

# **QUINTA DO BARRANCO LONGO**

## **FICHA DE EMPRESA**

Este texto é um capítulo do livro **ECONOMIA PORTUGUESA – SETORES E EMPRESAS QUE RESISTEM**, publicado em 2014

Trabalho realizado por:

**Helder Carrasqueira**

## Introdução

A Quinta do Barranco Longo (QBL) é uma das empresas produtoras de vinhos que nas últimas duas décadas resgataram o Algarve da letargia em que havia mergulhado enquanto região produtora de vinhos.

Nem sempre assim foi. A produção da região foi relevante a nível nacional nos séculos XIII e XIV, com uma componente de exportação, atestado por documentos de então como no foral de Tavira, Silves ou Porches. Posteriormente a eclosão da produção no centro e norte, com particular ênfase para o Douro, viria a retirar proeminência no todo nacional. Todavia, aquando da praga da filoxera que dizimou fortemente as vinhas do norte, enviava o Algarve para aquela região significativas quantidades de vinho no sentido de compensar a capacidade de dar resposta às encomendas em carteira de vinho do Porto.

Na segunda metade do século XX, a qualidade do vinho cresceu de forma significativa nos principais países produtores, beneficiando da inclusão de novas tecnologias nos tradicionais métodos de produção. O Algarve então mais preocupado em desenvolver o filão do turismo, descurou esta evolução: não se modernizou em termos tecnológicos, de gestão ou de atualização das castas tradicionais, mais viradas para o volume de produção do que para os sabores que iam marcando os novos padrões de qualidade a nível internacional. O essencial contudo continuava por cá: o anfiteatro natural que a serra algarvia forma na proteção ao barrocal, as mais de três mil horas de sol, a amplitude térmica dia/noite (que nomeadamente o barrocal proporciona) e os terrenos de boa qualidade argilo-calcários.

No dealbar dos anos noventa, os apoios comunitários então criados ajudaram a despoletar o investimento na região e um novo conjunto de produtores surgiu, com foco na qualidade dos produtos que vão sendo apresentados ao mercado e reconhecidos com medalhas e menções em concursos, feiras e painéis de provadores especializados. Podemos referir entre outros a Quinta dos Vales, a Quinta do Francês, a Adega do Cantor, a Quinta do Morgado da Torre ou a Quinta do Barranco Longo que abordamos neste trabalho com mais detalhe.

Uma nota adicional para referir que na fase de declínio do anterior modelo, a resistência esteve a cargo da Adega Cooperativa de Lagoa, que em 2006 se fundiu com a Adega de Lagos no sentido de ganharem escala e poderem estar no mercado com outra ambição; passaram a denominar-se: Única – Adega Cooperativa do Algarve.

## 1. Empresa

A Quinta do Barranco Longo (QBL) foi fundada em 2001; tem sede na freguesia do Algoz, concelho de Silves, e tem a forma jurídica de uma sociedade unipessoal detida pelo empresário Rui Virgínia. Tem capital social entre 250.000 e 500.000€ e emprega nove colaboradores repartidos pela gestão, enologia, comercial, distribuição e afetos à produção. Dedicar-se à produção de vinhos no formato “vinho de quinta”.

## 2. Empreender no Barranco Longo

Por detrás duma empresa está normalmente o empreendedor e uma ideia. Rui Virgínia havia arrancado em 1995 com a produção de citrinos. Por volta do ano 2000, num jantar com ex-colegas de curso da universidade é-lhe atirada a questão por um transmuntano das imediações do Douro: “você no Algarve têm figos e amêndoas como na terra quente transmuntana, mas não têm vinho. Quando é que se atrevem?” A questão não caiu em saco roto pois a ideia já andava a germinar. Em 2001 o então já empresário agrícola começou a delinear os testes da vinha, seleção de castas, a que se seguiram os ensaios de micro vinificação. O resultado foi encorajador pelo que em 2001 arrancou verdadeiramente a QBL com a colheita a obter 7000 litros de produção e a permitir obter o primeiro vinho, um rosé que se revelaria de ótima qualidade. A semente que havia sido lançada à terra dos sonhos havia germinado.

