



ESTUDO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR NAS FILEIRAS DE DIVERSIFICAR ALGARVE

Vinho

Promoção do Empreendedorismo Qualificado na região do
Algarve

PROJETO ALGARVE EMPREENDE 2026

FICHA TÉCNICA

Título	Estudo do Perfil do Empreendedor nas Fileiras de Diversificar Algarve - Vinho
Projeto	Algarve Empreende 2026 - Promoção do Empreendedorismo Qualificado na região do Algarve (ALGARVE-FEDER-00952200)
Fileira	Vinho (CAE 01210 e 11021)
Âmbito	Diagnóstico económico, dinâmica empresarial, internacionalização e perfil do empreendedor
Entidades promotoras	Universidade do Algarve · AMAL · Algarve Evolution · Algarve STP · NERA · ANJE
Fontes estatísticas	INE · IVV · CVA · ITC Trade Map · Eurostat · OIV · CCDR Algarve · Turismo de Portugal
Enquadramento estratégico	RIS3/EREI Algarve 2030 · Diversificar Algarve 2030 · Programa Regional Algarve 2030 · Cofinanciado pela União Europeia
Ano	2026

Nota de elaboração

Este documento foi integralmente elaborado por um humano. Alguns conteúdos foram posteriormente revistos e aperfeiçoados com o apoio de ferramentas de inteligência artificial.

Índice

1	Enquadramento Geral.....	1
1.1	Projeto.....	1
1.2	Objetivos	1
1.3	Promotores	1
1.4	Entidades Participantes na Comunidade de Inovação	2
1.5	Contexto Económico do Algarve.....	2
1.6	Sumário Executivo da Fileira do Vinho	3
2	Enquadramento Metodológico	4
2.1	Princípios Orientadores	4
2.2	Âmbito e Delimitação	4
2.3	Fontes de Informação.....	5
2.4	Procedimentos de Análise	5
2.5	Limitações e Alcance	5
3	Caracterização e Diagnóstico da Fileira	6
3.1	Enquadramento Territorial e Económico.....	6
3.2	Enquadramento Setorial e Institucional.....	6
3.2.1	Contexto Global e Nacional do Setor Vitivinícola.....	7
3.3	Estrutura Produtiva.....	10
3.4	Estrutura Empresarial.....	10
3.5	Estrutura Comercial e Mercados.....	13
3.6	Síntese Diagnóstica da Fileira	14
4	Estrutura da Fileira e Cadeia de Valor.....	15
4.1	Modelo Estrutural da Fileira	15
4.2	Cadeia de Valor dos Vinhos do Algarve	15
4.3	Distribuição e Retenção de Valor na Cadeia	16
4.4	Ecosistema Institucional e Apoios Estruturantes.....	18
4.5	Inovação, Sustentabilidade e Digitalização da Fileira	18
4.6	Governança, Cooperação e Coordenação Estratégica	20
4.7	Síntese Sistémica e Desafios Estruturais da Fileira	21
5	Dinâmica Empresarial da Fileira	22
5.1	Enquadramento da Dinâmica Empresarial.....	22
5.2	Indicadores de Dinâmica Empresarial (2019–2024).....	22
5.3	Fatores de Competitividade e Sustentabilidade da Dinâmica Empresarial	24
5.4	Síntese Interpretativa Final da Dinâmica Empresarial.....	25
6	Diagnóstico Estratégico da Fileira	26
6.1	Posicionamento Estratégico da Fileira.....	26

6.2 · Principais Desafios Estruturais	26
6.3 · Fatores Críticos de Sucesso.....	26
6.4 · Síntese Estratégica.....	26
7 Internacionalização e Mercados Externos	27
7.1 · Enquadramento metodológico.....	27
7.2 · Evolução das exportações (2019–2024).....	27
7.3 · Estrutura das exportações por tipologia de produto (NC6).....	27
7.4 · Mercados de destino e inserção geográfica	28
7.5 · Síntese Estratégica da Internacionalização.....	29
8 Perfil do Empreendedor da Fileira	31
8.1 · Caracterização da Atividade do Negócio	32
8.2 · Contexto para o Nascimento da Atividade do Negócio	32
8.3 · Perfil do Empreendedor	34
8.4 · Evolução da Atividade	35
8.5 · Inovação, I&I e Tendências	36
8.6 · Balanço e Recomendações	37
9 Trajetórias Empresariais da Fileira	39
9.1 · Enquadramento e Objetivos Analíticos	39
9.2 · Porque Nascem Empresas na Fileira do Vinho do Algarve.....	40
9.3 · Porque Sobrevivem as Empresas da Fileira do Vinho do Algarve	41
9.4 · Porque Morrem ou Têm Dificuldade em Consolidar-se.....	42
9.5 · Leitura Integrada e Implicações Estratégicas	43
10 Análise SWOT da Fileira.....	45
10.1 · Síntese estratégica da análise SWOT.....	46
11 Conclusões e Recomendações Estratégicas	47
11.1 · Conclusões.....	47
11.2 · Recomendações Estratégicas.....	48
Reforçar o posicionamento premium e a diferenciação territorial.....	48
Estruturar a internacionalização de forma coordenada	48
Reforçar cooperação e escala promocional	48
Consolidar integração com enoturismo e economia cultural.....	48
Intensificar sustentabilidade e adaptação climática	48
Apoiar qualificação empresarial e sucessão geracional	48
Reforçar notoriedade internacional da marca “Vinhos do Algarve”	48
11.3 · Eixos de Desenvolvimento da Fileira do Vinho do Algarve	49
Nota Introdutória.....	49
Eixo 1 - Valorização e Posicionamento Premium	49
Eixo 2 - Internacionalização e Consolidação Comercial	50

Eixo 3 - Enoturismo e Integração Territorial	50
Eixo 4 - Sustentabilidade e Adaptação Climática	50
Eixo 5 - Cooperação, Governação e Promoção Coletiva	51
Eixo 6 - Qualificação, Inovação e Renovação Geracional.....	51
Síntese dos Eixos	51
11.4 · Conclusões Finais	52
12 Fontes Estatísticas e Bibliográficas	53
12.1 · Fontes Estatísticas e Institucionais	53
12.2 · Documentos Estratégicos e Setoriais	53
12.3 · Fontes Qualitativas e Empíricas	53
A Anexo - Perfil Económico da Fileira	54
A.1 · Número de Empresas.....	54
A.2 · Volume de Negócios	56
A.3 · Produção das Empresas.....	57
A.3.1 · Evolução dos Volumes Vínicos Totais.....	58
A.4 · Valor Acrescentado Bruto.....	58
A.5 · Pessoal ao Serviço	59
A.6 · Gastos com Pessoal.....	59
A.7 · Resultado Líquido do Exercício	60
A.8 · Produtividade - VAB por Trabalhador	60
A.9 · Produtividade - VAB / Gastos com Pessoal	61
A.10 · Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF)	61
A.11 · Exportações	62
A.12 · Nota Técnica sobre as Exportações (NC 2204).....	62
A.12.1 · Nota Metodológica	62
A.12.2 · Estrutura Técnica das Exportações	62
A.12.3 · Observação Técnica Relevante	63
A.13 · Síntese Conclusiva do Perfil Económico.....	63

Índice de Quadros

- Principais fontes de informação utilizadas	5
- Estrutura Produtiva da Fileira do Vinho do Algarve; 2024	10
- Estimativa da Distribuição das Empresas por Concelho; 2024.....	11
- Estrutura Empresarial e Emprego (2024)	12
- Canais de Comercialização dos Vinhos do Algarve (2024).....	13
- Principais Mercados de Destino (2024)	13
- Apoios à Fileira do Vinho	17
- Ecossistema da Fileira do Vinho do Algarve	18
- Áreas de Inovação na Fileira; 2024	19
- Exemplos de Boas Práticas na Fileira do Vinho do Algarve	19
- Principais Atores e Funções na Governança da Fileira	20
- Diagnóstico-Síntese da Fileira do Vinho do Algarve	21
- Taxas de Natalidade, Mortalidade e Sobrevivência das Empresas da Fileira do Vinho; Anos 2019 a 2024	22
- Exportações de vinho do Algarve, NC 2204; Algarve; 2019 a 2024	27
- Exportações do Algarve por Mercados: Extracomunitário e Intracomunitário; Vinho NC 2204; Anos 2019 a 2024.....	28
- Taxa de resposta ao questionário - Fileira do Vinho	31
- Tipo de entidade.....	32
- Ano início da atividade	32
- Número atual de trabalhadores	32
- Volume de negócios anual médio	32
- Origem maioritária dos trabalhadores	32
- Concelho onde a atividade está localizada	32
- Principais motivos para a criação da empresa.....	32
- Grau de dificuldade sentido na criação da empresa	33
- Principais dificuldades no arranque da empresa	33
- Fontes de financiamento utilizadas no arranque da empresa	33
- Origem da propriedade – Terrenos, infraestruturas	33
- Considera que as condições de contexto do Algarve foram positivas para o nascimento da sua empresa.....	33
- Origem	34
- Região de origem/país.....	34
- Idade atual	34
- Nível de escolaridade.....	34
- Formação específica na fileira	34
- Situação profissional/pessoal antes da criação da empresa	34
- Existência de tradição familiar na atividade.....	34
- Como descreve o momento atual da sua empresa	35
- Evolução da atividade nos últimos 5 anos.....	35
- Expectativa da evolução da atividade para os próximos 3 anos	35
- Tem uma estratégia e plano de sucessão para a empresa	35
- Na sua opinião, quais os fatores que considera mais importantes para garantir a sobrevivência futura das empresas desta fileira	35
- Como avalia o contributo da localização da atividade no Algarve para a competitividade da empresa.....	35
- Na sua opinião, esta fileira na região do Algarve tem	36
- Quais considera serem as principais causas do encerramento de empresas na sua fileira ...	36
- Introduziu alguma inovação nos últimos 5 anos	36
- Tipo de inovação introduzida	36

- Colaboração com entidades I&I (mesmo que informalmente)	36
- Grau de interesse em participar em projetos de I&D aplicada	37
- Quais as tendências que considera mais relevantes para a sua fileira	37
- Empreenderia novamente nesta fileira se tivessem que recomeçar hoje	37
- Evolução do número das empresas, CAE 01210; Anos 2019 a 2024	54
- Evolução do número das empresas, CAE 11021; Anos 2019 a 2024	54
- Evolução do número total das empresas, CAE 01210 + CAE 11021; Anos 2019 a 2024	55
- Número de empresas por Município, CAE 01210 e CAE 11021; Ano 2024	55
- Volume de negócios das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	56
- Taxas de variação do volume de negócios das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	57
- Produção das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	57
- Valor acrescentado bruto das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	58
- Pessoal ao serviço das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	59
- Gastos com o pessoal ao serviço das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	59
- Resultado líquido das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	60
- VAB por trabalhador	60
- VAB por gastos de pessoal por trabalhador	61
- Investimento produtivo das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024	61
- Exportações de Vinho do Algarve; NC 2204 – Vinhos de Uvas Frescas; Anos 2019 a 2024	62

Índice de Gráficos

- Produção Global de Vinho; 2014 a 2024	7
- Principais Países Produtores de Vinho no Mundo; 2024	7
- Principais Países Exportadores de Vinho do Mundo; 2024	8
- Exportações de Vinho de Portugal; 2020 a 2024	8
- Exportações de vinho do Algarve; Anos 2019 a 2024	9
- Exportações de Vinho do Algarve, NC 2204 – Vinhos de Uvas Frescas; Anos 2019 a 2024	9
- Distribuição das empresas da fileira por atividade económica; Algarve; 2024	12
- Cadeia de Valor dos Vinhos do Algarve	16
- Taxas médias de natalidade, mortalidade e sobrevivência a 2 anos; Viticultura e Produção de Vinhos; Algarve; 2019 a 2024	23
- Exportações de vinho do Algarve por mercado de destino, NC 2204; Algarve; 2019 a 2024	28
- Número de empresas da fileira do Vinho por município; Algarve; 2024	56
- Evolução dos volumes vínicos totais declarados, certificados e comercializados; Algarve; campanhas 2012/2013 a 2024/2025	58
- Valor Acrescentado Bruto da fileira do Vinho por CAE; Algarve; 2019 a 2024	59
- Preço médio por quilograma exportado - Vinho NC 2204; Algarve; 2019 a 2024	62

1 Enquadramento Geral

1.1 · Projeto

O Projeto ALGARVE EMPREENDE 2026 – Promoção de Empreendedorismo Qualificado na Região do Algarve (código ALGARVE-FEDER-00952200) tem como objetivo reforçar o ecossistema empresarial regional, através de iniciativas que qualifiquem competências, promovam inovação e aumentem a resiliência do tecido económico.

No Algarve, o empreendedorismo e a inovação são determinantes para dinamizar cadeias de valor, criar emprego qualificado e apoiar a modernização de setores tradicionais, contribuindo para a diversificação da base económica regional. Este esforço enfrenta, contudo, desafios estruturais persistentes, como a reduzida dimensão média das empresas, a fragmentação de atores, o acesso limitado a financiamento, a sobrevivência empresarial condicionada e barreiras na transferência e aplicação de conhecimento.

O presente estudo enquadra-se na RIS3/EREI Algarve 2030 e na iniciativa Diversificar Algarve 2030, incidindo sobre as fileiras estratégicas definidas no projeto, incluindo Economia do Mar, Alfarroba & Amêndoa, Citrinos, Produtos da Apicultura, Vinho, Plantas & Flores e Medronho.

O presente relatório centra-se na Fileira do Vinho do Algarve, considerando-a como caso de estudo no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026. Atendendo à sua natureza transacionável e ao seu potencial de valorização em nichos de qualidade, a leitura do setor integra desde início a dimensão de promoção e internacionalização, em articulação com iniciativas coletivas e institucionais já existentes na região.

1.2 · Objetivos

O presente estudo tem como objetivo central compreender os fatores que influenciam a criação, consolidação e cessação de empresas na Fileira do Vinho do Algarve, analisando as dimensões produtiva, empresarial, comercial e territorial que condicionam a sua sustentabilidade económica.

De forma específica, pretende-se:

- caracterizar a estrutura produtiva e empresarial da fileira, identificando padrões de dimensão, organização e integração na cadeia de valor;
- analisar a dinâmica empresarial, com base em indicadores de natalidade, sobrevivência e mortalidade das empresas;
- identificar fatores críticos de competitividade, risco e resiliência;
- enquadrar o perfil do empreendedor vitivinícola, articulando evidência estatística e contributos empíricos recolhidos no âmbito do projeto;
- avaliar o potencial de valorização económica da fileira, incluindo a sua articulação com o enoturismo e com estratégias de posicionamento em mercados externos;
- formular recomendações estratégicas orientadas para o reforço da organização coletiva, qualificação empresarial e consolidação internacional do vinho do Algarve.

Este enquadramento permite que o relatório funcione simultaneamente como instrumento de diagnóstico técnico, apoio à decisão e base estratégica para empresários, associações e entidades públicas com intervenção na fileira.

1.3 · Promotores

São as seguintes as entidades promotoras do projeto: Universidade do Algarve (UALg); AMAL - Comunidade Intermunicipal do Algarve; Algarve Evolution; Algarve STP - Systems and Technology

Partnerships; NERA - Associação Empresarial da Região do Algarve; e ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários.

1.4 · Entidades Participantes na Comunidade de Inovação

Participam na Comunidade de Inovação as seguintes entidades:

- A.A.C. - Alcantarilha Agrícola e Comercial, Lda.
- AAEPVA - Associação dos Agentes Económicos de Produtores de Vinho do Algarve
- Associação In Loco
- Câmara Municipal de Lagos
- CCDR Algarve
- CCMAR
- Comissão Vitivinícola do Algarve
- David Miguel Cabrita do Espírito Santo
- KIPT Colab
- Mosqueira Agrícola - Quinta do Canhoto, Lda.
- Município de Lagoa
- Município de Portimão
- Município de Albufeira
- QBL, Unipessoal, Lda.
- Quinta das Capinhas
- Sociedade Agrícola do Rio Arade
- Turinox
- Única - Adega Cooperativa do Algarve
- APENO
- Artemis - Projetos e Desenvolvimento Agrário, Lda.
- ATA
- Morgado do Quintão
- Município de Silves
- Paxá
- Quinta dos Vales
- RTA
- Universidade do Algarve
- Vicentina - Associação Para o Desenvolvimento do Sudoeste
- Vinhos Aveleda

1.5 · Contexto Económico do Algarve

O Algarve apresenta uma estrutura económica fortemente concentrada no setor dos serviços e, em particular, no turismo, que representa a principal parcela do Valor Acrescentado Bruto e do emprego regional. Esta especialização tem contribuído para o dinamismo económico da região, mas também acentua a sua exposição a choques externos e à sazonalidade.

Neste contexto, a valorização dos produtos endógenos assume importância estratégica enquanto instrumento de diversificação económica, reforço da coesão territorial e criação de valor sustentável. A consolidação de fileiras agroalimentares qualificadas constitui um vetor relevante para reduzir a dependência excessiva de atividades não transacionáveis e ampliar a base produtiva regional.

A Fileira do Vinho do Algarve insere-se neste enquadramento como atividade com dupla natureza: por um lado, integra a tradição agrícola e cultural da região; por outro, apresenta características de produto transacionável, com potencial de posicionamento em segmentos de qualidade e acesso a mercados externos.

A articulação entre produção vitivinícola, enoturismo e estratégias de internacionalização reforça a capacidade do vinho para contribuir para a especialização inteligente da região, alinhando-se com os objetivos da RIS3 Algarve 2030 e com as iniciativas de diversificação económica em curso.

A consolidação da fileira dependerá, assim, da sua capacidade de integrar identidade territorial, organização empresarial e posicionamento competitivo em mercados nacionais e internacionais, contribuindo para maior equilíbrio estrutural e resiliência da economia algarvia.

1.6 · Sumário Executivo da Fileira do Vinho

A Fileira do Vinho do Algarve caracteriza-se por uma estrutura produtiva composta maioritariamente por pequenas e médias explorações, com crescente qualificação técnica e aposta na diferenciação por qualidade, identidade territorial e inovação enológica.

Apesar da capacidade de criação de valor evidenciada pela fileira, a análise económico-financeira revela elevada volatilidade e resultados líquidos negativos na maioria dos anos analisados, reforçando a necessidade de consolidação financeira e de reforço da escala comercial.

A cadeia de valor apresenta evolução positiva ao nível da vinificação, engarrafamento e promoção coletiva, embora subsistam desafios associados à escala média das explorações, à organização comercial e à consolidação de posicionamento competitivo consistente.

Apesar do crescimento do valor acrescentado bruto registado no período recente, a análise económico-financeira evidencia elevada volatilidade e margens líquidas estruturalmente reduzidas, reforçando a necessidade de consolidação financeira e reforço da escala comercial.

A análise dos dados de comércio internacional confirma a existência de exportações efetivas de vinho classificadas na NC 2204, ainda que com volatilidade anual significativa, evidenciando uma internacionalização real mas em fase de consolidação.

A dinâmica empresarial revela capacidade de adaptação, embora o investimento tenha apresentado evolução irregular no período analisado; a sustentabilidade de longo prazo dependerá da articulação entre cooperação setorial, qualificação empresarial e acesso estruturado a mercados de maior valor acrescentado.

Num contexto regional fortemente dependente do turismo, o vinho assume particular relevância enquanto produto transacionável, capaz de reforçar a diversificação económica e projetar internacionalmente a marca Algarve.

O futuro da Fileira do Vinho do Algarve dependerá da capacidade coletiva de transformar identidade territorial em valor económico sustentável, consolidando escala, reforçando cooperação e afirmando uma estratégia integrada de internacionalização.

2 Enquadramento Metodológico

O presente estudo integra a metodologia comum definida para todas as fileiras analisadas no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026, assegurando coerência analítica, comparabilidade intersetorial e rigor técnico.

A abordagem adotada combina informação estatística oficial, análise documental e contributos qualitativos, permitindo uma leitura integrada das dinâmicas produtivas, empresariais e comerciais da Fileira do Vinho do Algarve.

2.1 · Princípios Orientadores

A metodologia assenta em quatro princípios fundamentais:

Rigor e fiabilidade

Utilização de dados provenientes de entidades oficiais e fontes reconhecidas, garantindo consistência e credibilidade da análise.

Comparabilidade

Aplicação de critérios homogêneos a todas as fileiras estudadas, permitindo análise transversal e construção de matriz comparativa regional.

Integração quantitativa e qualitativa

Articulação entre indicadores estatísticos e leitura interpretativa, valorizando contexto territorial, institucional e empresarial.

Orientação para a decisão

Produção de conhecimento estruturado que apoie empresários, associações e decisores públicos na definição de estratégias sustentáveis.

2.2 · Âmbito e Delimitação

A análise incide sobre a Fileira do Vinho do Algarve, considerando a totalidade das atividades associadas à produção vitivinícola, bem como as dimensões empresariais, comerciais e institucionais que condicionam a sua sustentabilidade económica.

O núcleo da análise estatística centra-se no:

CAE 01210 – Viticultura

CAE 11021 – Produção de Vinhos Comuns e Licorosos

Sempre que pertinente, a leitura é complementada por atividades conexas associadas à transformação, engarrafamento, comercialização, enoturismo e promoção territorial.

A abordagem considera a fileira enquanto sistema económico integrado, abrangendo:

- Estrutura produtiva e dimensão das explorações;
- Estrutura empresarial e organização da atividade;
- Estrutura comercial e canais de distribuição;
- Cadeia de valor;
- Dinâmica empresarial (natalidade, sobrevivência e mortalidade).

A análise territorial incide sobre a região do Algarve, permitindo identificar padrões diferenciados entre municípios e compreender o impacto das condições estruturais e organizacionais nas trajetórias empresariais do setor.

2.3 · Fontes de Informação

A informação recolhida resulta da combinação de fontes estatísticas, administrativas e qualitativas, nacionais e internacionais.

Principais fontes utilizadas:

Quadro 1 - Principais fontes de informação utilizadas

Tipo de Fonte	Entidades
Estatísticas empresariais e económicas	INE
Estatísticas agrícolas e setoriais	IVV, GPP
Comércio internacional	International Trade Centre, Eurostat
Informação regional	CCDR Algarve, CVA, Municípios
Fontes qualitativas	Associações setoriais, entrevistas, contributos institucionais

Fonte: Algarve Empreende 2026

Sempre que inexistem dados desagregados ao nível regional, recorre-se a estimativas prudentes e fundamentadas, devidamente assinaladas.

2.4 · Procedimentos de Análise

A metodologia organiza-se em quatro etapas:

- Recolha sistemática de dados estatísticos e documentação setorial
- Tratamento e harmonização das séries disponíveis
- Análise interpretativa das dinâmicas produtivas e empresariais
- Validação institucional e cruzamento com contributos qualitativos

A análise procura identificar fatores estruturais de competitividade, risco e resiliência, articulando dados quantitativos com enquadramento territorial e posicionamento competitivo da fileira.

2.5 · Limitações e Alcance

A análise apresenta limitações decorrentes de:

- Insuficiência de dados desagregados ao nível regional em algumas variáveis;
- Pequena dimensão amostral em determinados municípios;
- Variabilidade interanual associada a fatores climáticos e conjunturais;
- Dificuldade de isolar estatisticamente atividades complementares (ex.: enoturismo) dentro do universo vitivinícola.

Estes constrangimentos são mitigados através do cruzamento de fontes, utilização de estimativas prudentes e validação técnica com entidades regionais.

O relatório deve ser entendido como instrumento técnico de apoio à decisão, orientado para o desenvolvimento estratégico e sustentável da Fileira do Vinho do Algarve.

3 Caracterização e Diagnóstico da Fileira

3.1 · Enquadramento Territorial e Económico

A Fileira do Vinho do Algarve desenvolve-se num território caracterizado por diversidade edafoclimática, presença de sub-regiões vitivinícolas diferenciadas e crescente reconhecimento da qualidade dos seus vinhos. A adaptação das castas às condições mediterrânicas e a evolução técnica dos produtores têm permitido reforçar consistência produtiva e identidade enológica própria.

A distribuição da produção apresenta concentração em municípios com tradição vitivinícola consolidada, onde coexistem explorações familiares, produtores independentes e estruturas cooperativas. Esta configuração territorial influencia a escala média das empresas, a organização produtiva e a capacidade de investimento.

A fileira insere-se numa economia regional fortemente orientada para os serviços, o que confere ao vinho uma dupla função estratégica: atividade agrícola qualificada e produto transacionável com potencial de valorização externa. A sua sustentabilidade económica depende, por isso, não apenas da eficiência produtiva, mas da capacidade de posicionamento competitivo em segmentos de maior valor acrescentado.

A articulação entre produção vitivinícola, identidade territorial e acesso a mercados nacionais e internacionais constitui fator determinante para a consolidação estrutural da fileira.

3.2 · Enquadramento Setorial e Institucional

O setor vitivinícola português caracteriza-se por elevada diversidade regional, forte concorrência interna e crescente exigência em matéria de qualidade, certificação e posicionamento internacional. Num mercado global altamente competitivo, a diferenciação territorial e a consistência qualitativa constituem fatores críticos de sucesso.

No Algarve, a Fileira do Vinho beneficia de uma estrutura institucional particularmente relevante, centrada na Comissão Vitivinícola do Algarve (CVA), entidade responsável pela certificação, controlo e promoção dos vinhos da região. A sua atuação constitui um pilar essencial na consolidação da identidade regional, na garantia de qualidade e na credibilização externa da marca.

A par da CVA, a fileira integra adegas cooperativas, produtores engarrafadores e estruturas empresariais que asseguram a produção, transformação e comercialização do vinho regional, formando um ecossistema produtivo com diferentes graus de integração vertical.

A articulação com entidades regionais como o NERA, a CCDDR Algarve, a Região de Turismo do Algarve (RTA) e a Universidade do Algarve reforça a capacidade de qualificação técnica, promoção coletiva e projeção externa do setor, assumindo particular relevância no âmbito de iniciativas como o programa Internacionalizar + Algarve.

A eficácia deste ecossistema institucional depende da coordenação estratégica entre produtores, estruturas de certificação, entidades de promoção económica e parceiros académicos, permitindo transformar identidade territorial em posicionamento competitivo consistente nos mercados nacionais e internacionais.

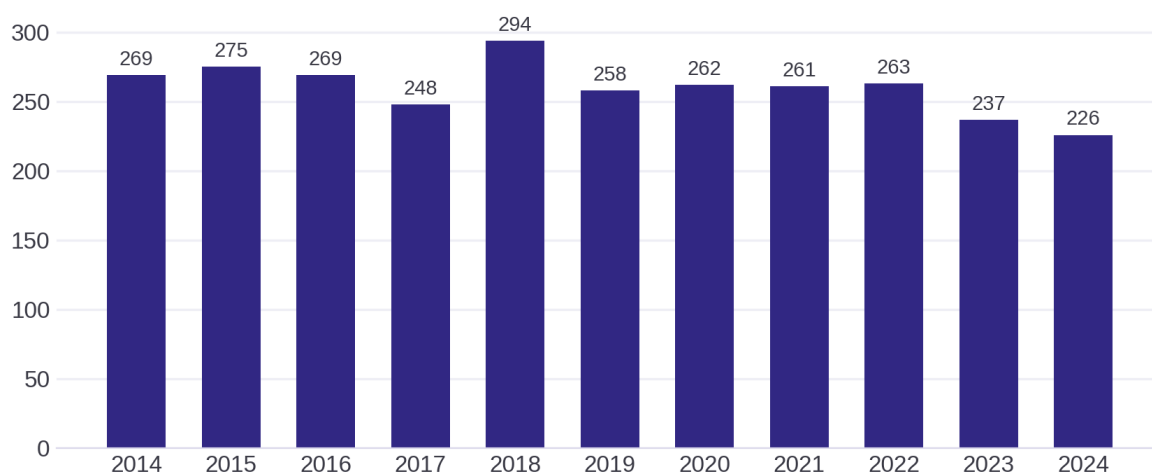
A sustentabilidade económica da fileira resulta, assim, da conjugação entre qualificação produtiva, governança institucional eficaz e estratégia integrada de internacionalização.

3.2.1 · Contexto Global e Nacional do Setor Vitivinícola

O setor vitivinícola opera num mercado global maduro, altamente competitivo e progressivamente orientado para a valorização da origem, autenticidade e experiência. Nas últimas décadas, a lógica dominante tem evoluído de uma competição centrada no volume para uma dinâmica baseada no valor acrescentado, diferenciação territorial e posicionamento premium.

A produção mundial de vinho tem registado relativa estabilidade estrutural, ainda que sujeita a oscilações anuais decorrentes de fatores climáticos e ajustamentos de mercado.

Gráfico 1 - Produção Global de Vinho; 2014 a 2024

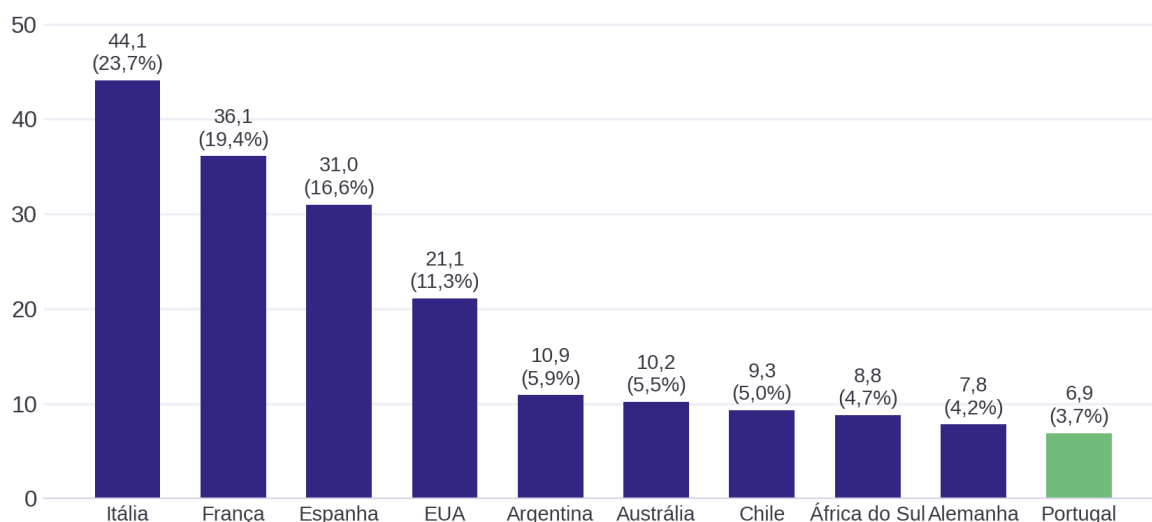


Unidade: milhões hectolitros

Fonte: OIV; Statista

A liderança mundial permanece concentrada na Europa, com Itália, França e Espanha a representarem cerca de metade da produção global. Portugal integra consistentemente o grupo dos dez maiores produtores mundiais, reforçando o seu posicionamento enquanto país vitivinícola de referência.

Gráfico 2 - Principais Países Produtores de Vinho no Mundo; 2024



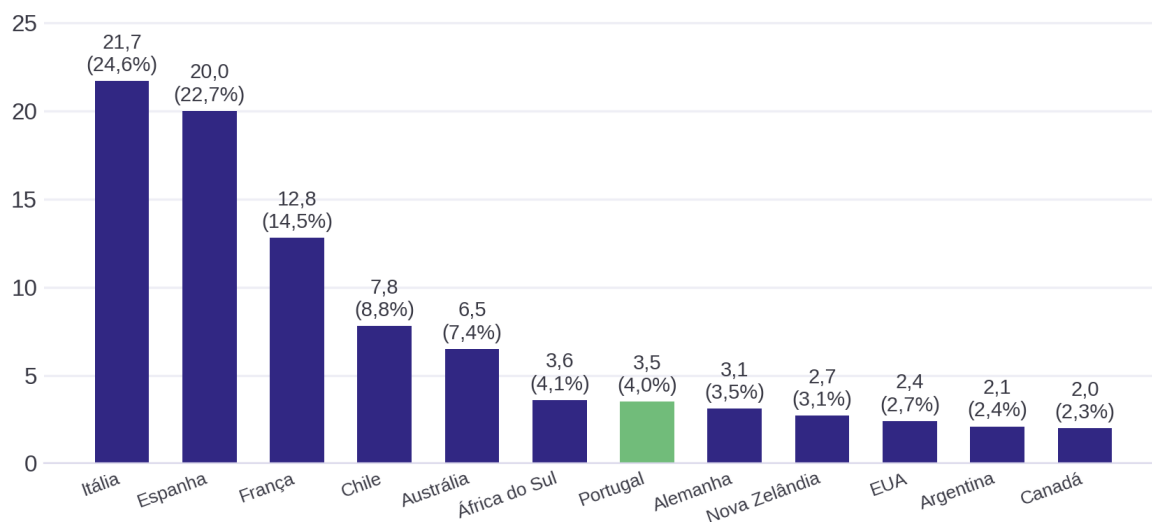
Unidade: milhões hectolitros

Fonte: OIV; Statista

Nota: percentagens calculadas sobre o total dos países representados no gráfico.

No plano das exportações, verifica-se igualmente predominância europeia, com Itália, Espanha e França a liderarem em volume e valor. Portugal figura entre os principais exportadores mundiais, evidenciando a importância estratégica do setor para a balança comercial nacional.

Gráfico 3 - Principais Países Exportadores de Vinho do Mundo; 2024



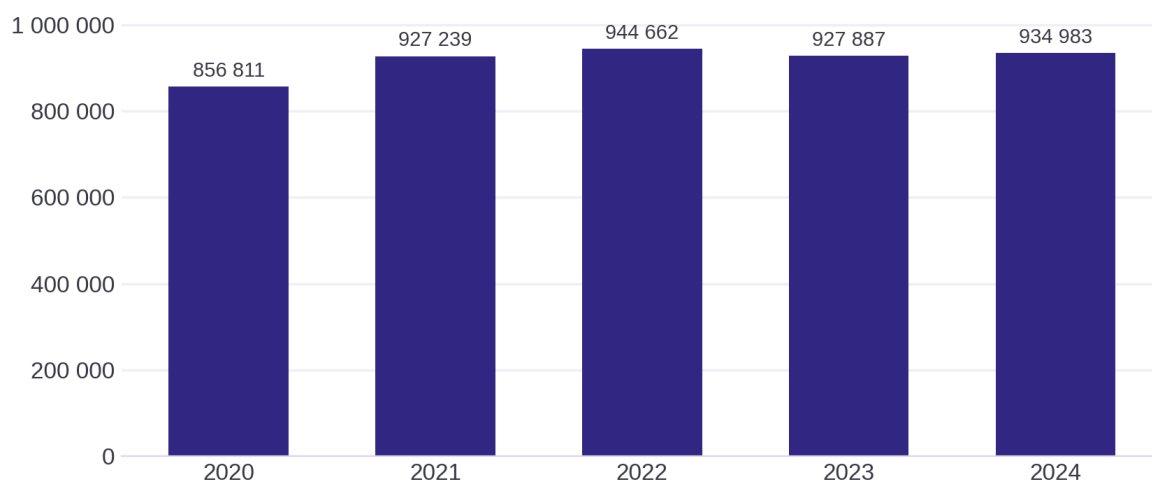
Unidade: milhões hectolitros

Fonte: OIV; Statista

Nota: percentagens calculadas sobre o total dos países representados no gráfico.

As exportações portuguesas registaram uma trajetória globalmente positiva após 2020, embora com alguma oscilação nos anos mais recentes, aproximando-se dos 935 milhões de euros em 2024, impulsionadas sobretudo pelos mercados europeu e norte-americano.

Gráfico 4 - Exportações de Vinho de Portugal; 2020 a 2024

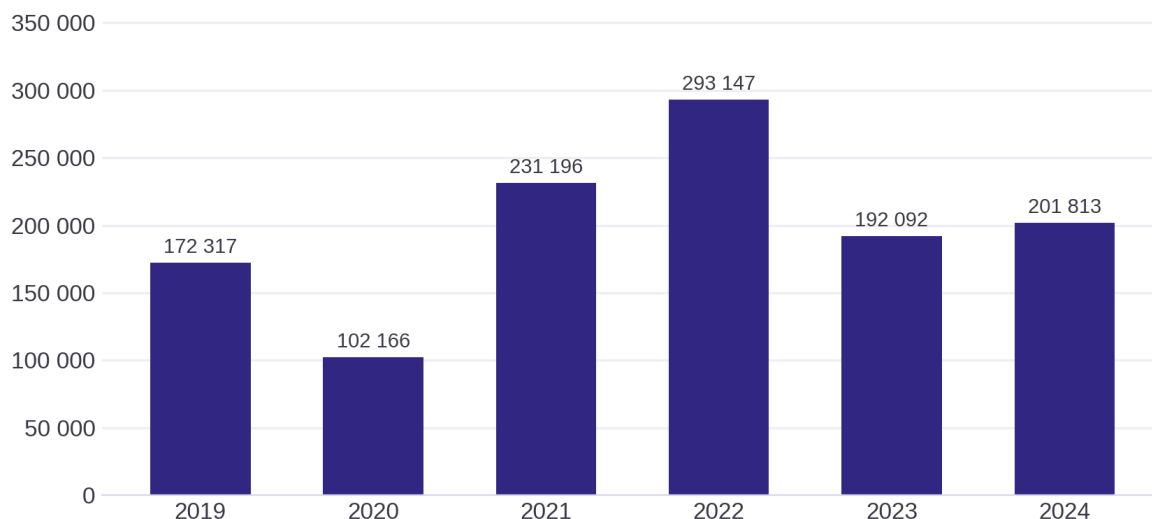


Unidade: milhar €

Fonte: International Trade Centre

Quanto às exportações de vinho do Algarve, observaram-se os seguintes valores

Gráfico 5 - Exportações de vinho do Algarve; Anos 2019 a 2024



Unidade: litro

Fonte: CVA

Gráfico 6 - Exportações de Vinho do Algarve, NC 2204 – Vinhos de Uvas Frescas; Anos 2019 a 2024



Unidade: quantidade em quilogramas (kg); valor em euros (€)

Fonte: INE

Ao longo do período acima analisado, 2019 a 2024, os países da União Europeia foram o principal destino dos vinhos do Algarve, com taxas que variaram entre 45% a 69%, a que se seguem outros países europeus não pertencentes à União Europeia, salientando-se que os vinhos do Algarve asseguraram presença em países da América do Norte e do Sul, bem como em países de África e da Ásia.

Este enquadramento confirma três tendências estruturais relevantes:

- crescente valorização de vinhos com origem certificada e identidade territorial forte;
- consolidação de mercados externos exigentes, mas receptivos a produtos diferenciados;
- reforço da dimensão internacional como eixo estratégico da competitividade setorial.

Neste contexto, o Algarve, apesar de representar menos de 1 % da produção nacional, posiciona-se num segmento alinhado com o novo paradigma do setor: pequena escala, forte identidade territorial, integração com o turismo e valorização por litro superior à média.

O mercado mundial privilegia hoje regiões capazes de combinar qualidade, autenticidade e experiência. Este cenário constitui uma oportunidade estratégica para o Vinho do Algarve, desde que apoiado por organização coletiva, certificação robusta e estratégia consistente de internacionalização.

3.3 · Estrutura Produtiva

A Fileira do Vinho do Algarve assenta numa base vitícola de pequena dimensão, mas relativamente estável e tecnicamente qualificada. A área de vinha representa uma parcela residual no contexto nacional, concentrando-se sobretudo nas zonas do Barrocal e do Litoral, onde as condições edafoclimáticas - solos argilo-calcários, influência atlântica e elevada insolação - favorecem perfis vínicos distintivos e adaptados ao clima mediterrânico.

A estrutura produtiva caracteriza-se pela predominância de micro e pequenas explorações, com áreas médias reduzidas e forte presença de modelos familiares. Esta configuração condiciona a escala económica, mas simultaneamente favorece flexibilidade produtiva, experimentação enológica e proximidade ao mercado.

Quadro 2 - Estrutura Produtiva da Fileira do Vinho do Algarve; 2024

Indicador	Algarve	Portugal	Observações Estratégicas
Área de vinha (ha)	1 400	190 000	< 1 % nacional; pequena escala
Peso relativo nacional	< 1 %	-	Expressão quantitativa reduzida
Nº estimado de produtores	61 *	30 000	Predominância de micro e pequenos produtores
Nº de adegas certificadas	20 *	1 200	Forte concentração em operadores regionais
Modelo dominante	Micro e PME	Micro e PME	Integração vertical frequente no Algarve

Fonte: CVA; IVV; INE; tratamento Algarve Empreende 2026

- *CVA; número de produtores e adegas certificadas em 2024

A modernização das práticas vitícolas e a crescente adesão à certificação regional têm contribuído para reforçar consistência e valorização do produto. A aposta em castas adaptadas ao território e em métodos de produção sustentáveis constitui fator diferenciador relevante, especialmente num contexto de alterações climáticas e crescente exigência ambiental dos consumidores.

Contudo, a pequena escala média limita economias de dimensão, capacidade de investimento e poder negocial em canais de distribuição mais exigentes. A sustentabilidade produtiva dependerá, por isso, da combinação entre eficiência técnica, organização coletiva e integração vertical parcial.

Em síntese, a estrutura produtiva do vinho do Algarve não se define pela dimensão, mas pela capacidade de transformar pequena escala em elevado valor acrescentado, através de diferenciação, certificação e articulação com a cadeia de valor e os mercados externos.

3.4 · Estrutura Empresarial

A estrutura empresarial da Fileira do Vinho do Algarve caracteriza-se pela predominância de micro e pequenas empresas, com forte presença de produtores independentes e adegas de pequena dimensão. Trata-se de um tecido empresarial atomizado, mas progressivamente mais qualificado, onde coexistem adegas cooperativas históricas e novos projetos privados orientados para vinhos premium e experiências enoturísticas.

A distribuição territorial das empresas evidencia concentração nos concelhos do barrocal e litoral, acompanhando tradição vitivinícola, proximidade a rotas turísticas e presença institucional estruturante.

Quadro 3 - Estimativa da Distribuição das Empresas por Concelho; 2024

Concelho	Nº de agentes	Agentes Económicos (2024)	Certificação dominante/Observações
Silves	10	Quinta do Francês, Paxá Wines, Barranco Longo, Quinta dos Sentidos, Semeiadinhas, Quinta da Malaca, Quinta da Vinha, QBL Wines, João Clara, Rotas Seculares	IG Algarve / DOC Lagoa Concentra o maior núcleo de produtores certificados; zona de referência da fileira.
Lagoa	8	Quinta dos Vales, Arvad Wines (Rio Arade), Morgado do Quintão, Quinta dos Santos, Quinta do Canhoto (Lagoa border), Quinta dos Capelas, Pátria Rural (Wine Resort)	DOC Lagoa / IG Algarve Forte ligação ao enoturismo e à produção de vinhos premium.
Lagos	6	Monte da Casteleja, Falésia Wine, Quinta da Bravura, Herdade dos Seromenhos, Quinta da Pedragosa, Quinta do Barradas	DOC Lagos / IG Algarve Produção artesanal e sustentável; vinhos biológicos em expansão.
Albufeira	4	Adega do Cantor, Quinta do Canhoto, João Clara (Apoio), Quinta da Lagoalva (Sesmarias)	IG Algarve Produção média e visibilidade turística; vinhos de praia e lifestyle.
Loulé	3	Quinta da Tôr, Quinta do Barradas (Loulé zona serrana), Quinta da Ombria	IG Algarve Produção em altitude, projetos ligados à sustentabilidade.
Portimão	2	Quinta da Penina, Herdade dos Seromenhos (engarrafamento)	DOC Portimão / IG Algarve Produção limitada; identidade histórica DOC Portimão.
Tavira	2	Quinta do Morgado da Torre, Sociedade Agrícola Conde da Conceição	DOC Tavira / IG Algarve Vinhos de clima oriental, próximos da fronteira; pequena escala.
Monchique	1	Monte do Vale do Sol (micro-produção)	IG Algarve Produção pontual; experimental.
Aljezur	1	Vale da Mata Wines	IG Algarve Pequeno produtor; foco artesanal e biológico.

Fonte: CVA

A concentração em municípios como Lagoa, Portimão e Tavira reflete não apenas condições produtivas favoráveis, mas também maior densidade institucional e comercial. Paralelamente, observa-se expansão gradual para concelhos do interior, associada a novos investimentos e valorização da ruralidade, contribuindo para coesão territorial e diversificação económica.

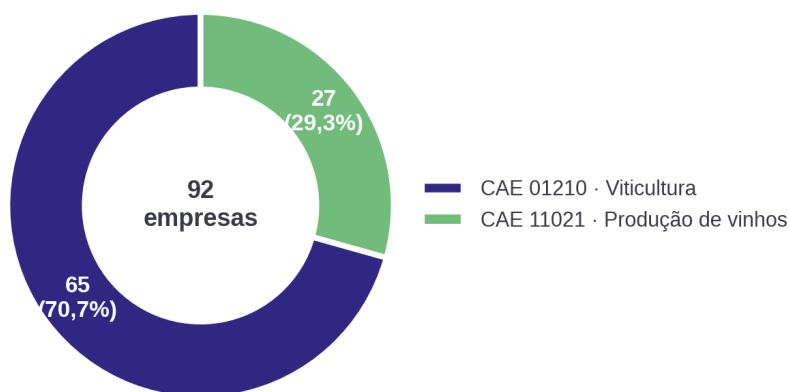
Do ponto de vista da dimensão empresarial, a fileira é composta quase exclusivamente por micro, pequenas e médias empresas, inexistindo operadores de grande escala com sede regional. O emprego distribui-se maioritariamente por micro e pequenas estruturas, reforçando o carácter familiar, artesanal e multifuncional do setor.

Quadro 4 - Estrutura Empresarial e Emprego (2024)

Indicador	Valor estimado	Fonte
Nº de empresas (CAE 01210 + 11021)	92	INE (2024)
Distribuição territorial	Litoral e Barrocal (Lagoa, Portimão, Tavira)	CVA
Emprego direto	200–230 pessoas	INE / NERA / CVA
Tipo de empresa	Micro e pequenas	INE
Grau médio de formação dos gestores	Médio-alto (licenciatura ou técnico superior)	Estimativa regional
Participação feminina	30–35 %	Estimativa CVA / NERA
Emprego sazonal (vindima)	20–25 %	Estimativa regional

Fonte: INE; CVA; NERA; Algarve Empreende 2026 – tratamento e estimativas regionais.

Gráfico 7 - Distribuição das empresas da fileira por atividade económica; Algarve; 2024



Unidade: número de empresas

Fonte: INE

Esta configuração apresenta vantagens e limitações. Por um lado, favorece flexibilidade produtiva, proximidade ao consumidor e integração com o turismo. Por outro, condiciona economias de escala, capacidade de investimento em promoção estruturada e presença consistente em canais de distribuição nacionais e internacionais.

A resiliência empresarial da fileira assenta menos na dimensão média das empresas e mais na combinação entre:

- certificação e qualidade reconhecida;
- integração vertical parcial (produção, vinificação e venda direta);

- articulação com o enoturismo;
- cooperação institucional e promoção coletiva.

A consolidação futura dependerá da capacidade de reforçar organização coletiva, profissionalização da gestão e estratégias conjuntas de posicionamento em mercados externos, transformando pequena escala em vantagem competitiva diferenciadora.

3.5 · Estrutura Comercial e Mercados

A estrutura comercial da Fileira do Vinho do Algarve combina venda direta ao consumidor, distribuição nacional e presença crescente em mercados internacionais. A proximidade ao turismo constitui fator distintivo relevante, permitindo escoamento através de adegas, provas, restauração e enoturismo.

Quadro 5 - Canais de Comercialização dos Vinhos do Algarve (2024)

Canal de venda	Percentagem estimada	Observações
Venda direta / adegas	40–45 %	Ligada ao enoturismo
HORECA regional	30–35 %	Hotéis, restaurantes, bares
Distribuição moderna/gourmet	15–20 %	Segmento premium
Exportação	5–10 %	Mercado europeu

Fonte: Algarve Empreende 2026

A venda direta e os circuitos curtos assumem peso significativo, refletindo a pequena escala produtiva e a forte ligação ao território. Contudo, esta configuração limita a expansão estruturada para mercados de maior dimensão e maior valor unitário.

No plano externo, os vinhos do Algarve têm vindo a reforçar presença em mercados europeus e norte-americanos, embora ainda com expressão moderada face a outras regiões vitivinícolas nacionais.

Quadro 6 - Principais Mercados de Destino (2024)

Mercado	Tipo	Perfil de consumidor	Oportunidades
Reino Unido	Externo	Alto interesse em vinhos regionais e turismo vínico	Fortalecer presença online e ações conjuntas
Suíça	Externo	Poder de compra elevado, valorização da autenticidade	Apostar em storytelling territorial
Algarve / Portugal	Interno	Consumo turístico e gourmet	Diversificação de canais e experiências

Fonte: INE; CVA; Turismo de Portugal; Algarve Empreende 2026 – tratamento e estimativas regionais.

A internacionalização assume relevância estratégica não apenas como canal adicional de escoamento, mas como instrumento de valorização da marca regional e aumento do preço médio por litro. A consolidação da fileira dependerá da capacidade de estruturar presença consistente em mercados externos, reduzindo dependência excessiva do consumo local e turístico.

Em síntese, a estrutura comercial atual evidencia:

- forte integração com o turismo regional;
- predominância de canais diretos e distribuição limitada;
- presença internacional ainda em consolidação;
- necessidade de estratégia coletiva de posicionamento externo.

3.6 · Síntese Diagnóstica da Fileira

A análise estrutural da Fileira do Vinho do Algarve permite identificar um setor de pequena escala produtiva, mas progressivamente qualificado e orientado para diferenciação.

Os principais traços estruturais são:

- base vitícola reduzida em dimensão nacional, mas estável;
- predominância de micro e pequenas empresas;
- integração frequente entre produção, vinificação e venda direta;
- forte ligação ao turismo e ao território;
- presença internacional em crescimento, mas ainda limitada.

A sustentabilidade económica da fileira dependerá da capacidade de transformar identidade territorial em posicionamento competitivo estruturado, reforçando cooperação institucional, profissionalização da gestão e estratégia integrada de internacionalização.

4 Estrutura da Fileira e Cadeia de Valor

4.1 · Modelo Estrutural da Fileira

A Fileira do Vinho do Algarve pode ser compreendida como um sistema económico integrado que articula produção vitícola, transformação enológica, certificação, comercialização e promoção, incluindo uma componente crescente de enoturismo e experiência associada ao território.

Ao contrário de setores estritamente agrícolas, o vinho incorpora uma dimensão simbólica e territorial relevante - identidade, reputação regional e perceção de qualidade - que influencia diretamente o seu valor económico e o posicionamento comercial. A competitividade da fileira depende, por isso, da coerência entre os diferentes elos do sistema e da capacidade de coordenação entre produtores, adegas, entidades de certificação e estruturas de promoção.

A estrutura produtiva de pequena escala não constitui, por si só, uma fragilidade estrutural, desde que seja compensada por diferenciação, certificação robusta, integração vertical parcial e posicionamento em segmentos de maior valor acrescentado. Neste enquadramento, a internacionalização surge como eixo estratégico central, permitindo aumentar valor unitário médio, reduzir dependência do consumo local e reforçar a projeção externa da marca Algarve.

O desempenho global da fileira resulta, assim, da interação entre quatro dimensões-chave:

- **Base produtiva e qualidade vitícola**, condicionadas por território, clima e práticas agronómicas;
- **Capacidade de transformação e certificação**, determinante para consistência e reputação;
- **Estrutura comercial e promoção coletiva**, incluindo enoturismo e canais externos;
- **Ecossistema institucional e governança**, responsável por coordenação, apoio e alinhamento estratégico.

Este modelo estrutural sustenta a leitura da cadeia de valor apresentada no ponto seguinte, permitindo identificar onde se cria valor, onde se perde eficiência e onde se localizam os principais desafios e oportunidades de consolidação.

4.2 · Cadeia de Valor dos Vinhos do Algarve

A cadeia de valor da Fileira do Vinho do Algarve estrutura-se em cinco elos principais, articulados de forma sequencial e interdependente:

- Produção vitícola
- Vinificação e envelhecimento
- Engarrafamento e certificação
- Comercialização e distribuição
- Promoção, enoturismo e projeção internacional

Gráfico 8 - Cadeia de Valor dos Vinhos do Algarve

O primeiro elo - produção vitícola - constitui a base estrutural do sistema, condicionando qualidade, perfil sensorial e posicionamento do produto final. Fatores como escolha de castas, gestão do solo, práticas sustentáveis e adaptação climática assumem importância crescente na criação de valor.

A fase de vinificação e envelhecimento representa momento crítico de diferenciação técnica, onde se consolida identidade enológica e consistência qualitativa. A capacidade de inovação e controlo tecnológico influencia diretamente o posicionamento em segmentos premium.

O engarrafamento com marca própria e a certificação regional assumem papel central na retenção de valor. A certificação assegurada pela CVA reforça credibilidade e proteção da origem, enquanto a marca própria permite maior controlo sobre preço final e posicionamento comercial.

A comercialização combina canais diretos (adegas, turismo, restauração), distribuição nacional e mercados externos. A integração vertical parcial observada em várias empresas permite capturar margem adicional nas fases finais da cadeia.

Finalmente, a promoção coletiva e o enoturismo funcionam como multiplicadores de valor, reforçando notoriedade da marca regional e criando experiência associada ao produto.

A análise da cadeia evidencia que a criação de valor não se concentra exclusivamente na produção primária, mas depende da articulação eficiente entre qualidade, certificação, marca e acesso a mercados de maior valor acrescentado.

Neste contexto, a internacionalização não constitui etapa isolada, mas elemento transversal à cadeia de valor, influenciando decisões produtivas, posicionamento de marca e estratégia comercial.

4.3 · Distribuição e Retenção de Valor na Cadeia

A análise da cadeia de valor da Fileira do Vinho do Algarve evidencia que a retenção de margem não se distribui de forma homogênea ao longo dos diferentes elos do sistema.

Na fase primária - produção vitícola - a criação de valor encontra-se fortemente condicionada por custos fixos elevados, variabilidade climática e reduzida escala média das explorações. A venda de uva a granel tende a apresentar menor capacidade de retenção de margem quando comparada com modelos integrados.

A fase de vinificação e engarrafamento com marca própria representa ponto crítico de geração adicional de valor, permitindo maior controlo sobre posicionamento, diferenciação e preço final. Empresas com integração vertical parcial tendem a apresentar maior estabilidade económica e maior capacidade de investimento.

A comercialização constitui elo determinante na retenção de valor. A venda direta ao consumidor - adega, loja própria, enoturismo - permite maior captura de margem unitária, enquanto canais de distribuição intermédia reduzem margem, mas ampliam volume e alcance geográfico.

A exportação estruturada, quando orientada para segmentos de qualidade, assume particular relevância estratégica, permitindo aumento do preço médio por litro e reforço da reputação internacional da marca Algarve.

Quadro 7 - Apoios à Fileira do Vinho

Tipo de ator	Entidades principais	Função
Regulação e certificação	CVA; IVV	Garantia de qualidade, rastreabilidade e promoção
Apoio técnico e financiamento	DGADR; GPP; IFAP; CCDR Algarve	Programas de investimento e sustentabilidade
Dinamização empresarial	NERA; associações locais	Cooperação, internacionalização e capacitação
Conhecimento e inovação	Universidade do Algarve; centros de investigação	Formação, I&D, transferência tecnológica
Turismo e promoção	RTA; Turismo de Portugal	Integração do vinho na oferta turística e na imagem regional

Fonte: Algarve Empreende 2026

Os mecanismos de apoio público e institucional desempenham papel relevante na mitigação de fragilidades estruturais, designadamente:

- modernização tecnológica;
- qualificação produtiva;
- promoção coletiva;
- participação em feiras e ações de internacionalização.

Contudo, a eficácia destes apoios depende da capacidade de coordenação estratégica entre produtores, estruturas certificadoras e entidades regionais.

A análise da distribuição de valor permite identificar três desafios estruturais:

- reduzida escala média das explorações;
- fragmentação comercial;
- necessidade de consolidação internacional consistente.

Em contrapartida, identificam-se igualmente três fatores potenciadores de retenção de valor:

- integração vertical parcial;
- certificação e reputação regional;
- articulação com o enoturismo e experiência territorial.

A consolidação futura da fileira dependerá da capacidade de reforçar os elos de maior margem da cadeia, promovendo organização coletiva, profissionalização comercial e estratégia integrada de internacionalização.

4.4 · Ecosistema Institucional e Apoios Estruturantes

A Fileira do Vinho do Algarve desenvolve-se num ecossistema institucional relativamente estruturado, cuja eficácia constitui fator determinante para a consolidação económica e projeção externa do setor.

No centro deste sistema encontra-se a **Comissão Vitivinícola do Algarve (CVA)**, entidade responsável pela certificação, controlo de qualidade e proteção da denominação regional. A sua atuação garante credibilidade, consistência e reputação, elementos essenciais para o posicionamento competitivo, sobretudo em mercados internacionais.

A par da CVA, o ecossistema integra produtores independentes, adegas cooperativas, estruturas empresariais especializadas e entidades públicas e privadas com intervenção na qualificação e promoção da fileira.

Quadro 8 - Ecosistema da Fileira do Vinho do Algarve

Dimensão	Entidades	Papel principal
Produção e transformação	Produtores; Adegas cooperativas e privadas	Produção e vinificação
Regulação e certificação	CVA; IVV	Garantia de origem e qualidade
Apoio institucional	CCDR Algarve; DGADR; GPP; IFAP	Políticas e financiamento
Dinamização empresarial	NERA; CVA	Cooperação e promoção
Conhecimento e inovação	Universidade do Algarve	Investigação e qualificação
Turismo e promoção	RTA; Turismo de Portugal	Enoturismo e marketing territorial

Fonte: CVA; CCDR Algarve; Turismo de Portugal – tratamento Empreende Algarve 2026

A articulação com entidades regionais assume particular relevância estratégica, destacando-se:

- **NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve**, no apoio à qualificação empresarial e à capacitação;
- **CCDR Algarve**, na coordenação estratégica regional e enquadramento de políticas públicas;
- **Região de Turismo do Algarve (RTA)**, na promoção integrada do enoturismo e valorização territorial;
- **Universidade do Algarve**, no apoio técnico-científico, investigação aplicada e formação especializada.

A cooperação entre estes atores reforça a capacidade coletiva de resposta aos desafios estruturais da fileira, designadamente no âmbito da inovação, sustentabilidade e internacionalização.

Neste contexto, iniciativas como o programa Internacionalizar + Algarve assumem importância estratégica, promovendo presença em mercados externos, participação em feiras internacionais e ações de promoção coletiva orientadas para segmentos de maior valor acrescentado.

Os apoios públicos, quando articulados com estratégia empresarial consistente, funcionam como instrumentos catalisadores de modernização, qualificação e projeção externa. Contudo, a sua eficácia depende da existência de governança clara, coordenação institucional e alinhamento estratégico entre agentes.

O ecossistema institucional da fileira constitui, assim, um dos seus principais ativos estruturais, sendo determinante para transformar pequena escala produtiva em vantagem competitiva diferenciadora.

4.5 · Inovação, Sustentabilidade e Digitalização da Fileira

A evolução recente da Fileira do Vinho do Algarve evidencia crescente incorporação de inovação técnica, práticas sustentáveis e soluções digitais, refletindo adaptação às exigências ambientais, regulatórias e de mercado.

A inovação na fileira manifesta-se em diferentes dimensões:

- melhoria de práticas vitícolas e adaptação climática;
- modernização tecnológica na vinificação;
- certificação de qualidade e sustentabilidade;
- desenvolvimento de novos produtos e segmentos premium;
- digitalização da promoção e comercialização.

Quadro 9 - Áreas de Inovação na Fileira; 2024

Domínio de inovação	Percentagem estimada de empresas com práticas inovadoras (2024)	Exemplos e observações regionais
Inovação produtiva	60%	Renovação de vinhas, novas castas adaptadas ao clima, melhoria tecnológica em adegas (controlo de temperatura, microvinificação, barricas novas).
Sustentabilidade ambiental e energética	55%	Adoção de energias renováveis, redução de consumo hídrico, certificação biológica, projetos de viticultura sustentável.
Digitalização	50%	Gestão digital de adegas, presença ativa em plataformas online (Vivino, Winebuyers, redes sociais), QR codes nos rótulos, websites multilingues.
Comunicação e marketing	45%	Rebranding recente, storytelling de terroir, promoção em feiras internacionais e uso de influenciadores digitais.
Enoturismo	40%	Integração de visitas, provas, alojamento e experiências gastronómicas; parcerias com operadores turísticos.

Fonte: CVA – Comissão Vitivinícola do Algarve (2024): Agentes económicos e certificações; INE – Inquérito à Inovação Empresarial (2023) – Região Algarve; RIS3 Algarve 2030 – Domínios “Agroalimentar sustentável” e “Turismo e Património”

A sustentabilidade assume relevância particular, num contexto de alterações climáticas e crescente escassez hídrica. A eficiência no uso da água, a gestão sustentável do solo e a redução da pegada ambiental tornam-se fatores competitivos relevantes, sobretudo em mercados internacionais sensíveis a critérios ESG (Environmental, Social and Governance).

Paralelamente, a digitalização tem vindo a ganhar importância, quer na gestão produtiva, quer na promoção comercial. O recurso a plataformas digitais, comércio eletrónico, redes sociais e sistemas de gestão integrada contribui para ampliar alcance de mercado e melhorar eficiência operacional.

Quadro 10 - Exemplos de Boas Práticas na Fileira do Vinho do Algarve

Tipo de inovação	Descrição	Impacto principal
Eficiência hídrica	Rega inteligente e sensores de solo	Redução do consumo de água e custos
Energia renovável	Instalação de painéis solares em adegas	Diminuição da pegada carbónica
Certificação ambiental	Produção integrada / biológica	Valorização comercial e reputacional
Digitalização da marca	QR Codes, websites, redes sociais	Acesso direto ao consumidor
Enoturismo tecnológico	Reservas e visitas online	Experiência integrada e personalizada

Fonte: CVA; NERA; UAlg; Empreende Algarve 2026 – recolha e tratamento regional

As boas práticas identificadas demonstram capacidade de adaptação e empreendedorismo qualificado, reforçando o posicionamento da fileira em segmentos de maior valor acrescentado.

Contudo, persistem desafios estruturais:

- limitação de recursos financeiros para investimento tecnológico;
- heterogeneidade na adoção de práticas digitais;
- necessidade de maior integração entre inovação produtiva e estratégia comercial.

A consolidação futura dependerá da capacidade de transformar inovação pontual em estratégia estruturada, alinhando sustentabilidade, eficiência produtiva e internacionalização como pilares integrados de competitividade.

4.6 · Governança, Cooperação e Coordenação Estratégica

A governança da Fileira do Vinho do Algarve assenta na articulação entre produtores, adegas, estrutura certificadora e entidades regionais com intervenção económica, turística e científica.

A existência de múltiplos atores com funções diferenciadas exige mecanismos de coordenação que assegurem coerência estratégica, consistência promocional e alinhamento institucional.

Quadro 11 - Principais Atores e Funções na Governança da Fileira

Entidade	Função principal	Tipo de atuação
CVA	Coordenação, certificação e promoção	Regional
NERA	Cooperação empresarial e internacionalização	Regional / Nacional
CCDR Algarve	Estratégia e planeamento regional (RIS3)	Regional
UAlg	Formação e investigação aplicada	Regional
Turismo de Portugal / RTA	Enoturismo e promoção turística	Nacional / Regional
Municípios	Apoio local e eventos promocionais	Local
Adegas cooperativas e privadas	Produção e comercialização	Regional / Local

Fonte: CVA; NERA; CCDR Algarve; UAlg; Turismo de Portugal – tratamento Empreende Algarve 2026.

No centro da governança encontra-se a CVA, responsável pela certificação e proteção da denominação regional, assegurando credibilidade e qualidade. A sua atuação constitui elemento estruturante do sistema, particularmente relevante em mercados externos onde reputação e origem certificada são fatores críticos de decisão.

A cooperação horizontal entre produtores e adegas revela-se determinante para:

- reforçar capacidade promocional coletiva;
- reduzir fragmentação comercial;
- partilhar conhecimento técnico;
- estruturar presença em mercados internacionais.

A articulação com entidades regionais - NERA, CCDR Algarve, RTA e Universidade do Algarve - permite enquadrar a fileira em políticas públicas, estratégias de diversificação económica e programas de internacionalização, potenciando escala e visibilidade externa.

Contudo, a governança enfrenta desafios associados à dimensão reduzida das empresas, dispersão geográfica e heterogeneidade de estratégias individuais. A consolidação futura exigirá reforço de mecanismos formais de coordenação estratégica, definição de prioridades comuns e alinhamento promocional consistente.

A eficácia da governança será decisiva para transformar potencial qualitativo em posicionamento competitivo estruturado, particularmente no contexto da internacionalização e da afirmação da marca “Vinhos do Algarve”.



Fonte: CVA

4.7 · Síntese Sistémica e Desafios Estruturais da Fileira

A análise sistémica da Fileira do Vinho do Algarve evidencia um setor de pequena escala produtiva, mas com identidade territorial diferenciada, estrutura institucional consolidada e potencial estratégico significativo.

O modelo estrutural da fileira assenta na articulação entre base vitícola qualificada, certificação regional robusta, integração vertical parcial e ligação crescente ao enoturismo. Esta configuração permite transformar dimensão reduzida em diferenciação competitiva, desde que acompanhada por coordenação estratégica e posicionamento consistente.

Quadro 12 - Diagnóstico-Síntese da Fileira do Vinho do Algarve

Dimensão	Pontos fortes	Fragilidades	Oportunidades	Ameaças
Estrutura produtiva	Qualidade, certificação, castas autóctones	Pequena escala, custos elevados	Valorização e exportação de nicho	Escassez de água, alterações climáticas
Estrutura empresarial	Novos empreendedores, ligação ao turismo	Atomização, carência de mão de obra	Cooperação e qualificação	Pressão de mercados de baixo preço
Mercado e comercialização	Enoturismo e proximidade ao consumidor	Baixa presença no retalho nacional	Crescimento digital e exportação	Sazonalidade do turismo
Inovação e sustentabilidade	Adoção de práticas verdes e digitais	Financiamento limitado	Apoios PRR / PEPAC / RIS3	Ritmo lento de adoção tecnológica

Fonte: CVA; NERA; CCDR Algarve; Turismo de Portugal – tratamento Empreende Algarve 2026

A leitura integrada do sistema permite identificar três desafios estruturais centrais:

- Reforçar escala promocional e presença estruturada em mercados externos;
- Reduzir fragmentação comercial e consolidar cooperação horizontal;
- Intensificar investimento em inovação, sustentabilidade e digitalização.

Em paralelo, destacam-se três ativos estratégicos fundamentais:

- certificação e reputação regional;
- integração com turismo e experiência territorial;
- ecossistema institucional articulado e ativo.

5 Dinâmica Empresarial da Fileira

5.1 · Enquadramento da Dinâmica Empresarial

A análise da dinâmica empresarial da Fileira do Vinho do Algarve incide sobre os padrões de renovação, permanência e saída de empresas, através da leitura das taxas de natalidade, mortalidade e sobrevivência.

Considerando a coexistência de duas atividades económicas distintas - viticultura (CAE 01210) e produção de vinho (CAE 11021) - a abordagem privilegia a interpretação integrada das dinâmicas empresariais, evitando leitura isolada de valores absolutos que serão apresentados no Anexo 1 – Perfil Económico da Fileira.

A dinâmica empresarial constitui indicador relevante da vitalidade estrutural do setor, permitindo avaliar:

- capacidade de atração de novos operadores;
- grau de consolidação e estabilidade empresarial;
- resiliência face a constrangimentos económicos e climáticos;
- sustentabilidade de médio prazo da fileira.

Num setor intensivo em capital, conhecimento técnico e reputação, a entrada e permanência no mercado tendem a ser mais exigentes do que noutras atividades económicas, pelo que a leitura das taxas deve ser enquadrada nas especificidades estruturais da atividade vitivinícola.

O presente capítulo centra-se, assim, na interpretação qualitativa das tendências empresariais, assegurando comparabilidade com as restantes fileiras analisadas no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026.

5.2 · Indicadores de Dinâmica Empresarial (2019–2024)

A dinâmica empresarial da Fileira do Vinho do Algarve é analisada através das taxas de natalidade, mortalidade e sobrevivência a dois anos das empresas, considerando os CAE 01210 - Viticultura - e 11021 - Produção de Vinhos.

Estes indicadores permitem observar os movimentos de entrada, saída e permanência das empresas na fileira, contribuindo para compreender a sua vitalidade empresarial, estabilidade estrutural e capacidade de consolidação no período recente.

Importa, contudo, sublinhar que a interpretação destes indicadores deve ser feita com prudência. A Fileira do Vinho do Algarve apresenta uma dimensão empresarial reduzida e uma distribuição territorial limitada, pelo que pequenas variações no número absoluto de empresas podem gerar oscilações percentuais muito expressivas. Esta realidade é particularmente evidente em municípios com poucos operadores, onde a entrada ou saída de uma única empresa pode produzir taxas muito elevadas ou, inversamente, valores nulos.

A Tabela 6 apresenta os valores médios anuais calculados para o Algarve, com base na média simples das taxas municipais válidas disponibilizadas pelo INE, excluindo situações sem observação estatística.

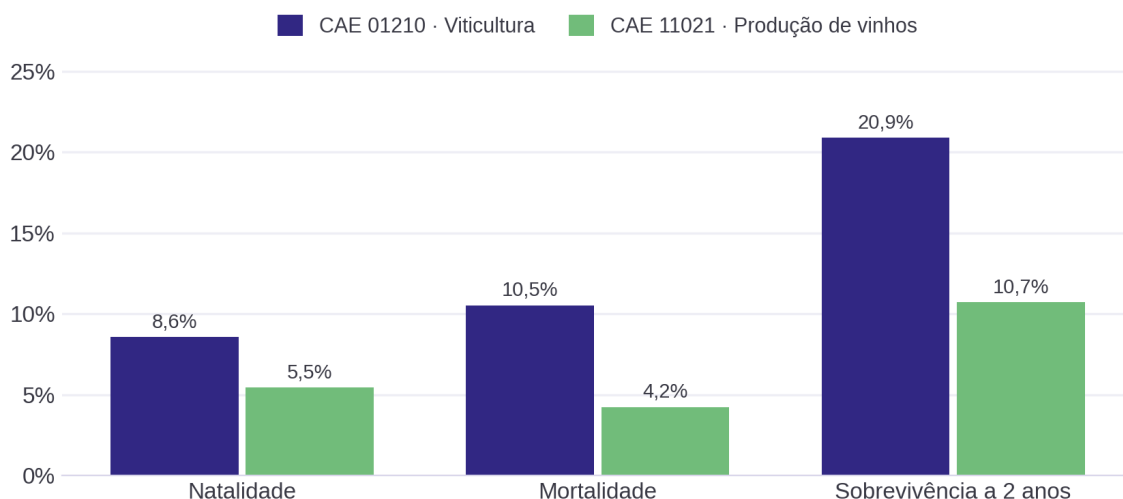
Quadro 13 - Taxas de Natalidade, Mortalidade e Sobrevivência das Empresas da Fileira do Vinho; Anos 2019 a 2024

Ano	Viticultura (CAE 01210)			Fabricação de Vinhos (CAE 11021)		
	Natalidade (%)	Mortalidade (%)	Sobrevivência 2 anos (%)	Natalidade (%)	Mortalidade (%)	Sobrevivência 2 anos (%)
2019	4,0	6,0	30,8	2,5	14,3	0,0
2020	3,0	3,4	30,8	0,0	0,0	0,0
2021	7,6	17,8	26,9	6,0	5,6	16,7

Ano	Viticultura (CAE 01210)			Fabricação de Vinhos (CAE 11021)		
2022	3,3	10,2	7,7	12,5	0,0	0,0
2023	23,7	3,6	20,0	2,0	0,0	33,3
2024	9,8	22,2	9,1	9,7	5,6	14,3

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, 2019–2024

Gráfico 9 - Taxas médias de natalidade, mortalidade e sobrevivência a 2 anos; Viticultura e Produção de Vinhos; Algarve; 2019 a 2024



Unidade: %; média aritmética das taxas anuais do período

Fonte: INE

Nota: Dados referentes à NUTS II Algarve; cálculo com base nas empresas ativas por CAE principal (01210 - Viticultura; 11021 - Fabricação de vinhos).

A leitura da tabela evidencia uma dinâmica empresarial marcada por forte volatilidade estatística, mais do que por uma tendência linear de crescimento ou retração. Na viticultura, a taxa de natalidade oscila ao longo do período, registando valores mais elevados em 2023 e valores mais moderados nos restantes anos. Esta evolução sugere entradas pontuais de novos operadores, mas não permite concluir por uma expansão empresarial sustentada.

A mortalidade empresarial na viticultura apresenta igualmente oscilações relevantes, com particular expressão em 2021 e 2024. Estes valores devem ser interpretados no contexto da reduzida dimensão da base empresarial municipal, não significando necessariamente uma crise estrutural da atividade, mas antes a elevada sensibilidade estatística da fileira a pequenas variações no universo observado.

A taxa de sobrevivência a dois anos evidencia valores irregulares, confirmando que a consolidação das empresas recém-criadas não segue um padrão uniforme. Num setor intensivo em capital, conhecimento técnico, disponibilidade de terra, acesso a água, certificação e construção de marca, a permanência no mercado depende de fatores estruturais exigentes e de horizontes de maturação longos.

Na produção de vinhos, os indicadores apresentam igualmente forte variabilidade, embora com níveis geralmente moderados de natalidade e mortalidade. A existência de anos com valores nulos ou muito baixos não deve ser interpretada como ausência de dinâmica económica, mas como reflexo de um universo empresarial reduzido, onde a criação ou cessação de poucas empresas altera significativamente os resultados percentuais.

A sobrevivência a dois anos na produção de vinhos apresenta também oscilações marcadas, revelando que a consolidação empresarial depende fortemente da capacidade de integração vertical, diferenciação comercial, acesso a canais de venda e articulação com o enoturismo.

Em termos globais, os dados apontam para uma fileira de pequena escala, com dinâmica empresarial seletiva, elevada sensibilidade estatística e ausência de sinais de expansão quantitativa acelerada. A vitalidade da Fileira do Vinho do Algarve não deve, por isso, ser avaliada apenas pelo número de entradas ou saídas de empresas, mas sobretudo pela capacidade dos projetos existentes se consolidarem, diferenciarem e criarem valor.

A leitura integrada dos indicadores sugere que o desenvolvimento futuro da fileira dependerá menos do aumento expressivo do número de operadores e mais do reforço da robustez empresarial, da profissionalização da gestão, da organização coletiva, da certificação, da valorização da marca regional e da consolidação de canais comerciais nacionais e internacionais.

Nota: Os valores apresentados resultam da média simples das taxas municipais válidas do Algarve disponibilizadas pelo INE. Foram excluídas as observações sem valor estatístico. Dada a reduzida dimensão empresarial da fileira em vários municípios, os indicadores devem ser interpretados com prudência, uma vez que pequenas variações no número absoluto de empresas podem produzir oscilações percentuais significativas.

5.3 · Fatores de Competitividade e Sustentabilidade da Dinâmica Empresarial

A dinâmica empresarial observada na Fileira do Vinho do Algarve - caracterizada por entrada seletiva, mortalidade controlada e níveis consistentes de sobrevivência - pode ser explicada por um conjunto de fatores estruturais específicos do setor.

Em primeiro lugar, a **intensidade de capital e conhecimento técnico** exigida pela atividade vitivinícola condiciona a entrada de novos operadores. A criação de uma empresa no setor implica investimento significativo em vinha, equipamentos de vinificação, certificação e construção de marca, o que contribui para uma natalidade empresarial moderada e tendencialmente qualificada.

Em segundo lugar, a **integração vertical parcial** observada em várias empresas - combinando produção, vinificação e comercialização - favorece maior retenção de valor e reforça sustentabilidade económica, contribuindo para taxas de sobrevivência relativamente consistentes.

A **certificação regional e reputação associada à origem** constituem igualmente fatores de estabilidade, permitindo posicionamento em segmentos de maior valor acrescentado e mitigando concorrência baseada exclusivamente em preço.

Por outro lado, persistem condicionantes estruturais que influenciam a dinâmica empresarial, designadamente:

- reduzida escala média das explorações;
- fragmentação comercial;
- dependência significativa do mercado regional e do turismo;
- exposição a variabilidade climática.

A articulação com o enoturismo, a cooperação institucional e a crescente aposta na internacionalização surgem como mecanismos compensatórios destas limitações estruturais, reforçando capacidade de consolidação empresarial.

Em síntese, a sustentabilidade da dinâmica empresarial da Fileira do Vinho do Algarve depende menos da expansão quantitativa do número de empresas e mais da capacidade de reforçar competitividade qualitativa, organização coletiva e posicionamento estratégico em mercados externos.

5.4 · Síntese Interpretativa Final da Dinâmica Empresarial

A análise da dinâmica empresarial da Fileira do Vinho do Algarve evidencia um setor de crescimento controlado, entrada seletiva e níveis consistentes de sobrevivência empresarial.

As taxas de natalidade, mortalidade e sobrevivência confirmam que se trata de uma atividade estruturada, onde a criação de novas empresas depende de investimento significativo, qualificação técnica e capacidade de acesso a canais comerciais. A ausência de volatilidade acentuada reforça a leitura de um setor relativamente estável, ainda que condicionado pela pequena escala média das explorações.

A sustentabilidade empresarial não resulta de expansão quantitativa acelerada, mas da consolidação gradual de projetos orientados para qualidade, diferenciação e integração vertical parcial. A articulação com o enoturismo, a certificação regional e a aposta crescente na internacionalização constituem fatores determinantes para reforçar resiliência e retenção de valor.

Em termos estruturais, a dinâmica empresarial observada é coerente com um modelo de desenvolvimento baseado em valor acrescentado e posicionamento premium, mais do que em crescimento extensivo do número de operadores.

A consolidação futura da fileira dependerá, assim, da capacidade de alinhar organização coletiva, profissionalização da gestão e estratégia consistente de internacionalização, garantindo maior robustez competitiva no médio e longo prazo.

6 Diagnóstico Estratégico da Fileira

6.1 · Posicionamento Estratégico da Fileira

A Fileira do Vinho do Algarve ocupa posição singular no contexto regional e nacional. Representando parcela reduzida da produção nacional, distingue-se pela forte identidade territorial, integração com o turismo e crescente aposta em segmentos de qualidade diferenciada.

O posicionamento estratégico da fileira assenta num modelo de pequena escala produtiva com elevado potencial de valorização por unidade produzida. A certificação regional, a reputação associada à origem e a articulação com experiências enoturísticas constituem elementos diferenciadores relevantes.

Num mercado global orientado para autenticidade e origem, o Vinho do Algarve apresenta condições favoráveis para consolidação em nichos premium, desde que sustentado por estratégia coletiva consistente e presença estruturada em mercados externos.

6.2 · Principais Desafios Estruturais

A análise integrada dos capítulos anteriores permite identificar desafios estruturais centrais:

- reduzida escala média das explorações;
- fragmentação comercial e promocional;
- necessidade de reforço da coordenação estratégica;
- exposição a variabilidade climática;
- dependência ainda significativa do mercado regional e turístico.

Estes fatores condicionam capacidade de expansão estruturada e reforço da presença internacional.

6.3 · Fatores Críticos de Sucesso

Em paralelo, a fileira dispõe de ativos estratégicos relevantes:

- certificação robusta assegurada pela CVA Algarve;
- integração crescente com o enoturismo;
- ecossistema institucional articulado;
- aposta em inovação, sustentabilidade e digitalização;
- identidade territorial clara e diferenciadora.

A consolidação da fileira dependerá da capacidade de transformar estes ativos em vantagem competitiva estruturada, reforçando organização coletiva e posicionamento externo consistente.

6.4 · Síntese Estratégica

O Vinho do Algarve encontra-se numa fase de consolidação qualitativa, caracterizada por crescimento controlado, estabilidade empresarial e reforço progressivo da reputação regional.

O desafio central não reside na expansão quantitativa, mas na capacidade de estruturar escala promocional, consolidar internacionalização e reforçar coordenação institucional.

A fileira dispõe de identidade e qualidade; a prioridade estratégica reside na sua projeção externa sustentada e na consolidação de modelo económico orientado para valor acrescentado.

7 Internacionalização e Mercados Externos

7.1 · Enquadramento metodológico

A análise da internacionalização da Fileira do Vinho do Algarve é realizada com base nos dados do INE relativos ao Comércio Internacional de Bens, considerando as exportações (fluxo “Saída”) efetuadas por empresas sedeadas no Algarve (NUT II 15), no período 2019–2024, para o código NC 2204 - Vinhos de uvas frescas, incluindo vinhos fortificados; mostos de uvas.

Importa sublinhar que estes dados refletem exportações realizadas por operadores com sede na região, podendo incluir operações comerciais de vinhos produzidos noutras regiões quando exportados por empresas algarvias. Assim, os valores apresentados devem ser interpretados como indicador da capacidade exportadora regional e não exclusivamente como exportação de vinho produzido no Algarve.

7.2 · Evolução das exportações (2019–2024)

No período em análise, as exportações classificadas no código NC 2204 apresentam a seguinte evolução:

Quadro 14 - Exportações de vinho realizadas por operadores sedeados no Algarve, NC 2204; Algarve; 2019 a 2024

Ano	Exportações (€)
2019	303 973
2020	680 400
2021	503 266
2022	641 089
2023	211 859
2024	298 527

Fonte: INE

A trajetória evidencia capacidade de acesso a mercados externos, embora marcada por volatilidade anual significativa, com máximos em 2020 e 2022 e redução acentuada em 2023.

Esta variação sugere uma internacionalização ainda dependente de operações comerciais específicas ou contratos pontuais, não evidenciando ainda uma trajetória de crescimento sustentado e consolidado.

7.3 · Estrutura das exportações por tipologia de produto (NC6)

A análise ao nível de seis dígitos da Nomenclatura Combinada (NC6) revela que a estrutura exportadora é dominada por vinho engarrafado (≤ 2 litros):

- 2204.21 - Vinhos ≤ 2 L (engarrafados): segmento claramente dominante;
- 2204.10 - Espumantes: presença residual, mas consistente;
- 2204.22 - Vinhos > 2 L (granel): expressão reduzida;
- 2204.29 - Outros vinhos: residual;
- 2204.30 - Mostos: sem expressão relevante.

Esta configuração constitui um sinal positivo do ponto de vista estratégico, indicando orientação para segmentos de maior valor acrescentado, em detrimento de modelos centrados em volume ou granel.

7.4 · Mercados de destino e inserção geográfica

No acumulado 2019–2024, verifica-se uma distribuição relativamente equilibrada entre exportações para mercados intra e extra União Europeia, com ligeira predominância do segmento extracomunitário.

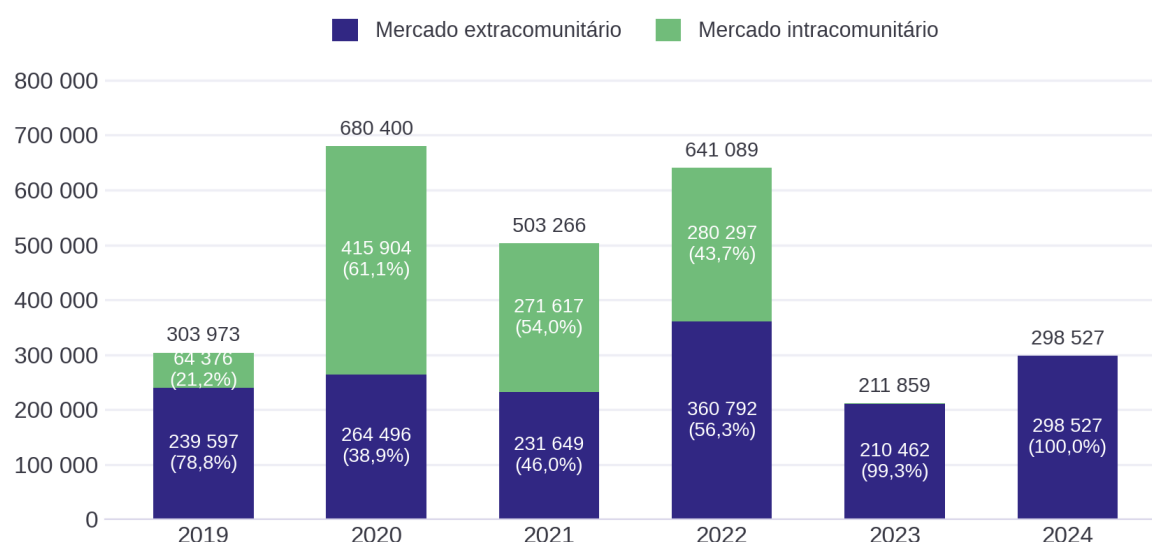
Quadro 15 - Exportações de vinho por operadores sedeados no Algarve por Mercados: Extracomunitário e Intracomunitário; Vinho NC 2204; Anos 2019 a 2024

Ano	Mercado Extracomunitário	Mercado Intracomunitário	Total
2019	239 597	64 376	303 973
2020	264 496	415 904	680 400
2021	231 649	271 617	503 266
2022	360 792	280 297	641 089
2023	210 462	1 397	211 859
2024	298 527	0	298 527

Fonte: INE

Unidade: Euro

Gráfico 10 - Exportações de vinho por operadores sedeados no Algarve por mercado de destino, NC 2204; Algarve; 2019 a 2024



Unidade: euros (€); percentagens calculadas sobre o total exportado em cada ano

Fonte: INE

A análise da distribuição geográfica das exportações evidencia diferenças relevantes entre os mercados intra e extracomunitários ao longo do período 2019–2024.

Os dados revelam que, apesar da presença internacional efetiva dos vinhos do Algarve, a trajetória exportadora apresenta elevada volatilidade e ausência de consolidação contínua dos canais comerciais, particularmente no espaço intracomunitário. Após valores mais expressivos nos primeiros anos do período analisado, as exportações para mercados da União Europeia registaram forte redução, atingindo níveis residuais em 2023 e ausência de registo exportador em 2024.

Em contrapartida, os mercados extracomunitários evidenciam maior capacidade de retenção de operações comerciais ao longo do período, ainda que também sujeitos a oscilações anuais significativas. Esta evolução sugere que a internacionalização da fileira continua fortemente dependente de operações pontuais, nichos

específicos de mercado e relações comerciais individualizadas, não refletindo ainda uma presença internacional plenamente estruturada e estabilizada.

A leitura destes indicadores reforça a importância estratégica do reforço das políticas de internacionalização associadas aos Vinhos do Algarve, designadamente ao nível:

- da consolidação de mercados prioritários;
- da estabilização de canais de distribuição;
- do reforço da notoriedade internacional da marca regional;
- e da coordenação promocional entre produtores e entidades institucionais.

Neste contexto, iniciativas coletivas de promoção externa e estruturação comercial, como as atualmente desenvolvidas no âmbito do projeto Internacionalizar + Algarve 3.0, assumem relevância estratégica para a consolidação internacional da fileira e para o reforço do seu posicionamento em segmentos de maior valor acrescentado.

Principais mercados de destino no período acumulado:

- Suíça
- Suécia
- Reino Unido
- Japão
- Alemanha
- França
- Estados Unidos
- Países Baixos

A presença de mercados como Suíça e Suécia revela inserção em economias com elevado poder de compra e exigência qualitativa, sugerindo potencial de posicionamento em segmentos de maior valor.

Contudo, a concentração em número reduzido de mercados e a volatilidade anual indicam que a consolidação internacional ainda depende da diversificação de destinos e da estabilização de canais comerciais.

7.5 · Síntese Estratégica da Internacionalização

Em síntese, os dados analisados confirmam que a Fileira do Vinho do Algarve dispõe já de capacidade efetiva de inserção internacional, embora ainda marcada por reduzida escala exportadora e elevada volatilidade comercial.

A fileira do vinho associada a operadores sedeados no Algarve apresenta evidências de internacionalização real, predominantemente orientada para vinho engarrafado e para mercados com potencial de valorização.

Todavia, a evolução recente demonstra volatilidade e ausência de crescimento sustentado, sugerindo que a internacionalização ainda não se encontra plenamente estruturada.

O reforço da presença internacional dependerá de:

- diversificação e consolidação de mercados prioritários;
- estabilização de relações comerciais e canais de distribuição;
- reforço do posicionamento baseado na identidade territorial;
- coordenação estratégica entre produtores e entidades regionais.

A concretização destas orientações estratégicas exigirá a definição de prioridades de mercado, modelos de entrada e instrumentos de promoção adequados ao posicionamento do vinho do Algarve, no quadro de iniciativas regionais de apoio à internacionalização que venham a ser desenvolvidas pelas entidades competentes.

8 Perfil do Empreendedor da Fileira

O presente capítulo tem como objetivo caracterizar o perfil dos empreendedores da Fileira do Vinho do Algarve, com base nos resultados dos questionários aplicados no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026.

A análise apresentada complementa o diagnóstico económico e estratégico anteriormente desenvolvido, incorporando uma dimensão qualitativa associada às perceções, experiências, desafios, expectativas e estratégias dos agentes económicos que operam na fileira vitivinícola regional.

Os resultados obtidos permitem aprofundar aspetos relacionados com:

- o perfil dos empreendedores;
- as motivações associadas à atividade;
- os principais constrangimentos e fatores de competitividade;
- os níveis de inovação, digitalização e sustentabilidade;
- a relação com o território;
- e as perspetivas futuras de desenvolvimento da fileira.

No total, foram obtidas 12 respostas válidas associadas à Fileira do Vinho do Algarve. Embora esta amostra não permita uma leitura estatisticamente representativa da totalidade do universo empresarial do setor, os resultados obtidos apresentam relevância qualitativa e interpretativa, permitindo identificar tendências, preocupações e fatores estruturais relevantes para a compreensão da atividade vitivinícola regional.

A consistência observada entre diferentes respostas e a convergência de vários temas críticos conferem relevância estratégica aos resultados apresentados, permitindo reforçar a compreensão integrada da Fileira do Vinho do Algarve enquanto atividade económica, territorial, cultural e identitária.

Os resultados apresentados devem, assim, ser entendidos como complemento qualitativo ao diagnóstico económico e estratégico anteriormente desenvolvido, contribuindo para uma leitura mais aprofundada das trajetórias empresariais, dos fatores de resiliência e das expectativas futuras associadas ao desenvolvimento da fileira.

Quadro 16 - Taxa de resposta ao questionário - Fileira do Vinho

Indicador	Valor
Número de respostas ao Questionário	12
Número total de empresas da fileira (CAE 01210 e CAE 11021)	92
Taxa de resposta das empresas da fileira ao questionário	13%
Número total das empresas por CAE - 01210	65
Número total das empresas por CAE - 11021	27
Taxa de resposta por CAE - 01210	2%
Taxa de resposta por CAE - 11021	22%

A distribuição das respostas evidencia maior participação relativa das empresas ligadas à transformação e comercialização do vinho, refletindo maior estruturação empresarial e maior proximidade institucional ao projeto.

8.1 · Caracterização da Atividade do Negócio

Quadro 17 - Tipo de entidade

Categoria	N.º	%
Empresário em nome individual	2	17%
Sociedade Unipessoal por quotas	10	83%

Quadro 18 - Ano início da atividade

Categoria	N.º	%
1980-1989	1	8%
1990-1999	1	8%
2000-2009	1	8%
2010-2019	7	58%
2020-2025	2	17%

Quadro 19 - Número atual de trabalhadores

Categoria	N.º	%
1 (apenas o próprio)	4	33%
2-9	5	42%
10-49	3	25%

Quadro 20 - Volume de negócios anual médio

Categoria	N.º	%
< 100 000 €	7	58%
100 000 €-500 000 €	2	17%
500 000 €-2M €	3	25%

Quadro 21 - Origem maioritária dos trabalhadores

Categoria	N.º	%
Algarve	4	33%
Restantes regiões de Portugal	4	33%
Mista/equilibrada	4	33%

Quadro 22 - Concelho onde a atividade está localizada

Categoria	N.º	%
Albufeira	2	17%
Faro	2	17%
Lagoa	4	33%
Loulé	1	8%
Silves	3	25%

8.2 · Contexto para o Nascimento da Atividade do Negócio

Quadro 23 - Principais motivos para a criação da empresa

Categoria	N.º	%
Continuação da atividade familiar	6	43%
Oportunidade de mercado	5	36%

Categoria	N.º	%
Interesse pessoal/vocação	1	7%
Regresso à terra	1	7%
Outra: Dinamizar outras atividades locais	1	7%

Quadro 24 - Grau de dificuldade sentido na criação da empresa

Categoria	N.º	%
1 - Muito baixo	1	8%
2	2	17%
3	7	58%
4	2	17%
5 - Elevado	0	0%

Quadro 25 - Principais dificuldades no arranque da empresa

Categoria	N.º	%
Acesso a financiamento	4	12%
Burocracia/licenciamentos	7	21%
Falta de informação técnica	1	3%
Acesso a mercados	4	12%
Acesso a mão-de-obra	4	12%
Custos de produção	11	32%
Certificações	3	9%

Quadro 26 - Fontes de financiamento utilizadas no arranque da empresa

Categoria	N.º	%
Fundos próprios	11	65%
Fundos familiares	1	6%
Crédito bancário	3	18%
Apoios públicos/fundos europeus	2	12%

Quadro 27 - Origem da propriedade – Terrenos, infraestruturas

Categoria	N.º	%
Herança	7	54%
Adquirida	4	31%
Arrendada	2	15%

Quadro 28 - Considera que as condições de contexto do Algarve foram positivas para o nascimento da sua empresa

Categoria	N.º	%
Sim	6	50%
Não	1	8%
Não sabe / Não responde	5	42%

8.3 · Perfil do Empreendedor

Quadro 29 - Origem

Categoria	N.º	%
Algarve	6	50%
Outras regiões do país	5	42%
Estrangeiro	1	8%

Quadro 30 - Região de origem/país

Categoria	N.º	%
Lisboa Portugal	4	33%
Algarve Portugal	5	42%
Estrangeiro Holanda	1	8%
Não responde	2	17%

Quadro 31 - Idade atual

Categoria	N.º	%
40-49	4	33%
50-59	4	33%
60 anos ou mais	4	33%

Quadro 32 - Nível de escolaridade

Categoria	N.º	%
Ensino secundário	1	8%
Ensino profissional	3	25%
Ensino superior	5	42%
Pós-graduação/Mestrado/Doutoramento	3	25%

Quadro 33 - Formação específica na fileira

Categoria	N.º	%
Sim (formal)	3	25%
Sim (informal/experiência prática)	4	33%
Não	5	42%

Quadro 34 - Situação profissional/pessoal antes da criação da empresa

Categoria	N.º	%
Trabalhador por conta de outrem	3	25%
Empresário	9	75%

Quadro 35 - Existência de tradição familiar na atividade

Categoria	N.º	%
Sim	3	25%
Não	9	75%

8.4 · Evolução da Atividade

Quadro 36 - Como descreve o momento atual da sua empresa

Categoria	N.º	%
Iniciação	3	25%
Consolidação	2	17%
Expansão	7	58%

Quadro 37 - Evolução da atividade nos últimos 5 anos

Categoria	N.º	%
Crescimento	8	67%
Estável	1	8%
Decrescimento/Instável	3	25%

Quadro 38 - Expectativa da evolução da atividade para os próximos 3 anos

Categoria	N.º	%
Crescer	9	75%
Manter	3	25%

Quadro 39 - Tem uma estratégia e plano de sucessão para a empresa

Categoria	N.º	%
Sim	8	67%
Não	1	8%
Não é aplicável	1	8%
Não sabe / Não responde	2	17%

Quadro 40 - Na sua opinião, quais os fatores que considera mais importantes para garantir a sobrevivência futura das empresas desta fileira

Categoria	N.º	%
Diferenciação do produto (inovação/valor acrescentado)	9	21%
Acesso a mercados	9	21%
Cooperação entre empresas	2	5%
Inovação tecnológica	6	14%
Acesso a mão-de-obra	5	12%
Qualificação da gestão	4	9%
Renovação geracional	1	2%
Apoio público adequado	5	12%
Estabilidade regulatória	2	5%

Quadro 41 - Como avalia o contributo da localização da atividade no Algarve para a competitividade da empresa

Categoria	N.º	%
1 - Negativo	0	0%
2	0	0%
3	3	25%
4	5	42%

Categoria	N.º	%
5 - Muito positivo	4	33%

Quadro 42 - Na sua opinião, esta fileira na região do Algarve tem

Categoria	N.º	%
Criado mais empresas do que as que encerram	9	75%
Mantido um equilíbrio	3	25%

Quadro 43 - Quais considera serem as principais causas do encerramento de empresas na sua fileira

Categoria	N.º	%
Falta de mão-de-obra	5	22%
Dificuldades financeiras	6	26%
Falta de sucessão	0	0%
Restrições legais/excesso de burocracia	2	9%
Falta de escala	5	22%
Dependência de poucos clientes	4	17%
Não sabe / Não responde	1	4%

8.5 · Inovação, I&I e Tendências

Quadro 44 - Introduziu alguma inovação nos últimos 5 anos

Categoria	N.º	%
Sim	11	92%
Não	1	8%

Quadro 45 - Tipo de inovação introduzida

Categoria	N.º	%
Produto/Serviço	8	31%
Processo produtivo/tecnologia	2	8%
Comercialização/Marketing/Mercados	6	23%
Organização/Gestão/Equipas	2	8%
Transição digital	1	4%
Sustentabilidade (ambiental, social, económica)	6	23%
Não sabe / Não responde	1	4%

Quadro 46 - Colaboração com entidades I&I (mesmo que informalmente)

Categoria	N.º	%
Universidades	7	37%
Centros de Investigação	2	11%
Associações/Cooperativas	4	21%
Incubadoras	0	0%
Startups/Empresas tecnológicas	1	5%
Outras entidades	2	11%
Nunca colaborou	2	11%
Não sabe / Não responde	1	5%

Quadro 47 - Grau de interesse em participar em projetos de I&D aplicada

Categoria	N.º	%
1 - Nenhum	0	0%
2	0	0%
3	6	50%
4	4	33%
5 - Muito elevado	2	17%

Quadro 48 - Quais as tendências que considera mais relevantes para a sua fileira

Categoria	N.º	%
Digitalização	2	5%
Sustentabilidade ambiental	4	10%
Valorização de produtos locais	9	23%
Novos mercados/exportação	9	23%
Certificação/Qualidade	3	8%
Economia circular	2	5%
Turismo associado à fileira	10	26%

8.6 · Balanço e Recomendações

Quadro 49 - Empreenderia novamente nesta fileira se tivesse que recomeçar hoje

Categoria	N.º	%
Sim	6	50%
Não	1	8%
Talvez	5	42%

Que conselho daria a novos empreendedores da sua fileira

“Munir-se de muito conhecimento e fundos.”

“Apostar no enoturismo que hoje permite gerar receitas, criar marca e garantir maior sustentabilidade do que a produção isolada.”

“Muito dinheiro inicial para investir, investimento a longo prazo.”

“Atenção aos grandes grupos económicos.”

“Iniciar o negócio com um bom suporte técnico (enólogo e viticultura) e alguma solidez financeira porque é uma área que nos primeiros anos não tem retorno imediato, tem elevados custos de investimentos e de plantação. Apostar ou ter uma atividade em paralelo que ajude financeiramente até que consigam produzir o primeiro vinho.”

Que recomendações daria às entidades responsáveis pela sustentabilidade futura da fileira no Algarve

“Tratar o enoturismo como um produto turístico distinto do sol e mar, com estratégias e apoios próprios, reconhecendo o seu papel fundamental no combate à sazonalidade. Um maior foco e centralização de apoios neste sector contribuiria para uma atividade mais sustentável e equilibrada ao longo do ano no Algarve.”

“Manter a região fechada à produção no local, por exemplo, produção do produto no Algarve, em vez de levar o produto para fora. Manter foco em qualidade em vez de quantidade.”

“Penso que a CVA dá um bom apoio aos produtores. No entanto, penso que as entidades CVS e CCDR poderiam apoiar mais certos aspetos da produção lutar mais pelos interesses dos produtores e da região junto das entidades superiores, em vez de se agarrarem a legislação.”

Palavra ou expressão que melhor descreve o futuro da fileira

“Lento, mas promissor.”

“Negra mole.”

“Saturação de mercado possível.”

“Desafiante.”

“Incerteza.”

“Falta de estratégia.”

“Algumas dificuldades.”

“Qualidade.”

9 Trajetórias Empresariais da Fileira

Uma leitura integrada sobre os fatores de criação, sobrevivência e cessação empresarial

9.1 · Enquadramento e Objetivos Analíticos

A análise da dinâmica empresarial da Fileira do Vinho do Algarve não pode limitar-se à observação estatística das taxas de natalidade, mortalidade e sobrevivência das empresas. Num setor de pequena escala, fortemente dependente da identidade territorial, da qualidade do produto e da capacidade de diferenciação, as trajetórias empresariais resultam de uma combinação complexa de fatores económicos, territoriais, institucionais e humanos.

Neste contexto, compreender porque nascem, sobrevivem e morrem empresas na fileira do vinho exige uma leitura integrada que articule:

- a estrutura produtiva e empresarial da fileira;
- os indicadores de dinâmica empresarial;
- as condições de mercado;
- o perfil dos empreendedores;
- os modelos de negócio adotados;
- e o contexto territorial e institucional em que as empresas operam.

A Fileira do Vinho do Algarve apresenta características particulares no contexto regional e nacional. Trata-se de uma atividade de pequena dimensão relativa, mas com forte capacidade de valorização simbólica e territorial. A criação de empresas não decorre apenas de oportunidades económicas imediatas, mas frequentemente de projetos de vida, investimentos familiares, estratégias de valorização patrimonial ou iniciativas associadas ao turismo, à ruralidade e à procura de diferenciação.

Ao mesmo tempo, a sobrevivência empresarial depende menos da escala produtiva e mais da capacidade de:

- criar valor acrescentado;
- construir marca;
- integrar produção, vinificação e comercialização;
- desenvolver canais de venda direta;
- articular vinho e enoturismo;
- e consolidar posicionamento em segmentos de maior valor.

Por outro lado, a mortalidade empresarial tende a refletir fragilidades estruturais características de atividades agrícolas e agroindustriais de pequena dimensão, nomeadamente:

- insuficiente capitalização;
- reduzida escala comercial;
- elevada exposição climática;
- pressão sobre custos;
- dificuldade de acesso a mercados;
- e longos períodos de maturação do investimento.

O presente capítulo procura, assim, oferecer uma leitura interpretativa e estratégica das trajetórias empresariais da Fileira do Vinho do Algarve, identificando os principais fatores que explicam a criação, consolidação e cessação das empresas do setor.

Mais do que descrever movimentos empresariais, pretende-se compreender os mecanismos estruturais que condicionam a sustentabilidade económica da fileira e a sua capacidade de afirmação futura enquanto atividade estratégica para a diversificação económica do Algarve.

9.2 · Porque Nascem Empresas na Fileira do Vinho do Algarve

O nascimento de empresas na Fileira do Vinho do Algarve resulta de um conjunto diversificado de motivações económicas, territoriais, familiares e identitárias, distinguindo-se de setores orientados exclusivamente por lógicas de escala ou de rentabilidade imediata.

Uma parte significativa dos novos projetos vitivinícolas surge associada à valorização do território e da ruralidade algarvia, beneficiando da crescente atratividade da região enquanto espaço de investimento, turismo e qualidade de vida. Em muitos casos, a criação de empresas está ligada à recuperação de propriedades agrícolas, à reabilitação patrimonial ou à diversificação de atividades ligadas ao turismo e ao alojamento.

A crescente valorização do vinho enquanto produto identitário e experiencial tem igualmente favorecido o aparecimento de novos operadores, particularmente orientados para:

- vinhos de pequena produção;
- segmentos premium;
- produção biológica ou sustentável;
- experiências de enoturismo;
- venda direta e proximidade ao consumidor.

Ao contrário de outras atividades agrícolas tradicionais, a fileira vitivinícola beneficia de forte componente emocional e reputacional. Muitos empreendedores entram no setor motivados não apenas por expectativas económicas, mas também por:

- ligação familiar ao território;
- interesse pessoal pelo vinho;
- procura de projetos de vida diferenciadores;
- valorização cultural da atividade;
- e afirmação de marca própria.

A integração crescente entre vinho, gastronomia, turismo e lifestyle mediterrânico reforça igualmente a atratividade da fileira para investidores externos ao setor agrícola tradicional, incluindo empresários ligados ao turismo, restauração, hotelaria ou atividades imobiliárias.

A existência de uma estrutura institucional relativamente consolidada — designadamente através da Comissão Vitivinícola do Algarve, do NERA, da Região de Turismo do Algarve e de programas de apoio ao investimento — contribui também para reduzir barreiras à entrada e aumentar visibilidade da fileira.

Paralelamente, o reconhecimento crescente dos Vinhos do Algarve em mercados especializados e contextos turísticos tem reforçado a perceção de oportunidade económica associada à produção de vinhos diferenciados e territorialmente identificados.

Contudo, o nascimento de empresas na fileira continua condicionado por fatores estruturais exigentes, nomeadamente:

- necessidade de investimento inicial elevado;
- aquisição ou disponibilidade de terra;
- acesso à água;

- longo período de maturação produtiva;
- exigência técnica crescente;
- e necessidade de construção gradual de reputação comercial.

Neste contexto, o aparecimento de novas empresas tende a ocorrer de forma seletiva e gradual, privilegiando projetos de pequena e média dimensão, fortemente orientados para diferenciação, qualidade e integração territorial.

9.3 · Porque Sobrevivem as Empresas da Fileira do Vinho do Algarve

A sobrevivência das empresas da Fileira do Vinho do Algarve depende menos da dimensão produtiva e mais da capacidade de adaptação, diferenciação e criação de valor acrescentado.

Num setor caracterizado por pequena escala média, elevada concorrência e forte exigência comercial, as empresas que conseguem consolidar-se apresentam normalmente um conjunto de características comuns.

Um dos principais fatores de sobrevivência é a integração vertical parcial ou total da atividade. As empresas que asseguram simultaneamente:

- produção vitícola;
- vinificação;
- engarrafamento;
- comercialização;
- e contacto direto com o consumidor; tendem a captar maior margem ao longo da cadeia de valor, reduzindo dependência de intermediários e aumentando capacidade de controlo sobre posicionamento e preço final.

A venda direta assume particular relevância na sustentabilidade económica da fileira. A proximidade ao turismo permite às empresas desenvolver:

- provas de vinho;
- visitas às adegas;
- experiências gastronómicas;
- eventos;
- alojamento vínico;
- e canais próprios de comercialização.

Esta ligação ao enoturismo constitui uma das principais vantagens competitivas da fileira regional, permitindo transformar o vinho numa experiência territorial integrada e não apenas num produto agrícola.

Outro fator determinante de sobrevivência é a capacidade de diferenciação qualitativa. As empresas mais resilientes tendem a apostar em:

- produção limitada;
- certificação;
- identidade territorial;
- castas adaptadas;
- sustentabilidade ambiental;
- e storytelling associado ao território e à autenticidade.

A pequena escala, embora limite economias de dimensão, pode transformar-se em vantagem competitiva quando associada a posicionamento premium e relação de proximidade com o consumidor.

A qualificação técnica e o perfil dos empreendedores constituem igualmente elementos críticos de resiliência. Observa-se na fileira presença crescente de empresários com:

- formação superior;
- competências em gestão;
- experiência internacional;
- capacidade de comunicação e marketing;
- e abertura à inovação e digitalização.

A cooperação institucional desempenha também papel relevante na consolidação das empresas. A atuação da CVA, do NERA, da CCDD Algarve, da RTA e da Universidade do Algarve contribui para:

- reforço da promoção coletiva;
- acesso a programas de apoio;
- participação em ações de internacionalização;
- qualificação técnica;
- e valorização da marca regional.

Por fim, a sobrevivência empresarial está frequentemente associada à forte ligação pessoal dos empreendedores aos seus projetos. Em muitos casos, a permanência no mercado resulta não apenas de critérios financeiros imediatos, mas de uma lógica de continuidade patrimonial, afirmação territorial e valorização de longo prazo.

9.4 · Porque Morrem ou Têm Dificuldade em Consolidar-se

Apesar do potencial qualitativo e territorial da fileira, muitas empresas enfrentam dificuldades significativas de consolidação económica e financeira.

A principal fragilidade estrutural reside na reduzida escala média das explorações e empresas. A pequena dimensão condiciona:

- capacidade de investimento;
- eficiência operacional;
- acesso a canais de distribuição;
- poder negocial;
- e capacidade de absorção de choques externos.

A atividade vitivinícola exige investimentos elevados e de retorno lento. A instalação de vinha, a construção ou modernização de adegas, a aquisição de equipamentos e a construção de marca implicam necessidades financeiras significativas, frequentemente difíceis de suportar por pequenas estruturas empresariais.

Ao mesmo tempo, o setor apresenta forte exposição a fatores externos difíceis de controlar, nomeadamente:

- alterações climáticas;
- escassez hídrica;
- oscilações de produção;
- aumento dos custos energéticos;
- pressão salarial;
- volatilidade dos mercados;
- e evolução do consumo.

A dependência excessiva do mercado regional e do consumo turístico constitui igualmente fator de vulnerabilidade. Muitas empresas continuam demasiado dependentes:

- da venda local;
- da restauração regional;
- e do fluxo turístico sazonal.

A limitada presença estruturada em mercados externos reduz capacidade de diversificação comercial e aumenta exposição às flutuações da procura local.

Outro constrangimento importante prende-se com a dificuldade de afirmação comercial num mercado global altamente competitivo. O vinho do Algarve enfrenta concorrência:

- de regiões nacionais historicamente consolidadas;
- de grandes produtores internacionais;
- e de operadores com maior escala promocional e distributiva.

A reduzida notoriedade internacional da marca “Vinhos do Algarve” limita ainda a capacidade de penetração em canais especializados e mercados premium.

A sucessão empresarial constitui igualmente um desafio estrutural. Em várias explorações familiares observa-se dificuldade em assegurar continuidade geracional, particularmente em contextos de reduzida rentabilidade ou elevada exigência operacional.

Em alguns casos, as empresas conseguem manter atividade produtiva, mas não atingem escala ou rentabilidade suficientes para garantir consolidação económica sustentável. Nestes contextos, verifica-se:

- estagnação do investimento;
- fragilidade financeira persistente;
- dependência excessiva do esforço individual do empreendedor;
- e dificuldade de profissionalização da gestão e comercialização.

A mortalidade empresarial na fileira não decorre, assim, exclusivamente de falta de qualidade produtiva, mas sobretudo da dificuldade em transformar qualidade e identidade territorial em escala económica sustentável e presença comercial consistente.

9.5 · Leitura Integrada e Implicações Estratégicas

A análise das trajetórias empresariais da Fileira do Vinho do Algarve evidencia um setor cuja sustentabilidade depende mais da capacidade de criação de valor do que da expansão quantitativa da produção.

As empresas da fileira tendem a nascer associadas à valorização do território, à identidade regional, ao turismo e à procura de diferenciação. A lógica dominante não é a produção em massa, mas antes a construção de projetos de pequena escala com forte componente qualitativa e experiencial.

A sobrevivência empresarial assenta sobretudo:

- na integração entre vinho, território e turismo;
- na venda direta e proximidade ao consumidor;
- na diferenciação qualitativa;
- na construção de marca;
- e na capacidade de captar maior valor ao longo da cadeia.

Por outro lado, as principais fragilidades estruturais relacionam-se com:

- reduzida escala económica;
- pressão sobre custos;
- dificuldade de acesso a mercados;
- baixa notoriedade internacional;
- e elevada exposição a fatores climáticos e conjunturais.

A fileira evidencia, assim, uma dinâmica empresarial seletiva, onde a permanência no mercado depende menos do volume produzido e mais da capacidade de articulação entre:

- qualidade;
- autenticidade;
- experiência territorial;
- inovação;
- sustentabilidade;
- e posicionamento comercial.

Neste contexto, o futuro da Fileira do Vinho do Algarve dependerá da capacidade coletiva de:

- reforçar cooperação e promoção conjunta;
- consolidar presença estruturada em mercados externos;
- aumentar notoriedade da marca regional;
- integrar inovação e sustentabilidade;
- e transformar pequena escala em vantagem competitiva diferenciadora.

Mais do que competir pelo volume, o vinho do Algarve afirma-se como fileira orientada para valor, identidade e diferenciação, assumindo potencial estratégico relevante para a diversificação económica, afirmação territorial e projeção internacional do Algarve.

10 Análise SWOT da Fileira

A presente análise SWOT tem como objetivo sintetizar, de forma estruturada, os principais pontos fortes, fragilidades, oportunidades e ameaças da Fileira do Vinho do Algarve, com base no diagnóstico económico, territorial e estratégico desenvolvido nos capítulos anteriores.

A SWOT não introduz nova informação, mas organiza e hierarquiza evidências, servindo de base à definição de orientações estratégicas e recomendações.

Forças

- Forte identidade territorial e mediterrânica
- Crescente reconhecimento qualitativo dos vinhos do Algarve
- Integração natural com o turismo e enoturismo
- Existência de estrutura institucional consolidada (CVA, RTA, NERA)
- Capacidade de diferenciação por autenticidade e origem
- Crescente qualificação técnica e enológica
- Potencial de valorização em segmentos premium
- Adaptação crescente às tendências de sustentabilidade

Fraquezas

- Pequena escala média das explorações e empresas
- Baixa capacidade de escala comercial e promocional
- Elevada volatilidade exportadora
- Fragmentação empresarial
- Dependência de canais comerciais pouco estabilizados
- Limitada notoriedade nacional e internacional
- Margens financeiras ainda reduzidas
- Vulnerabilidade climática e pressão sobre recursos hídricos

Oportunidades

- Crescente procura internacional por vinhos diferenciados e de origem
- Expansão do enoturismo e turismo de experiência
- Consolidação de mercados premium internacionais
- Integração em estratégias de especialização inteligente regional
- Reforço da promoção coletiva regional
- Desenvolvimento de canais digitais e venda direta
- Valorização crescente da sustentabilidade e autenticidade
- Articulação com projetos de internacionalização regionais

Ameaças

- Concorrência crescente de outras regiões vitivinícolas
- Alterações climáticas e fenómenos extremos
- Aumento dos custos de produção e energia
- Dificuldade de sucessão geracional em algumas explorações
- Pressão competitiva da grande distribuição
- Instabilidade económica e comercial internacional
- Fragmentação institucional ou insuficiente coordenação coletiva
- Dependência excessiva do mercado turístico regional

10.1 · Síntese estratégica da análise SWOT

A análise SWOT confirma que a Fileira do Vinho do Algarve apresenta um perfil estratégico assente na diferenciação, autenticidade territorial e valorização qualitativa, mais do que na escala produtiva ou no volume de mercado.

As principais forças da fileira resultam da combinação entre identidade regional, qualificação crescente dos produtores, integração com o enoturismo e capacidade de posicionamento em segmentos de maior valor acrescentado. Paralelamente, a existência de estruturas institucionais relevantes constitui fator importante de suporte à certificação, promoção coletiva e internacionalização.

Contudo, persistem fragilidades estruturais associadas à reduzida dimensão média das empresas, à fragmentação produtiva, à limitada notoriedade internacional e à volatilidade dos canais comerciais externos.

As oportunidades identificadas relacionam-se sobretudo com a crescente valorização internacional de vinhos de origem diferenciada, com a expansão do turismo de experiência e com a possibilidade de consolidação de estratégias coletivas de promoção externa e valorização territorial.

Por outro lado, a fileira enfrenta ameaças relevantes decorrentes das alterações climáticas, da pressão competitiva internacional, do aumento dos custos de produção e da necessidade de reforçar coordenação estratégica entre produtores e entidades regionais.

Em síntese, o futuro da Fileira do Vinho do Algarve dependerá da capacidade coletiva de transformar pequena escala em elevado valor acrescentado, reforçando notoriedade, cooperação e posicionamento competitivo sustentável nos mercados nacionais e internacionais.

11 Conclusões e Recomendações Estratégicas

11.1 · Conclusões

A análise desenvolvida ao longo do presente relatório permite concluir que a Fileira do Vinho do Algarve constitui uma atividade económica de reduzida escala relativa, mas com crescente relevância estratégica no contexto da diversificação económica regional.

A fileira evidencia evolução qualitativa significativa ao nível da produção, da qualificação técnica, da diferenciação enológica e da valorização territorial, posicionando-se progressivamente em segmentos associados à autenticidade, pequena produção diferenciada e integração com o turismo de experiência.

Apesar da expressão quantitativa ainda limitada no contexto nacional, o setor apresenta fatores distintivos relevantes:

- forte identidade mediterrânica;
- crescente reconhecimento qualitativo;
- articulação natural com o enoturismo;
- capacidade de valorização territorial;
- e potencial de inserção em mercados internacionais de maior valor acrescentado.

A análise económico-financeira e empresarial demonstra, contudo, que a sustentabilidade futura da fileira continuará dependente da capacidade de ultrapassar fragilidades estruturais associadas:

- à pequena escala média das empresas;
- à volatilidade comercial;
- à reduzida notoriedade internacional;
- e à limitada consolidação de canais de distribuição.

A dinâmica empresarial observada revela um setor relativamente resiliente, mas fortemente sensível às condições económicas, climáticas e comerciais, refletindo simultaneamente:

- reduzida dimensão empresarial;
- forte dependência de nichos de mercado;
- e necessidade crescente de profissionalização e cooperação interempresarial.

Os resultados dos questionários aplicados aos empreendedores confirmam a existência de um tecido empresarial progressivamente mais qualificado, consciente da importância da diferenciação, da sustentabilidade, da valorização territorial e da internacionalização.

Neste contexto, o vinho assume particular importância enquanto fileira de especialização inteligente, capaz de articular:

- produção agrícola qualificada;
- turismo;
- cultura;
- identidade regional;
- e projeção externa do Algarve.

O futuro da Fileira do Vinho do Algarve dependerá menos da expansão quantitativa da produção e mais da capacidade coletiva de:

- consolidar notoriedade;
- reforçar cooperação;
- estabilizar canais comerciais;
- afirmar posicionamento premium;
- e transformar autenticidade territorial em valor económico sustentável.

11.2 · Recomendações Estratégicas

Reforçar o posicionamento premium e a diferenciação territorial

- Consolidar o posicionamento do Vinho do Algarve em segmentos de qualidade e pequena produção diferenciada.
- Valorizar a identidade mediterrânica, as sub-regiões DOC e a ligação à gastronomia e paisagem regional.
- Reforçar a narrativa territorial associada à autenticidade, sustentabilidade e experiência.

Estruturar a internacionalização de forma coordenada

- Consolidar mercados prioritários com maior valorização potencial.
- Reforçar estratégias coletivas de promoção internacional no âmbito de iniciativas como o Internacionalizar + Algarve 3.0.
- Estabilizar canais comerciais e relações com importadores especializados.
- Intensificar presença digital e utilização de plataformas especializadas.

Reforçar cooperação e escala promocional

- Incentivar mecanismos formais de cooperação horizontal entre produtores.
- Desenvolver campanhas conjuntas de promoção sob marca regional comum.
- Reforçar instrumentos partilhados de inteligência de mercado e comunicação externa.

Consolidar integração com enoturismo e economia cultural

- Reforçar articulação entre vinho, turismo, património e gastronomia.
- Desenvolver experiências enoturísticas qualificadas e territorialmente integradas.
- Valorizar o vinho enquanto elemento estruturante da experiência Algarve.

Intensificar sustentabilidade e adaptação climática

- Promover eficiência hídrica e práticas agrícolas sustentáveis.
- Incentivar certificações ambientais e energias renováveis.
- Integrar sustentabilidade como fator de diferenciação internacional.

Apoiar qualificação empresarial e sucessão geracional

- Reforçar formação em gestão, marketing e internacionalização.
- Promover capacitação técnica e digital.
- Incentivar planeamento sucessório estruturado nas explorações familiares.

Reforçar notoriedade internacional da marca “Vinhos do Algarve”

- Desenvolver comunicação externa mais consistente e coordenada.
- Uniformizar narrativa territorial e identidade visual.
- Reforçar presença em mercados premium e meios especializados.

Em síntese, a Fileira do Vinho do Algarve dispõe de condições para afirmar um modelo de desenvolvimento assente na qualidade, diferenciação territorial e valorização internacional.

A consolidação deste posicionamento dependerá da capacidade coletiva de transformar identidade regional, qualificação empresarial e cooperação institucional em notoriedade sustentável e criação continuada de valor económico para o Algarve.

11.3 · Eixos de Desenvolvimento da Fileira do Vinho do Algarve

Nota Introdutória

Os eixos de desenvolvimento apresentados no presente capítulo resultam da análise integrada desenvolvida ao longo do relatório da Fileira do Vinho do Algarve, procurando identificar possíveis linhas de reflexão estratégica para o reforço da competitividade, valorização económica e afirmação territorial da atividade vitivinícola regional.

A sua formulação articula os principais resultados do diagnóstico económico, da dinâmica empresarial, da internacionalização, do perfil dos empreendedores e das tendências emergentes associadas à sustentabilidade, inovação e integração territorial da fileira.

Importa, contudo, sublinhar que os presentes eixos não devem ser entendidos como propostas fechadas, orientações vinculativas ou modelos únicos de desenvolvimento da fileira. O seu objetivo consiste antes em contribuir para a reflexão estratégica coletiva em torno dos desafios, oportunidades e possibilidades de evolução futura da atividade vitivinícola regional.

As linhas apresentadas assumem, assim, natureza meramente indicativa e prospetiva, procurando estimular debate, articulação institucional e reflexão conjunta entre produtores, entidades públicas, associações empresariais e restantes agentes ligados ao ecossistema do vinho no Algarve.

Neste contexto, os eixos identificados devem ser interpretados como contributos técnicos de apoio à reflexão e à construção colaborativa de estratégias futuras para a Fileira do Vinho do Algarve, em articulação com os instrumentos regionais de especialização inteligente, valorização territorial e desenvolvimento económico sustentável.

Eixo 1 - Valorização e Posicionamento Premium

A afirmação futura da Fileira do Vinho do Algarve dependerá crescentemente da sua capacidade de consolidação em segmentos de maior valor acrescentado, assentes na diferenciação qualitativa, autenticidade territorial e valorização da identidade mediterrânica da região.

Num contexto internacional altamente competitivo, a fileira regional dificilmente poderá competir pela escala produtiva ou pelo volume, assumindo particular relevância estratégias orientadas para:

- pequena produção diferenciada;
- valorização da origem;
- certificação;
- autenticidade;
- exclusividade;
- e construção de notoriedade.

Neste contexto, assume especial importância:

- reforçar a valorização das sub-regiões DOC Algarve;
- consolidar identidade visual e narrativa comum;

- aprofundar articulação entre vinho, gastronomia e património;
- e reforçar posicionamento associado à qualidade, sustentabilidade e experiência.

Eixo 2 - Internacionalização e Consolidação Comercial

A internacionalização constitui um dos principais fatores críticos para o reforço da sustentabilidade económica da Fileira do Vinho do Algarve.

Apesar da existência de capacidade exportadora efetiva, os indicadores analisados evidenciam ainda reduzida escala internacional, volatilidade comercial e limitada continuidade dos canais externos, particularmente nos mercados intracomunitários.

Neste contexto, assume particular importância:

- consolidar mercados prioritários;
- reforçar estratégias coletivas de promoção externa;
- estabilizar relações comerciais com importadores especializados;
- aumentar presença digital e notoriedade internacional;
- e reforçar presença em segmentos premium e mercados de nicho.

A consolidação da internacionalização deverá privilegiar uma abordagem seletiva, orientada para mercados de maior valorização potencial e alinhada com a identidade diferenciadora dos Vinhos do Algarve.

Eixo 3 - Enoturismo e Integração Territorial

O vinho assume crescente relevância enquanto ativo estratégico de valorização territorial, integrando-se progressivamente na oferta turística, cultural e gastronómica do Algarve.

A articulação entre vitivinicultura, turismo e património constitui um dos principais fatores distintivos da fileira regional, permitindo criar experiências de elevado valor acrescentado e reforçar a diferenciação do território.

Neste contexto, assume especial importância:

- consolidar experiências enoturísticas integradas;
- reforçar articulação entre produtores, turismo e restauração;
- valorizar paisagem vitícola e património cultural;
- promover rotas e experiências temáticas;
- e afirmar o vinho como elemento estruturante da experiência Algarve.

O reforço do enoturismo poderá igualmente contribuir para:

- aumento da notoriedade regional;
- valorização comercial;
- diversificação da procura turística;
- e prolongamento da permanência média dos visitantes.

Eixo 4 - Sustentabilidade e Adaptação Climática

A sustentabilidade ambiental e a adaptação às alterações climáticas assumem importância crescente para o futuro da Fileira do Vinho do Algarve.

A pressão sobre os recursos hídricos, a variabilidade climática e o aumento dos custos energéticos colocam desafios estruturais relevantes à atividade vitivinícola regional, exigindo crescente capacidade de adaptação produtiva e tecnológica.

Neste contexto, assume especial importância:

- promover eficiência hídrica;
- incentivar práticas agrícolas sustentáveis;
- reforçar utilização de energias renováveis;
- apoiar certificações ambientais;
- e integrar sustentabilidade como fator de diferenciação competitiva.

A sustentabilidade deverá ser entendida não apenas como necessidade ambiental, mas também como oportunidade de valorização económica e reforço do posicionamento internacional da fileira.

Eixo 5 - Cooperação, Governação e Promoção Coletiva

A reduzida dimensão média das empresas da fileira reforça a importância de mecanismos de cooperação e coordenação coletiva entre produtores, entidades institucionais e agentes territoriais.

O reforço da governação coletiva poderá contribuir para:

- aumentar escala promocional;
- melhorar capacidade de internacionalização;
- reforçar notoriedade regional;
- e potenciar eficiência na utilização de recursos e instrumentos de apoio.

Neste contexto, assume especial importância:

- aprofundar cooperação horizontal entre produtores;
- reforçar estratégias coletivas de promoção;
- consolidar articulação institucional;
- desenvolver plataformas partilhadas de comunicação e inteligência de mercado;
- e reforçar capacidade de representação externa da fileira.

Eixo 6 - Qualificação, Inovação e Renovação Geracional

A consolidação futura da Fileira do Vinho do Algarve dependerá igualmente da capacidade de reforçar qualificação empresarial, inovação e renovação geracional.

Os resultados obtidos junto dos empreendedores evidenciam crescente profissionalização e preocupação com diferenciação, sustentabilidade e valorização comercial, embora persistam desafios relevantes associados à dimensão empresarial, sucessão e capacidade de investimento.

Neste contexto, assume especial importância:

- reforçar formação em gestão, marketing e internacionalização;
- promover capacitação digital e tecnológica;
- incentivar inovação produtiva e comercial;
- apoiar atração de novos empreendedores;
- e promover planeamento sucessório estruturado nas explorações familiares.

Síntese dos Eixos

A Fileira do Vinho do Algarve apresenta condições para consolidar um modelo de desenvolvimento assente na diferenciação, autenticidade territorial, valorização qualitativa e integração com o turismo e a economia regional.

O futuro da fileira dependerá menos da expansão quantitativa da produção e mais da capacidade coletiva de:

- reforçar notoriedade;
- consolidar posicionamento premium;
- aprofundar internacionalização;
- reforçar cooperação;
- promover sustentabilidade;
- e transformar identidade territorial em valor económico sustentável.

Neste contexto, os eixos de desenvolvimento apresentados procuram contribuir para uma visão integrada, estratégica e territorialmente articulada do futuro da Fileira do Vinho do Algarve, alinhada com os desafios emergentes e com as prioridades regionais de especialização inteligente e valorização económica do Algarve.

11.4 · Conclusões Finais

A Fileira do Vinho do Algarve constitui uma atividade de reduzida dimensão quantitativa, mas com elevado valor económico, territorial, cultural e identitário, apresentando condições diferenciadoras para contribuir para a diversificação e qualificação da economia regional.

A análise desenvolvida evidencia uma fileira progressivamente mais qualificada, assente na valorização da origem, na certificação, na crescente profissionalização dos produtores e na articulação entre vinho, território, gastronomia e turismo. A pequena escala produtiva, embora limite economias de dimensão e capacidade comercial, pode constituir uma vantagem competitiva quando associada à qualidade, autenticidade, diferenciação e posicionamento em segmentos de maior valor acrescentado.

Persistem, contudo, desafios relacionados com a dimensão média das empresas, a fragmentação comercial, a volatilidade das exportações, a adaptação às alterações climáticas, a capacidade de investimento e a necessidade de reforçar a notoriedade nacional e internacional dos Vinhos do Algarve.

O desenvolvimento futuro da fileira dependerá, sobretudo, da capacidade de aprofundar a cooperação entre produtores e entidades, consolidar mercados e canais comerciais, reforçar a integração com o enoturismo, promover sustentabilidade e inovação e transformar a identidade territorial numa vantagem competitiva reconhecida e economicamente valorizada.

Os eixos de desenvolvimento apresentados constituem contributos técnicos e prospetivos para essa reflexão, não pretendendo substituir estratégias, competências ou iniciativas das entidades e dos agentes que intervêm na fileira. A sua concretização dependerá da articulação institucional, da participação dos produtores e da construção colaborativa de prioridades e soluções ajustadas à realidade regional.

Em conclusão, a Fileira do Vinho do Algarve dispõe de identidade, qualidade, conhecimento e capacidade empresarial para consolidar um modelo de desenvolvimento assente no valor, e não no volume. O principal desafio reside em transformar estes ativos numa presença comercial mais consistente, numa notoriedade mais ampla e numa criação sustentável de valor para as empresas, para os territórios e para a economia do Algarve.

12 Fontes Estatísticas e Bibliográficas

12.1 · Fontes Estatísticas e Institucionais

[Instituto Nacional de Estatística \(INE\)](#)

Estatísticas das Empresas; Indicadores Demográficos das Empresas; Contas Regionais; Estatísticas Agrícolas.

[Instituto da Vinha e do Vinho \(IVV\)](#)

Estatísticas vitivinícolas nacionais; produção; certificação; comercialização.

Comissão Vitivinícola do Algarve (CVA)

Informação regional da fileira; certificação; produtores; exportações; enquadramento institucional.

[International Trade Centre \(ITC Trade Map\)](#)

Estatísticas de comércio internacional; exportações NC 2204.

[Eurostat](#)

Estatísticas europeias de comércio e agricultura.

[Organização Internacional da Vinha e do Vinho \(OIV\)](#)

Produção mundial; tendências internacionais do setor vitivinícola.

[CCDR Algarve](#)

Estratégias regionais; RIS3 Algarve 2030; documentos de desenvolvimento regional.

[Turismo de Portugal - TravelBI](#)

Informação turística; tendências de procura; enoturismo.

[NERA - Associação Empresarial da Região do Algarve](#)

Informação institucional e enquadramento do Projeto Algarve Empreende 2026.

[Universidade do Algarve](#)

Estudos regionais e contributos técnicos associados ao projeto.

12.2 · Documentos Estratégicos e Setoriais

- RIS3 Algarve 2030 – Estratégia Regional de Especialização Inteligente do Algarve.
- Diversificar Algarve 2030 – Estratégia Regional de Diversificação Económica.
- Programa Internacionalizar + Algarve 3.0.
- Relatórios e documentação técnica da Comissão Vitivinícola do Algarve.
- Relatórios setoriais e estatísticas do setor vitivinícola nacional e internacional.
- Estudos e informação técnica disponibilizada por entidades regionais e associações empresariais.

12.3 · Fontes Qualitativas e Empíricas

- Questionários aplicados aos empreendedores da Fileira do Vinho do Algarve no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026.
- Contributos institucionais recolhidos junto de entidades regionais e agentes económicos da fileira.
- Informação recolhida em sessões técnicas, reuniões institucionais e contactos com operadores do setor.

A Anexo - Perfil Económico da Fileira

O presente perfil económico tem como objetivo caracterizar, de forma descritiva, a evolução dos principais indicadores económico-financeiros da fileira do Vinho do Algarve, com base nos dados estatísticos disponibilizados pelo INE.

Para efeitos deste retrato económico, a análise incide sobre os:

CAE 01210 – Viticultura

- Compreende a cultura de uvas de mesa e para vinho

CAE 11021 – Produção de vinhos comuns e licorosos

- Compreende a produção de vinhos de mesa e vinhos (independentemente do teor alcoólico) com denominação de origem (v.q.p.r.d.) a partir de uvas, de vinhos licorosos (abafados, moscatel, etc.) e licorosos com denominação de origem ou puros (Porto, Madeira, etc.). Inclui mistura, purificação e engarrafamento de vinhos.

Fonte: CAE Rev. 3

A análise da fileira em sentido alargado, incluindo atividades complementares a montante e a jusante da produção, é desenvolvida no corpo do relatório principal.

A.1 · Número de Empresas

Quadro 50 - Evolução do número das empresas, CAE 01210; Anos 2019 a 2024

	Algarve			Portugal		
	Empresa Individual	Sociedade	Total	Empresa Individual	Sociedade	Total
2019	55	21	76	26 763	1 337	28 100
2020	48	21	69	25 603	1 387	26 990
2021	53	18	71	24 697	1 421	26 118
2022	44	21	65	24 159	1 488	25 647
2023	45	21	66	22 850	1 536	24 386
2024	43	22	65	22 377	1 583	23 960

Fonte: INE

Unidade: número

Quadro 51 - Evolução do número das empresas, CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	Algarve			Portugal		
	Empresa Individual	Sociedade	Total	Empresa Individual	Sociedade	Total
2019	17	5	22	922	445	1 367
2020	17	4	21	909	434	1 343
2021	19	5	24	952	421	1 373

	Algarve			Portugal		
	Empresa Individual	Sociedade	Total	Empresa Individual	Sociedade	Total
2022	18	6	24	985	398	1 383
2023	20	7	27	991	408	1 399
2024	22	5	27	1 007	401	1 408

Fonte: INE

Unidade: número

Quadro 52 - Evolução do número total das empresas, CAE 01210 + CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	Algarve			Portugal		
	Empresa Individual	Sociedade	Total	Empresa Individual	Sociedade	Total
2019	72	26	98	27 685	1 782	29 467
2020	65	25	90	26 512	1 821	28 333
2021	72	23	95	25 649	1 842	27 491
2022	62	27	89	25 144	1 886	27 030
2023	65	28	93	23 841	1 944	25 785
2024	65	27	92	23 384	1 984	25 368

Fonte: INE

Unidade: número

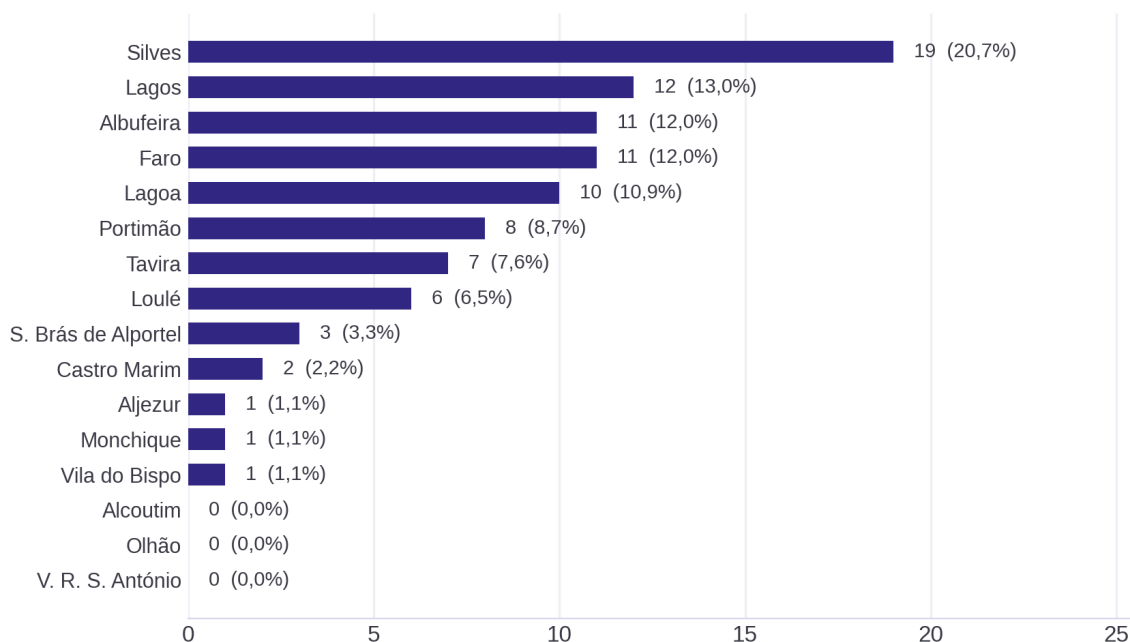
Quadro 53 - Número de empresas por Município, CAE 01210 e CAE 11021; Ano 2024

	CAE 01210	CAE 11021	Total
	Número		
Albufeira	8	3	11
Alcoutim	0	0	0
Aljezur	0	1	1
Castro Marim	2	0	2
Faro	10	1	11
Lagoa	6	4	10
Lagos	4	8	12
Loulé	6	0	6
Monchique	0	1	1
Olhão	0	0	0
Portimão	6	2	8
S. Brás Alportel	2	1	3
Silves	13	6	19
Tavira	7	0	7

	CAE 01210	CAE 11021	Total
	Número		
Vila do Bispo	1	0	1
Vila Real S. António	0	0	0
Algarve	65	27	92

Fonte: INE

Unidade: número

Gráfico 11 - Número de empresas da fileira do Vinho por município; Algarve; 2024

Unidade: número de empresas (CAE 01210 + CAE 11021)

Fonte: INE

A Fileira do Vinho do Algarve evidencia estabilidade relativa no número total de empresas ao longo do período analisado, com ligeira predominância das empresas individuais na viticultura e maior peso relativo das sociedades na produção de vinhos. A distribuição territorial evidencia concentração da atividade em municípios tradicionalmente associados à produção vitivinícola regional, destacando-se Silves, Lagos, Lagoa e Faro.

A.2 · Volume de Negócios

Quadro 54 - Volume de negócios das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	3 234	6 072	3 510	5 395	5 386	5 733	77%
Portugal		491 920	474 311	519 924	580 910	601 711	596 310	21%
Algarve	11021	3 380	2 158	2 727	4 247	4 395	nd	nd
Portugal		1 766 274	1 666 988	1 878 261	2 027 044	2 056 372	2 063 962	17%
Algarve	Total	6 614	8 230	6 237	9 642	9 781	nd	nd
Portugal		2 258 194	2 141 299	2 398 185	2 607 954	2 658 083	2 660 272	18%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: milhar €

Quadro 55 - Taxas de variação do volume de negócios das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	Δ 19/20	Δ 20/21	Δ 21/22	Δ 22/23	Δ 23/24	Δ 19/24
Algarve	01210	87,8%	-42,2%	53,7%	-0,2%	-0,2%	77,3%
Portugal		-3,6%	9,6%	11,7%	3,6%	3,6%	21,2%
Algarve	11021	-36,2%	26,4%	55,7%	3,5%	nd	nd
Portugal		-5,6%	12,7%	7,9%	1,4%	0,4%	16,9%
Algarve	Total	24,4%	-24,2%	54,6%	1,4%	nd	-11,9%
Portugal		-5,2%	12,0%	8,7%	1,9%	1,9%	17,8%

Fonte: INE

O volume de negócios da fileira evidencia forte volatilidade anual, particularmente na viticultura, refletindo sensibilidade a fatores produtivos, climáticos e comerciais. Apesar das oscilações observadas, verifica-se crescimento global no período analisado, sugerindo reforço gradual da capacidade de valorização económica da atividade.

A.3 · Produção das Empresas

Quadro 56 - Produção das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	3 517	4 977	3 459	5 860	5 708	6 258	78%
Portugal		485 648	459 897	507 769	564 872	599 870	600 952	24%
Algarve	11021	3 620	2 270	2 895	4 251	4 385	nd	nd
Portugal		1 727 081	1 637 089	1 828 191	1 962 650	2 048 173	1 994 857	2%
Algarve	Total	7 137	7 247	6 354	10 111	10 093	nd	nd
Portugal		2 212 729	2 096 986	2 335 960	2 527 522	2 648 043	2 595 809	17%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

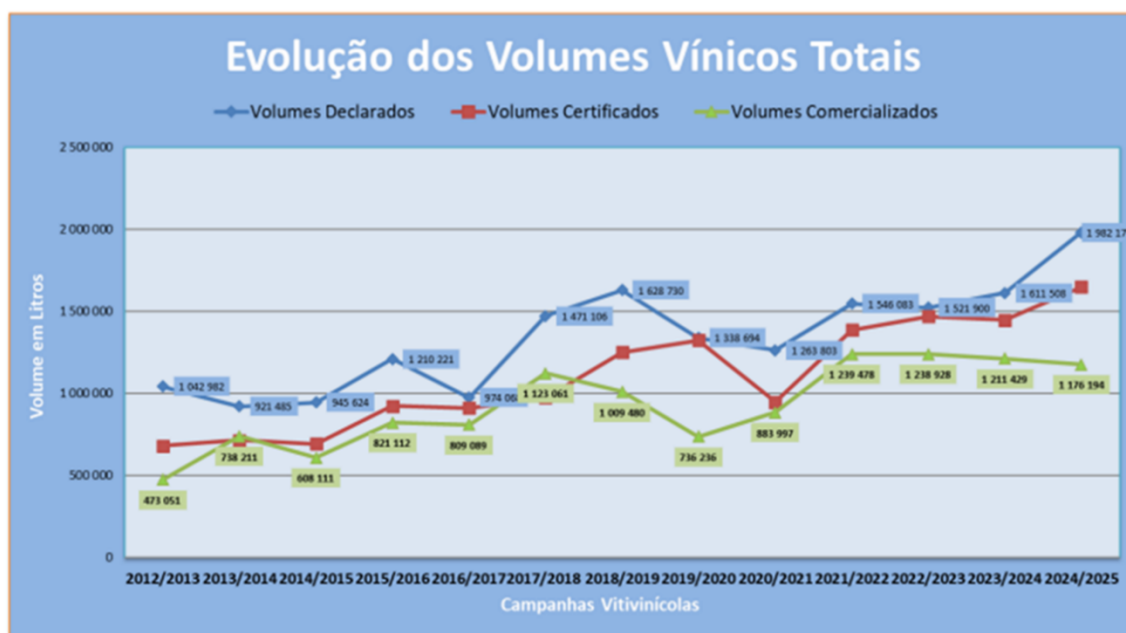
nd: não disponível

Unidade: milhar €

A produção da fileira evidencia evolução global positiva ao longo do período analisado, embora marcada por oscilações anuais significativas, particularmente na viticultura. A trajetória observada sugere progressiva consolidação produtiva da fileira regional, ainda fortemente condicionada por fatores climáticos, produtivos e de mercado.

A.3.1 · Evolução dos Volumes Vínicos Totais

Gráfico 12 - Evolução dos volumes vínicos totais declarados, certificados e comercializados; Algarve; campanhas 2012/2013 a 2024/2025



Unidade: litros

Fonte: CVA

A evolução dos volumes vínicos certificados evidencia a capacidade produtiva efetiva da fileira regional, refletindo simultaneamente a variabilidade anual característica da atividade vitivinícola. Os dados confirmam a relevância crescente da produção regional no contexto da valorização e afirmação dos Vinhos do Algarve.

A.4 · Valor Acrescentado Bruto

Quadro 57 - Valor acrescentado bruto das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

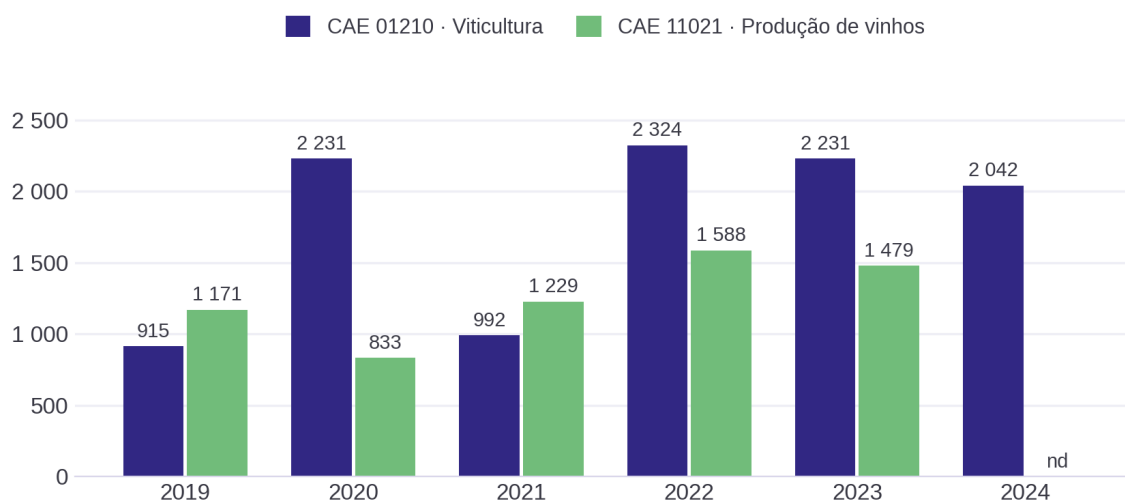
	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	915	2 231	992	2 324	2 231	2 042	123%
Portugal		173 749	164 652	181 999	195 337	227 491	197 400	14%
Algarve	11021	1 171	833	1 229	1 588	1 479	nd	nd
Portugal		443 943	411 036	487 437	495 980	519 151	536 327	21%
Algarve	Total	2 086	3 064	2 221	3 912	3 710	nd	nd
Portugal		617 692	575 688	669 436	691 317	746 642	733 727	19%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: milhar €

Gráfico 13 - Valor Acrescentado Bruto da fileira do Vinho por CAE; Algarve; 2019 a 2024

Unidade: milhar €; nd: não disponível por restrição estatística do INE

Fonte: INE

A evolução do valor acrescentado bruto sugere progressiva capacidade de criação de valor na fileira, especialmente na componente vitícola. Contudo, os valores observados mantêm elevada sensibilidade conjuntural, refletindo a reduzida dimensão média das empresas regionais.

A.5 · Pessoal ao Serviço

Quadro 58 - Pessoal ao serviço das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	122	124	121	126	137	137	12%
Portugal		32 732	31 521	30 672	30 364	29 068	28 817	-12%
Algarve	11021	78	61	64	67	71	nd	nd
Portugal		10 724	10 559	11 004	11 621	11 923	11 819	10%
Algarve	Total	200	185	185	193	208	nd	nd
Portugal		43 456	42 080	41 676	41 985	40 991	40 636	-6%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: número

O emprego associado à fileira apresenta relativa estabilidade ao longo do período analisado, com ligeiro crescimento na viticultura. Esta evolução sugere manutenção da capacidade produtiva e da atividade económica regional, apesar da reduzida dimensão média das empresas.

A.6 · Gastos com Pessoal

Quadro 59 - Gastos com o pessoal ao serviço das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	806	867	882	1 227	1 574	1 824	126%
Portugal		74 564	76 274	82 576	91 282	99 973	106 690	43%

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	11021	1 140	844	871	1 072	1 193	nd	nd
Portugal		217 768	214 804	232 528	263 107	277 571	295 703	36%
Algarve	Total	1 946	1 711	1 753	2 299	2 767	nd	nd
Portugal		292 332	291 078	315 104	354 389	377 544	402 393	38%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: milhar €

Os gastos com pessoal evidenciam crescimento significativo ao longo do período analisado, particularmente na viticultura, refletindo simultaneamente aumento dos custos laborais e maior qualificação técnica da atividade. Esta evolução traduz reforço da intensidade económica da fileira, embora com impacto relevante sobre a estrutura de custos das empresas.

A.7 · Resultado Líquido do Exercício

Quadro 60 - Resultado líquido das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	-350	777	-425	195	-87	-980	-180%
Portugal		90 592	76 945	104 290	102 065	105 142	100 003	10%
Algarve	11021	-596	-489	-175	-155	-466	nd	nd
Portugal		120 624	83 337	139 303	121 029	80 525	69 585	-42%
Algarve	Total	-946	288	-600	40	-553	nd	nd
Portugal		211 216	160 282	243 593	223 094	185 667	169 588	-20%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: milhar €

Os resultados líquidos evidenciam fragilidade estrutural da rentabilidade empresarial da fileira, com sucessivos resultados negativos ou reduzidos ao longo do período analisado. Esta evolução sugere forte pressão sobre margens económicas e elevada exposição a fatores externos de volatilidade.

A.8 · Produtividade - VAB por Trabalhador

Produtividade das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

Quadro 61 - VAB por trabalhador

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	7 500	17 992	8 198	18 444	16 285	14 905	99%
Portugal		5 308	5 224	5 934	6 433	7 826	6 850	29%
Algarve	11021	15 013	13 656	19 203	23 701	20 831	nd	nd
Portugal		41 397	38 928	44 296	42 680	43 542	45 378	10%
Algarve	Total	10 430	16 562	12 005	20 269	17 837	nd	nd

CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Portugal	14 214	13 681	16 063	16 466	18 215	18 056	27%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: € / Trabalhador

Os indicadores de produtividade apresentam evolução global positiva, embora irregular, refletindo oscilações na criação de valor e a reduzida dimensão média das estruturas empresariais regionais. A viticultura evidencia melhoria relativa da produtividade no período analisado, aproximando-se progressivamente de níveis de maior valorização económica.

A.9 · Produtividade - VAB / Gastos com Pessoal

Produtividade das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

Quadro 62 - VAB por gastos de pessoal por trabalhador

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	1,14	2,57	1,12	1,89	1,42	1,12	-1%
Portugal		2,33	2,16	2,20	2,14	2,28	1,85	-21%
Algarve	11021	1,03	0,99	1,41	1,48	1,24	nd	nd
Portugal		2,04	1,91	2,10	1,89	1,87	1,81	-11%
Algarve	Total	1,07	1,79	1,27	1,70	1,34	nd	nd
Portugal		2,11	1,98	2,12	1,95	1,98	1,82	-14%

Fonte: INE

Alguns valores encontram-se indisponíveis por restrição estatística do INE

nd: não disponível

Unidade: número (€ / €)

A relação entre valor acrescentado bruto e gastos com pessoal evidencia evolução irregular ao longo do período analisado, sugerindo forte sensibilidade da fileira à volatilidade dos custos e da criação de valor. Apesar disso, os indicadores revelam capacidade de manutenção de níveis mínimos de eficiência económica na atividade regional.

A.10 · Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF)

Quadro 63 - Investimento produtivo das empresas, CAE 01210 e CAE 11021; Anos 2019 a 2024

	CAE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Algarve	01210	2 557	661	1 866	3 204	2 246	2 018	-21%
Portugal		89 518	71 590	108 293	101 747	108 146	72 170	-19%
Algarve	11021	607	473	306	499	954	nd	nd
Portugal		131 098	116 344	157 810	157 218	191 080	176 954	35%
Algarve	Total	3 164	1 134	2 172	3 703	3 200	nd	nd
Portugal		220 616	187 934	266 103	258 965	299 226	249 124	13%

Fonte: INE

Unidade: milhar €

O investimento produtivo da fileira evidencia comportamento oscilante ao longo do período analisado, refletindo a natureza gradual e seletiva dos processos de modernização empresarial no setor vitivinícola regional. Ainda assim, os valores observados confirmam a continuidade do investimento produtivo e da aposta na valorização da atividade.

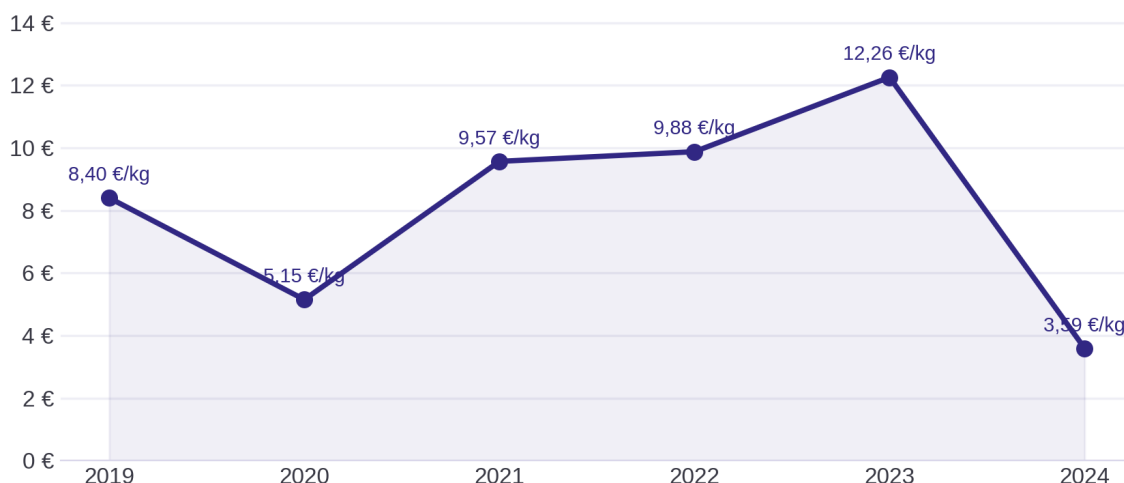
A.11 · Exportações

Quadro 64 - Exportações de Vinho do Algarve; NC 2204 – Vinhos de Uvas Frescas; Anos 2019 a 2024

		2019	2020	2021	2022	2023	2024	Δ 19/24
Quantidade	kg	36 179	132 203	52 565	64 451	17 278	83 196	130%
Valor	€	303 973	680 400	503 266	641 089	211 859	298 527	- 1,8%
Preço	€/kg	8,40	5,15	9,57	9,88	12,26	3,59	- 57,3%

Fonte: INE

Gráfico 14 - Preço médio por quilograma exportado - Vinho NC 2204; Algarve; 2019 a 2024



Unidade: € por quilograma

Fonte: INE

As exportações de vinho do Algarve apresentam comportamento irregular ao longo do período analisado, tanto em volume como em valor. A evolução observada sugere existência de capacidade exportadora efetiva, embora ainda assente em operações comerciais de reduzida escala e limitada continuidade internacional.

A.12 · Nota Técnica sobre as Exportações (NC 2204)

A.12.1 · Nota Metodológica

A análise da internacionalização da fileira do vinho baseia-se nos dados do INE relativos ao Comércio Internacional de Bens, considerando exportações (fluxo “Saída”) efetuadas por empresas sedeadas no Algarve (NUT II 15), no período 2019–2023, para o código NC 2204.

Os dados refletem exportações por sede do operador, podendo incluir vinho produzido noutras regiões quando exportado por empresas localizadas no Algarve.

A.12.2 · Estrutura Técnica das Exportações

A desagregação ao nível de seis dígitos (NC6) evidencia que a estrutura exportadora é dominada por:

- 2204.21 - Vinhos ≤ 2L (engarrafados)
- Presença residual de 2204.10 - Espumantes
- Expressão muito reduzida de 2204.22 - Vinhos a granel

Ao nível de oito dígitos (NC8), observa-se concentração em subcategorias associadas a vinhos engarrafados, reforçando o perfil de exportação orientado para produto finalizado e não para granel.

A.12.3 · Observação Técnica Relevante

A predominância do vinho engarrafado constitui indicador positivo do ponto de vista da captura de valor, sugerindo que a atividade exportadora associada à região se posiciona maioritariamente em segmentos de maior valorização unitária.

Contudo, a leitura estatística deve ser interpretada com prudência, uma vez que os códigos da Nomenclatura Combinada não permitem isolar exclusivamente vinho produzido no Algarve.

A.13 · Síntese Conclusiva do Perfil Económico

A análise dos principais indicadores económico-financeiros da Fileira do Vinho do Algarve evidencia um setor de pequena escala, relativamente estável em número de empresas, mas sujeito a significativa volatilidade económica e comercial.

Ao longo do período analisado verifica-se evolução positiva de vários indicadores associados à criação de valor, particularmente na viticultura, refletindo progressiva qualificação produtiva, reforço da valorização económica da atividade e crescente afirmação da fileira regional.

Contudo, os resultados líquidos evidenciam fragilidade estrutural da rentabilidade empresarial, traduzindo margens reduzidas e elevada sensibilidade a fatores conjunturais, nomeadamente condições climáticas, custos de produção, comportamento da procura e volatilidade dos mercados.

Os indicadores de produtividade revelam evolução globalmente positiva, embora irregular, refletindo simultaneamente a reduzida dimensão média das empresas e a forte exposição da atividade a oscilações produtivas e comerciais.

Em termos comparativos com o contexto nacional, a fileira regional evidencia maior volatilidade económica, mas também capacidade de valorização relativa assente na diferenciação territorial, certificação, qualidade e integração com o turismo e o enoturismo.

Os indicadores de exportação confirmam igualmente a existência de capacidade efetiva de inserção internacional, ainda que assente em operações comerciais de reduzida escala e limitada continuidade.

A consolidação económica futura da Fileira do Vinho do Algarve dependerá da capacidade coletiva de:

- reforçar notoriedade e posicionamento premium;
- estabilizar canais comerciais;
- aprofundar estratégias de internacionalização;
- aumentar eficiência produtiva;
- e transformar identidade territorial em valor económico sustentável.

O presente perfil económico constitui, assim, uma base quantitativa de suporte ao diagnóstico estratégico desenvolvido no relatório principal da Fileira do Vinho do Algarve, no âmbito do Projeto Algarve Empreende 2026.



**ESTUDO DO PERFIL DO EMPREENDEDOR
NAS FILEIRAS DE DIVERSIFICAR ALGARVE**

Vinho

Promoção do Empreendedorismo Qualificado na região do
Algarve

PROJETO ALGARVE EMPREENDE 2026