



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE GESTÃO

TÍTULO | CARMIM - Desafios da Internacionalização

Nome do Mestrando | Sabina Alexandra Silva Marques

Orientação | Prof. Doutora Isabel Maria Pereira Viegas Vieira
| Prof. Doutora Elisabete Gomes Santana Félix

Mestrado em Gestão

Área de Especialização | Finanças

Relatório de Estágio

Évora, 2018



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE GESTÃO

TÍTULO | CARMIM - Desafios da Internacionalização

Nome do Mestrando | Sabina Alexandra Silva Marques

Orientação | Prof. Doutora Isabel Maria Pereira Viegas Vieira
| Prof. Doutora Elisabete Gomes Santana Félix

Mestrado em Gestão

Área de Especialização | Finanças

Relatório de Estágio

Évora, 2018



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

«The best way to predict the future is to create it.»
Abraham Lincoln

Resumo

O presente relatório descreve o primeiro contacto com o mercado de trabalho através do estágio realizado no departamento contabilístico-financeiro do Grupo CARMIM e analisa os principais desafios no âmbito da internacionalização que se colocam ao mesmo. O trabalho compreende análises da produção, consumo e comércio internacional do sector vitivinícola, do desempenho económico-financeiro do Grupo CARMIM, com destaque para subsidiária a ENOFORUM, S.A. responsável pelas trocas internacionais, e também uma reflexão sobre as atividades realizadas durante o estágio. São identificadas oportunidades de crescimento e de desenvolvimento, com os objetivos de aumentar o volume de negócios, promover o aproveitamento do excedente de produção, obtenção de novos conhecimentos e experiências, e redução de riscos e custos de produção do Grupo CARMIM.

Palavras-chave: Grupo CARMIM; Internacionalização; Exportação; Vinhos; Estágio.

Abstract

This report describes the first contact with the labor market through the internship carried out in the accounting and financial department of the CARMIM Group and analyzes the Group's main challenges in terms of internationalization. The work includes analysis of production, consumption and international trade in the context of the wine sector, of the economic and financial performances of the CARMIM Group, with an emphasis on the subsidiary ENOFORUM, S.A. which is in charge of international trade, as well as a reflection on the activities carried out during the internship. Growth and development opportunities are identified, with the objectives of increasing the business volume, promoting the use of surplus production, obtaining new knowledge and experience, and reducing risks and production costs of the CARMIM Group.

Keyword: CARMIM Group; Internationalization; Export; Wines; Internship.

Agradecimentos

«Cada um que passa na nossa vida passa sozinho, pois cada pessoa é única, e nenhuma substitui outra. Cada um que passa na nossa vida passa sozinho, mas não vai só, nem nos deixa sós. Leva um pouco de nós mesmos, deixa um pouco de si mesmo. Há os que levam muito; mas não há os que não levam nada. Há os que deixam muito; mas não há os que não deixam nada. Esta é a maior responsabilidade de nossa vida e a prova evidente que duas almas não se encontram ao acaso.»

Antoine de Saint-Exupéry

A realização do presente Relatório de Estágio, no âmbito do Mestrado em Gestão - Finanças, constitui o alcance de mais um importante objetivo na minha vida. Foram muitas as pessoas que contribuíram para a sua concretização, dedicando uma palavra de agradecimento em particular:

Ao Duarte, meu noivo, pela eterna paciência, perseverança, carinho e motivação.

Aos meus Pais, Margarida e Francisco, pelo amor, incentivo, princípios e valores que sempre me transmitiram.

Aos meus Irmãos, Rosa e Rui, pela força e conforto durante este percurso.

À Professora Dr.^a Isabel Vieira e à Professora Dr.^a Elisabete Félix, orientadoras do Relatório de Estágio, pela partilha de conhecimentos, colaboração e apoio, não apenas neste trabalho, mas também durante o restante percurso académico da Licenciatura e Mestrado.

Ao Dr. José Alberto Torrado, orientador de estágio, pela disponibilidade, boa vontade e confiança depositada em mim.

Ao Sr. Eng. Miguel Feijão, Presidente do Conselho de Administração do Grupo CARMIM, pela oportunidade de estágio curricular, e por conseguinte, estágio profissional.

A todos os colaboradores do Grupo CARMIM, pelo acolhimento e colaboração.

Aos meus amigos e familiares.

A todos, o meu sincero Obrigada!

ÍNDICE

ÍNDICE DE ANEXOS	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
ÍNDICE DE QUADROS	10
ABREVIATURAS OU SIGLAS	11
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO	14
1.1. Enquadramento do Tema e Justificações da Escolha	14
1.2. Formulação do Problema e dos Objetivos	15
1.3. Metodologia	15
1.4. Estrutura do Relatório	16
CAPÍTULO II - O SECTOR VITIVINÍCOLA.....	17
2.1. Evolução da Produção Vitícola	20
2.2. Evolução da Produção Vinícola	25
2.3. Evolução do Consumo Vinícola	28
2.4. Comércio Internacional do Vinho	30
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO DO GRUPO CARMIM.....	35
3.1. Composição do Grupo CARMIM	35
3.1.1. Dimensão das Empresas e Compromissos Legais	38
3.2. A História do Grupo.....	40
3.3. Políticas de Funcionamento	44
3.4. Produtos, Marcas e Prémios Vinícolas.....	46
3.5. Função Organizacional e Recursos Humanos.....	48
3.6. Análise dos Principais Resultados	51
3.6.1. Principais Resultados da Produção	51
3.6.2. Principais Resultados Económicos	54
3.6.3. Principais Resultados Financeiros	55
CAPÍTULO IV - DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO DO GRUPO CARMIM.....	58
4.1. Evolução Do Processo de Internacionalização	58
4.1.1. Análise do Desempenho no Mercado Internacional.....	61
4.2. Principais e Potenciais Mercados de Atuação.....	62

4.3.	Modos de Entrada no Mercado Externo.....	66
4.1.1.	Termos e Obrigações Legais das Exportações.....	68
4.4.	Estratégias potenciadoras dos ganhos resultantes da internacionalização	70
4.1.2.	Promoção de Produtos.....	71
4.1.3.	Logística e Distribuição.....	74
4.1.4.	Risco Cambial	75
CAPÍTULO V - ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO		81
5.1.	Modos de Organização Contabilístico-Financeira do Grupo CARMIM	82
5.2.	Práticas de Controlo Interno	85
5.2.1.	Conferência de Saldos de Contas Correntes	85
5.2.2.	Conferência do Apuramento do IVA	86
5.2.3.	Colaboração no Processo de Controlo de Cobranças e Imparidades	87
5.2.4.	Registo de Juros e Amortizações de Empréstimos.....	87
5.2.5.	Controlo de Assiduidade dos Colaboradores	88
5.2.6.	Circularizações de terceiros	89
5.3.	Acompanhamento do Cumprimento das Obrigações Fiscais	89
5.3.1.	Declaração Periódica de IVA	90
5.3.2.	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas	91
5.3.3.	Declaração Anual de Informação Contabilística e Fiscal.....	92
5.4.	Operações de Fim de Exercício	93
CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES.....		96
6.1.	Considerações Finais sobre o Estudo	96
6.2.	Análise e Reflexões Críticas das Atividades Desenvolvidas no Estágio	100
BIBLIOGRAFIA.....		102
ANEXOS.....		109

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 – Principais países produtores de uva (milhões de toneladas) ^{(a) (b)}	109
Anexo 2 – Distribuição da produção mundial de vinho (milhões de hectolitros)	110
Anexo 3 – Distribuição do consumo mundial de vinho (milhões de hectolitros).....	111
Anexo 4 – Distribuição das exportações por tipo de produto em 2017.....	112
Anexo 5 – Principais exportadores de vinho em 2016 e 2017, por volume e em valor...	113
Anexo 6 – Principais importadores de vinho em 2016 e 2017, por volume e em valor...	114
Anexo 7 – Prémios nacionais e internacionais obtidos em 2017	115
Anexo 8 – Organograma do Grupo CARMIM	117
Anexo 9 – Habilitações literárias dos colaboradores do Grupo CARMIM	118
Anexo 10 – Demonstração de Resultados (modelo reduzido)	122
Anexo 11 – Balanço Contabilístico Consolidado (modelo reduzido).....	123
Anexo 12 – Fluxograma Grama de IRM (2002).....	124
Anexo 13 – Exemplo de documento VFA e VGR.....	125
Anexo 14 – Registo do IVA em <i>Excel</i>	127
Anexo 15 – Registo de juros e amortizações de empréstimos concedidos	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Áreas de Indicação Geográfica Protegida e respetivas Denominações de Origem Protegida	19
Figura 2 – Evolução da superfície vitícola mundial.....	20
Figura 3 – Redução da superfície vitícola, por milhares de hectares, nos principais países europeus produtores de vinho entre 2000 e 2012	21
Figura 4 – Variação da superfície vitícola por continentes entre 2000 e 2012	22
Figura 5 – Distribuição da área total de vinhas por países (em milhões de hectares)	23
Figura 6 – Evolução da produção vitícola mundial	24
Figura 7 – Evolução da produção mundial de vinho.....	26
Figura 8 – Evolução do consumo mundial de vinho	29
Figura 9 – Consumo médio de vinho per capita em 2016	30
Figura 10 – Evolução do comércio internacional de vinho em volume e em valor	31
Figura 11 – Principais exportadores de vinho em 2016 e 2017 (exclui sumos e mostos) ..	32
Figura 12 – Principais importadores de vinho em 2016 e 2017 (exclui sumos e mostos)..	34
Figura 13 – Principais destinos de exportação da ENOFORUM, S.A.....	37
Figura 14 – “Balões” de armazenamento de vinho	41
Figura 15 – Cave do Grupo CARMIM com vinhos em estágio	42
Figura 16 – Habilitações literárias do Grupo CARMIM	50
Figura 17 – Evolução das campanhas de vindima, entre 2012 e 2017	52
Figura 18 – Evolução das campanhas olivícolas, entre 2012/2013 e 2016/2017.....	53
Figura 19 – Estrutura acionista da ENOFORUM, S.A. em 2011	60
Figura 20 – Evolução do volume de negócios da ENOFORUM, S.A.	61
Figura 21 – Distribuição das vendas por continentes.....	64
Figura 22 – Países com maior força de exportação	65
Figura 23 – Evolução do volume de negócios da ENOFORUM, S.A.	70
Figura 24 – Variação cambial entre o Euro e o Dólar Canadense durante 30 dias	78

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Critérios utilizados para a certificação de PME	38
Quadro 2 – Principais marcas de vinho do Grupo CARMIM e as respetivas certificações e menções	47
Quadro 3 – Distribuição dos colaboradores por empresa.....	49
Quadro 4 – Quantidade de litros de vinho produzido entre 2012 e 2017	52
Quadro 5 – Rácios económico-financeiros do Grupo CARMIM.....	56
Quadro 6 – Relação comercial com países com moeda estrangeira.....	77

ABREVIATURAS OU SIGLAS

AC – Adega Cooperativa

ACI – Aliança Cooperativa Internacional

ACIBEV - Associação de Vinhos e Espirituosas de Portugal

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

ANPOC – Associação Nacional dos Produtores de Cereais

AORE – Associação de Olivicultores da Região de Elvas

APAFNA – Agrupamento de Produtores Agrícola e Florestal do Norte Alentejano

ARC – Código de Referência Administrativo

AT – Autoridade Tributária e Aduaneira

ATEVA – Associação Técnica dos Viticultores do Alentejo

CAE – Classificação das Atividades Económicas

CAP – Confederação Nacional de Agricultores de Portugal

CARMIM - Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz

CASES – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social

CC – Código Cooperativo

CCI – Câmara de Comércio Internacional

CEPAAL – Centro de Estudos e Promoção do Azeite do Alentejo

CEV – Cidade Europeia do Vinho

CIEC – Código do Imposto Especial sobre o Consumo

CIPA – Custo Industrial do Produto Acabado

CIRC – Código de Imposto sobre Rendimento de Pessoas Coletivas

CIVA – Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado

CMVMC – Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas

CONFAGRI – Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal

CSC – Código das Sociedades Comerciais

CVR – Comissão Vitivinícola Regional

CVRA – Comissão Vitivinícola Regional Alentejana

DIC – Declaração de Introdução no Consumo
DO – Denominação de Origem
DOC – Denominação de Origem Controlada
DOP – Denominação de Origem Protegida
DVF – Devolução ao Fornecedor
E-DA – Documento Administrativo Eletrónico
EBF – Estatuto dos Benefícios Fiscais
EBIT – *Earnings Before Interest and Taxes* (Resultados Antes de Juros e Impostos)
ECF – Encomenda ao Fornecedor
EUA – Estados Unidos da América
EXW – *Ex Work*
FAC – *Free Carrier*
FCR – Fundo de Capital de Risco
FENAZEITES – Federação Nacional das Cooperativas Olivícolas
FIFO – *First In, First Out*
FOB – *Free on Board*
FSCR – Fundo de Sindicação de Capital de Risco
IABA – Imposto sobre o Álcool e as Bebidas Alcoólicas
IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
IDE – Investimento Direto no Estrangeiro
IEC – Imposto Especial sobre o Consumo
IES – Informação Empresarial Simplificada
IFAP – Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.
IFS – *International Featured Standard*
IG – Indicação Geográfica
IGP – Indicação Geográfica Protegida
INGA – Instituto Nacional de Intervenção e Garantia Agrícola
INSCOOP – Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo
IPR – Indicação de Proveniência Regulamentada
IRC – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IVA – Imposto de Valor Acrescentado

IVV – Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.

NCF – Nota de Crédito Sem Stock

OCM – Organização Comum do Mercado

OIV – *International Organisation of Vine and Wine*

PAC – Política Agrícola Comum

PME – Pequena e Média Empresa

RCP – Rendibilidade do Capitais Próprios

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento do Tema e Justificações da Escolha

No âmbito do Mestrado em Gestão, com especialização na área financeira, a realização de um estágio curricular reflete a oportunidade de ingressar no ambiente laboral e de obter, simultaneamente, o segundo grau académico da Universidade de Évora. As atividades realizadas durante o estágio enquadram-se no departamento contabilístico-financeiro do Grupo CARMIM, entidade responsável pela produção, comercialização e exportação de vinhos e azeites. O Grupo CARMIM é constituído pela empresa-mãe, a Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz, C.R.L. (CARMIM, C.R.L.), e por duas subsidiárias, a Monsaraz Vinhos, S.A. e a ENOFORUM – Comércio e Exportação de Vinhos, S.A. É atualmente líder no mercado nacional de vinhos de qualidade e ambiciona tornar-se num importante parceiro mundial de vinhos nos mercados internacionais¹. O Grupo CARMIM atua internacionalmente em 26 países bastante diversificados pela cultura, região, política, economia e relações sociais, estando suscetível à exposição de riscos financeiros, estratégicos e operacionais. A adaptação ao contexto de mudança e o desenvolvimento de novas capacidades exige uma gestão financeira internacional que maximize a riqueza do acionista e diversifique o risco. *“Isso significa tomar decisões de financiamento e de investimento que agreguem valor tanto quanto possível para a empresa. Significa também, que as empresas devem gerir de forma eficaz os ativos sob o seu controlo”* (Silva et al., 2016).

Desta forma, o presente Relatório de Estágio constitui uma análise ao sector vitivinícola nacional e internacional e uma análise ao Grupo CARMIM, com mais detalhe para a ENOFORUM, S.A. uma vez que é pois é a entidade responsável pela internacionalização do Grupo CARMIM. No que ao mercado financeiro diz respeito, as variações económico-financeiras locais afetam operações comerciais, acarretando riscos cambiais, riscos políticos, inflação, diferenças fiscais e controlos monetários. Também no contexto interno, em termos operacionais, existe um conjunto de oportunidades a considerar no Grupo CARMIM para desta forma continuar a obter um bom desempenho económico-financeiro.

¹ Informação baseada no *website* CARMIM - www.carmim.eu/sobre/enoforum-wines/

1.2. Formulação do Problema e dos Objetivos

Dentro das três modalidades disponíveis para a obtenção do grau de Mestre a opção escolhida foi a realização de um estágio curricular e a apresentação do respetivo relatório final. Além da obtenção do grau de Mestre em Gestão, a realização do estágio tem também o objetivo de aplicar alguns dos conhecimentos adquiridos e desenvolver outras competências pessoais e profissionais. Durante o período vigente do contrato de estágio, o trabalho desenvolvido compreendeu outras áreas relacionadas com o departamento financeiro, como a contabilidade e a fiscalidade. No domínio destas áreas, o estágio proporciona o estudo e a planificação de circuitos contabilísticos, dos diversos sectores de atividade do Grupo, que permitem assegurar uma recolha de elementos necessários à gestão dos documentos contabilístico-financeiros.

Em paralelo com a execução das atividades, o presente Relatório de Estágio comporta também uma parte dedicada à investigação e análise dos principais desafios da internacionalização do Grupo CARMIM. Neste contexto, descreve-se a abordagem estratégica do Grupo CARMIM nos mercados externos, por meio da ENOFORUM, S.A., ao longo da redação sugestões para a melhoria do desempenho do Grupo e o contorno a possíveis riscos internacionais, de forma a aumentar o volume de negócios e diminuir os custos de produção.

1.3. Metodologia

Para a redação do Relatório de Estágio a recolha de informação foi efetuada através de diversas metodologias. No que refere à análise da internacionalização do Grupo CARMIM, o estudo foi suportado pela consulta de artigos científicos, de *websites* de organizações mundiais e nacionais do sector vitivinícola, em especial a *International Organisation of Vine and Wine* (OIV) e o Instituto da Vinha e do Vinho, I.P. (IVV), e da legislação regulamentar das exportações.

Para a descrição das atividades desenvolvidas no estágio foi necessária a consulta do historial do Grupo CARMIM, de Relatórios de Gestão e Contas dos últimos exercícios económicos, de Estatutos e Regulamentos Internos da CARMIM, C.R.L., da legislação aplicável a cooperativas agrícolas, bem como o *website* do Grupo. De forma a consolidar toda a

informação recolhida, realizaram-se duas entrevistas informais na presença do Orientador de Estágio e da Gestora de Produto do Departamento Internacional do Grupo CARMIM.

1.4. Estrutura do Relatório

O Relatório de Estágio desenvolve-se em seis capítulos. O primeiro é um capítulo introdutório que sintetiza e fundamenta a escolha do tema, o objetivo da pesquisa, e as principais metodologias utilizadas. O segundo capítulo constitui uma breve análise do sector vitivinícola, em termos mundiais e nacionais, incidindo sobre a produção, consumo e comércio internacional de vinhos. Posteriormente, no terceiro capítulo apresenta-se o Grupo CARMIM, com destaque para a sua história, políticas de funcionamento, produtos e marcas e distinções, a função organizacional e de recursos humanos, finalizando com uma breve análise dos resultados de produção, económicos e financeiros do Grupo. A análise da internacionalização do Grupo CARMIM ocupa o quarto capítulo, onde se descreve a evolução, principais e potenciais mercados, modos de entrada adotados, principais desafios da internacionalização de vinhos do Grupo e devidas sugestões de melhoria. No quinto capítulo estão descritas as atividades desempenhadas durante o estágio e também todas as funções cuja execução foi apenas acompanhada. O Relatório é concluído com conclusões sobre o estágio curricular e sobre o estudo dos desafios da internacionalização do Grupo CARMIM, evidenciando os contributos e as limitações reconhecidas.

CAPÍTULO II - O SECTOR VITIVINÍCOLA

Ao longo do século XXI, o sector vitivinícola tem conquistado um lugar de destaque na economia mundial. O vinho tornou-se um produto amplamente consumido, gerando transações comerciais que afetam não apenas os consumidores e os produtores de países tradicionais (Anderson & Nelgen, 2011; Mariani et al., 2012) como também os produtores e consumidores do chamado Novo Mundo que competem para ampliar geograficamente a oferta (Lombardi, 2016).

As práticas e metodologias de vinificação (inclusive tradições), bem como o efeito do solo e do clima (o designado *terroir*), são características que distinguem os vinhos do Velho e do Novo Mundo. Constituem o Velho Mundo, países produtores de vinho localizados na Europa, que ao longo do tempo, de geração em geração, se especializaram na produção tradicional de vinhos. Por outro lado, existem países produtores de vinho do Novo Mundo que, durante a era colonial importaram técnicas, metodologias e até um pouco da cultura do Velho Mundo. Estes países competem com o modelo tradicional dos países europeus, adotando um estilo mais flexível, em virtude das novas tecnologias que permitem obter uma agricultura mais modernizada, à base de colheitas mecânicas, de irrigação industrial e de vinhas projetadas, que se aproximam das condições ideais das vinhas do Velho Mundo (Fleming et al., 2014). Compõem o Novo Mundo, os produtores vitivinícolas do Hemisfério Sul, embora muitos autores considerem que a Austrália e a Nova Zelândia sejam países pertencentes ao designado Novíssimo Mundo. Neste contexto, o impulso da globalização e o estilo de vida europeu contribuíram para a evolução do consumo de vinho, tornando-se num produto comum entre os consumidores inclusive do Novo Mundo, (Dal Bianco et al., 2013; Cembalo et al., 2014), o que intensifica o comércio e a concorrência internacional (Mariani et al., 2014, Dal Bianco et al., 2016).

Em Portugal, o sector vitivinícola *“é um dos sectores mais dinâmicos da agricultura portuguesa, sendo também um dos que melhor se adaptou à concorrência comunitária, em resultado da adesão do país às Comunidades Europeias”* (Simões, 2008). De forma a manter a competitividade e a notoriedade que o caracteriza, o sector do vinho português apostou na internacionalização e, segundo a OIV (2017), é um dos principais países produtores, consumidores e exportadores do Velho Mundo. *“Depois da integração comunitária, Portugal*

enveredou por uma política de qualidade na produção de vinho, reorganizando institucionalmente o sector, criando novas denominações de origem e apoiando massivamente os investimentos na produção de vinhos de qualidade” (Simões, 2008). O IVV desenvolve ações tendentes à melhoria da qualidade dos produtos vitivinícolas, ao reforço da competitividade e internacionalização e ao desenvolvimento sustentável deste sector e adapta as estruturas impostas pelas novas políticas da Organização Comum do Mercado (OCM)². De acordo com o IVV, Portugal divide-se em 14 regiões de vinho (**Figura 1**) certificadas pelas Comissões Vitivinícolas Regionais (CVR). Estas entidades certificadoras asseguram a qualidade e a autenticidade dos vinhos, classificando-os como Vinhos de Qualidade Produzidos em Região Demarcada (VQPRD)³, Denominação de Origem⁴ (DO) – também designado por Denominação de Origem Controlada (DOC) – ou Indicação Geográfica⁵ (IG). O reconhecimento dos rótulos, em conformidade à legislação portuguesa e europeia, é também uma das funções principais das CVR, que desta forma autoriza a comercialização do vinho. À semelhança dos conceitos DO/DOC e IG, as terminologias⁶ Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP) consistem, respetivamente, numa definição comunitária utilizada nos produtos vitivinícolas europeus, que conferem a proteção nos termos estabelecidos na regulamentação, integrando assim num registo comunitário único.

O sector do vinho mundial é complexo na medida que compreende uma grande variedade de produtos e de mercados com características distintas onde, ainda assim, Portugal consegue evidenciar-se e ser cada vez mais procurado pelo vinho que produz, originado por castas únicas no mundo. O aumento da qualidade de produção de vinhos é uma constante para os produtores nacionais que apostam na modernização do cultivo da vinha e nos métodos de produção de vinho, sendo uma forma de também acompanhar a evolução dos mercados, adaptando-se às exigências e necessidades dos consumidores (Ferreira et al., 2010).

² “A OCM Vitivinícola é um instrumento legislativo (Regulamento) emanado do Conselho dos Ministros da Agricultura da União Europeia, que estabelece as regras a utilizar no sector vitivinícola” IVV (2018).

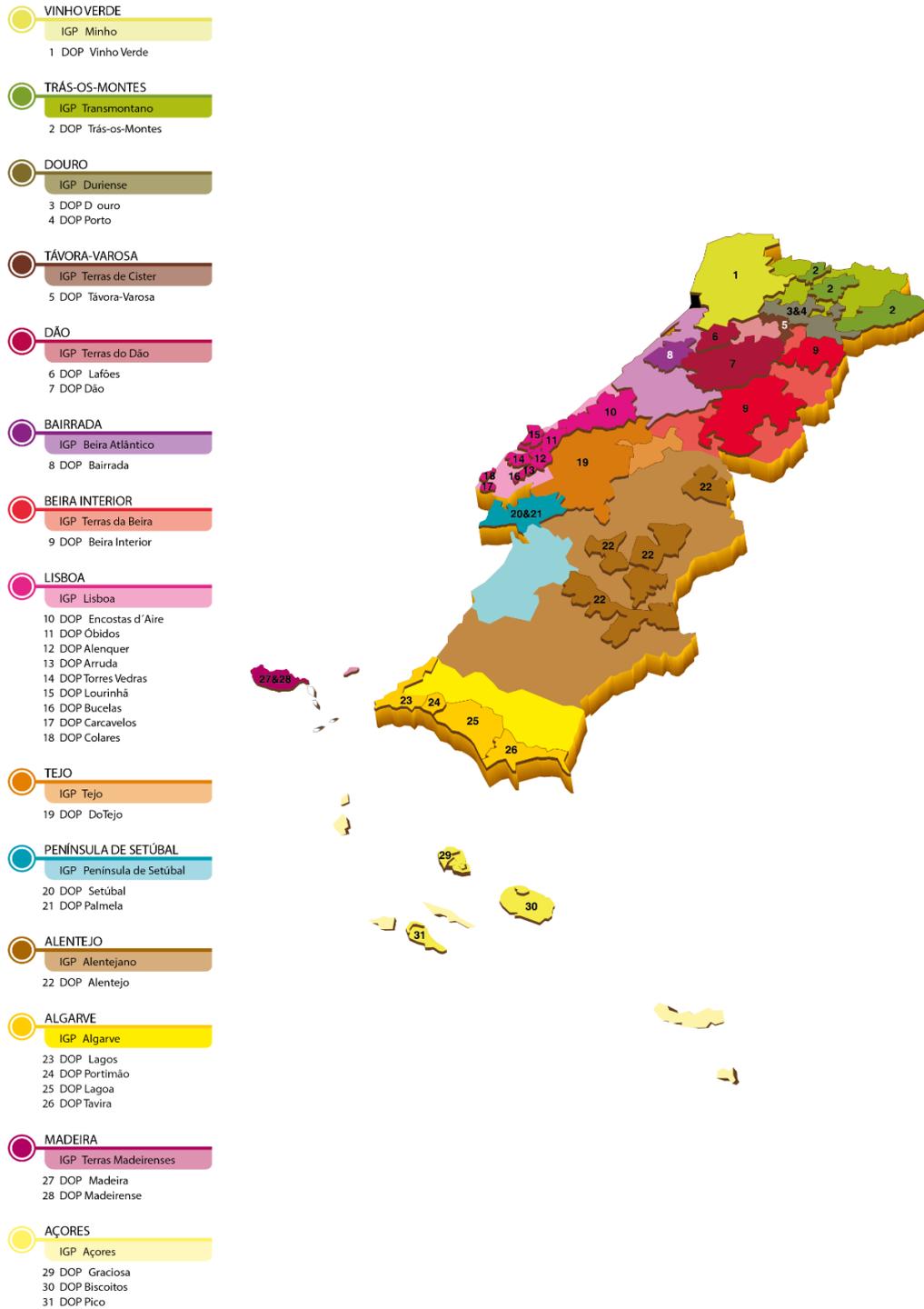
³ Decreto-Lei n.º 53/2003 de 27 de Março.

⁴ Decreto-Lei n.º 212/2004 de 23 de Agosto.

⁵ Cujo antigo designativo equivale a Indicação de Proveniência Regulamentada (IPR).

⁶ Regulamento (CE) n.º 1234/2007 do Conselho de 22 de Outubro; com alterações ao regulamento pelo Regulamento (CE) n.º 491/2009 do Conselho de 25 de Maio.

Figura 1 – Áreas de Indicação Geográfica Protegida e respetivas Denominações de Origem Protegida

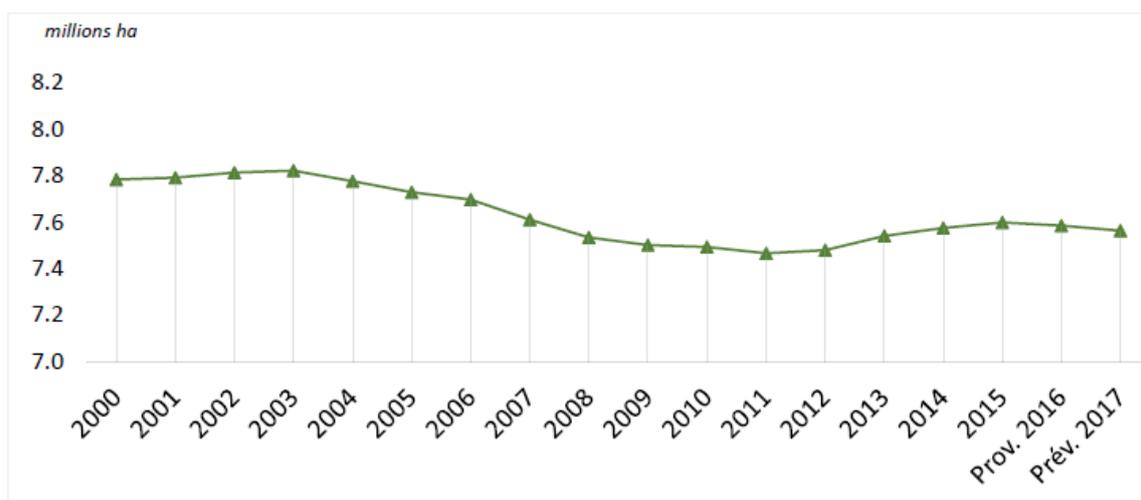


Fonte: IVV (2018).

2.1. Evolução da Produção Vitícola

De acordo com as estatísticas efetuadas pela OIV (2018), a superfície vitícola mundial representa a área total destinada à plantação de vinhas que produzem uvas secas e uvas de mesa, em produção ou em vias de produção. A **Figura 2** representa a evolução do total de hectares destinados ao cultivo de vinhas ao longo do século XXI, sendo possível observar uma diminuição da área vitícola total, a partir de 2003, ano em que se verificou o valor máximo do período analisado.

Figura 2 – Evolução da superfície vitícola mundial



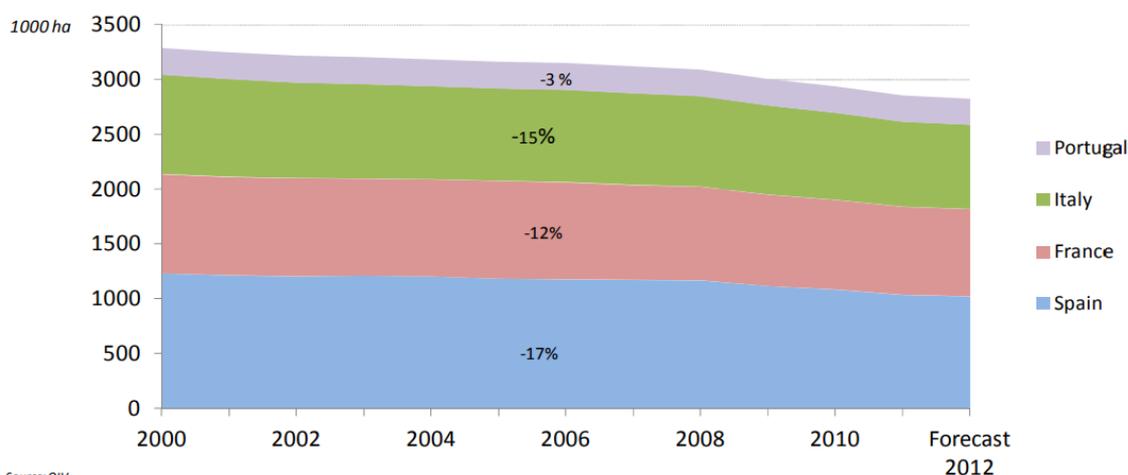
Fonte: State of the Vitiviniculture World Market (OIV, 2018).

Esta redução ocorreu principalmente na Europa que, em 2000, possuía 62,5% da superfície vitícola mundial, diminuindo em 2012 para 56% (Karlsson, 2013), em virtude da aplicação da Política Agrícola Comum⁷ (PAC) da União Europeia (UE). A PAC tinha como principais objetivos “ajudar os agricultores a produzir alimentos em quantidade suficiente para a Europa; garantir a segurança dos alimentos; proteger os agricultores contra a excessiva volatilidade dos preços e as crises do mercado; ajudar os agricultores a investir na modernização das suas explorações;

⁷ A PAC é um dos três pilares da UE que representa um sistema de subsídios à agricultura e programas de desenvolvimento em áreas afins.

apoiar comunidades rurais viáveis e a diversificação das economias rurais; criar e manter empregos nas indústrias alimentares; e, proteger o ambiente e o bem-estar dos animais” (Website oficial da União Europeia, 2018). A UE remunerou os viticultores através de subsídios em troca da remoção de vinhas devido às dificuldades nas vendas, um procedimento que serviria para compensá-los pelo impedimento de produzirem mais matéria-prima. A **Figura 3** mostra a redução dos principais países vitivinícolas da UE.

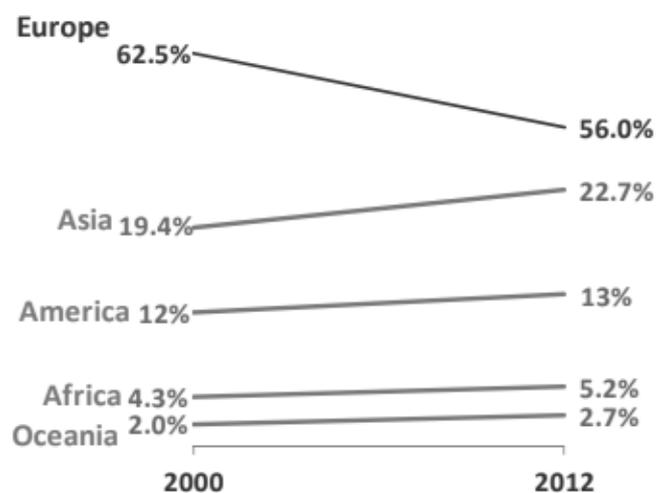
Figura 3 – Redução da superfície vitícola, por milhares de hectares, nos principais países europeus produtores de vinho entre 2000 e 2012



Fonte: World Vitiviniculture Situation in 2012 (OIV, 2013).

A partir de 2013, o total de área de vinha estabilizou e este foi o primeiro ano (desde 2007) que não foram pagos os subsídios para a extração das vinhas, denotando a importância que a PAC pode exercer na produção de vinho. “Reformas sucessivas [da PAC] fizeram com que, atualmente, os agricultores possam tomar decisões de produção com base na procura do mercado e não em decisões tomadas em Bruxelas” (Website oficial da União Europeia, 2018). Apesar evolução registada na Europa, todas as outras regiões aumentaram a superfície vitícola total (**Figura 4**), com destaque para o Extremo Oriente (China), reconhecido como o principal ponto de crescimento de vinhas a nível mundial durante 10 anos (OIV, 2018). Após esse período, a superfície vitícola mundial voltou a aumentar lentamente, resultado das diferentes oscilações entre os países do Velho e Novo Mundo.

Figura 4 – Variação da superfície vitícola por continentes entre 2000 e 2012

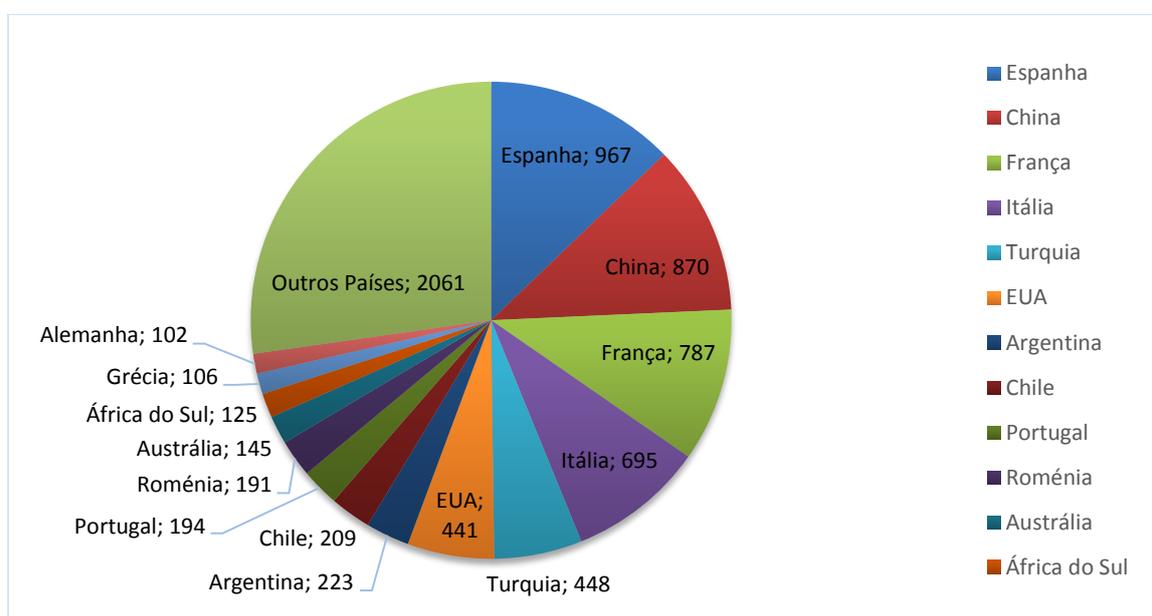


Fonte: World Vitiviniculture Situation in 2012 (OIV, 2013).

Em 2017, segundo a OIV (2018), a área total de vinhas está estimada em 7,6 milhões de hectares, aproximando-se do resultado obtido no ano transato. Destes, 52,90% localizam-se no Velho Mundo e o restante no Novo Mundo. No que refere ao Novo Mundo, países como Estados Unidos da América (EUA), Argentina, Chile e Brasil, registaram variações pouco significantes nos últimos anos. A Oceânia regista uma evolução semelhante à do continente americano, embora em 2017 o aumento de 0,8% da área vitícola na Nova Zelândia compense a diminuição, em 0,6%, do número de hectares vinhas australianas. Após um período de expansão, a China abrandou o ritmo de crescimento, continuando ainda assim a ocupar a segunda posição a nível global, com 870 mil hectares de vinha, 5,9% acima dos valores apresentados em 2016. “A grande potência vitícola mundial é a China, seja na produção de vinhos ou no consumo de vinhos e espumantes” (Douglaswurz, 2016). Por outro lado, as estatísticas relativas à África do Sul mostram que a quantidade de vinhas tem diminuído lentamente desde 2012. A **Figura 5** representa a distribuição da região de plantação vitícola por países. Espanha é, em termos mundiais, o país com maior área de vinha (967 mil de hectares), seguida da China (870 mil de hectares), da França (787 mil de hectares), da Itália (695 mil de hectares) e da Turquia (448 mil de hectares) que, em conjunto, compreendem 50% da superfície vitícola mundial. Portugal tem 194 mil hectares de vinha, o correspondente a 2,56% da área vitícola mundial.

No que concerne à superfície vitícola dos países do Velho Mundo, as principais variações ocorreram em Espanha com a diminuição de 8,2% da área de vinhas entre 2016 e 2017, mantendo ainda assim a liderança no ranking. Em contrapartida, França e Itália aumentaram em 0,9% e 5%, respetivamente, para o mesmo período de análise. Nos restantes países, a quantidade de hectares destinados à produção de vinha registou quebras de menor impacto, com destaque para Portugal (1,5%), Áustria (0,5%), Roménia (0,1%) e Alemanha (0,1%).

Figura 5 – Distribuição da área total de vinhas por países (em milhões de hectares)

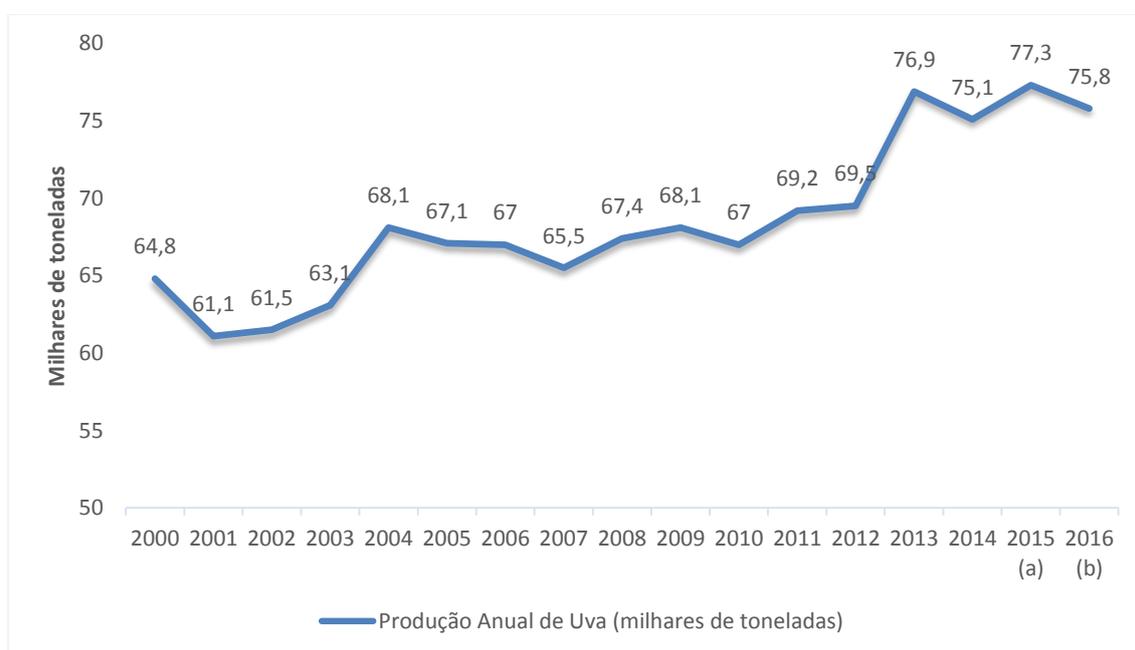


Fonte: Elaboração própria com base em *State of the Vitiviculture World Market* (OIV, 2018).

Portugal reflete, segundo a Associação de Vinhos e Espirituosas de Portugal (ACIBEV), uma perda de aproximadamente 47 mil hectares durante a última década, em consequência de existirem áreas de vinha abandonada que ainda entravam nas estatísticas (Petinga, 2017). De acordo com o Regulamento (UE) n.º 1308/2013, a recuperação total da área de vinha não se verifica de imediato, visto que está estabelecido o aumento do número de hectares em apenas 1% por ano. Portugal assume a 4ª posição no ranking dos países com maior superfície vitícola na Europa e a 10ª no ranking mundial. Contudo, no que refere à percentagem de plantação vitícola, Portugal é líder mundial, com cerca de 2,6% da área total do país destinada à produção de vinhas. O único país que se aproxima desta situação é Itália, com aproximadamente 2,55%,

seguida de Espanha (2,01%) e de França (1,45%). Atendendo à análise efetuada à superfície vitícola, é possível também avaliar a produção da vinha, que respeita precisamente à quantidade de matéria-prima retirada das plantações, normalmente expressas em toneladas de uva por hectare, sujeitas às condições climáticas que determinam em grande parte a variabilidade da produção vitícola. A **Figura 6** mostra uma tendência global crescente da produção de uva, ainda que com algumas oscilações.

Figura 6 – Evolução da produção vitícola mundial



Notas: (a) Dados Provisórios; (b) Previsão.

Fonte: *Elaboração própria com base em World Vitiviculture Situation in 2016 (OIV, 2017).*

No último ano do período de análise, a produção mundial de uvas foi de 75,8 milhões de toneladas e apresentou uma redução de 1,94%, segundo a OIV (2017). Por continente a Europa a representa 39% da produção vitícola mundial, seguida da Ásia com 34%, da América com 18%, e o remanescente pelos restantes continentes. Os principais produtores de uva encontram-se listados no **Anexo 1** do presente Relatório de Estágio, com destaque para China, Itália, EUA, França e Espanha, que representam 55,23% do total da produção de vinhas mundial (OIV, 2017). Embora os dados indiquem que a China seja o país que mais uva produz, na realidade a maior

parte desta produção (cerca de 83%) destina-se à confeção de uvas frescas, tal como acontece com o Irão (89%), o Egipto (100%) e Brasil (67%), por exemplo.

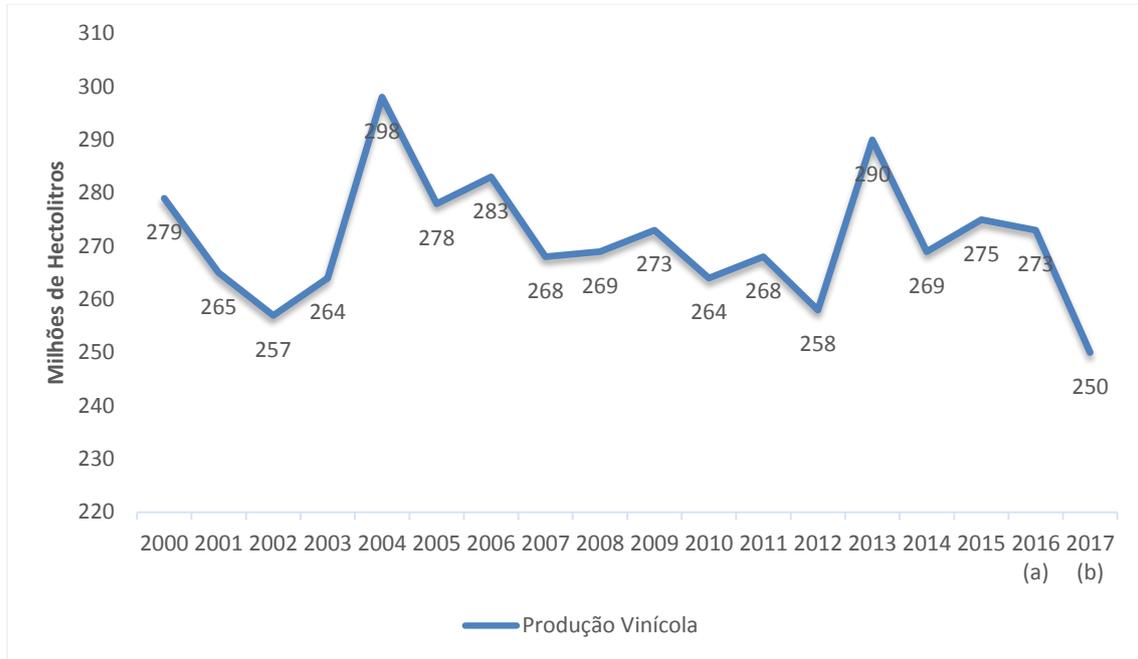
2.2. Evolução da Produção Vinícola

Nas últimas duas décadas do século XX, a produção e o consumo de vinho cresceram a bom ritmo, em parte devido à crescente competitividade entre o Velho e o Novo Mundo, que originou o desenvolvimento de novos mercados e a diversificação dos mercados tradicionais (Fleming et al., 2014). A **Figura 7** mostra a evolução mundial da produção de vinho, desde o início do século XXI, com algumas oscilações ao longo do tempo, evidenciando-se duas campanhas de elevada produtividade, na ordem dos 298 milhões e 290 milhões de hectolitros, em 2004 e em 2013, respetivamente.

Os resultados anuais obtidos na produção mundial de vinho refletem, por um lado, o efeito da variação da superfície vitícola bem como o destino de cada tipo de uva produzido (uvas frescas, uvas em passa e uvas para a produção de vinho) e, por outro lado, a influência de fatores estratégicos que fazem variar a evolução da produção de vinho, como é o caso da Austrália e do Chile que, devido ao decréscimo das vendas, preferem valorizar a qualidade do vinho produzido, através do aumento do preço médio de vendas, em detrimento da quantidade produzida. Não obstante, as condições climáticas constituem um fator fulcral no desempenho do sector vitivinícola, pelo que os declínios registados decorreram também de fenómenos extremos, como a seca e a geadas, provocando baixo teor líquido nas uvas (Fleming et al., 2014). O **Anexo 2** mostra a distribuição e a evolução da produção de vinho nos diversos países, entre 2013 a 2017.

Em 2017, a produção mundial de vinho voltou a diminuir, assinalando um resultado historicamente baixo, na ordem dos 250 milhões de hectolitros, segundo o relatório anual *State of the Vitiviniculture World Market* (OIV, 2018). Este resultado apresenta uma produção inferior de 23,6 milhões de hectolitros de vinho relativamente ao ano transato, o que equivale a uma redução de 8,6%, devido ao forte impacto dos fenómenos climáticos, afetando os principais países produtores do Velho Mundo.

Figura 7 – Evolução da produção mundial de vinho⁸



Notas: (a) Dados Provisórios; (b) Previsão.

Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviniculture World Market (OIV, 2018).*

No geral, a tendência de queda da produção de vinho que atingiu os três maiores produtores, reflete reduções de 17%, 19% e 20%, respectivamente na Itália, França e Espanha. A quantidade de vinho produzido pelos EUA tende a aproximar cada vez mais da quantidade de vinho produzida pela Espanha, uma vez que a quebra de produção é mais acentuada nos países europeus face à ligeira variação negativa dos EUA. Ainda assim, perante as estatísticas, estes quatro países produtores de vinho representam na totalidade 50% da produção mundial de vinho, sendo a Itália o país que lidera a lista com um total de 42,5 milhões de hectolitros. A informação constante do **Anexo 2**, também reflete a variação da produção entre produtores do Velho e do Novo Mundo. Embora as estimativas indiquem que a produção vinícola tenha diminuído, especialmente no Velho Mundo, representando uma diminuição de 14,6% face a 2016, o Novo Mundo também registou algumas contrariedades. Relativamente à América do Sul, a Argentina e o Brasil aumentaram a sua produção em 25% e 169%, face ao ano transato, e

⁸ Exclui sumos e mostos.

o Chile continua em queda desde as últimas duas campanhas vinícolas. O Brasil é o país com maior aumento de produção de vinho em termos mundiais por dois motivos: à quebra registada nas vindimas de 2016 e às adequadas condições climáticas do país em 2017. À semelhança da América do Sul, a evolução na Oceânia apresentou valores distintos entre os países produtores de vinho, decorrentes da variação da superfície de vinha da Austrália e de Nova Zelândia. A produção de vinho australiana regista um crescimento de 5%, com o objetivo estabelecido de recuperar padrões mínimos de 2005, em contrapartida da Nova Zelândia que diminuiu cerca de 9% (OIV, 2018). No que refere à produção vinícola de África do Sul, alcançaram-se 10,8 milhões de hectolitros de vinho no último ano, valor que permanece relativamente constante face aos anos anteriores.

Apesar da seca registada na Europa em 2017, que levou ao decréscimo generalizado da produção de vinho, Portugal aumentou em 10% da sua produtividade, relativamente a 2016, obtendo 6,6 milhões de hectolitros de vinho. Contrariando as expectativas, a seca registada no ano passado não prejudicou o mercado e Portugal mantém-se como o quinto maior produtor de vinho na UE, com valores médios próximos dos da Alemanha e a uma distância considerável dos maiores produtores mundiais (Itália, França e Espanha). No contexto mundial, ocupa o 11º lugar do ranking mundial e foi dos poucos países em que a produção não desceu. Contudo, esta posição suscita o levantamento de algumas questões na medida em que, ao assumir a 4ª posição no ranking dos países europeus com maior superfície vitícola e o 10º lugar no mundo, a produção vinícola deveria ser bastante superior à verificada (comparativamente a regiões como Austrália e África do Sul). Este facto deve-se principalmente à pobreza dos solos, de baixa fertilidade e com fraca capacidade de retenção de água, em que a maior parte das vinhas estão assentes. Nestas condições, a aposta na qualidade do vinho produzido, em detrimento da quantidade, tornou-se fundamental para o aumento do valor do mesmo. Outro facto que também influencia os níveis de produção de vinho em Portugal é o abandono de explorações de vinhas pelos viticultores, bem como as reestruturações de milhares de hectares de vinhas que são arrancados e posteriormente replantados, proporcionando a fraca produtividade nas novas plantações. *“A vinicultura é uma atividade sujeita a certificação, por isso (...) [não se pode] plantar a correr para responder ao crescimento do mercado. Por outro lado, mesmo que se faça uma plantação hoje só daqui a seis ou sete anos é que a produção será plena”* (Jorge Monteiro,

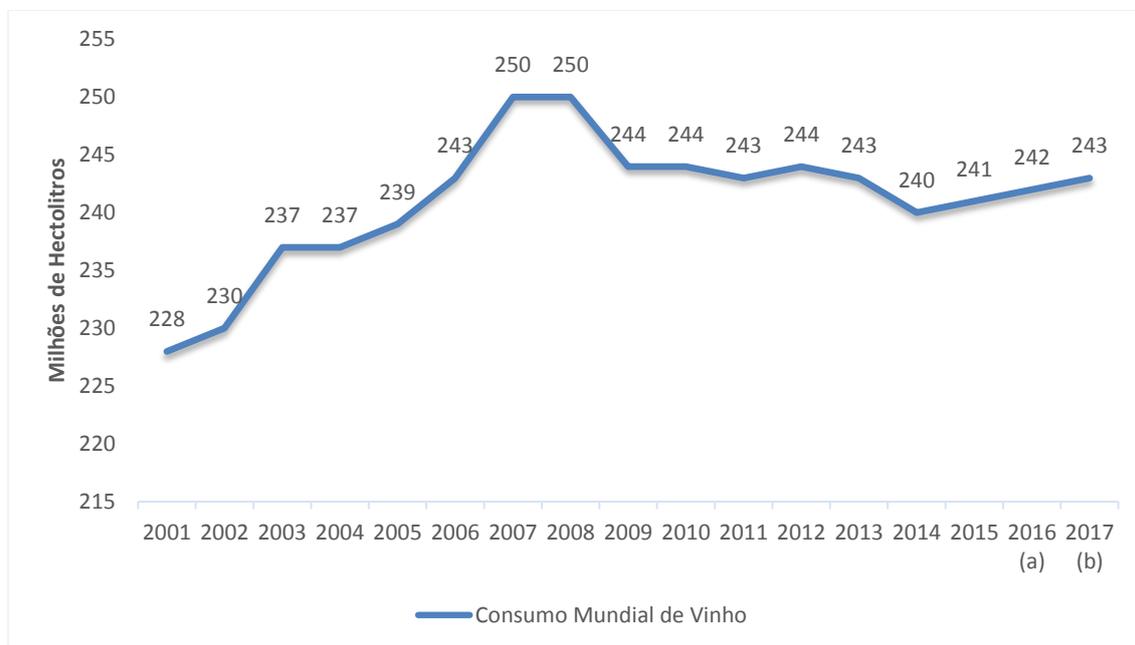
Presidente da ViniPortugal, citado por Forra, 2018). Segundo o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P. (IFAP), a reestruturação e reconversão de parcelas de vinhas tem como objetivo *“a produção de uvas para vinho que satisfaçam as condições de produção de vinho com DOP e vinho com IGP.”* O ministro da Agricultura, Luís Capoulas Santos, afirma também que o programa europeu VITIS, Regime de Apoio à Reestruturação e Reconversão da Vinha, dá um *“contributo muito importante para que a reestruturação da vinha em Portugal acelere, para que os excelentes vinhos portugueses, que todos os dias ganham prémios em mercados internacionais, se afirmem cada vez mais”* (Petinga, 2017).

2.3. Evolução do Consumo Vinícola

Com base nas estimativas realizadas pela OIV, os dados do consumo de vinho mundial evidenciam alterações significativas ao longo do século XXI, principalmente com a crise financeira de 2007 após a qual o estabilizou entre os 240 milhões e os 244 milhões de hectolitros (**Figura 8**). Os EUA lideram o ranking do consumo mundial de vinho desde 2011, com 13,42% do total, correspondentes a 32,6 milhões de hectolitros em 2017 (**Anexo 3**). Por outro lado, França e Itália, outrora líderes de consumo de vinho, ocupam atualmente a 2ª e 3ª posições, facto que não representa necessariamente um cenário de crise. Nos dias que correm, o vinho passou de simples alimento, a consumo de luxo, onde se procura segundo a qualidade, a origem e as técnicas produtivas. Este novo estilo de consumo é positivo em termos de valor médio por litro uma vez que os consumidores estão dispostos a beber menos com mais qualidade, embora a pagar mais.

A redução do consumo de vinho nos países mediterrânicos deve-se também às tendências do quotidiano, em que existe uma maior preocupação pela saúde e bem-estar, substituindo o consumo de vinho por outras bebidas alcoólicas que satisfaçam proporcionalmente. A China tem ganho enorme destaque nos últimos anos pelo progressivo aumento do consumo de vinho, sendo em 2017 o país que regista maior variação positiva em volume, na ordem dos 600 mil hectolitros. Da mesma forma, o consumo de vinho na África do Sul também tem aumentado, atingindo os 4,5 milhões de hectolitros em 2017 (**Anexo 3**).

Figura 8 – Evolução do consumo mundial de vinho⁹



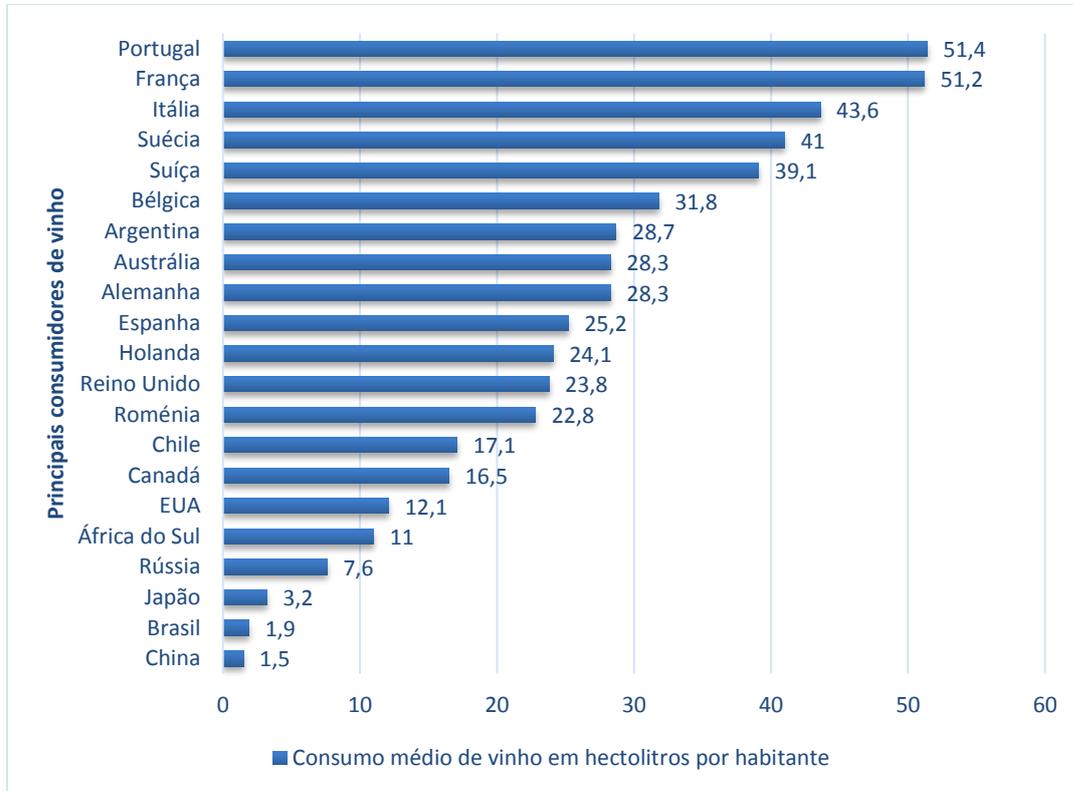
Notas: (a) Dados Provisórios; (b) Previsão.

Fonte: Elaboração própria com base em *State of the Vitiviniculture World Market* (OIV, 2018).

Em 2017, o consumo de vinho baixou em Portugal 2% relativamente a 2016, atingindo 4,5 milhões de hectolitros, queda que ainda assim permite manter o 12º lugar entre os consumidores de todo o mundo. Não obstante ao referido, as estimativas acerca do consumo mundial de vinho diferem quando a análise é realizada em termos *per capita*, uma vez que o consumo varia conforme a densidade populacional de cada país. De acordo com a *Conjoncture Vitivinicole Mondiale* (OIV, 2018), Portugal lidera o consumo mundial de vinho por habitante, sendo que cada português com mais de 15 anos de idade consumiu em média 51,4 litros de vinho referente ao ano 2016, um pouco mais do que os franceses (51,2 litros) e até os italianos (43,6 litros), conforme ilustra a **Figura 9**. Portugal é um país tradicionalmente vinícola mas, nos últimos anos, o consumo de vinho no mercado nacional tem-se destacado, em parte, devido ao aumento do turismo no país e à melhoria contínua da qualidade dos produtos oferecidos. Espanha, apesar de ser líder nas exportações, é estimado o consumo de 25 litros de vinho *per capita*, seguida de dois países onde não se cultiva vinhas (Reino Unido e Holanda).

⁹ Exclui sumos e mostos.

Figura 9 – Consumo médio de vinho per capita em 2016



Fonte: Elaboração própria com base em *Conjoncture Vitivinicole Mondiale (OIV, 2018)*.

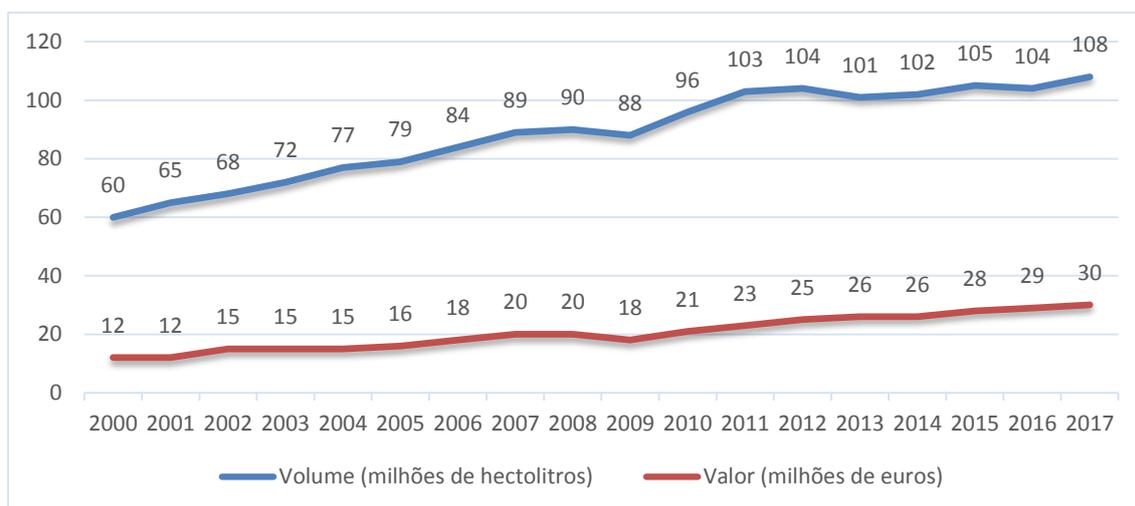
2.4. Comércio Internacional do Vinho

O fenómeno da globalização tem impulsionado fortemente o desenvolvimento e crescimento do sector vitivinícola e, em finais do século XX, e início do século XXI, os países do Novo Mundo começaram a desempenhar um importante papel no comércio internacional de vinhos (Anderson & Nelgen, 2011; Banks & Overton, 2010; Mariani et al., 2011), conquistando progressivamente uma quota de mercado e influenciando a competitividade entre os países (Mariani et al., 2012). O desenvolvimento de novos mercados aumentou a diversificação dos mercados tradicionais e promoveu o consumo de vinho (Fleming et al., 2014). Contudo, a existência de barreiras alfandegárias contribuiu para o aumento dos preços nos mercados de destino. As tarifas sobre o vinho variam consoante a localização geográfica dos países

importadores; o preço praticado sobre o produto; a unidade de volume de vinho importado (por litro); o teor alcoólico presente; e sobre as categorias de vinho existentes - engarrafado, a granel ou espumante (Mariani et al., 2012). As tarifas aplicadas sobre o volume são mais praticadas na Europa e no Norte da América, enquanto que as taxas incidentes no valor do vinho predominam na Ásia (Anderson, 2010). Estas barreiras alfandegárias já foram mais relevantes. A Organização Mundial de Comércio estabeleceu regras de taxação a um nível limitado para relativizar os custos burocráticos. No campo das obrigações do comércio internacional, existem também barreiras técnicas a respeitar, nomeadamente regulamentos de rotulagem de vinho; práticas de produção; limites máximos de resíduos agroquímicos; e procedimentos de certificação e testes (Mariani et al., 2012), que em Portugal são legalizados pelas CVR.

No que refere à evolução das transações comerciais, desde 2000 o comércio internacional de vinho aumentou bastante em volume e duplicou em valor. Até à crise financeira internacional em 2008-2009, o setor vitivinícola aumentou 33% dos fluxos de comércio internacional, pelo que o ritmo de crescimento desacelerou posteriormente, sendo mesmo negativo em alguns anos (Pomarici, 2016), precisamente em 2013 e 2016 (**Figura 10**).

Figura 10 – Evolução do comércio internacional de vinho em volume e em valor



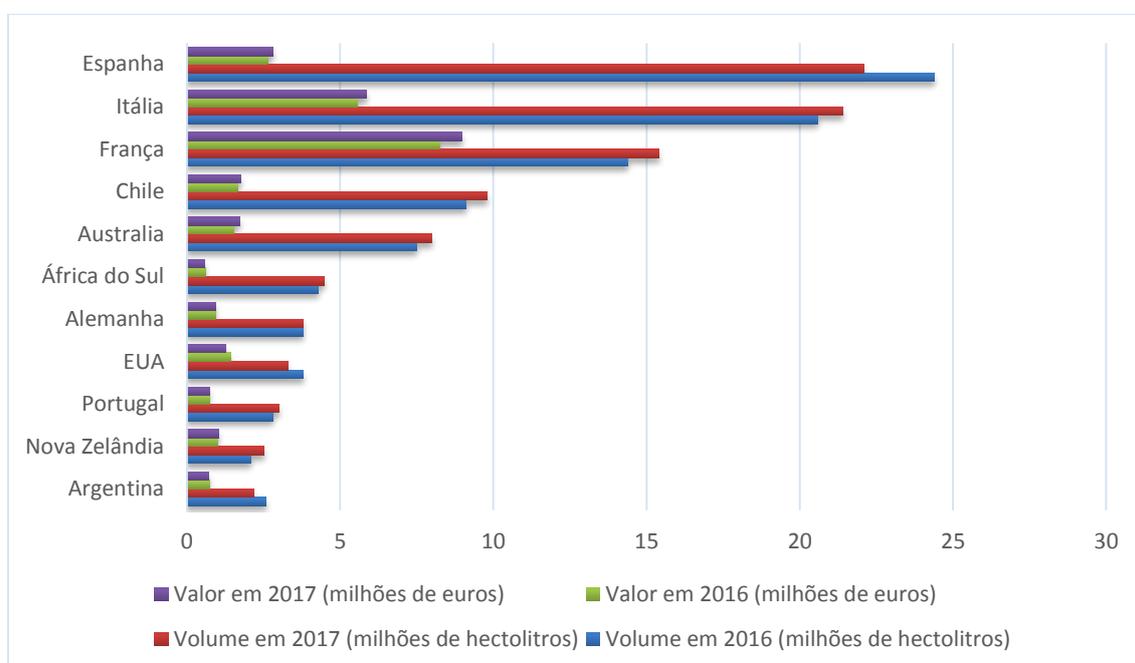
Fonte: Elaboração própria com base em *State of the Vitiviniculture World Market (OIV, 2018)*.

O comércio internacional de vinhos regista em 2017 a transação de 107,9 milhões de hectolitros, corresponde ao aumento de 3,4% relativamente ao ano anterior. Estas transações

comerciais englobam toda a tipologia de vinhos (engarrafados, espumantes e a granel), adjudicada em anexo (**Anexo 4**), cujo valor monetário obtido está avaliado em 30,4 mil milhões de euros, um crescimento anual de 4,8% face ao mesmo ano de referência.

Espanha, Itália e França são os principais exportadores que contribuíram para o crescimento das transações internacionais ao longo dos anos, representando no último ano de análise 58,9 milhões de hectolitros (cerca de 54,6% do total), que por sua vez geram 17,7 mil milhões de euros (**Figura 11 e Anexo 5**).

Figura 11 – Principais exportadores de vinho em 2016 e 2017 (exclui sumos e mostos)



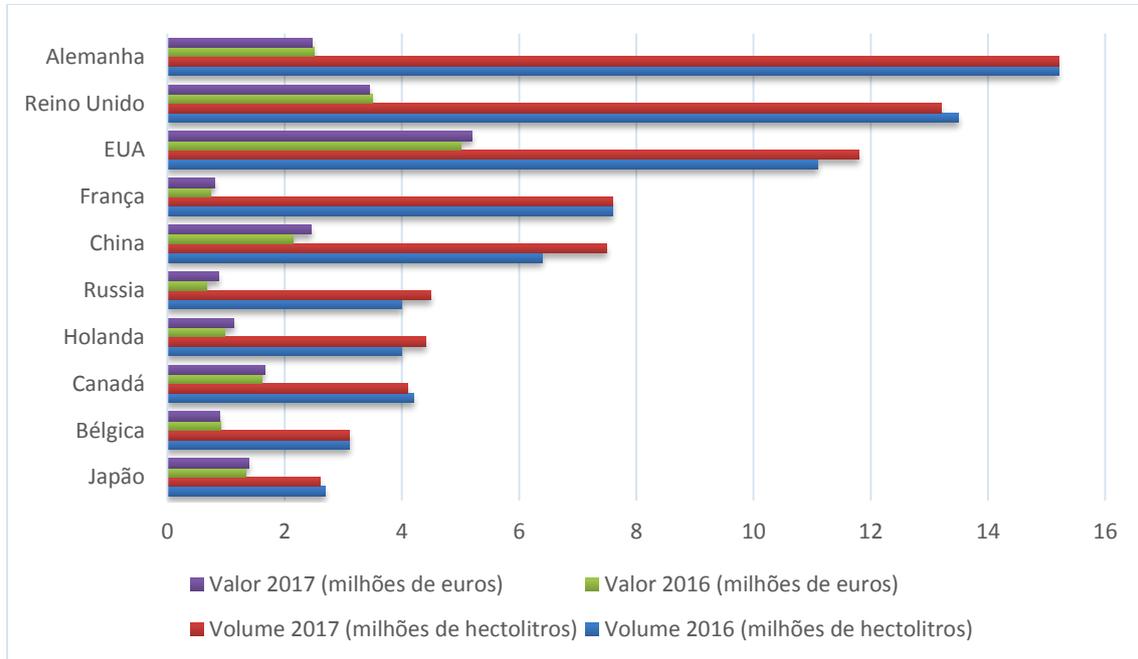
Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviniculture World Market (OIV, 2018).*

Espanha, que apesar de ser líder na exportação de vinhos em volume, obteve um decréscimo de 9,7% do volume exportado em 2017 comparativamente ao ano anterior, em parte devido à quebra de produção. Ainda assim, conseguiu compensar em termos de valor, com um acréscimo de 5,86% no mesmo período de referência, mantendo a terceira posição do ranking. Da mesma forma, o volume de exportações de Itália também diminuiu, em cerca 3,74%, em contrapartida do aumento da criação de valor, na ordem dos 4,95%. Por outro lado, embora a França ocupe a terceira posição do ranking de exportações em volume, com um aumento de

6,49% relativamente ao ano transato, ocupa a liderança das exportações mais valorizadas do mundo, alcançando os 8,98 mil milhões de euros (8,08% acima do ano anterior). Outros mercados exportadores, principalmente do Novo Mundo, registaram aumentos significativos em volume ao longo do tempo, como é o caso do Chile, da Austrália e de Nova Zelândia. As respetivas participações no comércio internacional de vinho atingiram 9%, 7% e 2% do total em 2017 (OIV, 2018). No que respeita a Portugal, o país encontra-se na 9ª posição do ranking mundial de exportações de vinho, quer em volume, quer em valor, com vendas ao exterior na ordem dos 3 milhões de hectolitros, equivalente a 752 milhões de euros em 2017. Face aos resultados de quebra dos EUA e ao crescimento progressivo de Portugal, de 6,67% em volume e 3,86% em valor no último ano, o mercado português encontra-se cada vez mais próximo de alcançar a 8ª posição do ranking do mundial de exportações de vinho em volume, cuja diferença é de 300 mil hectolitros entre os dois países. No entanto, o mesmo não se verifica em termos de valor uma vez que, mesmo havendo uma diminuição de 9,5% no valor das exportações dos EUA, estas estão valorizadas em 1,280 mil milhões de euros. As exportações portuguesas aumentaram e atingiram um novo recorde para o sector, o que mostra que os vinhos portugueses têm potencial nos mercados internacionais, segundo Frederico Falcão, Presidente do IVV (citado por Pinto, 2018). Portugal tem a oportunidade de reforçar a sua posição no comércio internacional de vinho, uma vez que a produção nacional aumentou em 10%, face à quebra de 8,6% em termos mundiais.

Em contrapartida aos principais exportadores, os principais mercados importadores de vinho que são essenciais na dinamização do comércio internacional deste sector e estão representados na **Figura 12** (com base no **Anexo 6**).

Figura 12 – Principais importadores de vinho em 2016 e 2017 (exclui sumos e mostos)



Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviculture World Market (OIV, 2018).*

Geograficamente, a atual liderança de volume de vinho importado cabe à Alemanha (15,2 milhões de litros), seguida do Reino Unido (13,2 milhões de litros) e dos EUA (11,8 milhões de litros), reconhecidos como os principais países importadores, cuja soma das transações representa um total de 40,2 milhões de hectolitros em 2017. Em termos de valor, são os EUA que gastam mais para a aquisição de vinho, cerca de 5,190 mil milhões de euros, seguidos do Reino Unido (3,453 mil milhões de euros) e da Alemanha (2,469 mil milhões de euros). O Reino Unido é um dos países que no futuro criará mais instabilidade no comércio internacional de vinho na sequência da sua saída da UE.

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO DO GRUPO CARMIM

3.1. Composição do Grupo CARMIM

O Grupo CARMIM é um grupo empresarial alentejano, sediado em Reguengos de Monsaraz, localidade do distrito de Évora, com 7.261 habitantes, que circunscreve uma área total de 101,68 km² e é considerada uma das oito sub-regiões DO alentejana. O grupo é constituído pela CARMIM, C.R.L., a Monsaraz Vinhos, S.A. e a ENOFORUM – Comércio e Exportação de Vinhos, S.A., cuja atividade consiste na produção, comercialização e exportação de produtos vinícolas e olivícolas da região.

CARMIM, C.R.L. – Designadamente Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz C.R.L., fundada em 30 de Março de 1971 por 60 viticultores, é a maior e principal adega cooperativa portuguesa de vinhos produzidos e engarrafados do Alentejo. É uma cooperativa de responsabilidade limitada que tem como objetivo produzir e comercializar vinhos e azeites, bem como comercializar lãs e cereais, a partir das matérias-primas dos associados. De acordo com o Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de Novembro, e a Classificação das Atividades Económicas (CAE) em Portugal, a atividade principal classifica-se pelo código 11021, da secção C – Indústrias Transformadoras, que respeita precisamente a produção e engarrafamento de vinhos. O código da CAE secundária compreende a produção de azeite (Secção C – Indústrias Transformadoras: 10412) e o comércio de produtos a retalho em estabelecimentos especializados (Secção G – Comércio por Grosso e a Retalho: 47250) e não especializados (Secção G – Comércio por Grosso e a Retalho: 47191). A forma jurídica atribuída pauta o funcionamento e os objetivos a alcançar pela empresa, para satisfazer as necessidades económicas, sociais ou culturais dos seus associados. No momento da constituição da empresa, fase em que não existem receitas suficientes para assegurar o bom desenvolvimento da entidade, o capital social é um elemento obrigatório fixado nos termos dos contratos de sociedade, devendo ser tão elevado, quanto a dimensão dos investimentos e dos riscos inerentes, por forma a equilibrar os fundos próprios e o recurso a terceiros. Na CARMIM, C.R.L., o capital social subscrito mínimo é de 60.000 euros, conforme o disposto nos Estatutos e Regulamento Interno, o que atualmente foi culminado em 3.947.725,00 euros, montante referente às participações dos 846 associados, possibilitando-

lhes o direito aos lucros e ao voto nas Assembleias. Enquanto Grupo, a CARMIM, C.R.L. apresenta-se como empresa-mãe, com o compromisso de administrar e deter todas as quotas das empresas subsidiárias (Monsaraz Vinhos, S.A. e da ENOFORUM – Comércio e Exportação de Vinhos, S.A.).

Monsaraz Vinhos, S.A. – Adquirida em 2008 pela CARMIM, C.R.L., a Monsaraz Vinhos, S.A. é uma sociedade anónima, com um capital social de 150.000,00 euros disperso particularmente em 30.000 ações normativas, cuja responsabilidade é comercializar e distribuir os produtos do Grupo através do canal HoReCa¹⁰. A Monsaraz Vinhos, S.A. foi fundada por um casal oriundo do concelho de Reguengos de Monsaraz, após a Revolução de 25 de Abril de 1974. A designação da empresa e as responsabilidades atribuídas sofreram diversas alterações ao longo do tempo e, apenas em 7 de Fevereiro de 1996 tomou a designação social atual bem como a forma jurídica e o conjunto de atividades a exercer. Com poucos anos de existência, a Monsaraz Vinhos, S.A. encontrava-se numa situação económico-financeira difícil, não tendo fundo maneio suficiente para combater as necessidades, essencialmente em consequência das imparidades de clientes, o que comprometeu o cumprimento das obrigações legais e contratuais. As dificuldades em recuperar o valor em dívida aumentavam ano após ano e, sendo a CARMIM, C.R.L. o maior fornecedor, e logo o mais prejudicado, o Conselho de Administração considerou a possibilidade de assumir a propriedade total desta empresa. A análise de viabilidade do investimento permitiu identificar algumas vantagens sendo a principal o facto de a Monsaraz Vinhos, S.A. ter um endividamento bastante elevado perante a CARMIM, C.R.L., o qual seria liquidado no momento da aquisição da empresa. A designação social e o ramo de atividade foram também uma mais-valia para a tomada de decisão na medida em que divulgava a região de produção e, uma vez que possuía uma enorme cadeia de distribuição com um vasto número de clientes, promovia as vendas em todo o país. A Monsaraz Vinhos, S.A. é uma empresa do sector terciário, atualmente classificada, segundo a CAE, pelo código 46341 que respeita à comercialização de produtos a grosso, e secundariamente pelo código 47810 que refere à comercialização em bancas, feiras e unidades móveis, ambos da Secção G da mesma nomenclatura.

ENOFORUM - Comércio e Exportação de Vinhos, S.A. – Criada no final do ano de 2004, foi um projeto conjunto de seis adegas cooperativas alentejanas que visava a comercialização de

¹⁰ Acrónimo de Ho[téis] + Re[staurantes] + Ca[fés]

vinhos alentejanos no mercado externo, utilizando para o efeito marcas próprias da sociedade, não entrando em concorrência com os vinhos dos seus acionistas. No final de 2011, a ENOFORUM, S.A. integra no GRUPO CARMIM, em virtude de um dos acionistas fundadores – CARMIM, C.R.L. – adquirir na totalidade o capital da empresa, assumindo a partir de então a liderança e estratégia. Ao longo dos anos a ENOFORUM, S.A. realizou ações de marketing com o intuito de aumentar o reconhecimento das marcas próprias, passando a ser o único canal de exportação do Grupo CARMIM a comercializar a globalidade dos produtos, principalmente o vinho e o azeite. A ENOFORUM, S.A. está atualmente presente em cinco continentes e exporta mais de 4 milhões de garrafas de vinho para 26 países, destacando-se a Polónia, Alemanha, Bélgica, França, Holanda, Luxemburgo, Suíça, Brasil, EUA, Canadá, Angola, Cabo Verde, Moçambique, Japão, Austrália, entre outros mais, como ilustra a **Figura 13**.

Figura 13 – Principais destinos de exportação da ENOFORUM, S.A.



Fonte: Adaptado de AICEP (2013).

Segundo a CAE, a ENOFORUM, S.A. está classificada pelo código 46341, da Secção G, e mantém a ambição de obter um sólido posicionamento no mundo dos vinhos de qualidade no mercado internacional, atuando sempre com preços acessíveis e simultaneamente competitivos. Um dos fatores de diferenciação é a comercialização de produtos criados com

recursos próprios e regionais, que permite dinamizar a região através dos diversos canais de comunicação, de críticos, de revistas internacionais e lojas de prestígio, bem como na participação em feiras e eventos internacionais.

3.1.1. Dimensão das Empresas e Compromissos Legais

As empresas que constituem o Grupo CARMIM estão reconhecidas como Pequenas e Médias Empresas (PME), pela certificação do IAPMEI¹¹ – Agência para a Competitividade e Inovação, I.P., com base nos dados suportados pela declaração de responsabilidade referente ao exercício de 2016. As empresas satisfazem todos os requisitos de PME de acordo com os conceitos e critérios que constam do anexo daquele diploma, previstos na Recomendação n.º 2003/361 da Comissão Europeia de 6 de Maio de 2003. No **Quadro 1** estão apresentados os critérios necessários à certificação das empresas, que concerne ao número de trabalhadores (UTA), ao volume de negócios e ao balanço total. O estatuto é avaliado anualmente, pelo que a certificação caducará quando, findo o prazo legal de entrega da declaração anual da informação contabilística e fiscal das contas relativas ao exercício contabilístico corrente, não for objeto de renovação.

Quadro 1 – Critérios utilizados para a certificação de PME

Entidades	Relação	%	UTA ¹²	Volume de negócios	Balanço
CARMIM, C.R.L.	-	-	98		
ENOFORUM, S.A.	Associada	100	3		
Monsaraz Vinhos, S.A.	Associada	100	23		
Dados Consolidados			124	28.582.316,30 €	32.901.523,88 €

Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

¹¹ Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e Inovação

¹² Unidades Trabalho-Ano

Em 2014, e recentemente em 2017, a CARMIM, C.R.L. recebeu a certificação de PME Líder pelo IAPMEI pelo bom desempenho económico-financeiro entre as PME nacionais, permitindo beneficiar de um conjunto vantagens na acessibilidade à banca, a rede de serviços, e o reconhecimento de qualidade para com outras empresas na sua relação com o mercado. Ainda no que refere às certificações reconhecidas, e de acordo com a informação disponível pelo Grupo, a CARMIM, C.R.L. obteve:

i) em 2011, a certificação conjunta dos seus *Sistemas de Gestão de Qualidade, Gestão Ambiental e de Gestão de Segurança Alimentar*¹³ pela *International Featured Standard – IFS Food*¹⁴ –, tendo sido a primeira empresa deste sector em Portugal a receber este tipo de certificação integrada de gestão. Esta tripla certificação reconhece o esforço em assegurar a conformidade dos produtos, a satisfação dos clientes e a demonstração do compromisso voluntário para a melhoria contínua do desempenho ambiental.

ii) em 2013, atingiu mais uma importante marca através da obtenção da certificação *IFS Food versão 6*¹⁵, que qualifica a robustez do *Sistema de Gestão da Qualidade e Segurança Alimentar*, permitindo facilitar a integração em mercados internacionais através da utilização do logotipo e do certificado IFS; garantir uma resposta concreta para a alta segurança e qualidade dos produtos e expectativas dos clientes; e fazer face à grande competitividade dos mercados que se tem verificado nos últimos anos.

No que respeita aos compromissos legais, fiscais e sociais, as três empresas que compõem o Grupo CARMIM devem respeitar, como qualquer entidade, os prazos estabelecidos e as obrigações a que estão sujeitas, como a entrega da declaração do Imposto sobre o Rendimento

¹³ Respetivamente para as Normas NP EN ISO 9001:2008; NP EN ISO 14001:2004; e NP EN ISO 22000:2005. A certificação de *Sistemas de Gestão Ambiental* suportados pela segunda norma de referência constitui uma ferramenta essencial para alcançar confiança acrescida por parte de todos os *stakeholders*, permitindo, neste caso à CARMIM, C.R.L., reduzir custos, reduzir riscos e obter vantagens competitivas.

¹⁴ “As normas IFS são desenvolvidas para todas as partes interessadas que pretendam assegurar a qualidade e segurança dos produtos alimentares ou não alimentares e serviços relacionados” (APCER, 2018). Neste seguimento, a norma *IFS Food* aplica-se a todas as organizações que processem alimentos ou que embalem produtos. Com esta certificação, os benefícios destacam-se pelo reconhecimento do *Global Food Safety Initiative* e pelo cumprimento de um requisito para entrada nos mercados Alemão, Francês e Italiano.

¹⁵ A *IFS Food version 6* é uma norma internacional aplicada às empresas exportadoras, fundamentada na *International Standard Organization 9001 (ISO 9001)* e no *Hazard Analysis and Critical Control Points*.

Coletivo (IRC), do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA), da Segurança Social, da Declaração de Informação Empresarial Simplificada (IES), entre outros, dispendo sempre de uma Contabilidade Organizada. A CARMIM, C.R.L. é regulada pelo Código Cooperativo (CC), aprovado pela Lei n.º 119/2015 de 31 de Agosto, que revela, nas suas disposições gerais, os sete princípios cooperativos estabelecidos pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI). Constituída em 1895, a ACI é uma associação sem fins lucrativos que visa progredir e desenvolver a integração e a autonomia nas relações económicas e sociais entre os membros cooperativos internacionais. No contexto nacional, a Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES), anteriormente denominada por Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo (INSCOOP), é a associação competente para fiscalizar, nos termos da lei, *“a utilização da forma cooperativa, com respeito pelos princípios cooperativos e normas relativos à sua constituição e funcionamento”*, como se verifica no Artigo 115º, do Capítulo VIII do CC. A CASES, aprovada pelo Decreto-Lei n.º 282/2009 de 7 de Outubro, tem como objetivo promover o *“fortalecimento do sector da economia social, aprofundando a cooperação entre o Estado e as organizações que o integram”*. A CASES é uma associação bastante generalista, que efetua parcerias com as demais associações específicas a cada ramo de atividade. No caso das cooperativas agrícolas, a Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL (CONFAGRI) é a estrutura que colabora com a CARMIM, C.R.L. e tem a finalidade essencial de contribuir para o *“crescimento e desenvolvimento equilibrado e eficaz do Sector Cooperativo e, em especial, da Agricultura Portuguesa”*, conforme disposto no Artigo 4º, do Capítulo I dos Estatutos da CONFAGRI¹⁶.

3.2. A História do Grupo

A Adega Cooperativa de Reguengos de Monsaraz CRL, antigo designativo, foi fundada a 23 de Novembro de 1962 por doze sócios da região em representação de um grupo de viticultores insatisfeitos pela importância que auferiam no fornecimento da excelente qualidade de matéria-prima. Inicialmente, eram produzidas 24 referências de vinhos, azeites e aguardentes de

¹⁶ Decreto-Lei n.º 156/2004 de 5 de Julho.

reconhecida qualidade e com bastante adesão por parte dos clientes. As proporções aumentaram no que respeita ao número de associados e, conseqüentemente, na quantidade de matéria-prima recebida sendo que em 30 de Março de 1971, a cooperativa tomou a atual designação social, com 60 sócios, e efetuou alterações nas políticas de funcionamento, estabelecendo diversas secções de atividade: Secção de Aprovisionamento, a Secção Vitivinícola, a Secção Olivícola, a Secção Ovinícola e a Secção de Cereais. Na principal secção da CARMIM, C.R.L., a quantidade de uva fornecida pelos associados em 1983 superou as 1.500 toneladas por ano, surgindo a necessidade de adicionar depósitos de armazenamento, conforme ilustra a **Figura 14**, e de melhorar o processo de vinificação, especialmente na transformação da uva branca que tem características mais peculiares comparativamente à uva tinta.

Figura 14 – “Balões” de armazenamento de vinho



Fonte: Com base em imagens cedidas pelo Grupo CARMIM

Ao longo do tempo o espaço agroindustrial foi aumentado pelo que, em 23 de Março de 1991, o Sr. Primeiro-ministro Prof. Dr. Cavaco Silva procedeu ao lançamento da primeira pedra da Adega Nova, uma infraestrutura dotada de novas práticas de vinificação. A adega existente passou a intitular-se por Adega Velha e, apesar da semelhança entre ambas, a distinção verifica-se em termos enológicos. A Adega Nova utiliza processos de produção descontínuos, mais suaves e tecnologicamente mais versáteis, que cumprem um conjunto de regras consignadas em legislação própria, como por exemplo o tipo de solo, as castas autorizadas e recomendadas, as práticas enológicas, entre outros aspetos igualmente relevantes, atribuindo a designação de DOC. Em 1997, a criação de um novo pavilhão de engarrafamento contou com a presença do Sr.

Presidente da República Dr. Jorge Sampaio, na cerimónia de arranque das obras, e à data da inauguração, a 3 de Novembro de 1998, com o Sr. Primeiro-ministro, Eng.º António Guterres.

O complexo agroindustrial possui uma área de oito hectares composto por duas adegas (Adega Nova e Adega Velha); laboratórios de enologia e de controlo de qualidade; 54 balões (com capacidade máxima 33 milhões de litros de vinho armazenados); um pavilhão com três linhas de engarrafamento (com uma produtividade média de engarrafamento de 21 mil garrafas por hora) e uma linha de *bag-in-box* (com capacidade para 500 unidades/hora); e um armazém que coordena a logística e a gestão de *stocks*, baseado no sistema *First In First Out* (FIFO), que utiliza *pocket scanners* para a leitura do código de barras no ato da validação das notas de encomenda (o designado *picking*). Na mesma área encontra-se também um lagar, um edifício administrativo, um posto de vendas e uma cave (**Figura 15**), destinada à permanência de vinhos de elevada qualidade a estagiar durante quatro anos em pipas de madeira de carvalho nacional ou proveniente de França, dos EUA ou da Hungria, conforme as características mais indicadas a cada tipo de vinho.

Figura 15 – Cave do Grupo CARMIM com vinhos em estágio



Fonte: Com base em imagens cedidas pelo Grupo CARMIM

Com as infraestruturas garantidas, a CARMIM, C.R.L. apostou na promoção e na melhoria do desempenho da comercialização dos produtos através da instalação do Gabinete de Marketing e da contratação de promotores. O Enoturismo foi também um projeto colocado em prática, com o objetivo de aumentar o afluxo de visitantes nacionais e estrangeiros ao parque agroindustrial da empresa. Este conceito proporciona uma visita guiada às instalações, provas de vinhos e azeites, *workshops*, e o usufruto da cultura e das tradições da região de produção. Deste modo, a CARMIM, C.R.L. alcançava progressivamente o principal objetivo definido: tornar-se líder no segmento de vinhos de qualidade no mercado nacional. Esta realidade foi alavancada com a aquisição da Monsaraz Vinhos, S.A., e posteriormente da ENOFORUM, S.A.

O Grupo CARMIM, formado através do aglomerado empresarial, é atualmente um dos principais motores de desenvolvimento socioeconómico da região, funcionando como suporte essencial a nível económico, social, cultural e desportivo da comunidade. Em 2015, Reguengos de Monsaraz foi eleita Cidade Europeia do Vinho (CEV), num concurso realizado anualmente pela Rede Europeia de Cidades do Vinho (RECEVIN) com vista à promoção e ao crescimento do turismo nas zonas vinícolas. Esta iniciativa impulsionou o desenvolvimento da riqueza, da diversidade e das características comuns da cultura do vinho no território a nível europeu. Neste evento, o Grupo CARMIM desempenhou um papel bastante ativo e o balanço desta participação foi muito positivo. O lançamento de dois vinhos comemorativos – o *Reguengos* e o *Reserva tinto Cidade Europeia do Vinho* – bem como o profundo envolvimento na iniciativa, permitiu ao Grupo divulgar os seus produtos, beneficiar do acréscimo de turistas na região e projetar a sua imagem em canais institucionais privilegiados. Recentemente, em 2017, foi inaugurado no centro da cidade de Reguengos de Monsaraz a *wine shop* - Espaço CARMIM, uma iniciativa que dispõe mais proximidade junto de clientes e potenciais clientes (inclusive turistas), através da compra e da degustação de vinhos e azeites.

Em suma, o Grupo CARMIM tem construído ao longo destes 47 anos de história uma imagem de prestígio e de sucesso, baseada na qualidade reconhecida dos produtos que fornece provenientes dos 3.600 hectares de vinha dos 846 associados.

3.3. Políticas de Funcionamento

Em termos funcionais, a CARMIM C.R.L. está estruturada por secções de atividade com regulamentos internos e organização contabilística apropriados, de forma a evidenciar as atividades e os resultados de cada uma delas, conforme certifica o livro de Estatutos e Regulamento Interno da CARMIM, C.R.L., aprovado em Assembleia Geral de 1 de Julho de 2001.

Secção de Aprovisionamento – Tem como principal objetivo a aquisição de fatores de produção e equipamentos agrícolas necessários às explorações agrícolas dos associados. A esta secção compete manter em funcionamento um posto de vendas que disponha em *stock* os fatores de produção de uso mais corrente.

Secção Vitivinícola – É responsável por transformar todas as uvas provenientes das vinhas dos associados que constem no cadastro da cooperativa, desde que se encontrem em bom estado de maturação e de manutenção, avaliado pelos serviços do sector vitivinícola do Ministério da Agricultura, pela Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA), pela Associação Técnica dos Viticultores do Alentejo (ATEVA) e por outras entidades do sector legalmente constituídas. Compete também à secção vitivinícola contribuir para o progresso e aperfeiçoamento da viticultura nacional em geral e da região vitícola do Alentejo, e na zona de influência em especial.

Secção Olivícola – Está destinada a transformar as azeitonas recebidas dos olivais dos associados, e posteriormente, a comercializar os produtos ou subprodutos daí resultantes. À semelhança da secção anterior, a esta secção incube também a responsabilidade de manter em funcionamento oficinas tecnológicas de fabrico, conservação e engarrafamento do azeite, contribuindo para o progresso e aperfeiçoamento da olivicultura nacional em geral e da região de produção de azeites do Norte Alentejano e da zona de Reguengos em especial, atuando junto do Instituto Nacional de Intervenção e Garantia Agrícola (INGA). Para garantir a qualidade extraída do produto bem como da gestão de todo o processo, desde a colheita à produção, a secção olivícola presta serviço de apoio técnico de campo aos associados e colabora com os serviços do sector olivícola do Ministério da Agricultura, o Agrupamento de Produtores Agrícola e Florestal do Norte Alentejano (APAFNA), a Associação de Olivicultores da Região de Elvas (AORE), a Confederação Nacional de Agricultores de Portugal (CAP), a Federação Nacional das

Cooperativas Olivícolas (FENAZEITES), o Centro de Estudos e Promoção do Azeite do Alentejo (CEPAAL) e outras associações do sector legalmente constituídas.

Secção Ovinícola – Tem por objetivo o aproveitamento, valorização e colocação dos produtos das explorações ovinas dos associados. A CARMIM, C.R.L. procede à receção e armazenagem das lãs provenientes dos rebanhos de ovinos dos cooperadores e ao transporte das mesmas para o centro de tipificação. Estabelece assim, a função de intermediário entre o produtor e o cliente, onde promove a venda, por conta e ordem dos cooperadores de borregos, lãs e queijos nas melhores condições de mercado possíveis. Além de colaborar com o sector pecuário do Ministério da Agricultura, colabora também com a União das Cooperativas Agrícolas do Distrito de Évora (UNICADE), e outras entidades legalmente competentes.

Secção de Gestão Agrícola da Empresa Agrícola – Tem a finalidade de contribuir para o aumento dos rendimentos das explorações agrícolas e, conseqüentemente, na melhoria das condições de vida dos empresários agrícolas associados, através da prestação de serviços de apoio técnico, económico e fiscal. Esta secção elabora a contabilidade de gestão agrícola das explorações agrícolas, com base na recolha, tratamento e divulgação de toda a informação útil aos sócios e colabora com os serviços do sector de gestão agrícola do Ministério da Agricultura.

Secção de Proteção e Produção Integradas das Culturas – Contribui para o equilíbrio e melhoria do ecossistema agro-rural da zona circunscrita pela área social da cooperativa. Esta secção atua através da adoção de métodos de proteção e produção integradas das culturas, tendo como grande objetivo limitar a aplicação dos produtos fitofarmacêuticos e privilegiar os meios de luta biológica, biotécnica, física, genética e cultural. Os associados têm o direito de receber assistência técnica, que realiza análises e avaliações dos principais inimigos das culturas, e a colaboração dos serviços do sector de proteção e produção integradas das culturas do Ministério da Agricultura.

Secção de Cereais – Idêntica à secção ovinícola, a secção de cereais responsabiliza-se por rececionar, armazenar e comercializar diversos tipos de cereais, dos quais se destacam o trigo, a cevada, o tritcale e a aveia, provenientes das searas dos associados. A esta secção incube a promoção da venda dos cereais rececionados e o respetivo acompanhamento dos mercados bem como, a contribuição para o progresso e aperfeiçoamento da cerealicultura nacional em geral e da zona de influência da cooperativa em especial. Para o aperfeiçoamento técnico-

profissional dos cerealeiros associados, esta secção colabora com os serviços do sector cerealífero do Ministério da Agricultura, com a Associação Nacional dos Produtores de Cereais (ANPOC), e com outras associações do sector legalmente constituídas.

Para a admissão de cada sócio na CARMIM C.R.L. é necessária a subscrição de títulos de capital, com um número mínimo de quatro títulos em qualquer secção, à exceção da secção vitivinícola onde o número mínimo de entrada é de oito títulos. Os títulos são nominativos e devem referir a denominação da cooperativa, o número de registo da mesma, o valor e a data de emissão, as assinaturas de dois membros do Conselho de Administração e o nome e a respetiva assinatura do sócio titular. A subscrição do capital é totalmente realizada em dinheiro de imediato ou em prestações, conforme o número de títulos subscritos em cada secção. Por forma a garantir o bom funcionamento CARMIM, C.R.L. estão estabelecidos também os Direitos e os Deveres dos cooperadores, no artigo 14º e no artigo 15º dos Estatutos e Regulamento Interno da CARMIM, C.R.L., que uma vez não cumpridas as normas poderão ser aplicadas as respetivas sanções.

3.4. Produtos, Marcas e Prémios Vinícolas

A região do Alentejo possuiu 8 sub-regiões¹⁷ regulamentadas¹⁸ pela CVRA que atua de acordo com as características inerentes ao meio geográfico (origem e produção do vinho) e a fatores naturais e humanos (as castas autorizadas e os métodos de vinificação), constituindo atribuições à promoção e defesa da DO Alentejo e IG Alentejana. O vinho DO Alentejo é produzido a partir de uvas geradas, em pelo menos uma, das 8 áreas demarcadas da região do Alentejo. Por sua vez, o vinho com direito a IG Alentejana, também qualificado como “Vinho Regional” ou “Vinho da Região de”, provém de uvas concebidas nas restantes localidades desta zona geográfica, em pelo menos 85% da mesma região e de castas autorizadas. "*O Vinho Regional Alentejano é produzido em toda a região vitivinícola Alentejo*" (IVV, 2018). Contudo,

¹⁷ "Portalegre, Borba, Redondo, Reguengos, Vidigueira, Évora, Granja-Amareleja e Moura" (IVV, 2018).

¹⁸ De acordo com o n.º3, do art.º 1, do Anexo - Estatutos da Região Vitivinícola do Alentejo, do Decreto-Lei n.º 53/2003, de 27 de Março.

existem vinhos de prestígio produzidos em território de DO Alentejo classificados como Vinho Regional ou IG Alentejana devido à utilização de castas não autorizadas em região DO, que devem cumprir, no prazo mínimo de 5 anos, as regras de produção dos vinhos de qualidade alentejana para se classificarem como DO Alentejo. Estas diretrizes impedem que produtores não estabelecidos na região demarcada pela lei produzam e comercializem produtos vitivinícolas que não correspondam às características definidas nas respetiva região geográfica. Não obstante às distinções efetuadas, existem vinhos destinados ao consumo que não se enquadram com nenhuma das definições, intitulados por Vinhos de Mesa, e são por isso mais simples e livres de normas estipuladas para a qualidade dos vinhos. Desta forma, e em virtude de o Grupo CARMIM liderar o segmento de vinhos de qualidade em Portugal, estão apresentadas no **Quadro 2** as principais marcas que compõem as 74 referências de vinhos do portefólio do grupo, dos brancos aos tintos, dos jovens aos reservas, passando pelos licorosos, rosés e espumantes.

Quadro 2 – Principais marcas de vinho do Grupo CARMIM e as respetivas certificações e menções

Marca	Certificação	Menção ¹⁹
Reguengos	DO Alentejo	Branco, Tinto, Branco Reserva, Tinto Reserva, Licoroso.
Olaria	Vinho de Mesa	Branco, Tinto, Rosé.
Monsaraz	DO Alentejo	Branco, Tinto, Rosé, Branco Reserva, Tinto Reserva, Espumante, Licoroso.
Pátria	DO Alentejo	Branco, Tinto, Branco Reserva, Tinto Reserva.
Terras D’el Rei	IG Alentejana	Branco, Tinto, Licoroso.
Real Grei	Vinho de Mesa	Tinto.
Régia Colheita	DO Alentejo	Reserva Branco.
Bom Juiz	DO Alentejo	Reserva Tinto.

Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

¹⁹ Portaria n.º 26/2017, de 13 de Janeiro.

Em termos de capacidade de engarrafamento, o vinho é comercializado, em grande parte, por garrafas de 750 ml e, embora em menor número, em garrafas de 375 ml e 1.000 ml (e excepcionalmente em garrafas com capacidade de 1.500 ml, quando são produzidos vinhos comemorativos). O Grupo dispõe também de vinhos embalados em *bag-in-box* de 3.000 ml e 5.000 ml de capacidade.

Os vinhos do Grupo CARMIM têm sido distinguidos com mais de 600 prémios em vários concursos nacionais e internacionais, com destaque para o Garrafeira de Sócios, Terras D’el Rei, Reguengos e Monsaraz. No **Anexo 7** encontram-se os prémios obtidos em 2017.

3.5. Função Organizacional e Recursos Humanos

No topo das funções do Grupo CARMIM apresentam-se os órgãos sociais, constituídos pela Assembleia Geral, Conselho de Administração e Conselho Fiscal, dotados de competências e responsabilidades distintas, porém com o objetivo comum de gerir o aglomerado empresarial. Administram e controlam a execução das atividades para o alcance dos objetivos definidos por todos os associados, exigindo-se capacidade de coordenação, de decisão e de liderança. Os titulares dos órgãos sociais são obrigatoriamente associados da cooperativa e cumprem mandatos de quatro anos, tendo as últimas eleições ocorrido dia 24 de Junho de 2017 em Assembleia Geral Ordinária.

A Assembleia Geral é o órgão supremo da cooperativa onde todos os sócios, com ou sem direito a voto, devem ser convocados para tomar todas deliberações. A mesa de Assembleia é constituída por três sócios, que se representam por Presidente, Vice-Presidente e Secretário. Com base no 31º artigo dos Estatutos e Regulamento Interno da CARMIM, C.R.L., é da competência exclusiva da Assembleia Geral apreciar e votar anualmente o plano de atividades e o orçamento previsto, o Relatório e Contas, bem como o parecer do Conselho Fiscal e a Certificação Legal de Contas dos respetivos exercícios. Não obstante, toda a alteração efetuada nos Estatutos e Regulamento Interno deve ser apreciada e aprovada em Assembleia Geral.

No que diz respeito ao Conselho de Administração, anteriormente denominado por Direção, é constituído pelo Presidente, o Vice-Presidente, o Secretário, o Tesoureiro e o Vogal.

Compete a este órgão elaborar e submeter ao parecer do Conselho Fiscal e à apreciação e aprovação da Assembleia Geral, o Relatório e Contas do exercício, o plano de atividades e o orçamento para o ano seguinte, cumprindo-os se aprovados; representar a cooperativa em juízo e fora dele; e deliberar sobre a admissão de novos cooperadores e a perda de qualidade de associados, quando não se verificam os requisitos previstos n.º 2, do art.º 13º dos Estatutos e Regulamento Interno da CARMIM, C.R.L.

O Conselho Fiscal é um órgão de controlo e fiscalização, constituído por três associados, com as respetivas funções de Presidente, Secretário e Vogal. É da responsabilidade deste órgão social analisar toda a documentação da cooperativa, com detalhe o saldo de caixa e a existência de títulos e valores de qualquer secção, visando o cumprimento dos estatutos e da lei; elaborar o relatório sobre a ação fiscalizadora exercida durante o ano; e emitir o parecer do Relatório e Contas do exercício, do plano de atividades e do orçamento previsto para o ano, face ao parecer do Revisor Oficial de Contas (ROC).

No que refere ao capital humano, o Grupo CARMIM conta com 124 colaboradores diretos, e recorre sempre que necessário a prestadores de serviços externos. Os colaboradores estão distribuídos pelas diversas secções e departamentos, como se observa no organograma em **Anexo 8**, com destaque para o departamento comercial, composto pela Monsaraz Vinhos, S.A. e pela ENOFORUM, S.A. O **Quadro 3** apresenta a distribuição dos colaboradores pelas três empresas do Grupo, evidenciando-se a CARMIM, C.R.L. que apresenta uma ligeira diferença entre os dois géneros.

Quadro 3 – Distribuição dos colaboradores por empresa

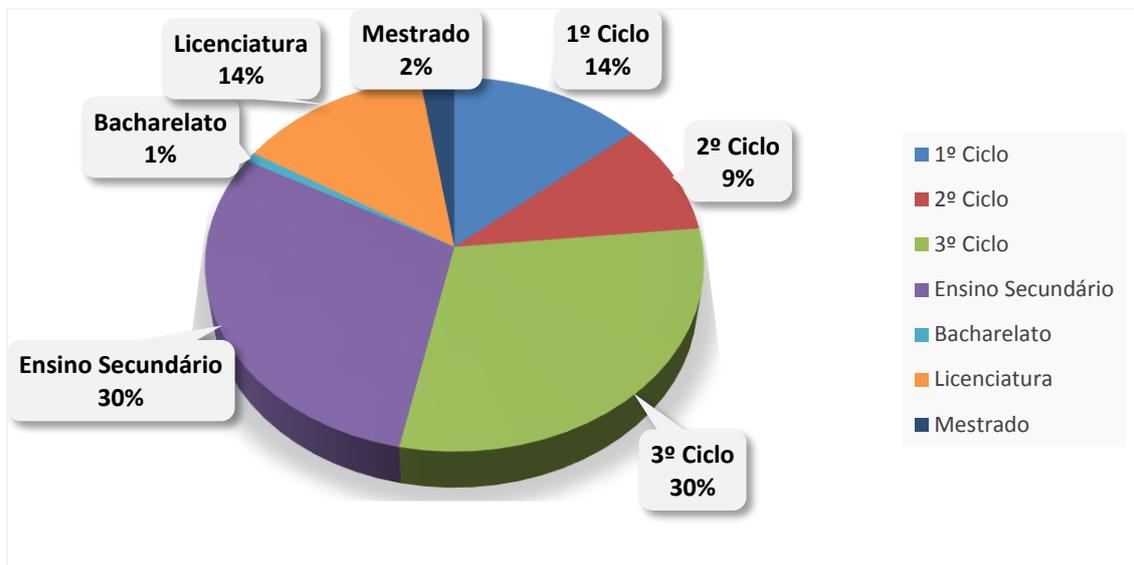
Empresas	N.º de Funcionários	Género Feminino	Género Masculino
CARMIM, C.R.L.	101	44	57
Monsaraz Vinhos, S.A.	19	2	17
ENOFORUM, S.A.	4	2	2

Fonte: Relatório e Contas Consolidadas do Grupo CARMIM (2017).

No que refere às habilitações literárias dos colaboradores do Grupo CARMIM, observa-se através da **Figura 16** que cerca de 53% dos colaboradores apresentam baixas qualificações,

detendo apenas o 1º, o 2º ou o 3º ciclo de escolaridade do Ensino Básico. Com o recurso à lista de colaboradores apresentada no **Anexo 9**, é possível verificar que a maioria desempenha funções na CARMIM, C.R.L., precisamente na secção vitivinícola (nas adegas e no engarrafamento), na secção olivícola (no lagar e no controlo de qualidade de azeite) e nas secções ovinícola e de cereais. O Ensino Secundário é representado por 30% do total de colaboradores e o remanescente respeita aos que possuem Ensino Superior. As funções exercidas por estes colaboradores são de carácter comercial, administrativo e contabilístico-financeiro, das três empresas, ou enquanto Chefes de Secção das secções vitivinícola, olivícola, lanar, de cereal ou de aprovisionamento da CARMIM, C.R.L. De modo a garantir a eficiência e prossecução de um bom trabalho, o Grupo CARMIM oferece formação contínua aos colaboradores nas mais diversas vertentes, desde formação na área comercial, na aplicação de novos programas informáticos, em contabilidade organizacional e gestão de recursos humanos, na manutenção de maquinarias, na higiene e segurança do trabalho, entre outras vertentes.

Figura 16 – Habilitações literárias do Grupo CARMIM



Fonte: Elaboração própria com base na informação cedida pelo Grupo CARMIM

3.6. Análise dos Principais Resultados

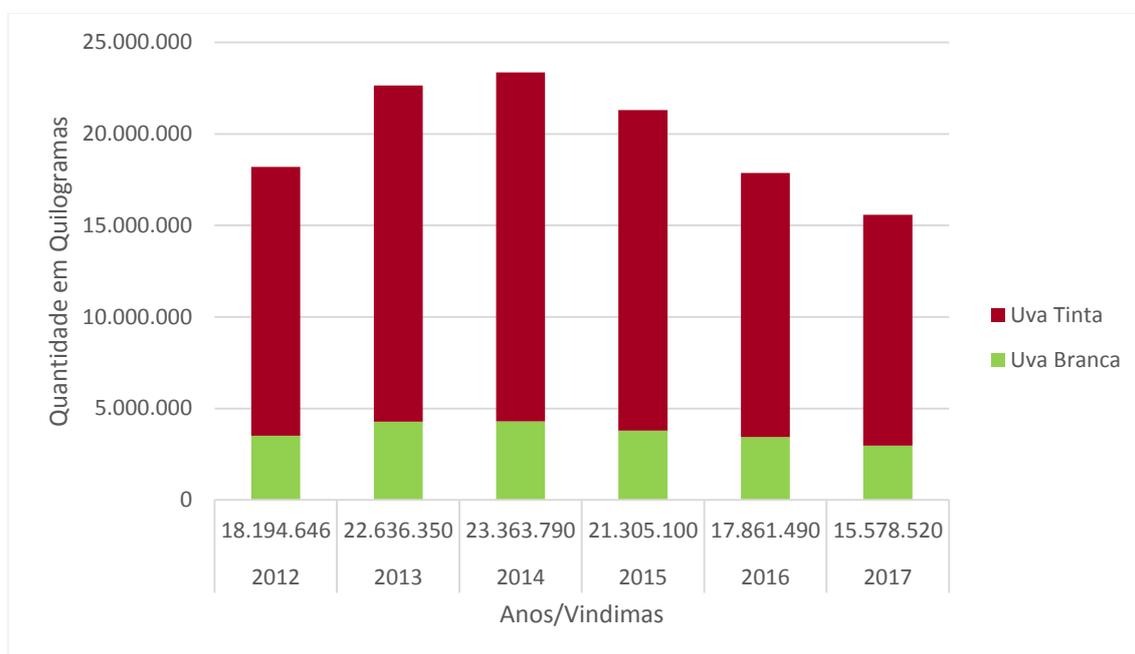
Para o diagnóstico da situação económico-financeira do Grupo CARMIM, a análise realizou-se com base nos Relatórios e Contas Consolidadas, sendo o primeiro ano de consolidação o exercício económico de 2016. Importa também observar o comportamento da produção do vinho e do azeite na CARMIM, C.R.L. em virtude de ser a empresa-mãe e a única a produzir e transformar matérias-primas em produto acabado destinadas às duas subsidiárias, pelo que qualquer variação que ocorra na produção, repercutir-se-á nos *stocks* das mesmas.

3.6.1. Principais Resultados da Produção

Em cada exercício contabilístico realizam-se duas grandes campanhas de recolha de matéria-prima para proceder à transformação e obtenção de produto acabado. Estas campanhas são efetuadas em períodos distintos, definidos pelo próprio clima e estado meteorológico e denominam-se por vindima que ocorre normalmente no fim do Verão; e colheita da azeitona, que é efetuada no Inverno. Sem descuidar das outras secções existentes (as secções ovinícola e de cereais), estas são as mais rentáveis para os associados da cooperativa uma vez que existe uma grande procura no mercado, exigindo assim maior produtividade.

Para aferir os principais resultados de produção da secção vitivinícola, a análise foi realizada com o auxílio da **Figura 17** e do **Quadro 4** que representam a quantidade de quilogramas de uva rececionada, por cada tipo, e a respetiva quantidade de litros de vinho produzido, entre 2012 e 2017. Verifica-se um aumento de 22,12% da quantidade de uva recebida na CARMIM, C.R.L., entre 2012 e 2014, seguido de um decréscimo de cerca de 33,32% nos anos seguintes, que repercute consequentemente na produtividade de vinho. Desta forma, consta-se também que a variação entre os diferentes tipos de uva recebidos (branca ou tinta) varia proporcionalmente ao total.

Figura 17 – Evolução das campanhas de vindima, entre 2012 e 2017



Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

Quadro 4 – Quantidade de litros de vinho produzido entre 2012 e 2017

Campanhas	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Litros Produzidos	13.588.500	17.276.250	17.842.425	16.224.625	13.292.400	11.619.075

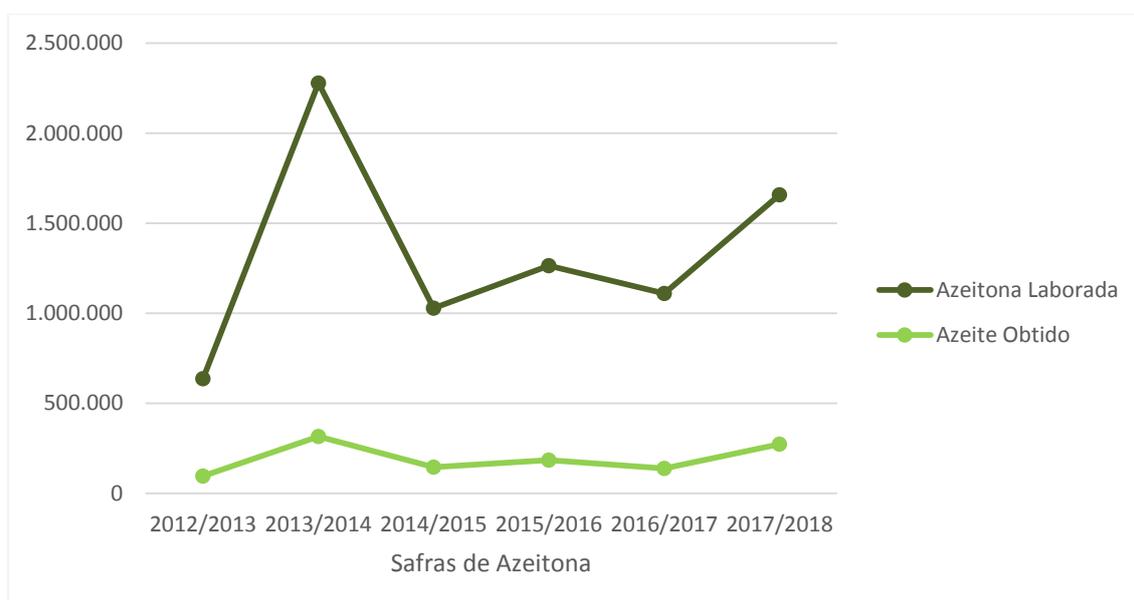
Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

Relativamente à última campanha de vindima, os dados sugerem que é a mais baixa dos últimos anos, facto que representa uma diminuição da produção em 12,58% face à campanha de 2016. Contrariamente ao cenário nacional, que obteve o aumento de 10% da produção anual de vinho, no Grupo CARMIM diminuição deve-se, em grande medida, pelas temperaturas médias bastante elevadas e pela ausência de precipitação durante os meses de Julho e Agosto, na região do Alentejo. A agricultura é uma atividade económica extremamente condicionada pelas condições climáticas, sendo necessário o acompanhamento de técnicos qualificados que analisem e previnam as vinhas de doenças ou pragas. A CARMIM, C.R.L. colabora com a ATEVA

e os demais organismos do sector, adere a planos de sustentabilidade da CVRA, destinados à criação de valor associado à região e às preocupações com a sustentabilidade ambiental e económica e social, e atua estrategicamente na área comercial, apostando no comércio de vinho engarrafado e moderando a venda de vinho a granel ou em *bag-in-box*.

No que refere aos principais resultados de produção da secção olivícola, a **Figura 18** ilustra a quantidade de quilos de azeitona recebida na cooperativa e a quantidade de litros de azeite produzido, entre as safras de 2012/2013 e de 2016/2017.

Figura 18 – Evolução das campanhas olivícolas, entre 2012/2013 e 2016/2017



Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

Durante o período de análise, os resultados apresentam-se oscilatórios, com tendência crescente. Nos últimos anos, os resultados de produção são muito similares, perfazendo uma média de colheita de 1.133.613 quilos de azeitona. Surgiram algumas alterações anormais que condicionaram a produção e a qualidade da azeitona, nomeadamente o clima excessivamente seco e fraca pluviosidade, com temperaturas mínimas muito superiores do que é habitual para o período de referência. Destas ocorrências, os agricultores obtiveram azeitonas em perfeito estado sanitário, uma vez que não se verificaram pragas nem doenças (mosca e fungos), embora atendendo às condições de precipitação anteriormente referidas, este impacto climático

originou quebras na generalidade dos olivais tradicionais, precisamente na redução no rendimento das azeitonas rececionadas. No que refere à última campanha olivícola em análise, que decorreu sem prejuízo ao nível da qualidade da azeitona, o aumento de produção por hectare e o aumento de rendimento das azeitonas, proporcionaram resultados positivos para a secção olivícola, traduzindo-se no aumento de 49,4% dos quilos de azeitona rececionada e de 97,24% no azeite obtido.

3.6.2. Principais Resultados Económicos

A interpretação à Demonstração de Resultados permite analisar o desempenho económico do Grupo CARMIM, constatando se obteve lucro ou prejuízo no final do exercício de acordo com os rendimentos e gastos alcançados. Na análise ao triénio 2015-2017, conforme comporta o **Anexo 10**, verifica-se que o Resultado Líquido do Grupo, embora positivo, apresenta uma quebra significativa desde 2015. Esta variação negativa deve-se essencialmente à diminuição dos Resultados Operacionais (ou EBIT²⁰), cujo acréscimo dos gastos de produção revela ser superior aos rendimentos obtidos, mais precisamente decorrente do aumento do Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas (CMVMC), dos Fornecimentos e Serviços Externos e dos Gastos com o Pessoal, bem como o acréscimo das Depreciações. No que respeita aos rendimentos registou-se um acréscimo de criação de riqueza de 4,07% do volume de negócios entre 2015 e 2016, e posteriormente um decréscimo de 15,22% entre 2016 e 2017, ambos em termos nominais. A variação do Resultado Líquido entre os três exercícios anuais revela que os rendimentos foram insuficientes para fazer face ao acréscimo dos gastos, resultando assim uma atividade exploração positiva, com uma tendência decrescente bastante acentuada. Para o ano de 2019 sugere-se que estas rúbricas sejam proporcionais de forma a que o Resultado Líquido apurado seja frutífero.

²⁰ *Earnings Before Interest and Taxes.*

3.6.3. Principais Resultados Financeiros

O Balanço Contabilístico dispõe informações que permitem realizar a análise à situação financeira do Grupo CARMIM através da relação de equilíbrio entre os bens e direitos e as obrigações e participações dos sócios. Segundo os Balanços Consolidados do Grupo dos últimos três exercícios, disponíveis no **Anexo 11**, constata-se que a rubrica do Ativo Total obteve um aumento na ordem dos 1,59% em 2017, com especial incidência no Ativo Corrente que compreende os Inventários, as Dívidas a Receber de Clientes, os Acréscimos dos ativos, em contrapartida da diminuição dos Diferimentos de ativos e do Caixa e Depósitos Bancários a curto-prazo. No que diz respeito ao Passivo, os dados sugerem que o recurso a fontes de financiamento externas, mais precisamente a empréstimos bancários, aumentou aproximadamente 3,53% em 2017 relativamente ao ano transato, após uma diminuição de 12,64% registada entre 2015 e 2016.

A robustez dos rácios financeiros complementam e proporcionam uma análise completa sobre o Grupo, principalmente no que concerne à estrutura financeira, ao endividamento, à liquidez e à rentabilidade, conforme demonstra o **Quadro 5**. No que refere à avaliação da estrutura financeira, é possível verificar que o Grupo CARMIM apresenta uma autonomia financeira de 42,31%, no ano de 2017, facto que representa a percentagem dos ativos totais da empresa financiados por capitais próprios. A interpretação do rácio sugere que quanto maior for a percentagem de ativos suportados pelos capitais próprios, maior é a estabilidade da empresa e menor é o recurso a financiamento externo e os respetivos encargos financeiros (nomeadamente juros e comissões), facto que não se verificou de 2016 para 2017 no Grupo CARMIM em virtude do aumento do recurso ao financiamento externo. Em consequência do referido, o rácio do endividamento aumentou e o rácio de solvabilidade diminuiu, denotando maior vulnerabilidade e menor independência financeira, com incapacidade de fazer face aos compromissos de médio e longo prazo. Os rácios de liquidez geral, corrente e não corrente, permitem avaliar a capacidade de resposta do Grupo CARMIM no cumprimento das obrigações concedidas e suportar a análise efetuada à solvabilidade que o Grupo apresenta. Dos resultados obtidos, verifica-se que o rácio de liquidez geral diminuiu para 1,73 em 2017 comparativamente ao ano anterior, o que significa que por cada euro de passivo, de curto e longo prazo, há 1,73

euros de ativos detidos pelo Grupo. Nos três exercícios contabilísticos, o rácio de liquidez é superior a 1, o que *a priori* não revela ser uma situação preocupante para o Grupo.

Quadro 5 – Rácios económico-financeiros do Grupo CARMIM

	2017	2016	2015
Rácios de Estrutura Financeira			
$Autonomia\ Financeira = \frac{Capital\ Próprio}{Ativo} \times 100$	42,31%	43,45%	39,65%
$Solvabilidade = \frac{Capital\ Próprio}{Passivo} \times 100$	73,35%	76,84%	65,70%
Rácios de Endividamento			
$Endividamento\ Geral = \frac{Passivo}{Ativo} \times 100$	57,69%	56,55%	60,35%
Rácios de Liquidez			
$Liquidez\ Geral = \frac{Ativo}{Passivo} \times 100$	173,35 %	176,84 %	165,70 %
$Liquidez\ Corrente = \frac{Ativo\ Circulante}{Passivo\ Circulante} \times 100$	107,81 %	109,10 %	97,60 %
Rácios de Rendibilidade			
$^{21}Return\ on\ Equity\ (ROE)$ $= \frac{Resultado\ Líquido\ do\ Período}{Capital\ Próprio} \times 100$	0,01%	1,55%	2,11%

Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

No entanto, com o intuito de aprofundar a análise de liquidez, este rácio pode apresentar resultados desiguais quando analisado em por diferentes prazos. Numa perspetiva de curto prazo, o rácio de liquidez corrente de 2017 sugere que o Grupo CARMIM tem capacidade para cumprir os títulos de passivo através de ativos, isto é, o quociente entre os ativos e o passivo do Grupo é de 1,08, embora quanto mais próximo se encontrar desta unidade menor é a capacidade de resposta do Grupo. Por forma a concluir a análise da situação financeira do Grupo CARMIM através do recurso a rácios financeiros, o estudo do ROE permite avaliar a capacidade

²¹ Rendibilidade do Capitais Próprios (RCP)

que os capitais próprios da empresa possuem para gerar retorno financeiro. Para o cálculo do ROE, o princípio basilar parte da relação entre os lucros gerados pela empresa durante determinado período tempo com o patrimônio, nomeadamente o montante investido, o valor do ativo ou o valor líquido da empresa. Neste sentido, e considerando os pressupostos anteriores, os capitais próprios têm gerado menor capacidade em reverter em resultados líquidos, uma tendência decrescente (quase nula) que agravou o desempenho do Grupo visto que o quociente é bastante reduzido entre estas duas grandezas nos anos de referência.

CAPÍTULO IV - DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO DO GRUPO CARMIM

4.1. Evolução Do Processo de Internacionalização

A origem da internacionalização do Grupo CARMIM remota ao ano de 1971, quando foi realizada a primeira transação comercial com a Suíça, pelo do Presidente do Conselho de Administração, Adriano de Oliveira, que visava promover os vinhos das vinhas da região além-fronteiras, antevendo o seu próspero futuro no mercado internacional. Esta iniciativa tinha como principal finalidade desenvolver profissionalmente a empresa através da partilha de novos conhecimentos e experiências, que garantissem o acesso a novas informações tecnológicas e a estratégias de comercialização e de concorrência perante os mercados internacionais. Por conseguinte, a empresa tinha vantagem competitiva no mercado interno e conferia-lhe aumento de valor. Ao ser a maior adega cooperativa do país e a liderar precocemente o segmento de vinhos de qualidade em Portugal, para a CARMIM, C.R.L. a internacionalização da empresa era sinónimo de aumento de notoriedade e o prestígio dos seus produtos e marcas, incrementando o *goodwill*²². Porém, a internacionalização também servia como meio de aproveitamento do excedente de produção, conferindo vantagem para a empresa na medida em que a venda dos produtos estava assegurada noutros mercados, além do mercado interno, evitando assim prejuízos desnecessários.

A 22 de Julho de 2004, seis Adegas Cooperativas do Alentejo, incluindo a CARMIM, C.R.L., fundaram a ENOFORUM – Comércio e Exportação de Vinhos, S.A., com o objetivo de promover, divulgar e vender vinhos e azeites desta região no mercado internacional. A ENOFORUM, S.A. foi constituída pelas seguintes entidades: CARMIM, C.R.L.; Adega Cooperativa (AC) de Redondo, CRL; AC de Borba, CRL; AC da Vidigueira, Cuba e Avito, CRL; Cooperativa Agrícola da Granja, CRL; e AC de Portalegre, CRL; que, em sociedade, trabalhavam uma área superior a 12.000 hectares de vinhas, com uma produção anual de aproximadamente 60 milhões de litros de vinho.

²² *Goodwill “é o montante de lucros futuros esperados acima da rentabilidade normal de uma empresa, mensurado pela diferença entre o valor da empresa e o seu património líquido avaliado a valores de mercado” (Martins et al., 2010).*

Teoricamente, a ENOFORUM, S.A. constituiu-se por um conjunto de objetivos e práticas comuns entre as adegas cooperativas, sem a perda da identidade e individualidade de cada uma delas, assumindo um investimento designado por *joint-venture*²³. A sociedade visava aumentar o *know-how* no comércio internacional de vinhos, beneficiar de novas aprendizagens e tecnologias através da partilha das experiências de cada uma das adegas cooperativas envolvidas, da gestão, dos lucros, dos riscos e prejuízos (Ferreira et al., 2010). A redução de custos também foi uma vantagem para a sociedade uma vez que estes são distribuídos pelas constituintes, permitindo obter um custo de produção unitário inferior e aumentar assim a competitividade comercial entre os concorrentes.

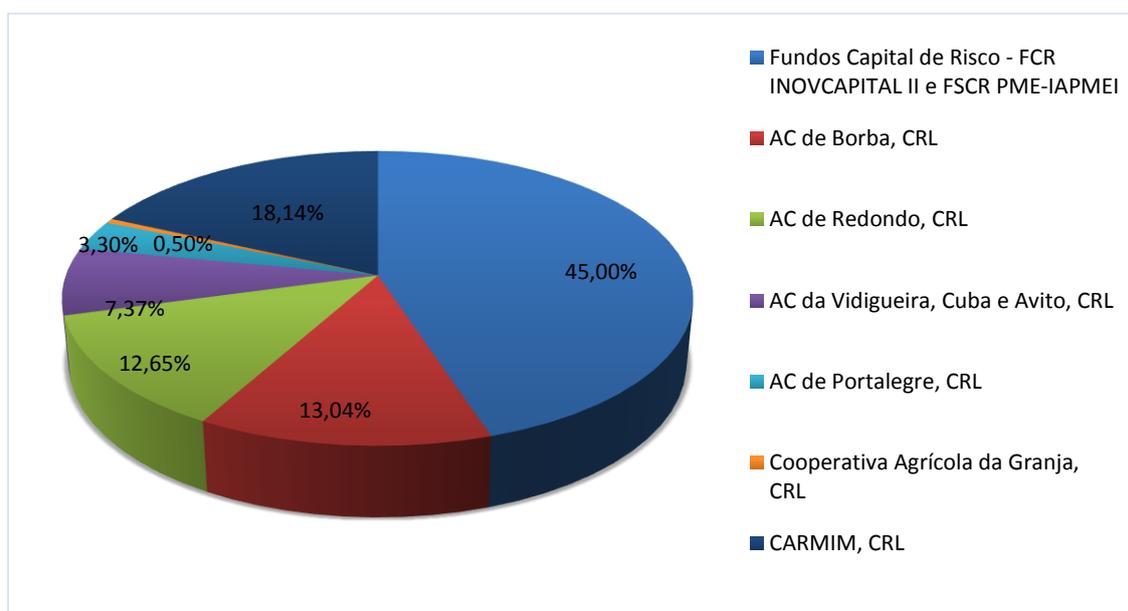
Por ser uma atividade comercial fundada e dedicada exclusivamente ao mercado internacional, a ENOFORUM, S.A. assumiu também a designação de *born global*, devido à precoce abordagem ao mercado externo (Rennie, 1993). Desta forma, enfrentou o desafio de competir de imediato com grandes empresas e de transmitir segurança e credibilidade no serviço prestado, perante a reduzida carteira de clientes. Para Knight & Cavusgil (2004), citado por Gaspar (2013), as *born globals* são dotadas de uma elevada cultura, inovação, capacidade e conhecimento que, apesar dos escassos recursos, conseguem adotar com sucesso um conjunto diferenciado de orientações e estratégias para a extensa diversidade de mercados internacionais.

Na fase inicial da sua constituição, face à limitação de recursos financeiros, a ENOFORUM, S.A. candidatou-se à obtenção do Fundo de Capital de Risco (FCR) da INOVCAPITAL II e do Fundo de Sindicação de Capital de Risco (FSCR) PME-IAPMEI (verbas públicas), ambos fundos generalistas cujo objetivo é financiar projetos de arranque, auxiliar nas tomadas de decisão e aumentar o valor e o benefício da empresa. Segundo o IAPMEI (2018), as entidades estatais de capital de risco investem na empresa através da aquisição de uma parte do capital e devem proporcionar “*meios financeiros estáveis para a gestão dos seus planos de desenvolvimento em fase de arranque, de expansão, modernização e inovação empresarial com dimensão estratégica*”. “*O apoio traduz-se no reforço da estrutura financeira das empresas através da participação temporária no capital das empresas*” (Silva et al., 2016), pelo que, consumado o

²³ *Joint-venture “é a união de duas ou mais empresas já existentes que formam uma aliança entre si com o objetivo de realizar atividades económicas em comum”* (Souza & Takenata, 2015).

financiamento, a ENOFORUM, S.A. teria que decidir a continuidade das funções da estrutura acionista. No momento da tomada de decisão, em 2011, a ENOFORUM, S.A. apresentava a estrutura acionista ilustrada na **Figura 19**. Embora 45% das ações respeitasse à participação acionista dos FCR E FSCR estes intervinham apenas como elemento de criação de valor, não assumindo qualquer tomada de decisão na empresa. Deste modo, os restantes 55% das ações da ENOFORUM, S.A. encontravam-se dispersas pelas seis adegas cooperativas que, de todas as opções possíveis, rejeitaram a hipótese de dissolver a empresa devido ao excelente e incomum percurso da sociedade.

Figura 19 – Estrutura acionista da ENOFORUM, S.A. em 2011



Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

Entre todas as participantes, a CARMIM, C.R.L. detinha a quota mais elevada da sociedade, com 18,14%, seguida da AC de Borba (13,04%) e da AC de Redondo (12,65%). Foi neste âmbito que o Conselho de Administração da CARMIM, C.R.L. ponderou a aquisição total do capital social da ENOFORUM, S.A., visto encontrar-se numa favorável fase económico-financeira.

No fim do ano de 2011, a CARMIM, C.R.L. assumiu a empresa na totalidade e manteve a mesma razão social - ENOFORUM, Comércio e Exportação de Vinhos, S.A. A nova subsidiária assumiu a responsabilidade pelos negócios internacionais e unificou as operações, quadro de

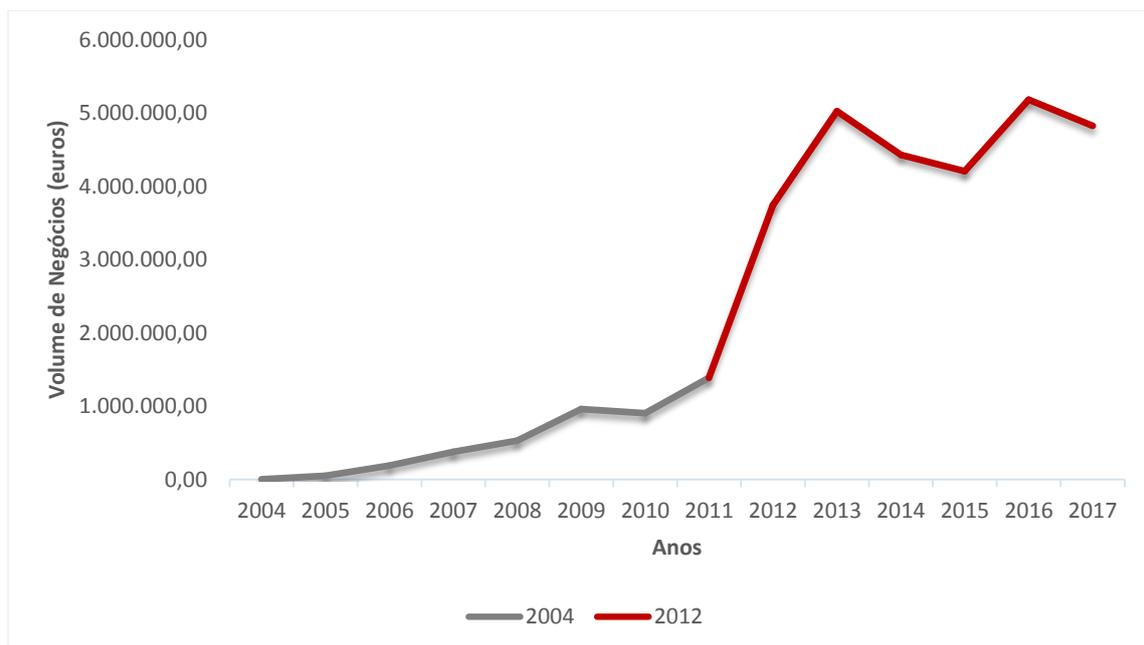
peçoal, carteira de clientes e de produtos através do Departamento de Exportação da CARMIM, C.R.L., instituindo, entretanto, o Grupo CARMIM.

Desta forma, atendendo ao facto de a ENOFORUM, S.A. assumir na íntegra as funções do comércio internacional do Grupo, o estudo da internacionalização no presente Relatório de Estágio, utilizará apenas informação referente à empresa ENOFORUM, S.A.

4.1.1. Análise do Desempenho no Mercado Internacional

A ENOFORUM, S.A. regista uma tendência crescente na evolução do volume de negócios no mercado internacional²⁴, assinalando o seu valor máximo, no período considerado, em 2016 de 5.183.181 euros (**Figura 20**).

Figura 20 – Evolução do volume de negócios da ENOFORUM, S.A.



Fonte: *Elaboração própria com base em informação cedida pela ENOFORUM, S.A.*

²⁴ Comunitário + Extracomunitário.

As transações comerciais internacionais da ENOFORUM, S.A. tiveram enorme impacto no desempenho económico-financeiro logo após a formação do Grupo CARMIM, a partir de 2012. Estes resultados sucederam da conciliação da carteira de clientes e de produtos, da acessibilidade ao mercado financeiro internacional e da assimilação de novos conhecimentos e experiências que permitiram aumentar o volume de negócios, aperfeiçoar o desempenho da empresa e reduzir riscos através da diversificação dos mercados de atuação.

Em 2017, o volume de negócios da ENOFORUM, S.A. decresceu cerca de 7% face aos valores verificados em 2016. Em termos de litros vendidos, também se verificou um decréscimo, relativamente ao ano transato, de 13%. Contudo, embora o volume de negócios tenha diminuído, o preço médio de venda por litro tem seguido uma evolução positiva relativamente aos anos anteriores, pelo que o resultado operacional e o resultado líquido do exercício são positivos e comprovam as expectativas traçadas anteriormente.

Atendendo ao contexto macroeconómico, verifica-se que o comportamento da ENOFORUM, S.A. evolui contrariamente ao comportamento de Portugal, na medida em que no último ano a ENOFORUM, S.A. regista um decréscimo tanto em volume, como em valor, de exportações realizadas apesar da tendência se revelar crescente. Estes dados sugerem a reestruturação do plano de exportação que identifique desafios, oportunidades, necessidades e exigências mas que, acima de tudo, equilibre as vendas, o custo das vendas e os resultados. No âmbito do presente Relatório de Estágio serão identificadas sugestões de melhoria do desempenho económico-financeiro do Grupo CARMIM, com particular atenção à relação que o Grupo tem com os mercados internacionais, necessitando *a priori* da análise aos principais e potenciais mercados de atuação bem como aos modos de entrada utilizados.

4.2. Principais e Potenciais Mercados de Atuação

A ENOFORUM, S.A. abriu, ao longo do tempo, novos mercados não tradicionais para os vinhos portugueses, promoveu produtos e marcas portuguesas nos mercados externos, estabeleceu parcerias de longo prazo com destacadas empresas internacionais na área de

importação e distribuição de bebidas alcoólicas para esses mercados, e divulgou, assim, a imagem do país como reconhecido e milenar produtor de vinhos.

A seleção dos mercados internacionais exige o cumprimento de critérios que promovam o sucesso de vendas, a obtenção de lucros e a redução de riscos, levando muitas vezes o Grupo CARMIM a adaptar os seus produtos em função dos mercados que apresentam um elevado potencial. A exportação para novos mercados implica no aumento do volume de vendas e permite a diversificação do risco, na medida em que o Grupo consegue posicionar os seus produtos em diversos países, diminuindo a influência de alterações cíclicas dos mercados locais e sustentando o negócio a longo prazo. A seleção de mercados internacionais baseados na proximidade geográfica e na cultura permitem à ENOFORUM, S.A. atuar com mais certeza dado o conhecimento que possui sobre estes, aumentando assim a probabilidade das vendas serem bem-sucedidas. Inicialmente, a CARMIM, C.R.L. iniciou a atividade exportadora na Suíça (1971), seguiram-se o Canadá (1976) Luxemburgo (1978), EUA (1980) e França (1980).

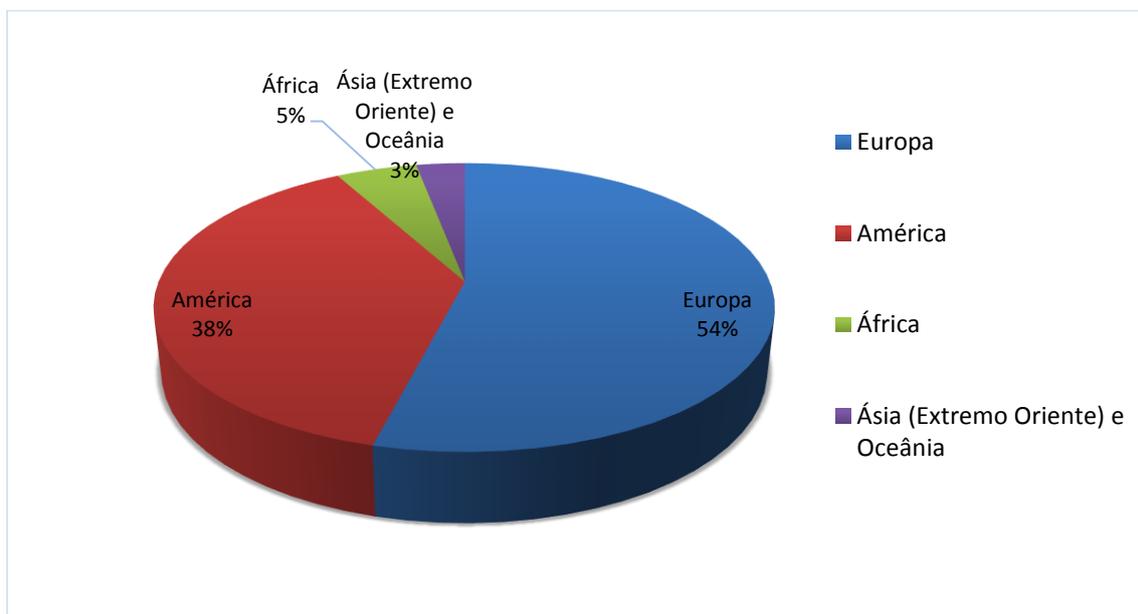
A penetração nos mercados denominados como *mercados da saudade* facilitou o arranque em termos de comércio internacional, dada a acessibilidade que resulta da proximidade e da abertura aos produtos portugueses. Nestes mercados a procura de emigrantes portugueses facilita a comercialização dos produtos uma vez que os próprios hábitos, costumes e estilos de vida são diferentes.

Em todo o caso, a regulamentação política aplicada sobre o consumo de álcool em cada mercado de destino também difere, pelo que muitas vezes não é possível realizar transações. O Canadá (considerado um *mercado da saudade*) é exemplo disso, na medida em que tem a particularidade de regulamentar o consumo de álcool através do *Liquor Control Board of Ontario* (Junta de Controlo de Bebidas Alcoólicas de Ontário), vulgarmente conhecido como LCBO e pela *Société des Alcools du Québec* (Sociedade dos Alcools de Québec), abreviada por SAQ.

A diversificação de mercados internacionais é uma das estratégias aplicadas pela ENOFORUM, S.A. pois quanto mais restrito for o número de mercados, mais exposta está a alterações das condições existentes nesses mercados, colocando em causa a sustentabilidade da empresa pela diminuição significativa das receitas, decorrentes da diminuição das encomendas. Por outro lado, permite também reduzir a sazonalidade das vendas dos vinhos, isto porque vinhos mais maduros são preferidos em regiões com climas frios e vinhos mais leves

e suaves são consumidos em regiões com climas mais quentes. A comercialização dos produtos segue uma estratégia generalizada, ocorrendo alguns ajustes ou particularidades, com o objetivo de aumentar o número de mercados de atuação e conseqüentemente o valor das vendas. Ter uma estratégia de atuação para cada mercado não seria prudente visto que os custos seriam superiores a nível de recursos humanos, de logística e de certificação, levando a que a empresa pudesse realizar perdas de receitas.

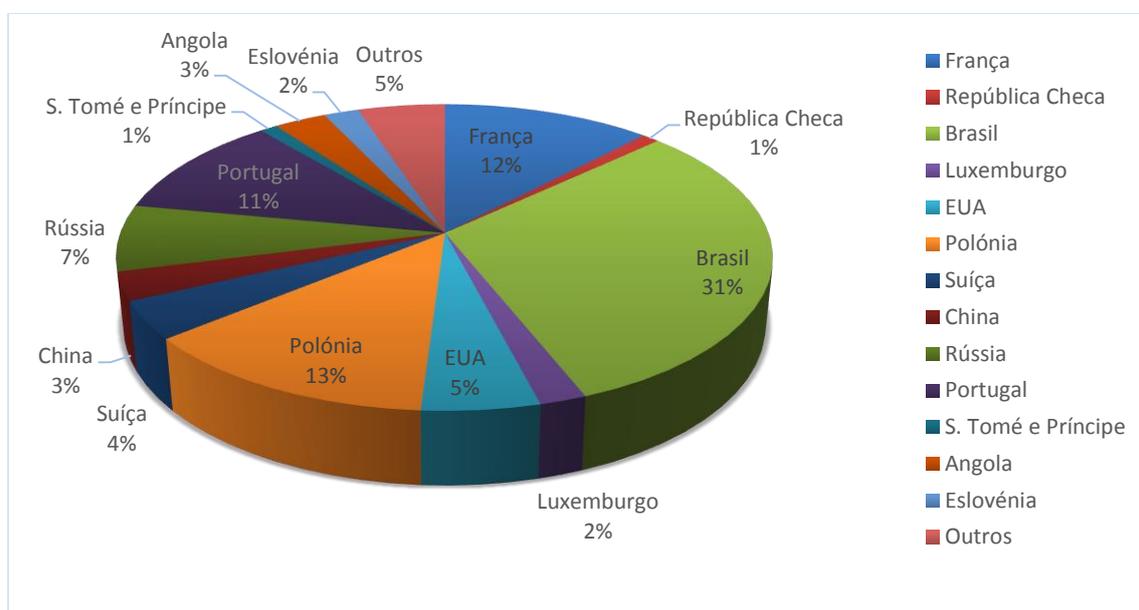
Figura 21 – Distribuição das vendas por continentes



Fonte: Elaboração própria com base em Relatório e Contas da ENOFORUM, S.A. (2017)

A **Figura 21** ilustra a distribuição da presença da ENOFORUM, S.A. nos mercados internacionais, por continentes, em 2017. A Europa representa na ENOFORUM, S.A., 54% do total das vendas, sendo que, destes, 39% respeita aos países da UE. É este o continente que absorve mais vendas internacionais, África, que garante 5%, América que soma no seu conjunto 38%, bem como a Ásia e a Oceânia, 3% em vendas realizadas. O Grupo CARMIM, por via da ENOFORUM, S.A., tem 66 clientes internacionais ativos e distribuídos por 26 países, com maior força de vendas associada aos mercados de Polónia, Brasil, França, Rússia e EUA, conforme ilustra a **Figura 22**.

Figura 22 – Países com maior força de exportação



Fonte: Elaboração própria com base em informação fornecida pelo Grupo

No que respeita aos mercados europeus, onde o consumo de vinho é praticado com naturalidade, os consumidores tendem a revelar-se mais exigentes relativamente à relação qualidade-preço, uma vez que possuem muita informação sobre a origem, produção e tipos de produtos disponíveis, assim como as potencialidades que os produtores apresentam. Por outro lado, a ENOFORUM, S.A. também diversifica a presença em mercados emergentes, que se caracterizam pelo rápido crescimento económico e populacional, embora o consumo e o conhecimento acerca do vinho não pertençam à sua cultura.

A estratégia utilizada nos mercados emergentes é mais complexa, não só pelas transações comerciais como também na abordagem aos mesmos, visto que é preciso saber cativar potenciais clientes. Normalmente, a ENOFORUM, S.A., divulga o produto no mercado externo através de feiras, eventos, *workshops* ou até através de contacto direto com o cliente. Apesar da enorme complexidade do processo de internacionalização, os mercados emergentes apresentam excelentes perspetivas de crescimento no consumo de vinho. Através desta estratégia, a ENOFORUM, S.A. avalia os mercados com maior potencial e garantia de vendas de valor acrescentado superior. Serve de exemplo a capacidade que a ENOFORUM, S.A. teve em suprir as vendas através de mercados como a Suíça, os EUA e o Brasil, em virtude da crise

económica que os mercados de África atravessaram, com destaque para o mercado angolano, resultando grandes reduções de vendas, ou vendas quase nulas.

Atualmente, projeta na área geográfica de intervenção a relação com novos mercados da América Central e do Sul, nomeadamente a Colômbia e o México, onde já estabeleceu acordos com clientes, no que respeita à exportação, distribuição e promoção dos seus produtos.

4.3. Modos de Entrada no Mercado Externo

O modo de entrada ao mercado externo deve ser selecionado de acordo com as oportunidades e recursos que o Grupo CARMIM efetivamente dispõe. Surgem também diversos fatores estratégicos, transacionais e ambientais, que influenciam a escolha, identificando não só o potencial mercado-alvo, como também a gestão das atividades a realizar.

O Grupo CARMIM internacionaliza, desde sempre, através de exportações classificando-as como diretas, quando existe um progressivo acompanhamento do processo, desde a negociação, a saída, à cobrança da mercadoria; e indiretas quando realiza transações comerciais internacionais na presença de um intermediário nacional, o que ocorre excecionalmente. No Grupo CARMIM, as relações comerciais existentes entre a ENOFORUM, S.A. e o Extremo Oriente foram solidificadas através do arrendamento temporário de dois gabinetes de representação, em Shanghai e Singapura, com o intuito de divulgar e promover os vinhos da região alentejana e de aumentar a proximidade com os grandes e potenciais clientes.

A opção de internacionalizar pela via da exportação apresenta para a ENOFORUM, S.A. um processo de baixo investimento e, consequentemente, de risco reduzido comparativamente a outras opções de internacionalizar. Não obstante, existem também obstáculos que dificultam o desenvolvimento da atividade internacional como os elevados custos de transição da mercadoria; a sujeição de barreiras alfandegárias e burocráticas; o aumento dos custos administrativos e comerciais; e os prazos de pagamento das vendas internacionais.

Os termos internacionais de comércio, também designados por *Incoterms*²⁵ pela Câmara de Comércio Internacional (CCI), são elementos-chave que descrevem os deveres e as obrigações do exportador e importador face aos custos e ao risco no transporte das mercadorias e o desembaraço aduaneiro na exportação e importação. Neste contexto, “*os termos comerciais constituem apenas uma parte do contrato de venda. Enquanto o contrato de venda determina a quantidade e a qualidade da mercadoria – assim como o preço que deverá ser pago por ela – os termos comerciais tratam de questões relacionadas com a entrega da mercadoria*” (Ramberg, 1991). Esta nomenclatura contém a utilização de expressões curtas, úteis para comunicar a distribuição de funções, custos e riscos relacionados com a transação da mercadoria do exportador para o importador. “*Facilitam, por isso, a vida das empresas e o comércio internacional através da uniformização das regras internacionais para a interpretação dos termos e expressões comerciais mais frequentemente utilizados*” (Silva et al., 2016). Na ENOFORUM, S.A. as mais recorrentes são a *Ex Work* (EXW) e *Free on Board* (FOB), e pontualmente a *Free Carrier* (FAC), que pertencem ao conjunto dos termos de expedição, agrupados pelo grupo E e pelo grupo F (de acordo com a letra inicial do termo). O termo *EXW* representa obrigações mínimas para o exportador, visto que apenas tem de colocar a mercadoria à disposição do importador nas suas instalações, na data acordada. Dado que é o comprador quem levanta a mercadoria nas instalações do exportador, a venda realizada não contém custos incluídos o que significa que todos os custos, quer de serviços de transporte, quer de seguro de transporte de mercadoria, são assumidos pelo comprador até ao seu destino final. Caso seja a ENOFORUM, S.A. a providenciar o transporte da mercadoria, desde as instalações até ao ponto de embarque acordado, os custos e o risco serão suportados pelos dois intervenientes, sob prévio contrato estabelecido. Neste contexto, os procedimentos respeitam ao conjunto de termos pertencentes ao grupo F (o caso de FOB e de FAC), destinado ao transporte marítimo.

²⁵ Abreviatura de *International Commercial Terms*

4.3.1. Termos e Obrigações Legais das Exportações

No que refere à legalização das transações comerciais internacionais, tanto a ENOFORUM, S.A. como o cliente no mercado externo, devem cumprir um conjunto de formalidades, para que a encomenda possa seguir em conformidade. De acordo com a alínea a) do artigo 1º do Código do Imposto Especial sobre o Consumo (CIEC) considera tributável o imposto sobre o álcool e as bebidas alcoólicas (IABA), no qual estão incluídos os vinhos, licorosos, aguardentes vónicas e espumantes produzidos e comercializados pelo Grupo CARMIM. Todos os produtos com teor de álcool, sejam produzidos e transformados ou comercializados, devem ser comunicados para a Autoridade Tributária e Aduaneira (AT) antes da realização de qualquer transação comercial.

No Grupo CARMIM estão constituídos entrepostos fiscais, cujo objetivo consiste em simplificar as vistorias, condicionamentos prévios e burocracias, facto pelo qual obriga a entidade a comunicar qualquer que seja a transação comercial realizada sujeita a imposto, de acordo com o Decreto-Lei n.º 73/2010, de 21 de Junho. O entreposto fiscal é *“o local onde são produzidos, transformados, armazenados, recebidos ou expedidos pelo depositário autorizado, produtos sujeitos a impostos especiais de consumo em regime de suspensão de imposto”*²⁶. É possível distinguir duas funcionalidades: o entreposto fiscal de produção e de transformação e o entreposto fiscal de comercialização. No Grupo CARMIM existem estes dois tipos de entreposto fiscal, respetivamente para a CARMIM, C.R.L. e para a ENOFORUM, S.A., embora as regras de tributação e procedimentos obrigatórios sejam idênticos, isto é, o imposto torna-se exigível, em território nacional, quando os produtos têm ordem de saída do entreposto fiscal para o comércio. Desta forma, a introdução ao consumo deve ser formalizada mediante a Declaração de Introdução no Consumo (DIC). O inverso também se verifica quando a ENOFORUM, S.A. adquire produtos provenientes dos mercados externos, com o dever de comunicar a introdução ao consumo de produtos alcoólicos, no ato da importação ou através da respetiva declaração aduaneira, como é o exemplo da *vodka* comprada no mercado russo. A DIC é processada por transmissão eletrónica de dados e deve ser declarada e liquidada diariamente quando são introduzidos produtos ao consumo, como licorosos, espumantes ou

²⁶ Guia Fiscal 2018 da *Deloitte & Associados, SROC S.A.*

aguardentes vínicas, à exceção dos produtos tributados a taxa de 0% ou isentos, como é o caso do vinho, que possuem uma periodicidade mensal, até ao quinto dia do mês seguinte.

No domínio fiscal, existe também o designado regime de suspensão de imposto que consiste na circulação de produtos sujeitos a Imposto Especial sobre o Consumo (IEC) tendo por destino um entreposto fiscal, um destinatário registado, ou dos destinatários isentos previstos na Lei, se os produtos forem expedidos de outro Estado Membro²⁷. No Grupo CARMIM, o regime de suspensão de imposto verifica-se quando a ENOFORUM, S.A. adquire produtos à CARMIM, C.R.L., ou seja, existe circulação de produtos sujeitos a IEC entre entrepostos fiscais. Contudo, uma vez que a comercialização não está perante a situação de consumo, a formalização deve ser apresentada por via do Documento Administrativo Eletrónico (E-DA). O mesmo acontece quando a ENOFORUM, S.A. exporta para o mercado internacional, com destino a um determinado entreposto fiscal. O E-DA deve ser comunicado pelo depositário autorizado ou pelo expedidor registado, com antecedência máxima de 7 dias a contar da data de expedição, no Sistema de Controlo de Movimentos de Produtos Sujeitos a Impostos (SIC-EU), que atribui posteriormente ao documento o Código de Referência Administrativo (ARC), útil no acompanhamento e identificação da circulação da mercadoria.

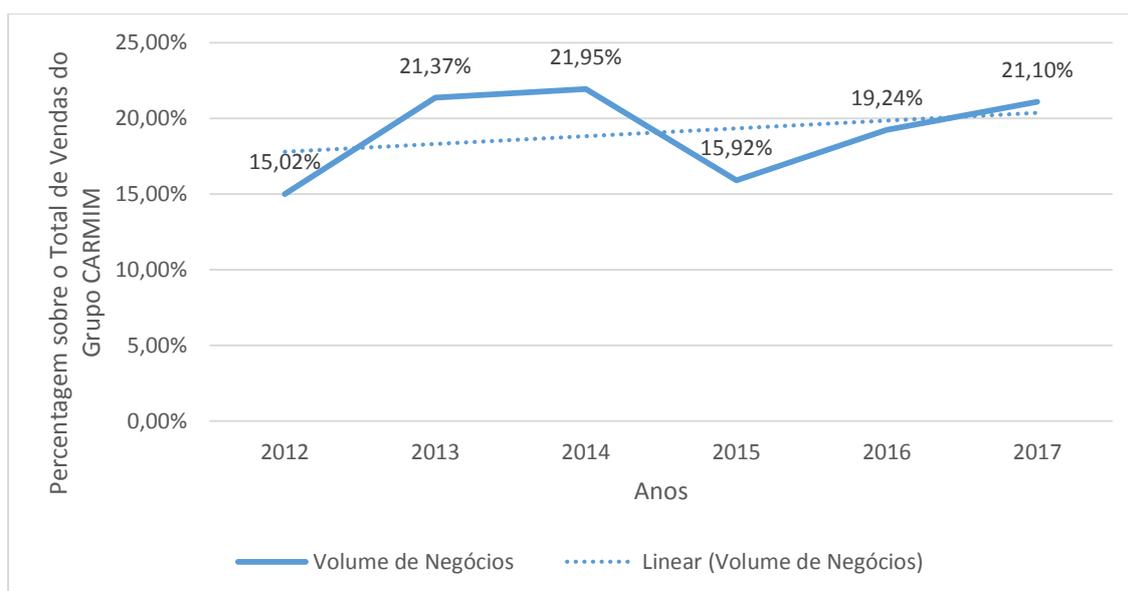
Em todo o caso, na ocorrência de perdas durante o trânsito da mercadoria entre os dois entrepostos fiscais, estas devem ser tributadas pelo IEC. O mesmo acontece com as amostras de vinho destinadas à realização de provas de degustação; as amostras são retiradas do entreposto à unidade/garrafa e introduzidas ao consumo. Em ambas as situações, a DIC deverá ser comunicada para a AT, e liquidada posteriormente, pois o oposto está sujeito a coimas de elevadas importâncias.

²⁷ Guia Fiscal 2018 da *Deloitte & Associados, SROC S.A.*

4.4. Estratégias potenciadoras dos ganhos resultantes da internacionalização

O principal objetivo a alcançar pelo Grupo CARMIM passa por progredir no desempenho profissional, arriscando em negócios que aumentem o volume de vendas e a visibilidade no mercado internacional, da obtenção do *know-how* e da redução de riscos, de custos e de vendas sazonais. A produção de vinhos e azeites baseados em recursos próprios são um fator de diferenciação para o reforço da atividade comercial internacional, dinamizando também a região do Alentejo. Pretende-se, comercializar por meio da ENOFORUM, S.A. pelo menos um quarto da produção do Grupo CARMIM, sendo que no último ano as vendas registaram 21,10% do volume de negócios do Grupo (**Figura 23**). Contudo, para o bom desempenho empresarial, a estruturação de um plano financeiro ajuda a organizar e a gerir os fundos do Grupo, permitindo estar informado acerca do estado financeiro da empresa bem como ajustar ações ou procedimentos económicos. Permite também antecipar cenários e tomar decisões proactivas em prol da atividade comercial desenvolvida nos mercados de atuação. *“Planear é tomar no presente, decisões que afetam o futuro”* (Maximiano, 2004).

Figura 23 – Evolução do volume de negócios da ENOFORUM, S.A.



Fonte: Elaboração Própria com base na informação cedida pelo Grupo CARMIM

O comércio internacional é bastante instável e, por isso, também muito complexo existindo uma grande variedade de fatores que contribuem para a realização de trocas comerciais, desde a cultura e hábitos de consumo, a região geográfica e o clima, as divisas e o consumo de álcool autorizado por Lei, riscos de crédito, de câmbio, políticos, económicos, entre outros. Nos subcapítulos seguintes encontram descritas um conjunto de sugestões para a melhoria dos resultados do Grupo CARMIM, em particular da ENOFORUM, S.A., com o intuito de dar um contributo nas tomadas de decisão do Conselho de Administração do Grupo.

4.4.1. Promoção de Produtos

Atendendo às práticas da ENOFORUM, S.A., a oferta disponível assenta num conjunto de produtos com a utilização de recursos próprios e naturais, de excelente relação qualidade-preço, e que abrange as preferências dos consumidores dos diversos mercados. O vinho é um produto que se adapta facilmente aos mercados internacionais pelo que, a ENOFORUM, S.A. adota uma estratégia geral na oferta de produtos, adequada às preferências mais comuns entre os consumidores. A empresa revela ter também a capacidade para aproveitar oportunidades de negócio bastante viáveis que exigem em contrapartida a flexibilidade em adaptar a produção face às preferências de importadores, distribuidores ou retalhistas de determinados mercados. Por exemplo, no Brasil os consumidores optam por vinhos Rosés, mais doces e suaves, devido ao clima quente que caracteriza o país, traduzindo-se na comercialização do vinho *Olaria Suave*. