos Acionistas no âmbito da assembleia geral. A Diretiva estabelece também certos Direitos dos Acionistas de Sociedades cotadas, incluindo o acesso em tempo útil a informações pertinentes sobre as assembleias gerais e o voto por procuração. A Diretiva (UE) 2017/828 encoraja a participação dos Acionistas e introduz requisitos em relação à identificação dos Acionistas, à transmissão de informações, à facilitação do exercício dos Direitos dos Acionistas, à transparência dos investidores institucionais, dos gestores de ativos e dos consultores em matéria de votação, à remuneração dos administradores e às transações com partes relacionadas.

• Código das Sociedades Comerciais

O Código das Sociedades Comerciais (CSC), aprovado pelo Decreto Lei nº 262/ 86, de 2 de setembro, tendo entretanto sofrido várias alterações, a última pela Lei nº 9/ 2022 de 11 de janeiro, aplica-se às sociedades comerciais (art. 1.º, n.º1).

De acordo com o disposto no artigo 1.º, n.º2 do CSC, são sociedades comerciais “aquelas que tenham por objeto a prática de atos de comércio e adotem o tipo de sociedade em nome coletivo, de sociedade por quotas, de sociedade anónima, de sociedade em comandita simples ou de sociedade em comandita por ações”.

Esta norma expressa os requisitos para que uma sociedade seja qualificada como comercial (requisitos de comercialidade), omitindo qualquer noção de sociedade.

O conceito jurídico de sociedade tem variado ao longo do tempo e dos países. Durante muito tempo, a sociedade foi regulada enquanto contrato e essa referência ainda subsiste no Código Civil, aprovado pelo Decreto Lei nº 47344/ 66, de 25 de novembro, cujo artigo 980.º preceitua: “Sociedade é o contrato pelo qual duas ou mais pessoas se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício em comum de certa atividade económica que não seja de mera fruição, a fim de repartirem os lucros resultantes dessa atividade”.

Esta dicotomia conceptual foi sendo assinalada pela doutrina jurídica. Todavia, é mais rigoroso, referindo-nos à primeira aceção jurídica de sociedade mencionada, substituir a expressão «contrato» por «ato (jurídico)», uma vez que, as sociedades podem ser constituídas por atos que não revestem natureza contratual (exemplo, as sociedades unipessoais) e por atos que não constituem negócios jurídicos (por exemplo, as sociedades criadas por decreto-lei).

Os elementos essenciais da noção de sociedade resultante do art. 980.º Código Civil são:

- A intervenção de duas ou mais pessoas como partes do negócio;
- A obrigação de contribuir com bens ou serviços;
- O propósito de exercício em comum de uma certa atividade que não seja de mera fruição e o de obtenção, por esta forma, de lucro com vista à sua distribuição pelos sócios, ficando estes, todavia também sujeitos a perdas.

Estes elementos se referidos às sociedades comerciais obrigam à consideração de várias especificidades.

Como referi anteriormente, o artigo 1.º, n.º2 do CSC estabelece os requisitos de comercialidade das sociedades. De acordo com aquela norma são sociedades comerciais aquelas que preencherem um requisito substancial– tiverem por objeto a prática de atos de comércio – e um requisito formal - aquelas que adotarem um dos tipos aí previstos.

Apesar de da letra da lei parecer decorrer o carácter cumulativo dos dois requisitos de comercialidade indicados, alguns autores sustentam que se deve entender que apenas o requisito substancial é essencial para a qualificação de uma sociedade como mercantil. Assim, se uma sociedade (que tenha por objeto a prática de atos de comércio) não adotar um dos tipos legais previstos, não poderá ser qualificada como sociedade civil.

Assim, o CSC prevê taxativamente quatro tipos de sociedades comerciais:

- Sociedades em nome coletivo;
- Sociedades por quotas;
- Sociedades anónimas;
- Sociedades em comandita (simples e por ações).

As partes mantêm uma certa liberdade na conformação do tipo societário que adotaram. Importa, pois, analisar as principais características de cada um desses tipos, i.e., os elementos identificadores dos diferentes tipos societários.

Esse estudo servirá também para se decidir, perante uma dada situação de facto, pelo tipo mais adequado para esse efeito. Para a identificação e diferenciação de cada um dos tipos societários assume particular importância:

- A responsabilidade assumida pelos sócios;
- O regime da transmissão das participações sociais;
- A estrutura organizada da sociedade.

Atendendo ao facto de os tipos societários mais utilizados em Portugal serem as sociedades por quotas e as sociedades anónimas o nosso estudo deter-se-á sobre as sociedades anónimas, pois a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., tal como o nome indica é uma sociedade anónima.

- Responsabilidade Assumida pelos Sócios

A responsabilidade assumida pelos sócios é analisada em duas vertentes. Assim, refere-se a responsabilidade dos sócios perante a sociedade por um lado e, por outro, a eventual responsabilidade dos sócios perante os credores da sociedade.

Nas sociedades Anónimas, os acionistas têm a sua responsabilidade limitada (art.271.º), pois que:

- Respondem apenas pela sua obrigação de entrada
 - Não obstante, o estatuto social pode prever que um ou mais sócios fiquem obrigados a prestações acessórias.
- Não respondem perante os credores da sociedade.

Resta acrescentar que estão previstas na parte geral do CSC outras hipóteses, aplicáveis a todos os tipos societários, de responsabilidade dos sócios perante a sociedade (art. 83.º) e perante os credores sociais (art.84.º).

- Transmissão das Participações Sociais

A regulamentação da transmissão das participações sociais em cada um dos diferentes tipos societários tenta equilibrar os interesses dos sócios que pretendam transmitir as suas participações sociais e o interesse da sociedade e dos restantes sócios.

As participações sociais nas sociedades anónimas denominam-se ações (art. 271.º). A transmissão das ações inter vivos, em regra, é livre. No entanto, em relação às ações nominativas, o contrato de sociedade pode limitar (mas nunca excluir) a transmissão, subordinando a sua transmissão:

- Ao consentimento da sociedade;
- Ao direito de preferência dos outros acionistas;
- À existência de determinados requisitos, subjetivos ou objetivos, que estejam de acordo com o interesse social (art. 328.º, n.os 1 e 2).

Ocorrendo o falecimento de um acionista as ações de que fosse titular transmitem-se nos mesmos termos dos restantes bens que integrem o seu património (arts. 2024.º e ss. CC).

○ Estrutura Organizacional

As sociedades comerciais atuam através dos seus órgãos sociais. Em termos de estrutura organizacional das sociedades devemos distinguir os órgãos obrigatórios, facultativos e estatutários.

Os órgãos obrigatórios são o órgão deliberativo (que, em regra, corresponderá à assembleia geral), o órgão executivo (administração, nas sociedades anónimas, gerência, nas sociedades por quotas) e, nas sociedades anónimas e em sociedades por quotas que preencham determinados requisitos, o órgão de fiscalização. Para além destes, no caso de sociedades anónimas abertas cujas ações se encontrem admitidas à negociação em mercado regulamentado é obrigatório o secretário da sociedade (v. artigos 446.º-A a F do CSC).

Como órgãos facultativos surgem o órgão de fiscalização nas sociedades por quotas em relação aos quais este não seja obrigatório (artigo 262.º, n.º 1 do CSC) e o secretário da sociedade para as sociedades anónimas que não estejam obrigadas a tê-lo e para as sociedades por quotas (artigo 446.º-D do CSC).

As sociedades anónimas apresentam uma estrutura organizacional mais complexa. Desde logo, em sede de órgão deliberativo já que está prevista a existência de uma Mesa da Assembleia Geral (artigos 374.º e s. do CSC).

Ainda no âmbito deste órgão destaca-se que o direito de voto é, em princípio, dependente do número de ações (artigo 384.º, n.º 1 do CSC), podendo, no entanto, existir condicionalismos a este direito (v. artigo 384.º, n.º 2 do CSC) e até ações que não conferem direito de voto (v. infra95, as ações preferenciais sem voto).

Relativamente à administração e à fiscalização da sociedade é possível optar entre três modelos (artigo 278.º do CSC):

- Modelo tradicional: Conselho de Administração (ou administrador único) + Conselho Fiscal;
- Modelo monístico: Conselho de Administração, incluindo uma Comissão de Auditoria + ROC (3) modelo de tipo germânico: Conselho de Administração Executivo + Conselho Geral e de supervisão + ROC.

Patentes

Uma patente é um Direito exclusivo de produção e comercialização que se obtém sobre invenções, soluções técnicas para resolver problemas específicos. Podem ser objeto de patente:

- Invenções novas, quando incidam sobre um produto composto de matéria biológica ou sobre um processo que permita produzir, tratar ou utilizar matéria biológica;
- Invenções de produtos ou processos em todos os domínios da tecnologia;
- Processos novos de obtenção de produtos, substâncias ou composições já conhecidas.

Para que possa ser patenteada, a invenção deve cumprir uma série de condições, entre as

quais:

- Deve apresentar um elemento de novidade, uma característica nova que não se encontre compreendida no estado da técnica, ou seja, do conhecimento já existente no seu âmbito técnico;
- Deve implicar atividade inventiva, ou seja, que não resulte para um perito na especialidade de forma evidente do estado da técnica já existente;
- Deve ser suscetível de aplicação industrial, ou seja, deve poder ser utilizada com fins comerciais ou industriais.

Pelo contrário, já não podem ser objeto de patente:

- As descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos;
- Materiais ou substâncias já existentes na natureza e as matérias nucleares;
- Criações estéticas;
- Projetos, princípios e os métodos de atividades intelectuais em matéria de jogo ou domínio de atividade económica;
- Invenções cuja exploração comercial seja contrária à lei, à ordem pública, à saúde pública e aos bons costumes, nomeadamente, processos de clonagem de seres humanos ou utilizações de embriões humanos para fins industriais ou comerciais;
- O corpo humano, nos vários estádios da sua constituição e do seu desenvolvimento;
- As variedades vegetais ou as raças animais e os processos essencialmente biológicos de obtenção de vegetais ou animais;
- Métodos de tratamento cirúrgico ou terapêutico do corpo humano ou animal.

Um dos fatores mais importantes para o crescimento do Setor Agrícola Português passa pelo desenvolvimento de marcas distintivas, de embalagens diferenciadoras e de novos produtos ou processos, os quais têm que ser devidamente protegidos através dos respetivos mecanismos legais de proteção como é o caso entre outros das marcas, desenhos ou modelo e patentes.

A falta de proteção dessas marcas distintivas, dessas embalagens diferenciadoras e desses novos produtos ou processos, pode levar a que os seus criadores e/ou titulares percam a exclusividade do direito aos mesmos e, deste modo, estarem impossibilitados de impedirem terceiros da sua exploração indevida.

Os desenhos ou modelo e patentes, que também constituem mecanismos legais de proteção pela atribuição de direitos privativos, apesar de comparativamente com as marcas, apresentarem um menor número de pedidos, são também requeridos pelo Setor Agrícola.

A proteção de um sinal, da aparência de um produto e ou de uma invenção através de uma das citadas modalidades da Propriedade Industrial (PI), concretamente de uma marca, de um desenho ou modelo ou de uma patente, confere ao seu titular um direito exclusivo de impedir terceiros, sem o seu consentimento, de usar uma marca, de utilizar um desenho ou modelo ou de explorar uma invenção. É assim concedido um monopólio exclusivo que visa não só proteger o titular, mas também a sua concorrência entre empresas ou particulares.

Os direitos de PI têm uma proteção de âmbito territorial: a proteção só irá vigorar para os países onde o direito for protegido. Este princípio da territorialidade é hoje atenuado por diversos acordos regionais, onde um único pedido será válido numa região que engloba diversos estados, como é o caso da marca ou do desenho ou modelo na União Europeia, ou através de convenções internacionais que facilitam, em grande medida, o seu pedido em diversos territórios, como acontece no Pedido de Registo Internacional de marcas ou de desenhos ou modelos, ou no caso das invenções no Pedido Internacional de Patentes.

Contudo, é preciso ter em conta que os direitos de PI irão vigorar por um prazo definido. Para as inovações de carácter técnico ou estético, o termo final do prazo ditará a passagem do conceito inventivo para o domínio público. No caso das marcas, apesar de a duração ser de 10 anos, as mesmas poderão ser indefinidamente renovadas, conquanto se proceda ao pagamento das taxas respetivas.

Para a proteção de um sinal, de um produto e ou de uma invenção através de uma das respetivas modalidades da PI, é obrigatório o seu pedido.

No caso das marcas, uma marca só deve ser efetivamente considerada e designada como tal, quando a mesma está devidamente registada.

Muitas entidades e particulares, erradamente, designam como “*marca*” o registo efetuado no Registo Nacional de Pessoas Coletivas – RNPC.

A constituição de uma Empresa no RNPC, não dá, obrigatoriamente, o direito exclusivo de impedir terceiros de utilizar um determinado sinal, sem o seu consentimento do seu titular.

Conforme citado no artigo “O Valor económico da Marca” do Agroportal de 15 de janeiro de 2017, da autoria do Dr. Pedro Pimentel, Diretor Geral da Centromarca: “***É preciso plantar a semente de uma cultura de Marca***”. Esta importante e imprescindível “*cultura de Marca*” no Setor Agrícola passa pela obrigatoriedade do efetivo registo da marca, não só para a proteção da mesma, mas também para que essa “*Marca*” possa ser efetivamente considerada e legalmente designada como tal.

Para além da proteção conferida por uma das modalidades da PI, um direito de PI também constitui um importante ativo económico de uma empresa ou de um particular, na medida em que pode ser transacionado, seja através da concessão de licenças, sujeita ao pagamento de *royalties*, seja através da transferência do ativo.

As marcas nacionais registadas na classe 33 (bebidas alcoólicas, com exceção das cervejas), cuja classificação também se destina a vinho, assinalam um dos maiores números de pedidos de registo a nível nacional, comparativamente com as outras restantes 44 classes de classificação de produtos e serviços.

Considerando que muitas das restantes 44 classes, também se destinam a produtos e serviços provenientes do Setor agrícola, deduz-se que o Setor é um dos Setores da Economia nacional que mais recorre ao sistema Propriedade Industrial (PI) nacional.

Genericamente uma marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação gráfica (nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respetiva embalagem) ou ser constituída por frases publicitárias, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma Empresa dos de outras Empresas.

Um registo de uma marca também confere ao seu titular uma presunção que não irá, indevidamente e em alguns casos também involuntariamente, colidir com outra marca igual ou semelhante anteriormente registada.

Uma marca registada pode evitar determinados problemas legais relacionados com uso indevido de um determinado sinal, providenciando uma maior segurança na comunicação da mesma. Basta pensarmos no prejuízo monetário que seria empreender uma estratégia de *Marketing* que mais tarde seria inviabilizada pelo facto de a marca ser semelhante a uma marca anterior.

A Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. é uma das mais antigas e prestigiadas Empresas nacionais na produção de Vinhos, representa um distinto exemplo de boa utilização do Sistema da Propriedade Industrial no Setor, não só pelo número de marcas registadas de que é titular a nível Nacional, na União Europeia e Internacional, mas também denota uma grande preocupação na proteção ao longo dos tempos.

O número de patentes de uma entidade, Empresa, Particular ou de um Setor Económico reflete o grau de desenvolvimento do mesmo, sendo também um indicativo da conquistada aposta na área da investigação e desenvolvimento tecnológico.

À semelhança dos pedidos de desenhos ou modelos, os pedidos de patente também têm vindo a ser requeridos pelo Setor Agrícola, o que indica o grau de desenvolvimento do mesmo.

A apresentação de um pedido de patente de invenção, comparativamente com as outras citadas modalidades, é a mais complexa, devido à necessidade do requerimento do pedido dever apresentar um resumo da invenção, uma descrição da invenção e as reivindicações das características técnicas da invenção.

Uma divulgação pública efetuada pelo inventor ou titular da invenção em exposições, feiras, sites, *papers*, revistas ou outros, antes da data do respetivo pedido de patente, pode constituir um motivo para que uma patente não seja concedida, devido ao facto de essa divulgação poder retirar a novidade, que é dos três citados requisitos para que uma patente seja concedida.

Balanço Financeiro

As Demonstrações Financeiras do exercício de 2020 foram preparadas, em todos os seus aspetos materiais, em conformidade com as disposições do Sistema de Normalização Contabilística (SNC).

É opinião da Administração que estas Demonstrações Financeiras refletem de forma verdadeira e apropriada as operações da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., bem como a sua posição e performance financeira e fluxos de caixa.

As Demonstrações Financeiras apresentadas têm como referencial contabilístico o Sistema de Normalização Contabilística (SNC) aprovado pelo Decreto-Lei nº 158/2009, de 13 de julho, retificado pela Declaração de Retificação nº 67-B/2009, de 11 de setembro, alterado pela Lei nº 20/2010, de 23 de agosto, pelo Decreto-Lei nº 36-A/2011, de 9 de março, e alterado e republicado pelo Decreto-Lei nº 98/2015, de 2 de junho.

Deve entender-se como fazendo parte daquelas normas a Estrutura Conceptual (Aviso nº 8254/2015, de 29 de julho, retificado pela Declaração de Retificação nº 917/2015, de 19 de outubro), as Bases para a apresentação de Demonstrações Financeiras, os modelos de Demonstrações Financeiras (Portaria nº 220/2015, de 24 de julho, retificada pela Declaração de Retificação nº 41-B/2015, de 21 de setembro), o Código de Contas (Portaria nº 218/2015, de 23 de julho, retificada pela Declaração de Retificação nº 41-A/2015, de 21 de setembro), as Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro (Aviso nº 8256/2015, de 29 de julho, retificada pela Declaração de Retificação nº 918/2015, de 19 de outubro) e as Normas Interpretativas do Sistema de Normalização Contabilística (Aviso nº 8258/2015, de 29 de julho).

Os valores constantes das Demonstrações Financeiras do período findo em 31 de dezembro de 2020 são comparáveis em todos os aspetos significativos com os valores do exercício de 2019, com exceção das taxas de depreciação das vinhas que foram ajustadas a sua vida útil. O mesmo se aplica nas Demonstrações Financeiras de 2019 e 2018.

Os Quadros demonstrativos dos Balanços Financeiros da Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A foram obtidos através **do Diretor Financeiro da Empresa** e dos **Racius**.