### 3. Evoluir com inovação

A tradição apontava no sentido dos vinhos tintos. Todavia o entendimento foi outro. O mercado de consumo no Algarve tem um pico no verão, com a época alta do turismo, altura em que a restauração se desdobra para servir os múltiplos clientes que exigem pratos da cozinha tradicional e cuja oferta varia nomeadamente entre o peixe grelhado e os mariscos. Estes pratos pedem vinhos novos, leves e frutados, a que correspondem os brancos e os rosés. Não havendo tradição na restauração corrente de apresentar os vinhos tintos à temperatura adequada, estes tornam-se pois algo desajustados. Neste seguimento, a QBL vai especializar-se principalmente nos rosés e brancos. Assim:

- Em 2003 é produzido o primeiro Barranco Longo (BL) Rosé;
- Em 2004 já com 10 ha de vinha plantada, produziram 10 000 Lt e apresentaram o primeiro monocasta: BL Touriga Nacional;
- Em 2005 produziram 30 000 Lt e surgiu o BL Branco Grande Escolha; começou também a apresentação dos vinhos a críticos e revistas de referência;
- Em 2008 voltam a inovar e apresentam o primeiro vinho espumante *made in* Algarve com a interpelante designação de *Quê* o primeiro vinho rosé português 100% fermentado em barricas de carvalho;
- Em 2013, a QBL continuou a aperfeiçoar o ciclo do vinho com os métodos enológicos mais inovadores, aceitação pelo mercado e já com a área de vinha em 15 ha, a produção foi de 120 000 garrafas, repartidas pelas várias marcas da quinta.

Em síntese, a evolução da QBL foi acompanhada por uma perspetiva de adequação ao mercado e atitude de inovação, consubstanciada nomeadamente em três produtos: um rosé de grande qualidade e o primeiro espumante do Algarve; o primeiro rosé do país fermentado em barricas de carvalho.

## 4. A produção

Com a atual área de produção é relativamente fácil obter uma maior quantidade de vinho. Porém, quando a opção é pela qualidade deve sacrificar-se a capacidade de produção das cepas em favor do seu talento e carácter. Na QBL há uma atenção particular à vinha, pois é a matéria-prima base para toda a cadeia de produção. É usado um sistema de proteção integrada com tratamentos preventivos (não corretivos) e com produtos devidamente autorizados para aplicação na vinha. A poda no Outono e a poda em verde na Primavera (que visa libertar a planta do excesso de ramos e folhas) é feita por equipas profissionais que se deslocam do Alentejo. A vindima é realizada de forma manual e em caixas pequenas para não danificar as uvas, evitando a fermentação por antecipação. De seguida é colocada em câmaras frigoríficas no sentido de baixar a temperatura e feita uma escolha, visando eliminar todos os bagos que não estejam em boas condições ou folhas. Só depois se avança na adega para o desengaço ou seja, a separação dos bagos do cacho, e esmagamento visando extrair o sumo da uva que depois entra na maceração (mais breve nos brancos e mais demorada nos tintos). Posteriormente o mosto entra nas cubas inox para fermentação em temperatura controlada. Uma vez este processo terminado, o vinho é trasfegado, sendo filtrado para a linha de enchimento ou colocado em barricas de carvalho francês ou americano para envelhecimento.

No seguimento, a metodologia encaixa no perfil de procedimentos “normais” para a realização de vinhos de qualidade elevada.

## 5. O produto

A QBL trabalha com um *mix* de castas regionais/nacionais e internacionais. As últimas são indispensáveis para se obterem sabores com que o mercado se identifica em termos globais, visto se terem afirmado como padrão junto da crítica especializada e são características dos mercados que fazem as tendências no mundo do vinho. A partir das mesmas foram desenvolvidos todo um conjunto de

produtos adaptados aos vários segmentos de mercado identificados como tendo consumidores potenciais. Veja-se adiante o portfólio da oferta:

### Marcas de vinho QBL/Castas/Tipo

Barranco Longo Branco Grande Escolha	Branco Regional Algarve
Barranco Longo Viognier	Branco Regional Algarve
Barranco Longo Rosé	Rosé Regional Algarve
Barranco Longo Oaked Rose	Rosé Regional Algarve
Barranco Longo Aragonéz Cabernet Sauvignon	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Tinto Colheita Seleccionada	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Reserva Tinto	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Reserva Touriga Nacional	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Reserva Syrah	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Reserva Alicante Bouschet	Tinto Regional Algarve
Barranco Longo Reserva Cabernet Sauvignon	Tinto Regional Algarve
Remexido Tinto	Vinho Tinto
Remexido Branco	Vinho Branco
Quê Rosé	Vinho Espumante de Qualidade
Quê Branco	Vinho Espumante de Qualidade

Fonte: QBL, enóloga Patrícia Piassab;

## 6. O mercado/comercialização

A produção de uma quinta como a QBL estabilizada na atualidade numa produção que pode oscilar até às 150 000 garrafas, não tem dimensão para uma abordagem generalista ao mercado nacional, nem quantidade para um

posicionamento via preço. Face ao esmagamento de margens na grande distribuição, este é outro circuito a evitar se for possível. Neste contexto há que fazer escolhas. A QBL escolheu o mercado do Algarve e deu preferência ao canal HORECA – hotelaria, restaurantes e cafés/bares. Acrescem supermercados com parte *gourmet* e algumas garrafeiras, incluindo pontos de vendas em Lisboa. Tem distribuição e equipa de comerciais própria. Face à crise optaram por técnicas de *yield management* no sentido de escoar a produção e evitar *stocks* indesejáveis nomeadamente dos vinhos que devem ser comercializados jovens. O próprio empresário visita regularmente os melhores clientes.

## 7. O reconhecimento

O maior reconhecimento a que uma empresa pode almejar é a sua aceitação pelo mercado, viabilizando a sua produção através da aceitação dos seus produtos. Apesar de ter como política não se apresentar em concursos, tem visto o reconhecimento pelos painéis de provadores em várias ocasiões, podendo salientar-se:

- 2005 – os vinhos do Barranco Longo estiveram presentes no Wine Show London, um dos maiores certames da capital britânica dedicados ao consumidor de vinhos. No decurso do mesmo o estreado monocasta Touriga Nacional 2004 conseguiu ser selecionado pelo conceituado crítico de vinhos britânico Oz Clarke, para integrar uma prova temática que se repetiu em dois dias de feira.
- Concurso da Revista de Vinhos em 2006 – 1º classificado com BL Rosé;
- Concurso da Revista Escanção (a mais antiga revista portuguesa de vinhos) – 1º classificado na categoria Premium com o BL Rosé em 2013;

## 8. Concorrência

O Algarve tem registado na respetiva Comissão Vitivinícola cerca de vinte e cinco produtores. Entre estes a Única, que resulta da fusão entre as adegas cooperativas de Lagoa e Lagos. Seguem-se os produtores do género “vinhos de quinta”. Entre estes, podemos apontar, grosso modo, aqueles que já tinham tradição na produção de vinho e que se adaptaram e modernizaram; aqueles que nada tinham a ver com vinho e que colocaram de pé projetos baseados no gosto de produzir o seu próprio vinho e no ato cultural que envolve a sua produção; os que na mesma situação da anterior desenvolveram projetos profissionais de nível bastante elevado, validado com reconhecimento em concursos de vinhos nacionais e internacionais. Alguns destes projetos também já incluem uma vertente de enoturismo como é o caso da Quinta dos Vales, também conhecida pela coleção de arte associada. Acrescem, repartidos pelas várias situações, produtores de nacionalidade estrangeira que se fixaram na região acreditando no potencial de produção de bons vinhos, alguns com formação específica e experiência anterior na enologia em vários países produtores com tradição de grandes vinhos. Eles são uma clara mais-valia no *upgrade* da produção de vinhos com qualidade no Algarve.

Todos estes produtores têm em comum duas características: uma produção limitada e o ter de lutar contra a imagem no mercado que ainda associa o Algarve a vinhos de menor qualidade. Apesar das pequenas produções, o mercado da região acaba por ser pequeno para acomodar toda a produção pois existe a sazonalidade do turismo e o preço, sendo do tipo “vinho de quinta”, acaba por não ser acessível ao grande público como o das grandes produtores do Alentejo, que jogam no preço baixo das gamas de entrada como fator de venda em quantidade. O mercado de exportação por sua vez também exige quantidade pelo que individualmente cada produtor terá dificuldade em se fixar no exterior com consistência. Logo, será desejável uma cooperação regional que traga escala e a criação de uma marca chapéu que dê identidade à região. Parece-nos todavia que estamos perante um problema institucional ou seja, a região precisa de um novo programa de apoio, que permita a alguns produtores darem o salto para uma dimensão média que dê escala e visibilidade no mercado em termos nacionais e internacionais.

## 9. Investimentos

Na situação presente de contração do mercado todos os investimentos devem ser seriamente ponderados. Os últimos realizados pela QBL com algum folgo foram ao nível da expansão da adega e modernização tecnológica da mesma. No presente, a situação aconselha prudência até que o contexto económico apresente condições de retorno que justifiquem um novo passo em frente. O projeto que mobiliza Rui Virgínia é a expansão da vertente do enoturismo com a criação de uma nova adega (a atual podia ser alvo de um estudo sobre como ocupar o espaço disponível de forma ultra eficiente), com *showroom*, loja comercial, salão para eventos e festas e uma sala em anfiteatro. Ou seja, criar condições para poder receber diariamente grupos de turistas, aumentar as vendas diretas e contribuir para a oferta complementar da região ao modelo dominante do sol e praia.

## 10. Preocupações sociais

Faz parte da gestão da QBL ter boas relações com a comunidade envolvente acrescidas duma postura de responsabilidade social. O aspeto mais saliente deste posicionamento é o magusto que anualmente realiza pelo São Martinho na sede do concelho, no emblemático castelo de Silves. Para além do convívio e animação proporcionada à população, a receita é doada à paróquia local no sentido de poder continuar a apoiar famílias carenciadas da cidade. Junta assim o seu esforço a outras entidades como o Banco Alimentar ou a Conferência de São Vicente de Paulo, que atuam tradicionalmente nesta área de ajuda aos que na sociedade mais precisam de apoio à sua sustentabilidade.

## 11. Pontos fortes/fracos

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade dos produtos;</li> <li>• <i>Know-how</i> acumulado;</li> <li>• Força de vendas própria;</li> <li>• Recursos humanos qualificados e motivados;</li> <li>• Liderança empreendedora;</li> <li>• Identidade própria da marca/rótulo das garrafas;</li> <li>• Capacidade de inovação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção limitada;</li> <li>• Dificuldades na assistência técnica especializada;</li> <li>• Dificuldades na mão-de-obra especializada;</li> <li>• Capacidade limitada de expansão.</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento da ligação ao enoturismo;</li> <li>• Afirmação no mercado pela qualidade dos produtos;</li> <li>• Programa de apoio ao desenvolvimento/modernização das atuais quintas de produção;</li> <li>• Criação da DOC Algarve.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alterações sucessivas da legislação;</li> <li>• Efeitos da crise no canal HORECA;</li> <li>• Sistema de promoção no exterior pouco eficiente para os pequenos produtores;</li> <li>• Margens esmagadas na exportação e na grande distribuição.</li> </ul>

## 12. Conclusão

No Algarve da primeira década do séc. XXI, dominado pela atividade turística e pelo investimento generalizado no imobiliário/construção civil, o empresário Rui Virgínia remou contra a maré e empreendeu na produção de vinhos. Num enquadramento desfavorável para a marca “vinhos do Algarve”, provou que era possível fazer vinhos de elevada qualidade, contribuindo para o retomar da tradição vinícola da região. Visitou regiões consagradas de produção vinícola no exterior. Adotou técnicas avançadas de produção e testou novos métodos

aplicados à região, procurando melhorar em contínuo e acumulando saber fazer. Inovou com a apresentação de novos vinhos que foram uma novidade na origem Algarve. Criou a sua própria rede de comercialização e distribuição. É um empresário presente, desde a vinha à adega, vivendo de perto todo o processo de transformação das uvas em vinho e mesmo na comercialização, com visitas regulares aos principais clientes.

Porém, tal como outros produtores da região, a Quinta do Barranco Longo está numa fase intermédia do seu desenvolvimento. A existência de apoio institucional, através de programas comunitários que permitissem concretizar o projeto de enoturismo, é uma medida que faz todo sentido, potenciando com esta alavanca uma maior rentabilidade do negócio e propiciando o posterior desenvolvimento da produção da região. Acresce que são desejáveis, numa região turística como o Algarve, a criação de atividades complementares ao tradicional produto “sol e praia”, sendo que no conjunto da região se poderia desenhar uma “futura rota dos vinhos” que teria sempre uma componente de turismo cultural. Outras regiões já têm rota mas não têm um fluxo regular de turistas que viabilizem a estrutura de receção nas quintas. O Algarve tem os turistas mas não tem a rota.

Ficamos pois na expectativa que estes empreendedores, que já provaram no mercado terem capacidade e vontade de crescer, possam ter o necessário apoio e enquadramento institucional para que o Algarve volte a ser terra de vinhos de reconhecida qualidade, contribuindo para a diversificação da base produtiva da região, gerando riqueza e emprego.

## Referências Bibliográficas

Contra a corrente, <http://www.vinhos.online.pt/dnf.asp?id=1643>, acessido a 30-07-2013.

Guia dos vinhos do Algarve, [http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=32&file=guia\\_vinhos\\_09.pdf](http://www.visitalgarve.pt/pressroom.file.php?fileID=32&file=guia_vinhos_09.pdf), acessido a 30-07-2013.

Magna carta, <http://www.magnacasta.com/vinhos/barranco-longo-rose-2009>, acessido a 29-07-2013.

Quinta do Barranco Longo no facebook, <https://pt-pt.facebook.com/pages/Quinta-do-Barranco-Longo/98780284756>, acessido a 28-07-2013.

Quinta do Barranco Longo renova tradição com tecnologia moderna, <http://www.oje.pt/gente-e-negocios/casos-de-sucesso/quinta-do-barranco-longo-renova-tradicao-com-tecnologia-moderna>, acessida a 28-07-2013.

Roteiro gastronómico de Portugal, [http://www.gastronomias.com/vinhos/barranco\\_longo/](http://www.gastronomias.com/vinhos/barranco_longo/), acessido a 29-07-2013.

Vinhos do Algarve, Comissão Vitivinícola do Algarve, <http://www.vinhosdoalgarve.pt/agentes-economicos/79-quinta-do-barranco-longo-lda>, acessido a 29-07-2010.

Vinhos do Algarve, Comissão Vitivinícola do Algarve, <http://www.vinhosdoalgarve.pt/agentes-economicos>, acessido a 29-07-2010;  
Wines of Portugal, <http://www.winesofportugal.info/pagina.php?codNode=117479>, acessido a 30-07-2013.

### **Outras referências:**

Agradecemos a reunião que tivemos na QBL com o empresário Rui Virgínia e a enóloga Patrícia Piassab, seguida de visita à adega, em 01-08-2013 e que se revelaria muito útil para a elaboração deste trabalho.