- **Balanço 2020**

**BALANÇO INDIVIDUAL EM 31 DE DEZEMBRO
DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019**

Montantes expressos em Euros

ATIVO	NOTAS	2020	2019
Ativo não corrente			
Ativos fixos tangíveis	7	21 522 319	21 227 646
Propriedades de Investimento	8	4 489	4 489
Goodwill	34	1 498 066	1 797 679
Ativos intangíveis	9	65 710	17 624
Ativos biológicos	10	223 929	237 927
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	11	98 604 809	98 166 347
Outros investimentos financeiros	11 - 13	2 994 390	4 055 553
Ativos por impostos diferidos	12	118 438	259 224
Total do ativo não corrente		125 032 151	125 766 490
Ativo Corrente			
Inventários	14	12 019 190	11 493 527
Ativos biológicos	27	166 475	152 633
Clientes	15	3 779 321	3 333 010
Estados e outros entes públicos	17	393 003	45 393
Outros créditos a receber	18	386 991	1 846 369
Diferimentos	19	339 852	487 594
Caixa e depósitos bancários	4	1 084 619	312 592
Total do ativo corrente		18 169 452	17 671 118
Total do ativo		143 201 604	143 437 609
CAPITAL PRÓPRIO			
Capital subscrito		70 500 000	70 500 000
Reservas legais		1 913 365	1 768 611
Outras reservas		4 567 331	4 567 331
Resultados transitados		3 502 313	1 861 531
Excedentes de revalorização		290	290
Ajustamentos / outras variações no capital próprio		21 075 451	20 144 723
		101 558 749	98 842 486
Resultado líquido do período		1 732 153	2 895 071
Total do capital próprio	20	103 290 902	101 737 557
PASSIVO			
Passivo não corrente			
Financiamentos obtidos	21	27 466 828	21 769 712
Passivos por impostos diferidos	12	105 886	157 297
Total passivo não corrente		27 572 714	21 927 009
Passivo corrente			
Fornecedores	16	7 408 805	7 485 686
Estado e outros entes públicos	17	72 390	87 276
Financiamentos obtidos	21	2 848 072	10 350 271
Outras dívidas a pagar	22	2 008 721	1 849 810
Total passivo corrente		12 337 987	19 773 043
Total do passivo		39 910 701	41 700 052
Total do capital próprio e do passivo		143 201 604	143 437 609

Figura 103 - Balanço 2020

- **Balanço 2019**

Balanço	
Ativo não corrente	
Activos fixos tangíveis	€ 21.227.646,46
Propriedades de investimento	€ 4.489,18
Goodwill	€ 1.797.678,81
Ativos intangíveis	€ 17.624,13
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	€ 98.166.347,35
Participações financeiras - outros métodos	€ 4.055.553,25
Acionistas/sócios	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos por impostos diferidos	€ 259.223,56
Investimentos financeiros	-
Total	€ 125.766.490,07
Ativo corrente	
Inventários	€ 11.493.527,37
Ativos biológicos	€ 152.632,63
Clientes	€ 3.333.010,17
Adiantamentos a fornecedores	-
Estado e outros entes públicos	€ 45.393,24
Acionistas/sócios	-
Outras contas a receber	€ 1.846.369,44
Diferimentos	€ 487.593,71
Ativos financeiros detidos para negociação	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos não correntes detidos para venda	-
Outros ativos correntes	-
Caixa e depósitos bancários	€ 312.591,89
Soma	€ 17.671.118,45
TOTAL DO ACTIVO	€ 143.437.608,52

CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital realizado	€ 70.500.000,00
Ações (quotas) próprias	-
Outros instrumentos de capital próprio	-
Prémios de emissão	-
Reservas legais	€ 1.768.610,97
Outras reservas	€ 4.567.330,62
Resultados transitados	€ 1.861.531,10
Ajustamentos em ativos financeiros	-
Excedentes de revalorização	€ 290,01
Outras variações no capital próprio	€ 20.144.723,34
Soma	€ 98.842.486,04
Resultado líquido do período	€ 2.895.070,66
Dividendos antecipados	-
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	€ 101.737.556,70
PASSIVO	
Passivo não corrente	
Provisões	-
Financiamentos obtidos	€ 21.769.712,25
Responsabilidades por benefícios pós-emprego	-
Passivos por impostos diferidos	€ 157.297,03
Outras contas a pagar	-
Soma	€ 21.927.009,28
Passivo corrente	
Fornecedores	€ 7.485.685,68
Adiantamentos de clientes	-
Estado e outros entes públicos	€ 87.275,77
Acionistas/sócios	-
Financiamentos obtidos	€ 10.350.270,97
Outras contas a pagar	€ 1.849.810,12
Diferimentos	-
Passivos financeiros detidos para negociação	-
Outros passivos financeiros	-
Passivos não correntes detidos para venda	-
Outros passivos correntes	-
Soma	€ 19.773.042,54
TOTAL DO PASSIVO	€ 41.700.051,82
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	€ 143.437.608,52

Figura 104 - Balanço 2019

- **Balanço 2018**

Balanço	
Ativo não corrente	
Activos fixos tangíveis	€ 20.749.824,79
Propriedades de investimento	€ 4.489,18
Goodwill	€ 2.097.291,95
Ativos intangíveis	€ 12.109,85
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	€ 99.059.219,86
Participações financeiras - outros métodos	€ 4.494.670,14
Acionistas/sócios	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos por impostos diferidos	€ 292.976,71
Investimentos financeiros	-
Total	€ 126.947.257,77
Ativo corrente	
Inventários	€ 11.049.681,84
Ativos biológicos	€ 159.613,28
Clientes	€ 3.484.205,54
Adiantamentos a fornecedores	-
Estado e outros entes públicos	-
Acionistas/sócios	-
Outras contas a receber	€ 1.704.793,95
Diferimentos	€ 519.721,25
Ativos financeiros detidos para negociação	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos não correntes detidos para venda	-
Outros ativos correntes	-
Caixa e depósitos bancários	€ 1.272.672,49
Soma	€ 18.190.688,15
TOTAL DO ACTIVO	€ 145.137.945,92

CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital realizado	€ 70.500.000,00
Ações (quotas) próprias	-
Outros instrumentos de capital próprio	-
Prémios de emissão	-
Reservas legais	€ 1.603.586,06
Outras reservas	€ 4.567.330,62
Resultados transitados	€ 1.288.609,79
Ajustamentos em ativos financeiros	-
Excedentes de revalorização	€ 290,01
Outras variações no capital próprio	€ 18.674.977,78
Soma	€ 96.634.794,26
Resultado líquido do período	€ 3.300.498,28
Dividendos antecipados	-
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	€ 99.935.292,54
PASSIVO	
Passivo não corrente	
Provisões	-
Financiamentos obtidos	€ 30.091.716,41
Responsabilidades por benefícios pós-emprego	-
Passivos por impostos diferidos	€ 169.318,32
Outras contas a pagar	-
Soma	€ 30.261.034,73
Passivo corrente	
Fornecedores	€ 7.548.346,93
Adiantamentos de clientes	-
Estado e outros entes públicos	€ 327.124,92
Acionistas/sócios	-
Financiamentos obtidos	€ 5.978.482,57
Outras contas a pagar	€ 1.081.322,13
Diferimentos	€ 5.342,10
Passivos financeiros detidos para negociação	-
Outros passivos financeiros	-
Passivos não correntes detidos para venda	-
Outros passivos correntes	-
Soma	€ 14.941.618,65
TOTAL DO PASSIVO	€ 45.202.653,38
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	€ 145.137.945,92

Figura 105 - Balanço 2018

- **Análise Gráfica do Balanço**

As tarefas que integram a função financeira são, essencialmente, um conjunto de técnicas que visam a melhoria das decisões financeiras da Empresa a tomar. Uma das técnicas de auxílio é a Análise Gráfica do Balanço.

2018	€	%
Ativo Não Corrente	126 947 258	87,47
Ativo Corrente	18 190 688	12,53
Capital Próprio	99 935 293	68,86
Passivo Não Corrente	30 261 034	20,85
Passivo Corrente	14 941 619	10,29

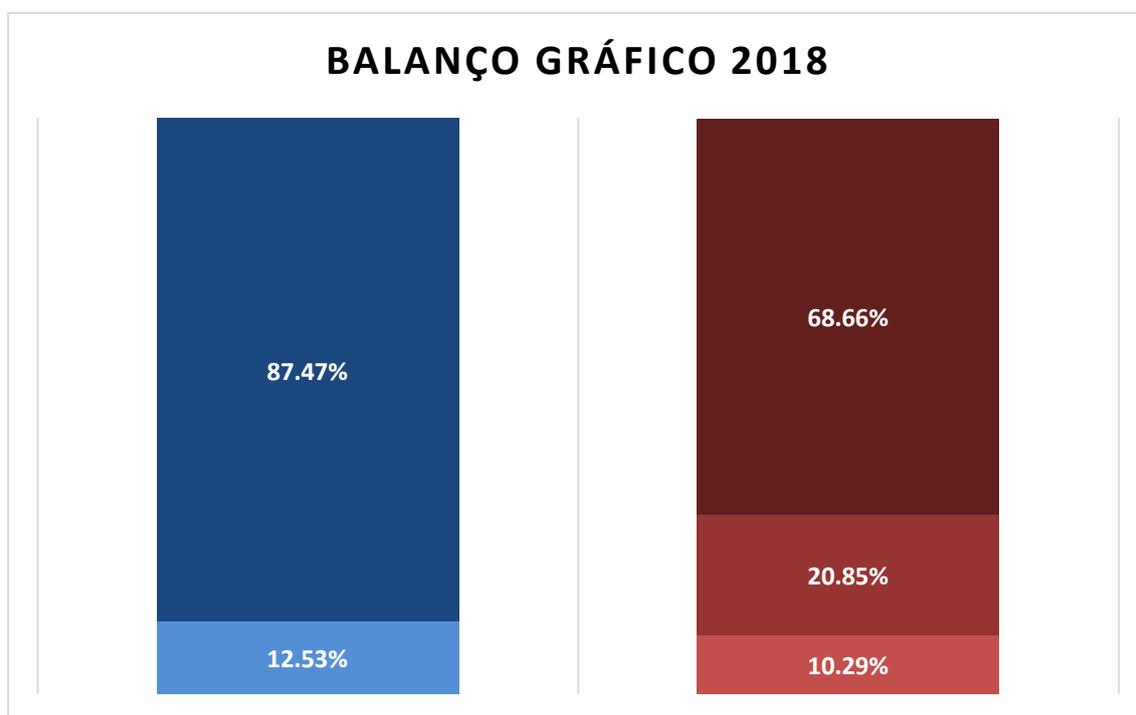


Figura 106 - Balanço Gráfico 2018

2019	€	%
Ativo Não Corrente	125 766 490	87,68
Ativo Corrente	17 671 118	12,32
Capital Próprio	101 737 557	70,93
Passivo Não Corrente	21 927 009	15,29
Passivo Corrente	19 773 043	13,79

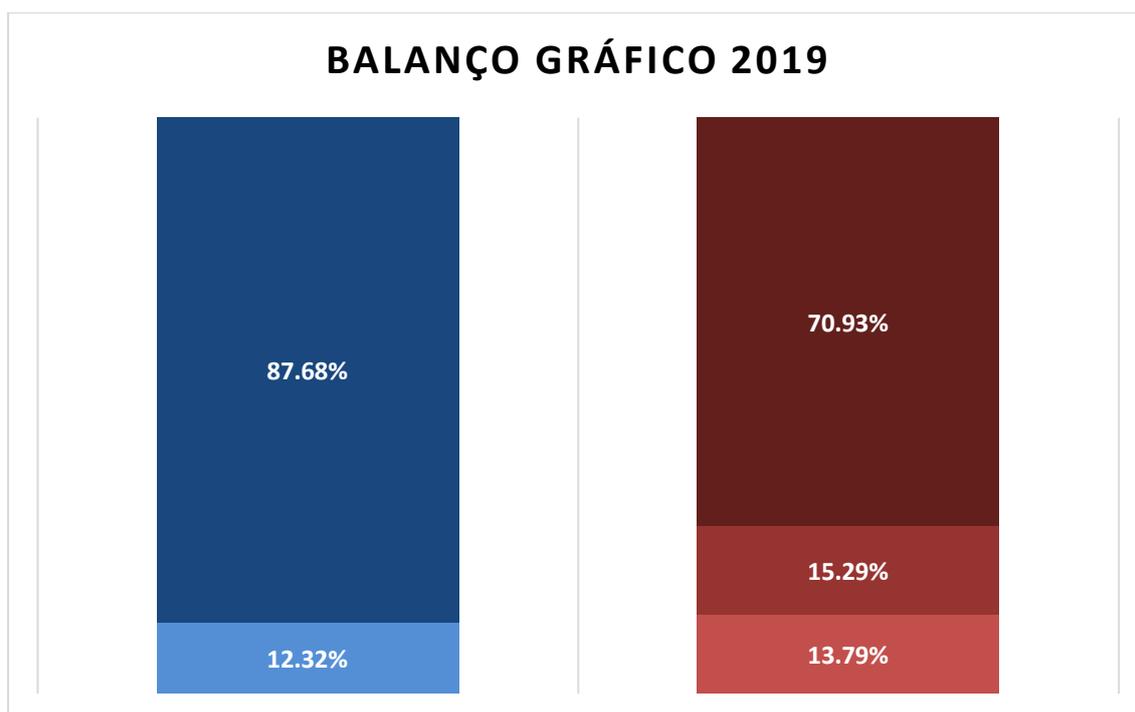


Figura 107 - Balanço Gráfico 2019

2020	€	%
Ativo Não Corrente	125 032 151	87,31
Ativo Corrente	18 169 452	12,69
Capital Próprio	103 290 902	72,13
Passivo Não Corrente	27 572 714	19,25
Passivo Corrente	12 337 987	8,62

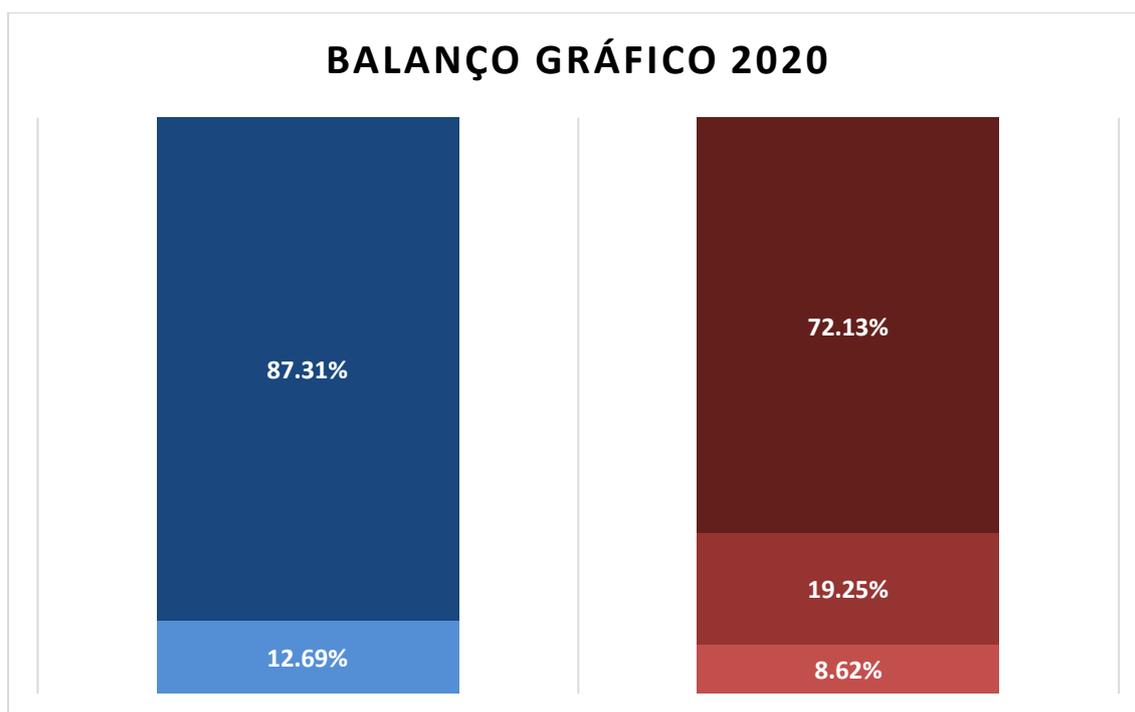


Figura 108 - Balanço Gráfico 2020

No período de 2018 e no período de 2020, a repartição das massas patrimoniais está **equilibrada**, pois o Ativo Corrente é suficiente para cobrir as dívidas a curto prazo, o que revela uma situação financeira saudável. Se a Bacalhôa Vinhos de Portugal vendesse os seus inventários, recebesse de terceiros, vendesse os seus Ativos Biológicos, teria capacidade para solver as suas dívidas a curto prazo.

Os Capitais permanentes, próprios e alheios cobrem a totalidade do Ativo Não Corrente, isto é, os Capitais de médio longo prazo são utilizados para financiar o Ativo Não Corrente.

Em 2018, o Ativo a curto prazo, cobre totalmente os investimentos a curto prazo, e financia ainda 2,24% do Passivo Não Corrente. Já em 2020, o Ativo Corrente, financia totalmente o Passivo Corrente e cobre 4,07 % do Passivo a longo prazo.

No período de 2019 a situação é diferente, pois a repartição das massas patrimoniais está **desequilibrada**. Se a Empresa vendesse todos os seus investimentos a curto prazo e recebesse dos seus Clientes, não tinha capacidade para solver as suas dívidas a curto prazo.

Esta situação financeira, deve-se principalmente ao aumento da rubrica dos Financiamentos Obtidos a curto prazo.

Fundo de Maneio Líquido

O Fundo de Maneio é uma margem de segurança que a Empresa tem, ou seja, no ano 2018 e 2020, o Ativo Corrente da Empresa cobre na totalidade o Passivo Corrente e sobre 3 249 069€ e 5 831 465€, respetivamente.

Já no ano 2019, o Ativo Corrente não cobriu totalmente o Passivo Corrente faltando 2 101 925€, não apresentando margem de segurança.

	2018	2019	2020
Total Ativo Corrente	18 190 688	17 671 118	18 169 452
Total do Passivo Corrente	14 941 619	19 773 043	12 337 987
Fundo de Maneio Líquido	3 249 069	- 2 101 925	5 831 465

Figura 109 - Fundo de Maneio

Fazendo uma análise comparativa dos três anos em análise, o ano o ano 2019 foi o período onde a Bacalhôa Vinhos de Portugal aumentou mais as suas dívidas a curto prazo e com o decréscimo do seu Ativo Corrente o seu Fundo de Maneio Líquido é o mais pequeno.

Em 2020, comparando apenas com 2018, apesar de o seu Ativo Corrente ser inferior, as suas dívidas a curto prazo também, ou seja, aumentou o seu Fundo de Maneio Líquido.

Demonstração de Origens e Aplicações de Fundos (Simplificado)

A Demonstração de Origem e Aplicações de Fundos (DOAF) regista as fontes (Origens) de financiamento e as aplicações dos respetivos fundos. Este mapa é calculado a partir de dois balanços. A tabela em baixo, é um resumo dos Balanços dos três anos de estudo, da Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A..

	2018	2019	2020
<i>Ativos Não Corrente</i>	126 947 258	125 766 490	125 032 151
<i>Ativo Corrente</i>	18 190 688	17 671 118	18 169 452
<i>Capital Próprio</i>	99 935 293	101 737 557	103 290 902
<i>Passivo Não Corrente</i>	30 261 034	21 927 009	27 572 714
<i>Passivo Corrente</i>	14 941 619	19 773 043	12 337 987

Figura 110 - Resumo Balanços

- **DOAF Simplificado 2018 | 2019**

DOAF SIMPLIFICADO 2018 2019			
Origens	€	Aplicações	€
Diminuição Ativo	1 700 337	Aumento do Ativo	
Aumento do Passivo		Diminuição do Passivo	3 502 601
Aumento Capital Próprio	1 802 264	Diminuição do Capital Próprio	
TOTAL	3 502 601	TOTAL	3 502 601

Figura 111 - DOAF Simplificado 2018 | 2019

Verifica-se uma diminuição do Ativo, do ano 2018 para 2019, particularmente no que diz respeito ao Ativo Não Corrente pois os maiores investimentos em Ativos Não Correntes foram realizados a 2018, no montante de 126 947 258 €, verificando-se uma diminuição de 1 180 768€ para 2019, sendo que essas diminuições dizem respeito ao decréscimo de valor de 14,29% no *Goodwill*.

Ao nível do Passivo, a diminuição deve-se ao facto da Empresa ter conseguido diminuir os Financiamentos Obtidos a Médio Longo Prazo.

Quanto à estrutura do Capital Próprio, o Resultado Líquido do Exercício de 2018, no montante de 3 300 498,28 €, a Bacalhôa reforçou a Reserva Legal no montante de 165 024,91 euros, correspondente a 5% do Resultado Líquido do Exercício. O restante foi mantido na rubrica de Resultados Transitados.

Outro grande aumento de 2018 para 2019, foi o a Rubrica dos Ajustamentos/ outras variações de Capital Próprio, que em 2018 registava 18 674 978€ e em 2019 registou 20 144 723€.

- **DOAF Simplificado 2019 | 2020**

DOAF SIMPLIFICADO 2019 2020			
Origens	€	Aplicações	€
Diminuição Ativo	236 005	Aumento do Ativo	
Aumento do Passivo		Diminuição do Passivo	1 789 351
Aumento Capital Próprio	1 553 345	Diminuição do Capital Próprio	
TOTAL	1 789 350	TOTAL	1 789 351

Figura 112 - DOAF Simplificado 2019 | 2020

Tal como de 2018 para 2019, de 2019 para 2020, confirma-se uma diminuição do Ativo, do ano, particularmente no que diz respeito ao Ativo Não Corrente, verificando-se uma diminuição de 734 339€, sendo que essas diminuições dizem respeito ao decréscimo de valor de 16,67% no *Goodwill*.

Devido à incerteza causada pela pandemia, a Bacalhôa acionou a Moratória Pública, capital e juros, para alguns dos seus financiamentos e procurou reter valores de tesouraria elevados, situação que influenciou negativamente os resultados financeiros. Apesar desta medida, os resultados financeiros da Empresa situaram-se em 1,16 milhões de euros, melhoria de cerca de 76 mil euros face ao ano anterior.

Verifica-se que os maiores investimentos em Passivo Corrente foram realizados a 2019, no montante de 19 773 043 €, apurando-se uma diminuição para 2020 no valor de 7 435 056€.

Quanto à estrutura do Capital Próprio, o Resultado Líquido do Exercício de 2019, no montante de 2.895.070,66 €, a Bacalhôa reforçou a Reserva Legal no montante de 144.753,53 euros, correspondente a 5% do Resultado Líquido do Exercício. O restante foi mantido na rubrica de Resultados Transitados, o que significa um Aumento do Capital Próprio de 2019 para 2020.

Rácios Financeiros

Os Rácios de Gestão de Empresas oferecem ao empresário, ou outros interessados, informações sobre o desempenho e evolução dos seus negócios. Estes indicadores estabelecem relações entre as contas das demonstrações financeiras, Balanço e Demonstração de Resultados para quantificar factos, detetar anomalias e fazer comparações no tempo.

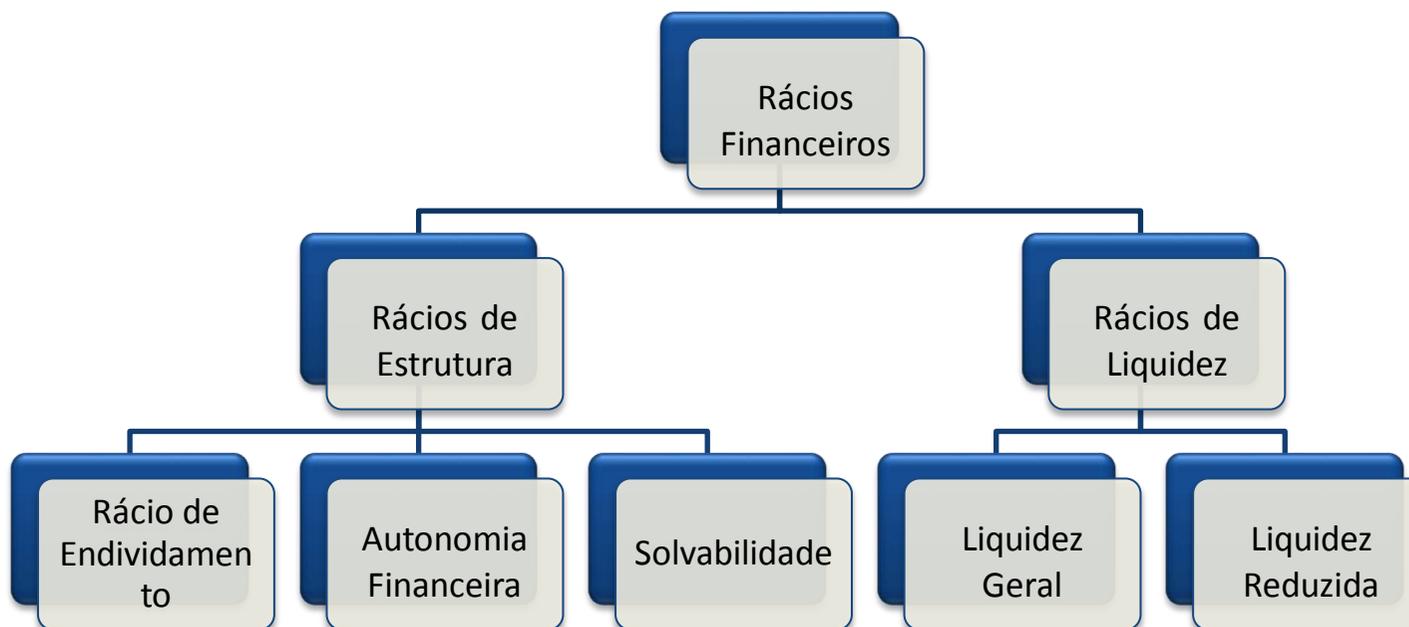


Figura 113 - Rácios Financeiros

- **Rácios de Estrutura**

- Autonomia Financeira

	2018	2019	2020
Total Capital Próprio	99 935 293	101 737 557	103 290 902
Total do Ativo	145 137 946	143 437 608	143 201 603
Autonomia Financeira (%)	68,86	70,93	72,13

Figura 114 - Autonomia Financeira

No período de 2018 a 2020, a Bacalhôa Vinhos de Portugal apresentou um aumento do Capital Próprio, com um aumento de 1 802 264€ de 2018 para 2019 e um aumento de 1 553 345€ de 2019 para 2020.

Por outro lado, o Total do Ativo, no período em análise, a Empresa teve sempre um decréscimo de valor de ano para ano, tendo de 2018 para 2019 um decréscimo de 1,17%, e de 2019 para 2020 de 0,16%.

A Autonomia Financeira, tal como o Capital Próprio aumentou de 2018 a 2020, o que significa que aumentou a sua capacidade para suportar qualquer investimento desejado apenas através de Capitais Próprios.

○ Solvabilidade

O Rácio de Solvabilidade, mede a capacidade que a Empresa tem para solver os seus compromissos com terceiros, na data do seu vencimento.

	2018	2019	2020
Total Capital Próprio	99 935 293	101 737 557	103 290 902
Total do Passivo	45 202 653	41 700 051	39 910 701
Solvabilidade (%)	221,08	243,97	258,81

Figura 115 – Solvabilidade

Em relação ao Passivo Total, a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., demonstra um diminuição ao longo dos períodos em análise, porém mais acentuada em 2019. Assim, a Empresa teve um decréscimo de 3 502 602€ de 2018 para 2019 e de 1 789 350€ de 2019 para 2020.

Contudo, a Empresa obtém um aumento no Rácio de Solvabilidade de ano para ano. Ou seja, em 2018 a Bacalhôa tinha 221,08% de capacidade através dos seus Capitais Próprios para solver as suas dívidas com terceiros. Em 2019 tinha 243,97% e em 2020, 258,81%.

○ Endividamento ou Dependência

O Rácio de Endividamento é um indicador utilizado para avaliar o risco de não cumprimento do serviço de dívida por parte da entidade.

	2018	2019	2020
Total do Passivo	45 202 653	41 700 051	39 910 701
Total do Ativo	145 137 946	143 437 608	143 201 603
Endividamento (%)	31,14	29,07	27,87

Figura 116 - Endividamento

Ao nível do Rácio de Endividamento, através dos valores apurados, analisamos que a Empresa diminui a sua dependência em relação a terceiros, ou seja, melhorou a sua situação em termos estruturais.

- **Rácios de Liquidez**

- Liquidez Geral

A Liquidez Geral mostra a capacidade que a Bacalhôa Vinhos de Portugal tem para fazer face às suas obrigações a curto prazo.

	2018	2019	2020
Total Ativo Corrente	18 190 688	17 671 118	18 069 452
Total do Passivo Corrente	14 941 619	19 773 043	12 337 987
Liquidez Geral	1,21	0,89	1,46

Figura 117 - Liquidez Geral

Do ano 2018 para 2019, existiu uma diminuição, devido principalmente ao aumento das dívidas a curto prazo. Já de 2019 para 2020, com o a diminuição das dívidas, existiu um grande crescimento, o que faz com que 2020 seja o ano com maior grau de Liquidez Geral.

- Liquidez Reduzida

O Rácio de Liquidez Reduzida, conseguimos analisar se a Bacalhôa produz para o mercado ou para o inventário.

	2018	2019	2020
Total Ativo Corrente	18 190 688	17 671 118	18 169 452
- Inventário	7 141 006	6 177 591	6 150 262
Total Passivo Corrente	14 941 619	19 773 043	12 337 987
Liquidez Reduzida	0,48	0,31	0,50

Figura 118 - Liquidez Reduzida

Para isso fazemos o Rácio de Liquidez Geral menos o Rácio de Liquidez Reduzida e analisamos se a diferença é muito grande ou não.

	2018	2019	2020
Liquidez Geral	1,21	0,89	1,46
Liquidez Reduzida	0,48	0,31	0,50
TOTAL	0,73	0,58	0,96

Analisando os Rácios, nos anos 2018, 2019 e 2020, podemos concluir que a Empresa produz para o Mercado. De 2018 para 2019 existiu um decréscimo, ou seja, a Empresa produziu mais para os seus Clientes.

O período de 2020, foi onde a Bacalhôa Vinhos de Portugal produziu mais para o inventário, o que é normal pois os Vinhos necessitam de envelhecer para posteriormente serem vendidos.

Rácios de Rentabilidade

- **Rentabilidade de Capitais Próprios**

A Rentabilidade dos Capitais Próprios (ROE) divide o valor dos Resultados Líquidos pelo valor do Capital Próprio. O ROE diz-nos qual a percentagem de lucro por cada 100 euros investidos.

	2018	2019	2020
Resultado Líquido	3 300 498	2 895 071	1 732 153
Total Capital Próprio	99 935 293	101 737 557	103 290 902
ROE (%)	3,30	2,84	1,68

Figura 119 - ROE

Como podemos analisar pela tabela, a Bacalhôa Vinhos de Portugal piorou a sua capacidade de gerar lucro ao longo dos 3 anos em estudo. Enquanto em 2018 a cada 100€ de Capital Próprio nele aplicados renderam 3,30€, em 2019 renderam 2,84€ e em 2020, 1,69€.

Este decréscimo é devido ao aumento do Capital Próprio e da diminuição do Resultado Líquido.

- **Rentabilidade do Ativo Total**

O Rácio de Rentabilidade do Ativo Total (ROA) divide o valor dos Resultados Líquidos pelo valor do Ativo Total e dá-nos a informação sobre qual a capacidade dos Ativos da Empresa em gerar resultados, ou seja, mostra o nível de lucro que a Empresa teve por cada euro aplicado.

	2018	2019	2020
Resultado Líquido	3 300 498	2 895 071	1 732 153
Total Ativo	145 137 946	143 437 608	143 201 603
ROA (%)	2,27	2,02	1,21

Figura 120 - ROA

Através da tabela em cima, constatamos que tal como na Rentabilidade do Capital Próprio, a Rentabilidade do Ativo Total também foi diminuindo. Em 2018, por cada 100€ colocados na Bacalhôa conseguiu-se um lucro de 2,27€, diminuído o valor de ano para ano. Este facto significa que não existiu um aproveitamento dos Capitais Próprios e Alheios.

- **Tempo Médio de Cobrança**

O Tempo Médio de Cobrança é um indicador utilizado pelas Empresas para medir o tempo médio que é gasto entre a venda de um produto para o consumidor e o respetivo recebimento.

	2018	2019	2020
Saldo Médio de Clientes	3 484 205	3 333 010	3 779 321
Volume de Negócios	23 853 870	25 043 704	20 805 153
Tempo Médio de Cobrança x 365	53,31	48,58	66,30

Figura 121 - Tempo Médio de Cobrança

Enquanto no período de 2018 a Empresa demorava 53 dias a receber dos seus Clientes, em 2019 o crédito concedido dos seus clientes baixou em média 49 dias, porém em 2020 subiu para 66 dias o maior tempo registado pela Bacalhôa Vinhos de Portugal. Isto deve-se, principalmente à COVID-19, pois a Empresa aumentou os seus prazos de pagamento devido ao isolamento pandémico.

Intimamente relacionado com o Tempo Médio de Cobrança está o Tempo Médio de Pagamento que deve ser superior ao Tempo Médio de Cobrança, pois só assim a Empresa estará a ser financiada por Fornecedores e não a financiar os Clientes.

- **Tempo Médio de Pagamento**

	2018	2019	2020
Saldo Médio de Fornecedores	7 549 347	7 485 686	7 408 805
Compras	9 921 946	11 611 916	10 322 223
Tempo Médio de Pagamento x 365	277,72	235,30	261,98

Figura 122 - Tempo Médio de Pagamento

Ao contrário do Tempo Médio de Cobrança ter sempre diminuído, o Tempo Médio de Pagamento foi irregular. Em 2018 a Bacalhôa demorava cerca de 278 dias a pagar aos seus Fornecedores, em 2019 demorava 235. Contudo a situação melhorou, pois em 2020 os Fornecedores concediam um prazo de 262 dias para pagamento, ou seja, o prazo médio aumento 27 dias.

Demonstração de Resultados por Naturezas

- Demonstração de Resultados por Naturezas 2020

DEMONSTRAÇÃO INDIVIDUAL DOS RESULTADOS POR NATUREZAS DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019

Montantes expressos em Euros

RENDIMENTOS E GASTOS	NOTAS	2020	2019
Vendas e serviços prestados	23	20 805 153	25 043 704
Subsídios à exploração	37	27 826	
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	11	395 470	1 057 460
Variação nos inventários da produção	14	945 527	86 033
Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	14	(10 322 223)	(11 611 916)
Fornecimentos e serviços externos	24	(6 379 173)	(7 032 180)
Gastos com o pessoal	25	(2 102 917)	(2 249 881)
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	26		39 933
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	26		1 207
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizações (perdas/reversões)	26		(28)
Aumentos/reduções de justo valor	27	1 324 119	1 232 035
Doutros rendimentos	28	1 096 433	773 646
Doutros gastos	29	(439 909)	(352 123)
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamentos e impostos		5 350 307	6 987 891
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	30	(2 130 257)	(2 255 182)
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)		3 220 050	4 732 709
Juros e gastos similares suportados	31	(1 161 335)	(1 237 239)
Resultado antes de impostos		2 058 715	3 495 470
Imposto sobre o rendimento do exercício	12	(326 562)	(600 400)
Resultado Líquido do exercício		1 732 153	2 895 071

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo.

O Contabilista Certificado,



O Conselho de Administração,



Figura 123 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2020

- **Demonstração de Resultados por Naturezas 2019**

Demonstração dos Resultados por Naturezas	
Rendimentos e Gastos	
Vendas e serviços prestados	€ 25.043.703,60
Subsídios à exploração	-
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	€ 1.057.459,77
Variação nos inventários da produção	€ 88.033,34
Trabalhos para a própria entidade	-
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	€ 11.611.915,74
Fornecimentos e serviços externos	€ 7.032.179,62
Gastos com o pessoal	€ 2.249.881,29
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	€ -39.933,26
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	€ -1.207,27
Provisões (aumentos/reduções)	-
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	€ 27,89
Outras imparidades (perdas/reversões) / imparidades (perdas/reversões)	-
Aumentos/reduções de justo valor	€ 1.232.035,10
Outros rendimentos e ganhos	€ 773.845,90
Outros gastos e perdas	€ 352.122,72
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	€ 6.987.890,98
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	€ 2.255.181,56
Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	€ 4.732.709,42
Juros e rendimentos similares obtidos	-
Juros e gastos similares suportados	€ 1.237.239,12
Resultado antes de impostos	€ 3.495.470,30
Imposto sobre o rendimento do período	€ 600.399,64
Resultado líquido do período	€ 2.895.070,66
Resultado das actividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	-

Figura 124 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2019

- **Demonstração de Resultados por Naturezas 2018**

Demonstração dos Resultados por Naturezas	
Rendimentos e Gastos	
Vendas e serviços prestados	€ 23.853.870,02
Subsídios à exploração	€ 4.300,56
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	€ 1.776.601,84
Varição nos inventários da produção	€ -1.454.927,38
Trabalhos para a própria entidade	-
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	€ 9.921.946,49
Fornecimentos e serviços externos	€ 6.540.060,08
Gastos com o pessoal	€ 2.059.979,01
Imparidade de Inventários (perdas/reversões)	€ 39.933,26
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	€ 8.713,37
Provisões (aumentos/reduções)	-
Imparidade de Investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Outras imparidades (perdas/reversões) / Imparidades (perdas/reversões)	-
Aumentos/reduções de justo valor	€ 1.389.718,97
Outros rendimentos e ganhos	€ 614.511,09
Outros gastos e perdas	€ 460.791,87
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	€ 7.152.651,02
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	€ 2.241.811,63
Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	€ 4.910.839,39
Juros e rendimentos similares obtidos	-
Juros e gastos similares suportados	€ 1.250.361,89
Resultado antes de impostos	€ 3.660.477,50
Imposto sobre o rendimento do período	€ 359.979,22
Resultado líquido do período	€ 3.300.498,28
Resultado das actividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	-

Figura 125 - Demonstração de Resultados por Naturezas 2018

- **Análise Demonstração de Resultados por Naturezas**

A Demonstração de Resultados por Naturezas é outro dos documentos mais importantes da contabilidade geral das Empresas.

A Demonstração de Resultados por Naturezas coloca em evidência os proveitos e custos que ocorrem ao longo de determinado período de tempo e o resultado é a diferença entre eles.

Demonstração de Resultados por Naturezas

<i>Rúbricas</i>	2018	%	2019	%	2020
<i>Vendas</i>	23 853 870	4,75	25 043 704	- 16,91	20 805 153
<i>CMVMC</i>	9 921 946	14,55	11 611 916	- 11,11	10 322 223
<i>FSE</i>	6 540 060	7,01	7 032 180	- 9,29	6 379 173
<i>Gastos com o Pessoal</i>	2 059 979	8,44	2 249 881	- 6,53	2 102 917
<i>Depreciações</i>	2 241 812	0,59	2 255 182	- 5,54	2 130 257
<i>Resultado Antes do Imposto</i>	3 660 477	- 4,51	3 495 470	- 41,10	2 058 715
<i>Resultado Líquido do Imposto</i>	3 300 498	- 12,28	2 895 071	- 40,17	1 732 153

Figura 126 - Resumo Demonstração de Resultados por Naturezas

A tabela mostra os valores das rubricas específicas que vão ser analisadas. Entre os anos, as percentagens é o crescimento ou a diminuição dos valores.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal durante os exercícios de 2018, 2019 e 2020, a rubrica de Vendas e Prestações de Serviços, detalhada, foi a seguinte:

	2020	2019	2018
U.M. = €			
VENDAS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS			
Vendas			
Vendas de Mercadorias	3 949 087	5 047 129	4 309 439
Vendas de Produtos Acabados	15 250 020	17 092 217	16 641 576
Outras Vendas	448 801	672 339	489 754
	19 647 908	22 811 685	21 440 769
Prestação de Serviços			
Enoturismo	1 157 246	2 232 019	2 413 101
TOTAL	20 805 153	25 043 704	24 468 381

Figura 127 - Vendas e Prestações de Serviços Bacalhôa

O Volume de Negócios da Bacalhôa Vinhos de Portugal, em 2019, cifrou-se em 25 milhões de euros, tendo-se registado um aumento face ao ano anterior, porém, o valor das vendas de 2018 para 2019 aumentou de 6 pontos percentuais. Já em 2020, o Volume de Negócios da Empresa em estudo registou um total de 20 805 153€, uma diminuição de 4 238 551€ face ao período homólogo. Esta diminuição é fruto da decrescimento de Vendas no Enoturismo, em consequência do encerramento das Atividades Enoturísticas e lojas próprias.

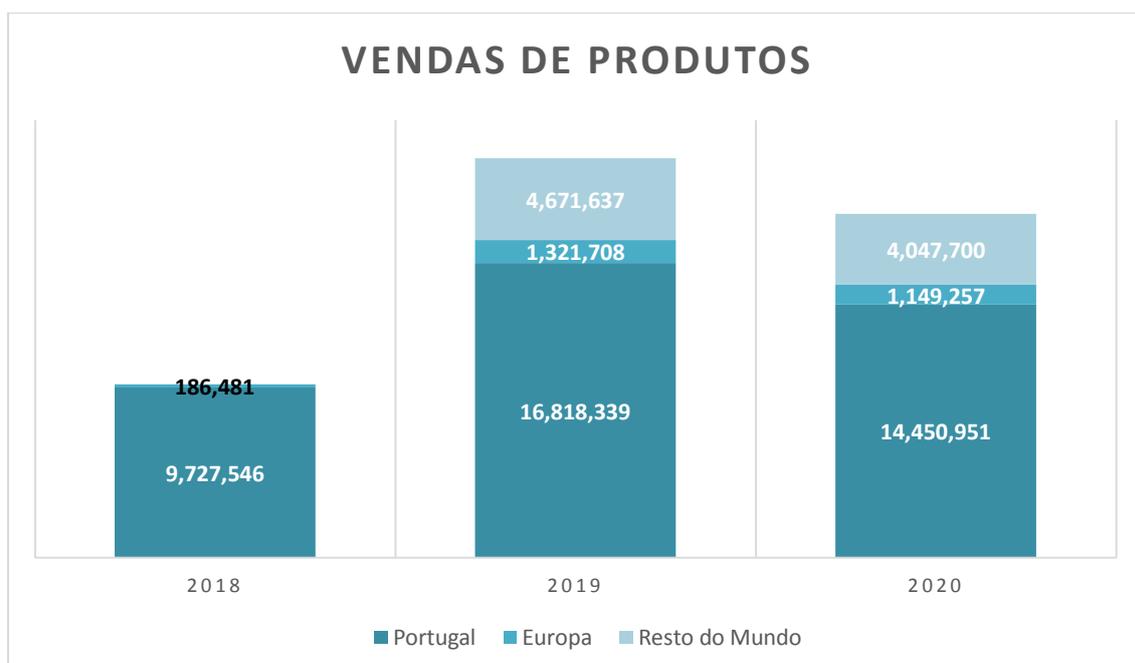


Figura 128 - Venda dos Produtos Bacalhôa

Como podemos analisar pelo gráfico, em 2018 a Bacalhôa Vinhos de Portugal não teve qualquer atividade exportadora fora da Europa. Só no ano 2019 iniciou a internacionalização para outros continentes.

Ainda no ano 2019, vemos um crescimento das vendas nacionais e europeias (42,16% e 85,89% respetivamente). Neste mesmo ano a Bacalhôa importou cerca de 4,6 milhões de euros para o resto do mundo. Em 2020, apesar de todas as vendas de produtos terem diminuído, a nível proporcional as vendas para fora da Europa tiveram um impacto menor.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal gastou em Matérias um total de 9 921 945€, registando um aumento de 14,55%. Como analisei há pouco, o valor das vendas de 2019 para 2020 diminuiu 16,91%, o que significa que a Empresa na rubrica de CMVMC de 2019 para 2020 também diminuiu o valor em 11,11%.

Durante os exercícios em estudo, a rubrica de Fornecimentos e Serviços Externos foi:

U.M. = €

	2018	2019	2020
FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS			
Trabalhos Especializados	1 823 848	1 923 833	1 724 887
Publicidade e Propaganda	1 629 542	1 805 364	1 692 433
Energia e Fluidos	348 546	330 539	316 438
Deslocações, Estadas e Transportes	447 915	507 059	386 978
Rendas e Aluguers	212 624	203 498	180 975
Comunicação	46 770	44 230	59 885
Seguros	33 087	40 737	65 566
Royalties	0	169 562	136 519
Outros	346 262	2 007 357	1 815 492
TOTAL	6 540 060	7 032 180	6 379 173

Figura 129 - Fornecedores Bacalhôa

Analisando mais o detalhe, tal como tem acontecido nas outras rubricas, de 2018 para 2019 o saldo dos FSE aumentou, porém diminui em 2020 esta redução devido a uma estratégia de otimização dentro da Empresa, aproveitando e potencializando sinergias internas. A Pandemia da COVID-19 também teve influência na redução dos Gastos com os FSE motivados pela redução de atividade.

A rubrica que se destaca é a das Comunicações que aumentou de 2019 para 2020, 15 655€ devido principalmente à COVID-19 que obrigou à Empresa criar novos métodos de trabalho, como por exemplo reuniões de *onlinw* com os clientes, o que aumentou, em consequência, o custo das comunicações.

Ao nível dos Gastos com o Pessoal, a Bacalhôa Vinhos de Portugal teve alterações ao longo dos anos pois em 2018 trabalhavam 97 pessoas, em 2019, 105 trabalhadores e em 2020, 102 funcionários.

O Gráfico em baixo analisa os trabalhadores por sexos:

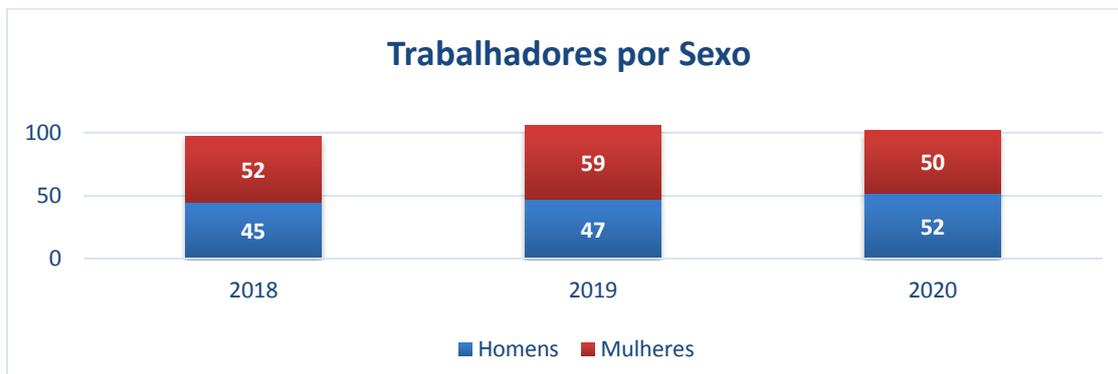


Figura 130 - Trabalhadores por Sexo Bacalhôa

Através do Gráfico, conseguimos analisar que só em 2020, é que a Bacalhôa Vinhos de Portugal teve um número de homens superior ao que teve das mulheres. Contudo, a Administração é composta apenas por homens.

Em relação às Depreciações, conseguimos analisar um aumento de 0,59% de 2018 para 2019, porém de 2019 para 2020 os resultados alteram-se:

	2019	2020
Ativos Fixos Tangíveis		
Edifícios e outras Construções	906 484	799 507
Equipamento Básico	850 173	839 637
Equipamento de Transporte	92 332	72 221
Equipamento Administrativo	65 994	69 721
Outros Ativos Fixos Tangíveis	13 439	14 537
Total	1 928 423	1 795 622
Ativos Intangíveis		
Goodwill	299 613	299 613
Programas de Computador	13 147	21 023
Total	312 760	320 636
Ativos Biológicos		
Plantas	13 998	13 998
Total	13 998	13 998
TOTAL	<u>2 255 182</u>	<u>2 130 257</u>

Figura 131 - Depreciações 2019 | 2020

Em geral, todas as Rúbricas das Depreciações diminuíram ou mantiveram-se com o mesmo valor.

Por fim, o Resultado Líquido Antes de Imposto foi positivo nos três anos em estudo, porém diminuindo.

A sociedade encontra-se sujeita a IRC à taxa de 21% acrescida de 1,5% de derrama, resultando uma taxa de imposto agregada de 22,5%. A derrama é aplicada à matéria coletável antes da dedução de prejuízos fiscais.

Tal como no Resultado Líquido Antes de Imposto, o Resultado Líquido Depois de Imposto da Bacalhôa foi positivo nos três anos em estudo, contudo diminuindo.

Rácios Valor Acrescentado na Ótica da Produção

Em economia, a expressão valor acrescentado designa a diferença entre o valor dos bens produzidos e os custos dos bens intermédios (isto é, os bens que são utilizados para produzir outros bens tais como as matérias-primas e os serviços) utilizados na sua produção.

Existem três Rácios de Valor Acrescentado:

- **Valor Acrescentado sobre Volume de Negócios:** mede a aptidão da Empresa para criar riqueza;
- **Valor Acrescentado sobre Capital Próprio:** mede a aptidão da Empresa para criar riqueza através de Capitais Próprios investidos;
- **Valor Acrescentado sobre Número de Trabalhadores:** indica, em média, qual a contribuição dada por cada trabalhador para a criação da riqueza da Empresa.

	2018	2019	2020
<i>Valor Acrescentado</i>	6 094 957	6 907 167	5 705 808
<i>VA/ Volume de Negócios</i>	0,26	0,28	0,27
<i>VA/ Capital Próprio</i>	0,06	0,07	0,06
<i>VA/ N^o Trabalhadores</i>	62 834,61	65 782,54	57 058,08

Figura 132 - Rácios Valor Acrescentado

Analisando o Valor Acrescentado da Empresa Bacalhôa, constatamos que foi descontínuo, existindo um aumento de 812 210€ de 2018 para 2019, mas um decréscimo de 1 201 359€ de 2019 para 2020, substancialmente reduzindo a riqueza.

No que diz respeito à agregação de valor através do volume de negócios, podemos referir que a Empresa gerou riqueza de 2018 para 2019, reduzindo em 2020.

Verificamos também que cada euro investido na Bacalhôa gera um valor positivo, sendo mais destacado em 2019. Contudo, são valores bastante reduzidos o que pode significar que os investidores podem não achar a Bacalhôa uma Empresa atrativa.

Apesar de ter existido uma diminuição do número de trabalhadores (2018 – 97 trabalhadores; 2019 - 105 trabalhadores e em 2020 – 100 trabalhadores), verifica-se que, proporcionalmente, no ano de 2018 há uma maior contribuição de cada trabalhador para criar riqueza.

Subsídios e Apoios do Governo

Os Subsídios Governamentais, incluído os não monetários, são reconhecidos pelo Justo Valor quando existe segurança de que sejam recebidas e cumpridas as condições exigidas para a sua concessão.

Os Subsídios à Exploração são reconhecidos na Demonstração dos Resultados na parte proporcional dos gastos suportados.

Os Subsídios ao Investimento não reembolsáveis para financiamento de Ativos Tangíveis e Intangíveis são registados no Capital Próprio e reconhecidos na Demonstração dos Resultados, proporcionalmente às Depreciações/ Amortizações respetivas dos Ativos subsidiados.

Os Subsídios destinados ao investimento encontram-se reconhecidos em Resultados, de acordo com o período vida útil dos Ativos Tangíveis e Intangíveis respetivos, tendo sido reconhecido no exercício de 2019 o montante de 72.541 € relativo a Ativos Fixos Tangíveis.

Os Subsídios destinados à Exploração que a Bacalhôa Vinhos de Portugal obteve em 2020 encontram-se reconhecidos em resultados.

	U.M. = €
	2020
SUBSÍDIOS À EXPLORAÇÃO	
Medidas de Apoio à COVID-19 – <i>Layoff</i>	8 971
Medidas de Apoio à COVID-19 – Apoio excecional à Família	3 855
Apoio ao Armazenamento de Vinhos em Situação de Crise	15 000
	27 826

Figura 133 - Subsídios à Exploração 2020

Perspetivas para o Futuro

No início de 2021, Portugal atravessou a pior situação relativa à pandemia e como resposta, o país adotou severas medidas de confinamento. Paralelamente iniciou um processo de vacinação da população idosa e mais exposta à doença que conduziu a uma melhoria significativa da situação sanitária.

Naquele momento parecia possível perspetivar uma recuperação da atividade económica, com reabertura da restauração e do comércio em geral. No que concernia ao Turismo não se esperava que o ano de 2021 fosse permitir uma recuperação tão rápida e efetiva. A retoma foi mais lenta e de alguma imprevisibilidade quanto ao tipo de Turismo que o futuro trará.

Os modelos de Gestão do Setor continuaram a privilegiar o conhecimento dos mercados e do perfil dos consumidores e a aposta na inovação e na sustentabilidade.

Estes foram os grandes desafios que a Bacalhôa Vinhos de Portugal prosseguiu no ano de 2021, de modo a assegurar o futuro de modo sustentável, satisfazendo as necessidades dos consumidores, assegurando a rentabilidade dos Ativos e mantendo os empregos dos trabalhadores.

No relançamento do mercado interno, a Bacalhôa Vinhos de Portugal espera que a distribuição das marcas no mercado nacional, assegurada através do parceiro Viborel, consiga responder aos desafios presentes e futuros com a mesma determinação e vigor que sempre habituou a Empresa Bacalhôa.

A crise pandémica introduziu alterações profundas na distribuição moderna e no Setor da Hotelaria e Restauração, que exigirão respostas diferentes no futuro.

Relativamente à exportação, a Empresa irá consolidar a sua presença nos mercados estratégicos e continuar a estratégia de diversificação da matriz de exportação, procurando uma maior afirmação nos mercados europeus, americano e asiático.

Proposta de Melhoria

Como analisei ao longo de todo o Projeto, a Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. é uma das Empresas mais inovadoras de Portugal, conseguindo ultrapassar todos os desafios e surpreendendo todos os dias os seus Clientes.

Propor algo para melhorar uma Empresa com um nome tão grande e com tanta história não é fácil, contudo, tenho uma ideia.

Como abordei, o Turismo em Portugal tem tido um crescimento considerável na última década e apesar destes dois últimos anos sujeitos à crise da Covid-19 os valores estão a voltar ao que eram em 2019.

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, tem uma variedade de serviços relacionados ao Enoturismo, mas não possibilita aos seus Clientes dormir nos locais. A minha sugestão é, colocar uns “barris” de madeira para os hóspedes dormirem.



Figura 134 - Proposta Melhoria

Acho que seria uma ideia diferenciadora na região e inovadora, o que atrairia mais Clientes.

Conclusão

A pandemia da COVID-19 e as suas conseqüentes implicações económicas e sociais fizeram com que muitas Empresas enfrentassem um cenário particularmente adverso. Os desafios que 2020 trouxe para o mercado de trabalho e, em particular para os Recursos Humanos, alteraram os planos de muitas organizações e, em 2022, continuam a revelar-se cruciais na hora de estabelecer prioridades.

O ano passado ficou marcado pela análise de necessidades, tanto de colaboradores como de Empresas. Agora, as prioridades são, sobretudo, a curto prazo e, de acordo com a mais recente edição do estudo *Global Talent Trends*, da Mercer, passam por **“reinventar carreiras fluidas e flexíveis”**, **“definir as necessidades dos colaboradores e/ou reorganizá-las”** e **“incentivar à transformação”**.

Segundo alguns estudos, quase 80% dos líderes portugueses admitem que, o que anteriormente era valorizado pelos colaboradores mudou. As Empresas estão a trabalhar no sentido de descobrir aquilo que é mais relevante para cada grupo de colaboradores neste momento. Além disso, oito em cada dez organizações reconhecem a necessidade de ter um sistema de modo a conseguir manter a cultura organizacional, enquanto é feita a transição para um novo modelo e novas formas de trabalho. Nunca na História das Empresas o **Employee Experience** foi tão valorizado.

No caso da Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A. estes dois últimos anos também foram um desafio à semelhança de outras Empresas do Setor com algum decréscimo nas vendas e uma grande diminuição na prestação de serviços (Enoturismo).

A nível dos Recursos Humanos, a Empresa diminuiu o seu número de colaboradores de 2019 para 2020 em consequência da pandemia. A Bacalhôa dá grande importância aos seus colaboradores, tendo uma estratégia de **Employee Experience** internamente. A Empresa Bacalhôa tem grandes preocupações a nível de sustentabilidade, satisfazer as necessidades e as expectativas dos Clientes e um bom ambiente de trabalho para os seus Colaboradores.

E isto remete-nos à importância e o cuidado pelo outro. A atenção que se dedica ao outro, pode ser uma fonte de evolução e de ajuda. Se estivermos atentos a quem está próximo de nós, é possível compreender os seus sentimentos, as suas reações e a sua maneira de ser.

Ter sensibilidade e preocupação é importante, tanto a nível pessoal como profissional. O Ser Humano necessita de cuidado e todos gostamos de sentir que temos o apoio dos outros. As pessoas atentas, amorosas e cuidadosas, independentemente do ambiente, estão no caminho certo para a evolução.

Nestes últimos três anos, todos os alunos do Curso Técnico de Gestão evoluíram a nível pessoal como profissional. Apesar da pandemia, e em consequência não frequentarmos presencialmente o Curso mesmo três anos, é bonito de se ver a preocupação e a entre ajuda que existe e as mudanças de cada um dos alunos desde o primeiro ano até agora. Ao longo da Prova de Aptidão Profissional todos se ajudaram aos outros, não apenas a nível de conteúdo, mas sim a nível da motivação para ninguém ficar para trás.

A PAP foi sem dúvida um grande desafio e um grande input para o meu percurso escolar. Sinto que consegui estudar e conhecer a Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal e descobri um Setor de Atividade que tenho bastante interesse e gostava num futuro poder, através dos conhecimentos adquiridos, melhorar a Empresa do meu Avô.

Apesar de algumas dificuldades sentidas e ultrapassadas, o projeto ajudou-me a desenvolver capacidades e a adquirir novos conhecimentos. Considero que este processo foi uma mais-valia para o meu futuro profissional.

Por exemplo, ao longo de todo o processo de realização do projeto, estive em contacto quase todas as semanas com a Empresa Bacalhôa Vinhos de Portugal para obter os Relatórios de Contas. Sem conseguir obter as informações necessárias, paguei os Relatórios de Contas (Anexo 3 e 4). Passado poucos dias, obtive finalmente a resposta do Diretor Financeiro da Bacalhôa que me enviou todas as informações necessárias.

Ao longo desta jornada na Escola Profissional Magestil, aprendi que vitória é sinónimo de persistência e resiliência e que os maiores vencedores da vida são aqueles que nunca desistem. Por isso, espero continuar a aprender, a crescer e nunca desistir.

Conclusion

The COVID-19 pandemic and its consequent economic and social implications have made many Companies face a particularly adverse scenario. The challenges that 2020 brought for the labour market and, in particular, for Human Resources, have changed the plans of many organisations that in 2022, will continue to prove it crucial when defining all priorities.

Last year was marked by the analysis of both employees and companies' needs. Now, the priorities are mostly short-term ones and, according to the latest edition of Mercer's Global Talent Trends study, they are: "**reinventing fluid and flexible careers**", "**defining employee needs and/or reorganising them**" and "**encouraging transformation**".

According to some studies, almost 80% of portuguese leaders admit that what was previously valued by employees has changed. Companies are working to find out what is most relevant for each group of employees at the moment. In addition, eight out of ten organisations recognise the need to have a proper system in order to maintain organisational culture while making the transition to a new model and new ways of working. Never in the history of business has the **Employee Experience** been so valued.

In the case of Bacalhôa Vinhos de Portugal, S.A., these last two years have also been a challenge, similarly to other companies in the various industries, with some decrease in revenue and a large decrease in the provision of services (Wine Tourism).

In terms of Human Resources, the Company decreased its number of employees from 2019 to 2020 as a result of the pandemic. Bacalhôa gives great importance to its employees, having na internal **Employee Experience** strategy. Bacalhôa has great concerns regarding sustainability, meeting the needs and expectations of its clients and a good working environment for its employees.

And this brings us back to the importance of caring for others. The attention we pay to others can be a source of evolution and altruism. If we are caring to those who are close to us, it is possible to understand their feelings, their reactions and their way of being.

Being sensitive and caring is important, both personally and professionally. Human beings need care and like to feel supported by others. Altruist, loving and caring people, regardless of their environment, are on the right path to evolution.

Over the past three years, all students of the Vocational Technical Management Course have grown both personally and professionally. Despite the pandemic, and consequently not being in-class for three years, it is beautiful to see the concern and help that exists and the changes in each of the students since the first year up until now. Throughout the PAP everyone helped each other, not only regarding content, but also regarding motivation, leaving no one behind.

The PAP was undoubtedly a great challenge and a great input for my school career. I feel that I was able to study and immerse in all issues concerning the Bacalhôa Vinhos de Portugal Company and I discovered an Economic Industry that I am really interested in, and I would really like, in the future, to be able to use all the acquired knowledge, to improve my Grandfather's Company.

Despite some difficulties experienced and overcome, the project helped me to develop skills and acquire new knowledge. I consider that this process was an added value for my professional future.

For example, during the whole process, I was in contact almost every week with Bacalhôa Vinhos de Portugal to obtain the Financial Reports, but I had pay for them (in Annex 3 and 4).

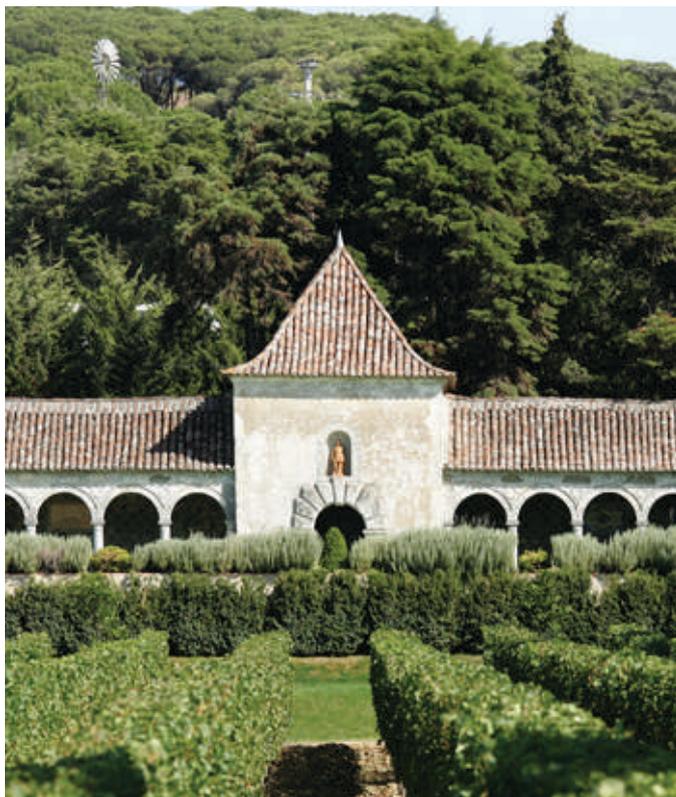
Throughout this journey at Magestil Professional School, I learned that victory is a synonym of persistence and that the biggest winners in life are those who never give up. Therefore, I hope to continue learning and growing and never Give-Up.

Webgrafia

- https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be_out2021_p.pdf
- <http://www.agronegocios.eu/noticias/eurostat-publica-estatisticas-da-agricultura-e-silvicultura-de-2020/>
- <https://inovacao.rederural.gov.pt/8-inovacao/448-centro-de-recursos-inovacao-digital-na-agricultura>
- <https://www.publituris.pt/2021/09/08/enoturismo-o-papel-na-recuperacao-do-turismo-em-portugal>
- https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0004498&contexto=bd&selTab=tab2&xlang=pt
- https://www.millenniumbcp.pt/pt/apoio_as_empresas/Documents/Millennium_Agro_News_08.pdf
- https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/wine_pt
- <https://www.ivv.gov.pt/np4/estatistica/>
- <https://www.bportugal.pt/page/economia-numa-imagem-80>
- <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3D%3DBQAAAB%2BLCAAAAAABAAzNDAYtAQaziD%2FFAUAAAA%3D>
- <https://www.dn.pt/dinheiro/bacalhoa-sustentavel-para-atrair-mais-turismo-de-qualidade-14336479.html>
- <https://prezi.com/o7kghnidvtb2/bacalhoa-vinhos-de-portugal/>
- <https://www.winetourism.com/impact-covid-19-wine-tourism/>
- <https://www.iseg.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?fileId=638288&method=getFile>
- <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/20766/1/tese%20VERS%c3%83O%20FINAL%20pdf.pdf>
- <https://bacalhoa.pt/>
- <https://www.youtube.com/user/BerardoCulture4Life>
- <https://www.instagram.com/Bacalhoa/>
- <https://eportugal.gov.pt/fichas-tecnicas-fiscalizacao/alcool>
- WAWWJ 2016 - RANKING DE PRODUTORES DE VINHOS PORTUGUESES E RANKING MUNDIAL | Clube de Vinhos Portugueses (clubevinhosportugueses.pt)
- A importância das marcas e patentes no setor agrícola - Luís Caixinhas - Agroportal
- Employee experience: o que é, exemplos e importância no RH (gupy.io)
- <https://www.confagri.pt/setor-do-vinho-no-pos-covid-conclui-futuro-do-setor-vitivinicola-tambem-passa-pelo-digital/>
- <http://w-anibal.com/wp-content/uploads/2019/12/GCA2020.pdf>
- <https://bacalhoaonline.pt/>
- Pré- PAP - Turple
- www.cvbairrada.pt - Grupo Bacalhôa inicia vindimas com “expectativas muito positivas”
- https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-lisbon/documents/publication/wcms_754606.pdf

ANEXO 1

Catálogo Técnico Viborel



Bacalhôa

A Bacalhôa Vinhos de Portugal, uma das maiores e mais inovadoras empresas vinícolas em Portugal, desenvolveu ao longo dos anos uma vasta gama de vinhos que lhe granjeou uma sólida reputação e a preferência de consumidores nacionais e internacionais. Presente em 7 regiões vitícolas portuguesas, com um total de 1200ha de vinhas, 40 quintas, 40 castas diferentes e 4 centros vínicos (adegas), a empresa distingue-se no mercado pela sua dimensão.



Palácio da Bacalhôa

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2014

Castas

Cabernet Sauvignon, Merlot & Petit Verdot.

Notas de Prova

De cor vermelha profunda, apresenta-se muito concentrada com notas fortes de frutos de baga encarnados combinados com nuances de café, moca, baunilha e frutos secos. Na boca é de estrutura cheia, complexa, fresca, elegante e persistente.

Estágio

18 meses em barricas novas de carvalho francês com o mínimo de 19 meses em garrafa.

Gastronomia

Acompanha bem com pratos de carnes vermelhas e caça.

14,5 % vol.

16° / 18°

750 ml



Quinta da Bacalhôa

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2016

Castas

Cabernet Sauvignon & Merlot.

Notas de Prova

Mantendo o seu estilo clássico, apresenta aromas de frutos encarnados bem presentes combinados com “nuances” de madeira e especiarias; na boca as sensações de frutos encarnados são realçadas e combinadas com taninos suaves mas presentes; tem um final fresco, algo mineral, elegante e muito complexo.

Estágio

13 meses em barricas de carvalho francês e 6 meses em garrafa

Gastronomia

Acompanha bem com pratos de carnes vermelhas e caça.

14,5 % vol. | 16° / 18° | 750 ml / 1,5 Lt



Quinta da Bacalhôa

Península de Setúbal | Azeitão

Branco

2018

Castas

Sémillon, Alvarinho, & Sauvignon Blanc.

Notas de Prova

Apresenta uma cor amarelo palha, com laivos esverdeados, aromas complexos revelando caracteres frutados com registos de toranja, maracujá e alperce, caracteres florais como a tília e o mel, numa boca elegante e de grande profundidade numa estrutura e corpo forte. É um vinho profundo, sofisticado e complexo.

Estágio

5 meses em barricas novas de carvalho.

Gastronomia

Pratos de peixe de sabores intensos ou pratos de carne de aves. Recomendamos também com queijo DOP Azeitão.

13,5 % vol. | 10° / 12° | 750 ml

Monovarietais



Bacalhôa Merlot

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2016

Castas

Merlot

Notas de Prova

De cor vermelha intensa apresentando notas de fruta encarnada, como a cereja e a ameixa combinadas com “nuances” de chocolate, café, moça e especiarias. Na boca é cheio, tem fruta madura combinada com taninos finos e elegantes mas firmes que lhe confere numa estrutura complexa e muito persistente. Este vinho tem um ótimo potencial de envelhecimento em garrafa.

Estágio

18 meses em barricas de carvalho francês.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de carne, caça e queijos.

14 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Bacalhôa Syrah

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2018

Castas

Syrah

Notas de Prova

De cor vermelha muito profunda, apresenta aromas intensos dominados por notas de fruta, como a cereja escura, ameixa, ervas secas, chocolate e especiarias. Na boca é denso, envolvente, com acidez bem marcada numa estrutura firme, final largo e muito persistente.

Estágio

22 meses em barricas de carvalho Francês.

Gastronomia

Acompanha bem pratos de carne, caça e queijos fortes.

14,5 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Bacalhóa Alicante Bouschet

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2016

Castas

Alicante Bouschet

Notas de Prova

Cor muito carregada e profunda, aromas de frutos encarnados, como o morango maduro. Notas de mentol e especiarias, estruturado, vivo, complexo e longo na boca.

Estágio

11 meses em barricas de carvalho francês segundo e terceiro ano.

Gastronomia

Acompanha bem com pratos de carne, caça e queijos.

14,5 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Bacalhóa Touriga Nacional

Dão | Vila Nova de Tázem

Tinto

2016

Castas

Touriga Nacional

Notas de Prova

Este vinho apresenta uma cor violeta profunda, e uma intensidade aromática absolutamente característica da variedade com notas de violetas e frutos silvestres bem maduros mas revelando uma frescura olfactiva bem marcada. Na boca é muito agradável estando em sintonia perfeita com os aromas sentidos. Frescura, corpo, elegância e persistência.

Gastronomia

Acompanha bem com carnes assadas no forno e guisados como Cabrito assado no forno, vitela na púcara, aba de vitela assada.

13,5 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Bacalhóa Verdelho

Península de Setúbal | Azeitão

Branco

2018

Castas

Verdelho.

Notas de Prova

Apresenta uma cor amarelo palha, com laivos esverdeados, aromas complexos revelando notas florais e de frutas tropicais com registos de maracujá e alperce numa boca elegante e de grande profundidade numa estrutura e corpo forte.

Gastronomia

É um bom acompanhante de sopas e pratos de peixe, e mesmo de pratos leves de carne ou de cozinhas mais condimentadas dado o seu corpo e complexidade aromática.

13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml



Bacalhóa Greco di Tufo

Península de Setúbal | Azeitão

Branco

2019

Castas

Greco Di Tufo

Notas de Prova

Apresenta uma cor amarela, aromas complexos revelando notas florais e de frutas cítricas com registos de flores secas, alfazema, toranja, laranja madura, numa boca elegante e de grande profundidade numa estrutura e corpo forte. Dada a sua raridade poderemos defini-lo como Exótico, Personalizado e Diferente.

Gastronomia

É um bom acompanhante de sopas e pratos de peixe, e mesmo de pratos leves de carne ou de cozinhas mais condimentadas dado o seu corpo e complexidade aromática.

13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml



BACALHÔA

Bacalhôa Chardonnay

Península de Setúbal | Azeitão
Branco

2020

Castas
Chardonnay

Notas de Prova

Apresenta uma cor amarela pálida, com reflexos esverdeados, um aroma rico a frutos amarelos (pêssego, ananás) característicos da casta Chardonnay, combinado com nuances tostadas da barrica. Na boca, a fruta e as especiarias estão em perfeito diálogo, com uma franca acidez que lhe confere um carácter mineral e um final cheio e persistente. Com o estágio em garrafa, ganha complexidade e notas de frutos secos.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de peixe de sabores intensos ou de carne de aves. Recomendamos também com queijo DOP Azeitão.



13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml

Bacalhôa Moscatel

Península de Setúbal | Azeitão
Branco

2019

Castas
Moscatel

Notas de Prova

De cor amarela esverdeada muito clara apresenta-se no aroma com notas de flôr de laranjeira e citrinos; na boca é envolvente e surpreendentemente cheio, seco e longo na boca. Resumindo, notas florais exuberantes no nariz e na boca marcam este vinho.

Gastronomia

É um bom acompanhante de peixes grelhados, saladas ou com aperitivos.



12,5 % vol. | 8° / 10° | 750 ml

Bacalhôa Moscatel Roxo

Península de Setúbal | Azeitão
Rosé

2019

Castas
Moscatel Roxo

Notas de Prova

Este raro vinho, de cor rosada pálida apresenta um aroma intenso, rico e complexo, com notas florais de rosas e flor de laranjeira. Na boca estas sensações aromáticas são realçadas e intensificadas, que em conjunto com uma boa acidez natural, originam um vinho com um final cheio, muito mineral seco e fresco. Dada a sua raridade poderemos defini-lo como Raro e Original.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de saladas e carne branca. É também ideal servido como aperitivo. É um bom acompanhante de sopas e pratos de peixe, e mesmo de pratos leves de carne ou de cozinhas mais condimentadas dado o seu corpo e complexidade aromática.



13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml





BACALHÓA



Catarina

Península de Setúbal | Azeitão
Tinto

2017

Castas

Castelão & Alicante Bouschet

Notas de Prova

De cor muito profunda, muito rico e concentrado nos aromas e sabores, com notas de fruta encarnada combinadas com "nuances" tostadas e abaunilhadas bem integradas sobre uma estrutura firme e elegante. Complexo e longo, apresenta grande potencial de guarda.

Estágio

10 meses em barricas de carvalho francês segundo e terceiro ano.

Gastronomia

Acompanha bem Tapas, pastas, pratos de carnes brancas ou vermelhas.

14 % vol.



Catarina

Península de Setúbal | Azeitão
Branco

2020

Castas

Fernão Pires, Chardonnay & Arinto

Notas de Prova

De cor amarela pálida, apresenta-se muito elegante de aroma, com apontamentos florais e de frutos amarelos, alperce, pêssego, algum tropical de ananás, com leves notas tostados da madeira. A boca é cremosa, avelanada, com frescor citrino a prolongar o final. Com o tempo em garrafa ganhará ainda mais complexidade.

Gastronomia

É grande companhia de sopas e pratos de peixe no forno, bacalhau e mesmo algumas carnes de aves, ou cozinha indiana. Excelente com queijos de ovelha pouco curados, como o Azeitão.

13 % vol.





BACALHÓA



Serras de Azeitão

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2019

Castas

Aragonez & Alicante Bouschet

Notas de Prova

De cor vermelha profunda apresenta aromas de frutos encarnados e pretos como o morango e amoras, combinados com umas notas de flores selvagens; na boca a sensação desta fruta é intensa originando um vinho com um final cheio, suave, muito fresco e persistente. Tem uma ótima capacidade de envelhecimento em garrafa.

Gastronomia

É um bom acompanhante de pratos de carnes brancas ou de peixe, elaborados.

14 % vol.



16° / 18°



375 ml / 750 ml



Serras de Azeitão

Península de Setúbal | Azeitão

Branco

2019

Castas

Verdelho & Fernão Pires

Notas de Prova

De cor muito leve e citrina, com notas florais e de frutas amarelas como os citrinos, o ananás e o pêssigo combinadas com toques de frutas tropicais; na boca os sabores destas frutas são realçados, apresentando-se fresco, muito mineral, muito cheio e envolvente, o que lhe confere um final longo e persistente.

Gastronomia

É um bom acompanhante de sopas e pratos de peixe, e mesmo de pratos leves de carne ou de cozinhas mais condimentadas dado o seu corpo e complexidade aromática. Recomendamos também com queijo de Azeitão.

13 % vol.



10° / 12°



375 ml / 750 ml



Serras de Azeitão

Península de Setúbal | Azeitão

Rosé

2019

Castas

Syrah

Notas de Prova

De cor rosada pálida, tem notas frutadas como a ginja e a cereja da casta Syrah; na boca estas sensações aromáticas são realçadas e intensas, que em conjunto com uma boa acidez, originam um vinho com um final cheio, muito mineral e fresco.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de saladas e carne branca. É também ideal servido como aperitivo.

13 % vol.



8° / 10°



750 ml



BACALHÓA



JP

Península de Setúbal | Azeitão

Tinto

2020

Castas

Syrah, Castelão & Aragonez

Notas de Prova

De cor vermelha e brilhante, aroma frutado com dominância das “nuances” de frutos encarnados do bosque, de morangos e ginja, apresenta-se na boca com sabores idênticos aos aromas, integrados numa estrutura tânica suave e fresca.

Gastronomia

Este vinho é ideal para acompanhar pratos leves de carne e bacalhau, podendo ser servido mais fresco que o usual em vinhos tintos (14–16°C).

13,5 % vol. | 14°/16° | 250 ml / 375 ml
750 ml / BIB 3 Lt



JP

Península de Setúbal | Azeitão

Branco

2020

Castas

Fernão Pires & Moscatel de Setúbal

Notas de Prova

De cor citrina, apresenta-se com um aroma muito floral e frutado, com notas de flor de laranjeira, ananás e citrinos; na boca estas sensações são realçadas e completadas por uma acidez bem presente e uma estrutura elegante, dando um final fresco, longo e persistente.

Gastronomia

É um bom acompanhante de peixes grelhados, saladas ou com aperitivos.

13 % vol. | 8°/10° | 250 ml / 375 ml
750 ml / BIB 3 Lt



JP

Península de Setúbal | Azeitão

Rosé

2019

Castas

Syrah

Notas de Prova

De cor rosada pálida, com notas frutadas como a ginja e a cereja da casta Syrah; na boca estas sensações aromáticas são realçadas e intensas, que em conjunto com uma boa acidez, originam um vinho com um final cheio, muito mineral e fresco.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de saladas e carne branca. É também ideal servido como aperitivo.

13 % vol. | 8°/10° | 750 ml



Gama Quinta do Carmo



Quinta do Carmo Reserva

Alentejo | Estremoz
Tinto

2013

Castas

Aragonez, Alicante Bouschet, Cabernet Sauvignon & Syrah

Notas de Prova

De cor vermelha profunda, apresenta um aroma complexo com notas de frutos vermelhos (morango e aromas), flor de laranjeira com nuances ricas de café e frutas cristalizadas. No paladar, o vinho tem um ataque redondo com muito volume e com uma boa presença de taninos.

Estágio

18 meses em barricas novas de carvalho francês

Gastronomia

Um vinho mais encorpado acompanha pratos mais complexos. Uma carne à alentejana, pratos de caça ou queijos fortes como o queijo de Azeitão, lascas de parmesão, ou camembert.

14 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Quinta do Carmo Reserva

Alentejo | Estremoz
Branco

2018

Castas

Roupeiro & Arinto

Notas de Prova

De cor amarela palha muito elegante, o Quinta do Carmo Reserva Branco apresenta uma boa acidez e frescura. Bem estruturado e com bom volume de boca.

Gastronomia

Devido à sua estrutura e acidez este vinho, combina na perfeição, com pratos de bacalhau, peixes assados no forno e carnes brancas. Ideal para acompanhar Queijos Fortes.

12,5 % vol. | 10° / 12° | 750 ml



Quinta do Carmo

Alentejo | Estremoz
Tinto

2017

Castas

Aragonez, Alicante Bouschet, Trincadeira & Cabernet Sauvignon

Notas de Prova

De cor rubi densa e profunda, com aromas complexos de frutos maduros, compotas e com algumas nuances de baunilha. Na boca é um vinho muito equilibrado e elegante que apresenta uma boa estrutura, concentrado e com taninos suaves.

Estágio

12 meses em barricas de carvalho francês

Gastronomia

Combine este grande vinho do Alentejo com pratos de carne elaborados e com pratos ricos, como os da gastronomia Alentejana.

14 % vol. | 16° / 18° | 750 ml / 1,5 Lt



Quinta do Carmo

Alentejo | Estremoz
Branco

2019

Castas

Roupeiro, Arinto & Antão Vaz

Notas de Prova

No nariz apresenta aromas a citrinos e a frutos tropicais, conferindo-lhe um toque exótico sublime e complexo. Apresenta uma boa acidez natural que lhe confere uma frescura e vivacidade única.

Gastronomia

A acidez equilibrada deste vinho mineral e fresco, combina na perfeição com mariscos, carnes brancas, saladas leves, massas e aperitivos como amendoins e amêndoas torradas.

12,5 % vol. | 10° / 12° | 750 ml



Dom Martinho

Alentejo | Estremoz
Tinto

2018

Castas

Aragonez, Alicante Bouschet, Trincadeira & Cabernet Sauvignon

Notas de Prova

Este vinho é muito expressivo nos aromas de frutos silvestres maduros, em especial nos frutos vermelhos maduros e alguma compota. A acidez equilibrada deste vinho confere-lhe uma frescura e equilíbrio único.

Gastronomia

É o acompanhante ideal de pratos de carne e caça, seja à base de perdiz, coelho ou javali, estes pratos com sabores intensos combinam na perfeição.

14 % vol.



16° / 18°



375 ml / 750 ml / 1,5 Lt



Dom Martinho

Alentejo | Estremoz
Branco

2020

Castas

Roupeiro & Arinto

Notas de Prova

É um vinho muito expressivo de aromas, com as notas florais e de pêssego do Roupeiro e os apontamentos citrinos do Arinto. O sabor suave e frutado contrasta com a acidez muito equilibrada que lhe oferece bastante frescura e elegância.

Gastronomia

A sua cremosidade e frescura torna-o ideal para pratos de peixe com molho, como caldeiradas, cataplanas, pargo assado no forno ou o tão alentejano cação de coentrada.

13% vol.



10° / 12°



750 ml



BACALHÓA



Monte das Ânforas

Alentejo | Estremoz

Tinto

2019

Castas

Aragonez & Trincadeira

Notas de Prova

À prova apresenta vivacidade e profundidade na cor e uma riqueza aromática com notas de frutos vermelhos. Na boca é encorpado, e macio com uma boa sensação de frescura e onde se notam os sabores dos frutos vermelhos combinados com notas de especiarias.

Gastronomia

Acompanha pratos de carne ou peixes grelhados e saladas completas, como uma salada César.

14 % vol.



16° / 18°



750 ml

Gama Quinta da Terrugem



T Quinta da Terrugem

Alentejo | Borba

Tinto

2014

Castas

Aragonez, Trincadeira & Cabernet Sauvignon

Notas de Prova

Profunda concentração de cor púrpura. Atraente no aroma, onde as notas profundas de frutos maduros, chocolate e alguns fumados lhe conferem complexidade. Na boca apresenta rigor, onde os taninos elegantes e bem enquadrados pela acidez fazem deste vinho cheio de fruta, um vinho poderoso, longo e persistente.

Estágio

18 meses em barricas novas de carvalho francês

Gastronomia

Ideal para acompanhar com carnes de caça, grelhadas e queijos.

14,5 % vol.



16° / 18°



750 ml



Quinta da Terrugem

Alentejo | Borba

Tinto

2015

Castas

Aragonez, Trincadeira & Cabernet Sauvignon

Notas de Prova

A Quinta da Terrugem apresenta uma cor púrpura densa e profunda, com aromas complexos de frutos maduros, compotas, chocolate e com algumas nuances de notas fumadas. Na boca é um vinho equilibrado e com taninos muito elegante que lhe conferem uma boa estrutura, concentrado e persistente.

Estágio

12 meses em barricas novas de carvalho francês

Gastronomia

Ideal para acompanhar pratos de carnes de caça, grelhados e queijos.

14,5 % vol.



16° / 18°



750 ml



Alabastro Reserva

Alentejo | Borba
Tinto

2017

Castas
Aragonez, Trincadeira & Alicante Bouschet

Notas de Prova
Apresenta uma cor rubi profunda, com aromas de frutos vermelhos complementados por notas de baunilha e madeira tostada que lhe dá alguma complexidade. Na boca é encorpado, e macio com notas de frutos vermelhos e especiarias.

Estágio
6 a 9 meses em barricas

Gastronomia
Ideal para acompanhar todo o tipo de grelhados e assados.

14 % vol. |  16° / 18° |  750 ml



Alabastro Alentejo | Borba *Tinto*

2020

Castas
Aragonez, Alicante Bouschet & Trincadeira

Notas de Prova
Apresenta uma cor rubi profunda e aromas intensos de framboesas e morangos. Na boca é encorpado e macio com uma boa sensação de frescura potenciada pelo sabor dos frutos vermelhos combinados com notas de especiarias.

Gastronomia
Rico, jovem e sumarento, acompanha muito bem todo o tipo de charcutaria, aves, carnes vermelhas grelhadas e é grande parceiro do churrasco com carnes variadas.

14 % vol. |  16° / 18° |  375 ml / 750 ml



Alabastro Alentejo | Borba *Branco*

2020

Castas
Roupeiro, Antão Vaz & Fernão Pires

Notas de Prova
Cor citrina clara. O aroma é frutado e intenso onde predominam as notas de frutos tropicais, também alperce e citrinos maduros. Corpo envolvente, com a fruta sempre presente e um bom equilíbrio ácido que lhe confere elegância e presença.

Gastronomia
A acidez equilibrada deste vinho frutado e fresco, combina na perfeição com mariscos, peixes grelhados, carnes brancas, saladas de salmão ou atum, massas e queijos de cabra.

13 % vol. |  10° / 12° |  750 ml



BACALHÓA

Gama Quinta dos Quatro Ventos



Quinta dos Quatro Ventos Grande Reserva

Douro | Douro Superior
Tinto

2014

Castas

Touriga Nacional, Touriga Franca & Tinta Roriz.

Notas de Prova

Cor granada muito concentrada. Aroma a frutos vermelhos muito evidentes com suaves nuances de tabaco e chocolate preto. Na boca o ataque é suave com notas frutadas e tostadas. Fresco e equilibrado. Estruturado mas elegante. Muito persistente.

Estágio

14 meses em barricas novas de carvalho francês (75%) e russo (25%)

Gastronomia

Acompanha bem pratos de carnes encarnadas, assados.

14 % vol.



16° / 18°



750 ml



Quinta dos Quatro Ventos Reserva

Douro | Douro Superior
Tinto

2017

Castas

Touriga Nacional, Touriga Franca & Tinta Roriz

Notas de Prova

No nariz apresenta aromas a citrinos e a frutos tropicais, conferindo-lhe um toque exótico sublime e complexo. Apresenta uma boa acidez natural que lhe confere uma frescura e vivacidade única.

Estágio

12 meses em barricas novas de carvalho francês (75%) e carvalho russo (25%)

Gastronomia

Apresenta uma cor granada muito concentrada. No nariz, tem um aroma bem presente a frutos maduros com notas tostadas da madeira onde estagiou. Vinho denso e encorpado com taninos muito elegantes. No paladar é suave, bem estruturado, muito persistente, ressaltando a harmonia entre os sabores.

14 % vol.



16° / 18°



750 ml



Quatro Ventos Superior

Douro | Douro Superior
Tinto

2017

Castas

Touriga Nacional, Tinta Roriz & Touriga Franca

Notas de Prova

Cor rubi profunda. Notas de frutos vermelhos bem maduros e suave nuance de madeira bem tostada. Na boca apresenta notas a compota que revela uma perfeita maturação das uvas. Os taninos muito maduros e bem casados com a acidez faz com que este vinho seja um vinho cheio de carácter.

Estágio

12 meses em barricas de carvalho francês e russo

Gastronomia

Ideal para acompanhar com pratos de caça.

13 % vol.



16° / 18°



750 ml



Quatro Ventos

Douro | Douro Superior
Tinto

2018

Castas

Tinta Barroca, Tinta Roriz & Touriga Franca

Notas de Prova

Concentrado e complexo com uma marcada suavidade no final de boca faz com que este vinho seja de uma invulgar e consensual agradabilidade. Evidentes notas de fruta vermelha e taninos suaves. Persistente.

Gastronomia

É um bom acompanhante de pratos de carnes brancas, ou de peixe, elaborados.

13,5 % vol.



16° / 18°



750 ml



BACALHÓA



Quinta da Garrida Reserva

Dão | Serra da Estrela
Tinto

2015

Castas

Touriga Nacional & Tinta Roriz.

Notas de Prova

De cor rubi, marcado aromaticamente pela Touriga Nacional com suaves nuances florais e de frutos maduros, dominando alguns tostados da madeira onde estagiou. O paladar é elegante com notas de fruta madura. O vinho apresenta-se encorpado e com final de boca persistente.

Estágio

12 Meses em barricas de 300 litros de carvalho francês e russo.

Gastronomia

Ideal para acompanhar com pratos tradicionais da cozinha regional com assados de forno ou ensopados.

13,5 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Quinta da Garrida Reserva

Dão | Serra da Estrela
Branco

2018

Castas

Encruzado

Notas de Prova

De cor amarela esverdeada muito pálida. Aroma intenso muito delicado com nuances de fruta de polpa branca e muito suaves tostados. Equilibrado e com final de boca longo e intenso. Notas minerais perceptíveis no aroma e sabor que lhe conferem complexidade e longevidade. Boa acidez, refinado e elegante. Enorme capacidade evolutiva.

Estágio

40% fermentou e estagiou 3 meses em barricas de 1 ano de carvalho

Gastronomia

Os vinhos elaborados com a casta Encruzado, combinam muito bem com carnes leves, peixes gordos e saladas com marisco.

13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml

ALIANÇA



Aliança Dão

Dão | Serra da Estrela
Tinto

2017

Castas

Touriga Nacional, Tinta Roriz & Jaen

Notas de Prova

Cor rubi. Muito boa estrutura aromática onde as notas de fruta, bem presentes, se conjugam com suaves nuances de tosta conseguindo-se um vinho fresco e muito elegante. Bom volume de boca, taninos muito suaves, boa persistência e elegante frescura que lhe conferem uma enorme capacidade gastronómica.

Estágio

12 meses em barricas de 2º ano de carvalho francês e russo

Gastronomia

Ideal com pratos tradicionais da região do Dão (carnes de borrego e vitela).

14 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



ALIANÇA



Aliança Baga Bairrada

Bairrada | Terras de Sicó

Tinto

2014

Castas

Baga

Notas de Prova

Cor rubi intensa. Aroma e sabor frutado com nuances de frutos vermelhos intensos e chocolate preto. Na boca é um vinho poderoso mas elegante, equilibrado, muito encorpado com um final de boca persistente.

Estágio

14 meses em barricas novas de carvalho francês.

Gastronomia

Acompanha bem pratos de carnes encarnadas, caça e queijos.

14 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Aliança Bairrada Reserva

Bairrada | Terras de Sicó

Tinto

2018

Castas

Baga, Tinta Roriz & Touriga Nacional

Notas de Prova

Cor violeta, aroma intenso e complexo com notas de frutos vermelhos bem maduros. Na boca é fresco e frutado, macio e persistente e muito gastronómico.

Gastronomia

Ideal com carnes grelhadas, caldeiradas de carne e cabrito.

13 % vol. | 16° / 18° | 750 ml



Aliança Bairrada Reserva

Bairrada | Terras de Sicó

Branco

2020

Castas

Maria Gomes & Bical

Notas de Prova

Tem cor amarelo pálido com reflexos esverdeados e aroma intenso, com apontamentos florais, frutos tropicais (ananás) e citrinos (laranja, limão). Destaca-se pela muito boa frescura de boca, onde os citrinos dominam, resultando atrativo e muito gastronómico.

Gastronomia

É bom parceiro de saladas e pratos leves, queijos de cabra, massas, mariscos variados e peixes na grelha.

13 % vol. | 10° / 12° | 750 ml

Gama Casal Mendes



Casal Mendes Vinho Verde

Vinho Verde
Branco

Castas

Azal, Pedernã, Trajadura & Loureiro

Notas de Prova

Com cor citrina e reflexos verdes, no apresenta-se muito frutado. Na boca é ligeiramente ácido, o que lhe confere frescura. O final é suavemente adocicado. Ideal para acompanhar com pratos de peixe e marisco.

Gastronomia

É ideal sozinho ou acompanhado de mariscos, carnes brancas, saladas leves ou massas.

10 % vol. | 8° / 10° | 750 ml



Casal Mendes Blue

Castas

Azal, Arinto & Fernão Pires

Notas de Prova

De cor azul celeste e frutado. Na boca é ligeiramente ácido, o que lhe confere frescura. O final é suavemente adocicado.

Gastronomia

É ideal sozinho ou acompanhado de mariscos, carnes brancas, saladas leves ou massas.

10 % vol. | 8° / 10° | 750 ml



Casal Mendes

Rosé
Rosé

Castas

Baga

Notas de Prova

Cor rosa pálido. Aroma intenso, frutado com nuances de abacaxi e banana. Boa acidez, que lhe confere grande frescura e equilíbrio.

Gastronomia

Ideal para acompanhar com peixe, marisco ou simplesmente como aperitivo.

10,5 % vol. | 6° / 7° | 750 ml



Casal Mendes

Sangria

Tinta & Branca

Sangria Tinta

Notas de Prova

Bebida com aromas intensamente frutados, dominada por nuances de natureza cítrica, suavemente adocicada e ligeiramente frisante. Muito equilibrada, agradável e fresca.

Sangria Branca

Notas de Prova

Bebida com aromas intensamente frutados predominando as nuances de pêssego, maçã e cítricos (laranja e limão). É suavemente adocicada e ligeiramente frisante. Muito equilibrada, agradável e fresca.

Sangria Tinta & Branca

Gastronomia

Bebida convivial, agradável e fresca que pode ser bebida pura ou com algumas pedras de gelo, em acompanhamento de pratos light, ou simplesmente por prazer em convívio.

7 % vol. | 7° | 750 ml

Moscatéis

Bacalhôa Moscatel D.O. Superior 30 Anos Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal
Superior 30 Anos

1985

Castas

Moscatel de Setúbal

Notas de Prova

De cor âmbar, com reflexos dourados e esverdeados, este Moscatel apresenta aromas a doce de laranja marga (marmelade), chá preto, passa, mel, toffe, figo de calda, amêndoas torradas e vinagre balsâmico. Este Moscatel apresenta um notável equilíbrio entre, o doce, ácido e amargo. Sublime, sedoso e longuíssimo.

Estágio

30 anos

Gastronomia

Como aperitivo servido a 14-16°C
No final da refeição servido a 16-18°C, com queijos de sabores intensos, com sobremesas (óptimas combinações com chocolate), com café, e após o café.

19,5 % vol. | 14°/16° | 500 ml



Bacalhôa Moscatel D.O. Superior 20 Anos Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal
Superior 20 Anos

1999

Castas

Moscatel de Setúbal

Notas de Prova

De cor âmbar, com reflexos dourados e esverdeados, este Moscatel apresenta aromas a doce de laranja amarga (marmelade), chá earl grey, alperce, figo de calda, avelã, mel e vinagrinho.

Doçura equilibrada por boa acidez e amargo que refresca a sensação de boca. Suave, longuíssimo.

Estágio

20 anos

Gastronomia

Como aperitivo servido a 14-16 °C
No final da refeição servido a 16-18°C, com queijos de sabores intensos, com sobremesas (óptimas combinações com chocolate), com café, e após o café.

21 % vol. | 14°/16° | 500 ml



Bacalhôa Moscatel Roxo Superior 20 Anos Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal
20 Anos

1999

Castas

Moscatel Roxo

Notas de Prova

Cor âmbar, reflexos dourados e laivos esverdeados. Aroma doce de laranja, chá verde, pétalas de rosa, avelãs, mel, canela.

Na boca leveza e frescura nas notas doces de boca, longuíssimo.

Estágio

20 anos em barricas de carvalho

Gastronomia

Como aperitivo, servido a 14-16°C.
No final da refeição, servido a 16-18°C, com queijos de sabores intensos (ex.: azuis), com sobremesas (óptimas combinações com chocolate), com café e após o café.

21 % vol. | 16°/18° | 500 ml



Moscatéis

Bacalhóa Moscatel Roxo Superior 10 Anos Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal Superior 10 Anos

2004

Castas
Moscatel Roxo

Notas de Prova

Este vinho apresenta uma coloração topázio escura, um aroma intenso, rico e complexo, com notas florais de flor de laranjeira e rosas, passas, amêndoas e mel. Na boca sabores idênticos aos aromas sobre uma doçura bem equilibrada por uma boa acidez e adstringência – um conjunto com corpo, suavidade e boa persistência.

Estágio

13 anos em barricas de carvalho de 200 litros servidas a whisky numa estufa com grandes amplitudes térmicas.

Gastronomia

Aperitivo, fresco, com uma casca de limão, a acompanhar sobremesas confeccionadas com chocolate preto ou simplesmente como digestivo, com um bom café.

19,5 % vol. | 12°/14° | 750 ml



Bacalhóa Moscatel de Setúbal Superior Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal Superior 10 Anos

2003

Castas
Moscatel de Setúbal

Notas de Prova

Apresenta uma cor topázio dourada, aromas esbores intensos a flor de laranjeira, citrinos, doce de laranja amarga, passas, figos e nozes, um palato cheio com um balanço excelente entre a acidez e a riqueza de açúcar. "Marmelade", chá Earl Grey, corintos, damascos secos, figos, "rancio", nozes, são outros sabores que descobrirá. A envolver estes aromas e sabores encontrará uma textura suave onde o equilíbrio entre os gostos, doce, ácido e amargo é perfeito. Depois de beber, estas sensações perduram agradavelmente por muitos segundos.

Estágio

10 anos em meias pipas de carvalho usadas de 200 litros.

Gastronomia

Sobremesas confeccionadas com chocolate preto ou simplesmente como digestivo com um bom café.

18,5 % vol. | 12°/14° | 750 ml



Bacalhóa Moscatel Roxo de Setúbal 5 Anos Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal 5 Anos

Castas
Moscatel Roxo

Notas de Prova

Este vinho apresenta uma coloração topázio escura, um aroma intenso, rico e complexo, com notas florais de flor de laranjeira e rosas, passas, amêndoas e mel. Na boca sabores idênticos aos aromas sobre uma doçura bem equilibrada por uma boa acidez e adstringência – um conjunto com corpo, suavidade e boa persistência.

Estágio

Barricas carvalho de 200 litros servidas a whisky numa estufa com grandes amplitudes térmicas.

Gastronomia

Aperitivo, fresco, com uma casca de limão, a acompanhar sobremesas confeccionadas com chocolate preto ou simplesmente como digestivo, com um bom café.

19 % vol. | 12°/14° | 750 ml



Bacalhóa Moscatel de Setúbal D.O. Vinho Generoso

Península de Setúbal | D.O. Setúbal

2017

Castas
Moscatel de Setúbal

Notas de Prova

De estilo jovem e frutado, com cor de topázio, aromas e sabores intensos a moscatel, flor de laranjeira, citrinos, casca de laranja, frutas cristalizadas, chá e passas; na boca é encorpado, o aroma é intenso e realçado, sendo conjugado com sensações de amargo doce, tendo um final muito longo e persistente.

Estágio

12 meses em meias pipas usadas de carvalho

Gastronomia

Ideal como aperitivo, a acompanhar um café ou uma sobremesa de chocolate preto.

17 % vol. | 10°/12° | 750 ml



ALIANÇA

Aguardentes



40 % vol.

20°

500 ml

Aliança XO 40 Anos Aguardente Velha

Notas de Prova

Notas de frutos secos e taninos elegantes. Paladar rico, frutado e muito aveludado.

Estágio

Mais de 40 anos em tonéis de carvalho francês, americano e português.

Gastronomia

Ideal para acompanhar com um bom charuto.



40 % vol.

20°

500 ml

Aliança XO 20 Anos Aguardente Velha

Notas de Prova

De cor âmbar, com notas aromáticas de frutos secos e notas balsâmicas. No paladar é séria, denota suavidade com ligeira secura final resultando muito atractiva e perfeita como digestivo.

Estágio

20 anos em pipas e tonéis de carvalho francês, americano e português.

Gastronomia

Final de refeição como digestivo ou como excelente acompanhante para uma boa conversa.



40 % vol.

20°

500 ml

Aliança XO 10 Anos Aguardente Velha

Notas de Prova

De cor âmbar, com notas aromáticas de frutos secos e cristalizados e um paladar suave e complexo onde ressalta uma muito suave secura que impele ao consumo.

Estágio

10 anos em pipas e tonéis de carvalho francês, americano e português.

Gastronomia

Final de refeição como digestivo.



Antiquíssima **Reserva** **Aguardente** VSPO | Aguardente Vínica

Notas de Prova

Aroma intenso valorizado pela suavidade das notas de madeira onde estagiou. No paladar revela-se aromático e aveludado, com um final longo e envolvente.

Estágio

8 anos em barricas de carvalho português, francês e americano.

Gastronomia

Ideal para beber como digestivo.

40 % vol.



20 °



700 ml



Antiqua **Aguardente** VSPO | Aguardente Vínica Velha

Notas de Prova

Aroma complexo, com notas de frutos secos e café. Sabor aveludado, adquirido ao longo de vários anos de envelhecimento.

Estágio

Barricas de carvalho português durante 5 anos.

Gastronomia

Ideal para beber como digestivo.

38 % vol.



20 °



700 ml



Aliança Velha **Aguardente** VSPO | Aguardente Vínica

Notas de Prova

Cor dourada. Notas tostadas de café e frutos secos. Na boca notam-se frutos secos. Final complexo e aveludado.

Estágio

Barricas de carvalho português durante 3 anos.

Gastronomia

Ideal para beber como digestivo.

38 % vol.



20 °



700 ml

Espumantes



Aliança Grande Reserva Bruto Espumante | DOC Bairrada

2012

Castas
Chardonnay & Baga

Notas de Prova
Cor amarelo pálido. Notas aromáticas amanteigadas e de tosta. Na boca é fresco, volumoso com uma mousse impressionante. Acaba fresco e com grande persistência.

Estágio
3 anos

Gastronomia
Per si, com peixe assado no forno.

12,5 % vol. | 8°/10° | 750 ml



Aliança Baga Bairrada Reserva Bruto Espumante | VEQPRD DOP Bairrada

2016

Castas
Baga

Notas de Prova
Cor amarelo pálido. Aroma frutado, complexo e intenso. Na boca revela notas de frutos maduros. Acidez equilibrada, suave e cremosa com grande persistência no final.

Estágio
12 meses

Gastronomia
Sugerimos o seu consumo como aperitivo, acompanhando entradas ou qualquer prato de peixe ou carne.

12,5 % vol. | 8°/10° | 750 ml



Aliança Baga Bairrada Reserva Rosé Bruto Espumante | DOC Bairrada

2016

Castas
Baga

Notas de Prova
Cor salmão. Frutado com aromas a frutos vermelhos onde predominam a amora e o morango. Na boca revela frescura e uma suavidade persistente.

Estágio
12 meses em garrafa antes do dégorgement.

Gastronomia
Recomendamos o seu consumo como aperitivo, em momentos de convívio, ou acompanhando pratos de peixe, marisco ou pastas.

12,5 % vol. | 6°/8° | 750 ml



Aliança Reserva Tinto Bruto Espumante

2017

Castas
Baga & Tinta Roriz

Notas de Prova
Cor retinta. Aroma intensamente frutado e vinoso. Na boca é persistente, macio e ligeiramente ácido, conferindo-lhe uma grande frescura no final de boca

Estágio
24 meses em garrafa antes do dégorgement.

Gastronomia
Sugerimos o seu consumo acompanhando o famoso leitão assado, a vitela ou cabrito no forno e os peixes gordos grelhados ou assados.

12,5 % vol. | 8°/10° | 750 ml



Aliança Danúbio Bruto

Espumante | Bairrada

Castas

Maria Gomes, Bical, Arinto & Baga

Notas de Prova

Vinho frutado, agradável com notas de frutas brancas (pêra e maçã). Fresco e persistente em boca.

Estágio

9 meses

Gastronomia

Sugerimos o seu consumo como aperitivo, ou com a refeição.

12,5 % vol. | 6°/8° | 750 ml



Aliança Danúbio Meio-Seco

Espumante | Bairrada

Castas

Maria Gomes, Bical, Arinto & Baga

Notas de Prova

Cor citrina pálida. Aroma frutado onde predominam notas de frutas brancas (pera e maçã). No paladar é persistente, macio e com um final ligeiramente ácido que lhe confere equilibrada frescura.

Estágio

9 meses

Gastronomia

Sugerimos o seu consumo em momentos de convívio e como aperitivo, ou idealmente com sobremesas.

12,5 % vol. | 6°/8° | 750 ml



Aliança Danúbio Doce

Espumante | Bairrada

Castas

Maria Gomes, Bical, Arinto & Baga

Notas de Prova

Cor citrina pálida. Aroma frutado onde predominam notas de frutas brancas (pêra e maçã). No paladar é persistente, macio e com um final ligeiramente ácido que lhe confere equilibrada frescura.

Estágio

9 meses

Gastronomia

Sugerimos o seu consumo em momentos de convívio e como aperitivo, ou idealmente com sobremesas.

12,5 % vol. | 6°/8° | 750 ml



ANEXO 2

Relatório de Contas 2020



BACALHÔA



R&C
RELATÓRIO & CONTAS

2020

ANEXO AO RELATÓRIO DE GESTÃO

I) – Nos termos do n.º 5 do Art.º 447.º do CSC informa-se de que, à data de 31 de dezembro de 2020, eram os seguintes os membros do Conselho de Administração titulares de ações da sociedade:

Nomes	Quantidade de Ações
Comendador José Manuel Rodrigues Berardo	4.156.978
Fernando Paiva de Castro	890.500
André Magalhães Luiz Gomes	28.659
Renato Berardo	44.530

Vila Nogueira de Azeitão, 10 de maio de 2021.

O Conselho de Administração,



Renato Berardo – Presidente



Eduardo Abraços Medeiro



André Magalhães Luiz Gomes



José Manuel Rodrigues Berardo - Vice Presidente

Jorge Sabino Rodrigues Berardo



Fernando Paiva de Castro



CONTAS INDIVIDUAIS

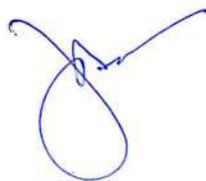
BALANÇO INDIVIDUAL EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019

Montantes expressos em Euros

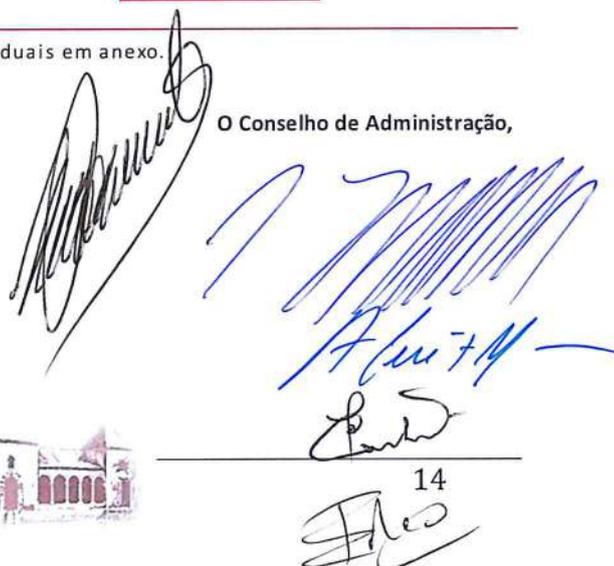
ATIVO	NOTAS	2020	2019
Ativo não corrente			
Ativos fixos tangíveis	7	21 522 319	21 227 646
Propriedades de investimento	8	4 489	4 489
Goodwill	34	1 498 066	1 797 679
Ativos intangíveis	9	65 710	17 624
Ativos biológicos	10	223 929	237 927
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	11	98 604 809	98 166 347
Outros investimentos financeiros	11 - 13	2 994 390	4 055 553
Ativos por impostos diferidos	12	118 438	259 224
Total do ativo não corrente		125 032 151	125 766 490
Ativo Corrente			
Inventários	14	12 019 190	11 493 527
Ativos biológicos	27	166 475	152 633
Clientes	15	3 779 321	3 333 010
Estados e outros entes públicos	17	393 003	45 393
Outros créditos a receber	18	386 991	1 846 369
Diferimentos	19	339 852	487 594
Caixa e depósitos bancários	4	1 084 619	312 592
Total do ativo corrente		18 169 452	17 671 118
Total do ativo		143 201 604	143 437 609

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo.

O Contabilista Certificado,



O Conselho de Administração,



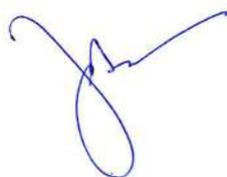

BALANÇO INDIVIDUAL EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019

Montantes expressos em Euros

CAPITAL PRÓPRIO	NOTAS	2020	2019
Capital subscrito		70 500 000	70 500 000
Reservas legais		1 913 365	1 768 611
Outras reservas		4 567 331	4 567 331
Resultados transitados		3 502 313	1 861 531
Excedentes de revalorização		290	290
Ajustamentos / outras variações no capital próprio		21 075 451	20 144 723
		101 558 749	98 842 486
Resultado líquido do período		1 732 153	2 895 071
Total do capital próprio	20	103 290 902	101 737 557
PASSIVO			
Passivo não corrente			
Financiamentos obtidos	21	27 466 828	21 769 712
Passivos por impostos diferidos	12	105 886	157 297
Total passivo não corrente		27 572 714	21 927 009
Passivo corrente			
Fornecedores	16	7 408 805	7 485 686
Estado e outros entes públicos	17	72 390	87 276
Financiamentos obtidos	21	2 848 072	10 350 271
Outras dívidas a pagar	22	2 008 721	1 849 810
Total passivo corrente		12 337 987	19 773 043
Total do passivo		39 910 701	41 700 052
Total do capital próprio e do passivo		143 201 604	143 437 609

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo.

O Contabilista Certificado,



O Conselho de Administração,



DEMONSTRAÇÃO INDIVIDUAL DOS RESULTADOS POR NATUREZAS DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019

Montantes expressos em Euros

RENDIMENTOS E GASTOS	NOTAS	2020	2019
Vendas e serviços prestados	23	20 805 153	25 043 704
Subsídios à exploração	37	27 826	
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	11	395 470	1 057 460
Variação nos inventários da produção	14	945 527	86 033
Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	14	(10 322 223)	(11 611 916)
Fornecimentos e serviços externos	24	(6 379 173)	(7 032 180)
Gastos com o pessoal	25	(2 102 917)	(2 249 881)
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	26		39 933
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	26		1 207
Imparidade de investimentos não depreciables/amortizações (perdas/reversões)	26		(28)
Aumentos/reduções de justo valor	27	1 324 119	1 232 035
Outros rendimentos	28	1 096 433	773 646
Outros gastos	29	(439 909)	(352 123)
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamentos e impostos		5 350 307	6 987 891
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	30	(2 130 257)	(2 255 182)
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)		3 220 050	4 732 709
Juros e gastos similares suportados	31	(1 161 335)	(1 237 239)
Resultado antes de impostos		2 058 715	3 495 470
Imposto sobre o rendimento do exercício	12	(326 562)	(600 400)
Resultado Líquido do exercício		1 732 153	2 895 071

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo.

O Contabilista Certificado,



O Conselho de Administração,



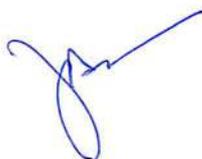

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019

Montantes expressos em Euros

FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	NOTAS	2020	2019
Recebimentos de clientes		21 828 298	26 279 085
Pagamentos a fornecedores		(15 848 941)	(17 398 072)
Pagamentos ao pessoal		(2 037 478)	(2 144 881)
Caixa gerada pelas operações		3 941 879	6 736 132
Pagamento / Recebimento do imposto sobre o rendimento		(425 361)	(778 526)
Outros recebimentos / pagamentos		680 955	(1 013 415)
Fluxos de caixa das atividades operacionais	[1]	4 197 473	4 944 191
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Pagamentos respeitantes a:			
Ativos fixos tangíveis		(2 452 497)	(2 393 911)
Investimentos financeiros		(865 188)	(3 434 837)
Recebimentos provenientes de:			
Ativos fixos tangíveis		609 904	63 000
Investimentos financeiros		1 912 611	5 563 949
Subsídios ao investimento		119 059	19 112
Dividendos		119 059	398 013
Fluxos de caixa das atividades de investimento	[2]	(676 110)	215 326
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Recebimentos provenientes de:			
Financiamento obtidos		10 924 245	23 700 000
Pagamentos respeitantes a:			
Financiamento obtidos		(12 968 687)	(27 496 016)
Amortização de contratos de locação financeira		(59 049)	(154 199)
Juros e gastos similares		(640 941)	(1 091 110)
Dividendos		119 059	(1 090 606)
Fluxos de caixa das atividades de financiamento	[3]	(2 744 432)	(6 131 931)
Variação de caixa e seus equivalentes	[1+2+3]	776 931	(972 414)
Efeito das diferenças de câmbio		(4 904)	12 333
		772 027	(960 081)
Caixa e seus equivalentes no início do período	4	312 592	1 272 672
Caixa e seus equivalentes no fim do período	4	1 084 619	312 592
		1 084 619	312 592

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo.

O Contabilista Certificado,



O Conselho de Administração,



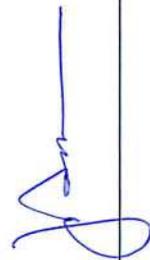

**DEMONSTRAÇÃO DAS ALTERAÇÕES NO CAPITAL PRÓPRIO PARA OS EXERCÍCIOS
 FIMDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020 E 31 DE DEZEMBRO DE 2019**

Montantes expressos em Euros

	Capital subscrito	Reservas legais	Outras reservas	Resultados Transitados	Excedentes de revalorização	Ajustamento / Outras variações do capital próprio	Resultado líquido do período	Total
A 1 DE JANEIRO DE 2019	70 500 000	1 603 586	4 567 331	1 288 610	290	18 674 978	3 300 498	99 935 293
Alterações no período								
Aplicação do resultado exercício anterior		165 025		3 135 473			-3 300 498	
Aplicação do método da equivalência patrimonial				-1 373 513		1 511 153		137 639
Ajustamentos por impostos diferidos						12 021		12 021
Outras alterações reconhecidas no capital próprio						-53 428		-53 428
Resultado Líquido do exercício							2 895 071	2 895 071
Resultado Integral							2 991 303	2 991 303
Operações de capital no exercício								
Distribuições				-1 189 039				-1 189 039
A 31 DE DEZEMBRO DE 2019	70 500 000	1 768 611	4 567 331	1 861 531	290	20 144 723	2 895 071	101 737 557
Alterações no período								
Aplicação do resultado exercício anterior		144 754		2 750 317			-2 895 071	
Aplicação do método da equivalência patrimonial				-959 535		1 107 809		148 275
Ajustamentos por impostos diferidos						51 411		51 411
Outras alterações reconhecidas no capital próprio				-150 000		-228 493		-378 493
Resultado Líquido do exercício							1 732 153	1 732 153
Resultado Integral							1 553 346	1 553 346
Operações de capital no exercício								
A 31 DE DEZEMBRO DE 2020	70 500 000	1 913 365	4 567 331	3 502 313	290	21 075 451	1 732 153	103 290 902

Para ser lido em conjunto com as notas às demonstrações financeiras individuais em anexo

O Contabilista Certificado,

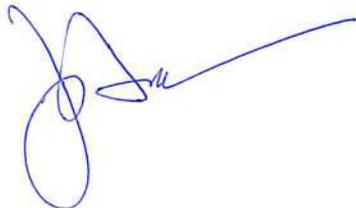


O Conselho de Administração,

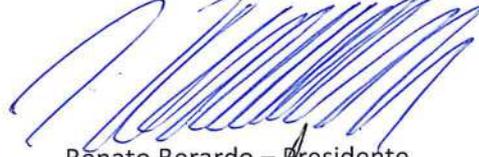


O Contabilista Certificado,

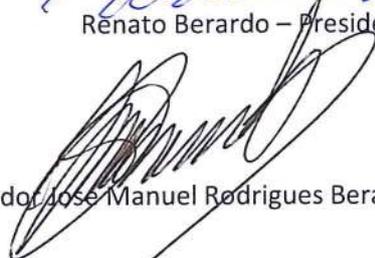
Jorge Manuel Gomes de Arede



O Conselho de Administração,



Renato Berardo – Presidente



Comendador José Manuel Rodrigues Berardo



Eduardo Abraços Medeiros

Jorge Sabino Rodrigues Berardo



André Magalhães Luiz Gomes



Fernando Paiva de Castro

ANEXO 3

Relatório de Contas 2019

Relatório Financeiro Detalhado 2019

Tipo de Contabilidade

Organização da Contabilidade

NCRF - Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro

Demonstração dos Resultados por Naturezas

Rendimentos e Gastos

Vendas e serviços prestados	€ 25.043.703,60
Subsídios à exploração	-
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	€ 1.057.459,77
Variação nos inventários da produção	€ 86.033,34
Trabalhos para a própria entidade	-
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	€ 11.611.915,74
Fornecimentos e serviços externos	€ 7.032.179,62
Gastos com o pessoal	€ 2.249.881,29
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	€ -39.933,26
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	€ -1.207,27
Provisões (aumentos/reduções)	-
Imparidade de investimentos não depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	€ 27,89
Outras imparidades (perdas/reversões) / Imparidades (perdas/reversões)	-
Aumentos/reduções de justo valor	€ 1.232.035,10
Outros rendimentos e ganhos	€ 773.645,90
Outros gastos e perdas	€ 352.122,72
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	€ 6.987.890,98
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	€ 2.255.181,56
Imparidade de investimentos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	€ 4.732.709,42
Juros e rendimentos similares obtidos	-
Juros e gastos similares suportados	€ 1.237.239,12

Resultado antes de impostos	€ 3.495.470,30
Imposto sobre o rendimento do período	€ 600.399,64
Resultado líquido do período	€ 2.895.070,66
Resultado das actividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	-

Balanço

Ativo não corrente

Activos fixos tangíveis	€ 21.227.646,46
Propriedades de investimento	€ 4.489,18
Goodwill	€ 1.797.678,81
Ativos intangíveis	€ 17.624,13
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	€ 98.166.347,35
Participações financeiras - outros métodos	€ 4.055.553,25
Acionistas/sócios	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos por impostos diferidos	€ 259.223,56
Investimentos financeiros	-
Total	€ 125.766.490,07

Ativo corrente

Inventários	€ 11.493.527,37
Ativos biológicos	€ 152.632,63
Clientes	€ 3.333.010,17
Adiantamentos a fornecedores	-
Estado e outros entes públicos	€ 45.393,24
Acionistas/sócios	-
Outras contas a receber	€ 1.846.369,44
Diferimentos	€ 487.593,71
Ativos financeiros detidos para negociação	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos não correntes detidos para venda	-
Outros ativos correntes	-
Caixa e depósitos bancários	€ 312.591,89

	Soma	€ 17.671.118,45
	TOTAL DO ACTIVO	€ 143.437.608,52
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO		
Capital realizado		€ 70.500.000,00
Ações (quotas) próprias		-
Outros instrumentos de capital próprio		-
Prémios de emissão		-
Reservas legais		€ 1.768.610,97
Outras reservas		€ 4.567.330,62
Resultados transitados		€ 1.861.531,10
Ajustamentos em ativos financeiros		-
Excedentes de revalorização		€ 290,01
Outras variações no capital próprio		€ 20.144.723,34
	Soma	€ 98.842.486,04
Resultado líquido do período		€ 2.895.070,66
Dividendos antecipados		-
	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	€ 101.737.556,70
PASSIVO		
Passivo não corrente		
Provisões		-
Financiamentos obtidos		€ 21.769.712,25
Responsabilidades por benefícios pós-emprego		-
Passivos por impostos diferidos		€ 157.297,03
Outras contas a pagar		-
	Soma	€ 21.927.009,28
Passivo corrente		
Fornecedores		€ 7.485.685,68
Adiantamentos de clientes		-
Estado e outros entes públicos		€ 87.275,77
Acionistas/sócios		-
Financiamentos obtidos		€ 10.350.270,97

Outras contas a pagar		€ 1.849.810,12
Diferimentos		-
Passivos financeiros detidos para negociação		-
Outros passivos financeiros		-
Passivos não correntes detidos para venda		-
Outros passivos correntes		-
	Soma	€ 19.773.042,54
	TOTAL DO PASSIVO	€ 41.700.051,82
	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	€ 143.437.608,52

Demonstração das alterações no capital próprio

PERÍODO N-1		
Posição no Início		
	Total (A)	€ 0,00
ALTERAÇÕES NO PERÍODO		
Primeira adopção de novo referencial contabilístico		€ 0,00
Alterações de políticas contabilísticas		€ 0,00
Diferenças de conversão de demonstrações financeiras		€ 0,00
Realização do excedente de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis		€ 0,00
Excedentes de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis e respectivas variações		€ 0,00
Ajustamentos por impostos diferidos		€ 0,00
Outras alterações reconhecidas no capital próprio		€ 0,00
	Total (B)	€ 0,00
	Resultado Líquido do Período (C)	€ 0,00
	Resultado Integral (D) (D = B + C)	€ 0,00
OPERAÇÕES COM DETENTORES DE CAPITAL NO PERÍODO		
Realizações de capital		€ 0,00
Realizações de prémios de emissão		€ 0,00
Distribuições		€ 0,00
Entradas para cobertura de perdas		€ 0,00
Outras operações		€ 0,00
	Total (E)	€ 0,00
	Posição no fim do Período (F) (F = A + B + C + E)	€ 0,00

PERÍODO N	
Posição no Início	
Capital Realizado	€ 70.500.000,00
Reservas Legais	€ 1.603.586,06
Outras Reservas	€ 4.567.330,62
Resultados Transitados	€ 4.589.108,07
Excedentes de Revalorização	€ 290,01
Outras Operações	€ 18.674.977,78
Total (F)	€ 99.935.292,54
ALTERAÇÕES NO PERÍODO	
Primeira adopção de novo referencial contabilístico	€ 0,00
Alterações de políticas contabilísticas	€ 0,00
Diferenças de conversão de demonstrações financeiras	€ 0,00
Realização do excedente de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis	€ 0,00
Excedentes de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis e respectivas variações	€ 0,00
Ajustamentos por impostos diferidos	€ 12.021,29
Outras Operações	€ 12.021,29
Outras alterações reconhecidas no capital próprio	€ 84.210,84
Reservas Legais	€ 165.024,91
Resultados Transitados	€ -1.538.538,34
Outras Operações	€ 1.457.724,27
Total (G)	€ 96.232,13
Resultado Líquido do Período (H)	€ 2.895.070,66
Resultado Integral (I) (I = G + H)	€ 2.991.302,79
OPERAÇÕES COM DETENTORES DE CAPITAL NO PERÍODO	
Realizações de capital	€ 0,00
Realizações de prémios de emissão	€ 0,00
Distribuições	€ -1.189.038,63
Resultados Transitados	€ -1.189.038,63
Entradas para cobertura de perdas	€ 0,00
Outras operações	€ 0,00

Total (J)	€ -1.189.038,63
Posição no fim do período (L) (L = F + G + H + J)	€ 101.737.556,70

Demonstração de Fluxos de Caixa

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES OPERACIONAIS

Recebimentos de clientes	€ 26.279.084,77
Pagamentos a fornecedores	€ 17.398.071,83
Pagamentos ao pessoal	€ 2.144.881,32
Caixa gerada pelas operações	€ 6.736.131,62
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento	€ -778.526,47
Outros recebimentos/pagamentos	€ -1.013.414,50
Fluxos de caixa das actividades operacionais (A)	€ 4.944.190,65

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO

Pagamentos respeitantes a:	
Activos fixos tangíveis	€ 2.393.911,42
Activos intangíveis	-
Investimentos financeiros	€ 3.434.836,77
Outros activos	-
Recebimentos provenientes de:	
Activos fixos tangíveis	€ 63.000,00
Activos intangíveis	-
Investimentos financeiros	€ 5.563.949,47
Outros activos	-
Subsídios ao investimento	€ 19.112,34
Juros e rendimentos similares	-
Dividendos	€ 398.012,53
Fluxos de caixa das actividades de investimento (B)	€ 215.326,15

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO

Recebimentos provenientes de:	
Financiamentos obtidos	€ 23.700.000,00
Realizações de capital e de outros instrumentos de capital próprio	-
Cobertura de prejuízos	-
Doações	-

Outras operações de financiamento	-
Pagamentos respeitantes a:	
Financiamentos obtidos	€ 27.496.016,46
Juros e gastos similares	€ 1.091.109,57
Dividendos	€ 1.090.605,52
Reduções de capital e de outros instrumentos de capital próprio	-
Outras operações de financiamento	€ 154.199,30
Fluxos de caixa das actividades de financiamento (C)	€ -6.131.930,85
TOTAIS	
Variação de caixa e seus equivalentes (A+B+C)	€ -972.414,05
Efeito das diferenças de câmbio	€ 12.333,45
Caixa e seus equivalentes no início do período	€ 1.272.672,49
Caixa e seus equivalentes no fim do período	€ 312.591,89

Identificação da Entidade

A BACALHÔA VINHOS DE PORTUGAL, SA é a empresa-mãe do Grupo Bacalhôa e está sediada em Azeitão. A Bacalhôa dedica-se fundamentalmente à produção e venda de vinhos e seus derivados, vinhos generosos, espumantes naturais e outras bebidas.

Sede Social: E.N.10, Vila Nogueira de Azeitão
2925 - 901 Azeitão, Portugal
Capital Social: 70.500.000 Euros

Referencial Contabilístico de Preparação das Demonstrações Financeiras

Capital próprio (SNC / NCM)	-
Resultados Transitados	€ 0,00
Resultado Líquido	€ 0,00
Outras Rubricas	€ 0,00

Principais Políticas Contabilísticas

As demonstrações financeiras anexas foram preparadas no pressuposto da continuidade das operações, a partir dos registos contabilísticos da Sociedade. Os principais princípios contabilísticos e critérios valorimétricos adotados na preparação das demonstrações financeiras são os seguintes:

(i) Ativos fixos tangíveis (NCRF 7)

Os ativos fixos tangíveis encontram-se registados ao seu custo de aquisição, deduzido das depreciações acumuladas e das perdas por imparidade. Este custo inclui o custo estimado à data de transição para o SNC e os custos de aquisição para ativos obtidos após essa data.

O custo de aquisição inclui o preço de compra do ativo, as despesas diretamente imputáveis à sua aquisição, incluindo os impostos não dedutíveis, e os encargos com a preparação do ativo para que se encontre em condições de utilização.

ANEXO 4

Relatório de Contas 2018

Relatório Financeiro Detalhado 2018

Tipo de Contabilidade

Organização da Contabilidade

NCRF - Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro

Demonstração dos Resultados por Naturezas

Rendimentos e Gastos

Vendas e serviços prestados	€ 23.853.870,02
Subsídios à exploração	€ 4.300,56
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	€ 1.776.601,84
Variação nos inventários da produção	€ -1.454.927,38
Trabalhos para a própria entidade	-
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	€ 9.921.946,49
Fornecimentos e serviços externos	€ 6.540.060,08
Gastos com o pessoal	€ 2.059.979,01
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	€ 39.933,26
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	€ 8.713,37
Provisões (aumentos/reduções)	-
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Outras imparidades (perdas/reversões) / Imparidades (perdas/reversões)	-
Aumentos/reduções de justo valor	€ 1.389.718,97
Outros rendimentos e ganhos	€ 614.511,09
Outros gastos e perdas	€ 460.791,87
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	€ 7.152.651,02
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	€ 2.241.811,63
Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	€ 4.910.839,39
Juros e rendimentos similares obtidos	-
Juros e gastos similares suportados	€ 1.250.361,89

Resultado antes de impostos	€ 3.660.477,50
Imposto sobre o rendimento do período	€ 359.979,22
Resultado líquido do período	€ 3.300.498,28
Resultado das actividades descontinuadas (líquido de impostos) incluído no resultado líquido do período	-

Balanço

Ativo não corrente

Activos fixos tangíveis	€ 20.749.824,79
Propriedades de investimento	€ 4.489,18
Goodwill	€ 2.097.291,95
Ativos intangíveis	€ 12.109,85
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial	€ 99.059.219,86
Participações financeiras - outros métodos	€ 4.494.670,14
Acionistas/sócios	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos por impostos diferidos	€ 292.976,71
Investimentos financeiros	-
Total	€ 126.947.257,77

Ativo corrente

Inventários	€ 11.049.681,64
Ativos biológicos	€ 159.613,28
Clientes	€ 3.484.205,54
Adiantamentos a fornecedores	-
Estado e outros entes públicos	-
Acionistas/sócios	-
Outras contas a receber	€ 1.704.793,95
Diferimentos	€ 519.721,25
Ativos financeiros detidos para negociação	-
Outros ativos financeiros	-
Ativos não correntes detidos para venda	-
Outros ativos correntes	-
Caixa e depósitos bancários	€ 1.272.672,49

	Soma	€ 18.190.688,15
	TOTAL DO ACTIVO	€ 145.137.945,92
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO		
Capital realizado		€ 70.500.000,00
Ações (quotas) próprias		-
Outros instrumentos de capital próprio		-
Prémios de emissão		-
Reservas legais		€ 1.603.586,06
Outras reservas		€ 4.567.330,62
Resultados transitados		€ 1.288.609,79
Ajustamentos em ativos financeiros		-
Excedentes de revalorização		€ 290,01
Outras variações no capital próprio		€ 18.674.977,78
	Soma	€ 96.634.794,26
Resultado líquido do período		€ 3.300.498,28
Dividendos antecipados		-
	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	€ 99.935.292,54
PASSIVO		
Passivo não corrente		
Provisões		-
Financiamentos obtidos		€ 30.091.716,41
Responsabilidades por benefícios pós-emprego		-
Passivos por impostos diferidos		€ 169.318,32
Outras contas a pagar		-
	Soma	€ 30.261.034,73
Passivo corrente		
Fornecedores		€ 7.549.346,93
Adiantamentos de clientes		-
Estado e outros entes públicos		€ 327.124,92
Acionistas/sócios		-
Financiamentos obtidos		€ 5.978.482,57

Outras contas a pagar		€ 1.081.322,13
Diferimentos		€ 5.342,10
Passivos financeiros detidos para negociação		-
Outros passivos financeiros		-
Passivos não correntes detidos para venda		-
Outros passivos correntes		-
	Soma	€ 14.941.618,65
	TOTAL DO PASSIVO	€ 45.202.653,38
	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	€ 145.137.945,92

Demonstração das alterações no capital próprio

PERÍODO N-1		
Posição no Início		
	Total (A)	€ 0,00
ALTERAÇÕES NO PERÍODO		
Primeira adopção de novo referencial contabilístico		€ 0,00
Alterações de políticas contabilísticas		€ 0,00
Diferenças de conversão de demonstrações financeiras		€ 0,00
Realização do excedente de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis		€ 0,00
Excedentes de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis e respectivas variações		€ 0,00
Ajustamentos por impostos diferidos		€ 0,00
Outras alterações reconhecidas no capital próprio		€ 0,00
	Total (B)	€ 0,00
	Resultado Líquido do Período (C)	€ 0,00
	Resultado Integral (D) (D = B + C)	€ 0,00
OPERAÇÕES COM DETENTORES DE CAPITAL NO PERÍODO		
Realizações de capital		€ 0,00
Realizações de prémios de emissão		€ 0,00
Distribuições		€ 0,00
Entradas para cobertura de perdas		€ 0,00
Outras operações		€ 0,00
	Total (E)	€ 0,00

Posição no fim do Período (F) (F = A + B + C + E)		€ 0,00
PERÍODO N		
Posição no Início		
Capital Realizado		€ 61.500.000,00
Reservas Legais		€ 1.400.949,53
Outras Reservas		€ 11.178.039,67
Resultados Transitados		€ -2.557.978,40
Excedentes de Revalorização		€ 290,01
Outras Operações		€ 17.005.429,17
	Total (F)	€ 88.526.729,98
ALTERAÇÕES NO PERÍODO		
Primeira adopção de novo referencial contabilístico		€ 0,00
Alterações de políticas contabilísticas		€ 0,00
Diferenças de conversão de demonstrações financeiras		€ 0,00
Realização do excedente de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis		€ 0,00
Excedentes de revalorização de activos fixos tangíveis e intangíveis e respectivas variações		€ 0,00
Ajustamentos por impostos diferidos		€ 18.848,12
Outras Operações		€ 18.848,12
Outras alterações reconhecidas no capital próprio		€ 134.716,16
Reservas Legais		€ 202.636,53
Outras Reservas		€ -6.610.709,05
Resultados Transitados		€ 4.892.088,19
Outras Operações		€ 1.650.700,49
	Total (G)	€ 153.564,28
	Resultado Líquido do Período (H)	€ 3.300.498,28
	Resultado Integral (I) (I = G + H)	€ 3.454.062,56
OPERAÇÕES COM DETENTORES DE CAPITAL NO PERÍODO		
Realizações de capital		€ 9.000.000,00
Capital Realizado		€ 9.000.000,00
Realizações de prémios de emissão		€ 0,00
Distribuições		€ -1.045.500,00
Resultados Transitados		€ -1.045.500,00

Entradas para cobertura de perdas	€ 0,00
Outras operações	€ 0,00
Total (J)	€ 7.954.500,00
Posição no fim do período (L) (L = F + G + H + J)	€ 99.935.292,54

Demonstração de Fluxos de Caixa

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES OPERACIONAIS

Recebimentos de clientes	€ 26.773.329,75
Pagamentos a fornecedores	€ 17.140.453,67
Pagamentos ao pessoal	€ 1.957.919,99
Caixa gerada pelas operações	€ 7.674.956,09
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento	€ -1.338.229,20
Outros recebimentos/pagamentos	€ -525.376,70
Fluxos de caixa das actividades operacionais (A)	€ 5.811.350,19

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO

Pagamentos respeitantes a:	
Activos fixos tangíveis	€ 5.649.068,24
Activos intangíveis	-
Investimentos financeiros	€ 18.964.487,38
Outros activos	-
Recebimentos provenientes de:	
Activos fixos tangíveis	€ 874.800,60
Activos intangíveis	-
Investimentos financeiros	€ 8.862.714,00
Outros activos	-
Subsídios ao investimento	-
Juros e rendimentos similares	€ 99,73
Dividendos	€ 626.938,08
Fluxos de caixa das actividades de investimento (B)	€ -14.249.003,21

FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO

Recebimentos provenientes de:	
Financiamentos obtidos	€ 36.695.000,00

Realizações de capital e de outros instrumentos de capital próprio	€ 9.000.000,00
Cobertura de prejuízos	-
Doações	-
Outras operações de financiamento	-
Pagamentos respeitantes a:	
Financiamentos obtidos	€ 34.279.440,14
Juros e gastos similares	€ 945.104,34
Dividendos	€ 958.513,22
Reduções de capital e de outros instrumentos de capital próprio	-
Outras operações de financiamento	€ 17.967,47
Fluxos de caixa das actividades de financiamento (C)	€ 9.493.974,83
TOTAIS	
Variação de caixa e seus equivalentes (A+B+C)	€ 1.056.321,81
Efeito das diferenças de câmbio	€ -2.044,83
Caixa e seus equivalentes no início do período	€ 218.395,51
Caixa e seus equivalentes no fim do período	€ 1.272.672,49

Identificação da Entidade

A BACALHÔA VINHOS DE PORTUGAL, SA é a empresa-mãe do Grupo Bacalhôa e está sediada em Azeitão. A Bacalhôa dedica-se fundamentalmente à produção e venda de vinhos e seus derivados, vinhos generosos, espumantes naturais e outras bebidas.

Sede Social: E.N.10, Vila Nogueira de Azeitão

2925 - 901 Azeitão, Portugal

Capital Social: 70.500.000 Euros

Referencial Contabilístico de Preparação das Demonstrações Financeiras

Capital próprio (SNC / NCM)	-
Resultados Transitados	€ 0,00
Resultado Líquido	€ 0,00
Outras Rubricas	€ 0,00

Principais Políticas Contabilísticas

As demonstrações financeiras anexas foram preparadas no pressuposto da continuidade das operações, a partir dos registos contabilísticos da Sociedade. Os principais princípios contabilísticos e critérios valorimétricos adotados na preparação das demonstrações financeiras são os seguintes:

(i) Ativos fixos tangíveis (NCRF 7)

Os ativos fixos tangíveis encontram-se registados ao seu custo de aquisição, deduzido das depreciações acumuladas e das perdas por imparidade. Este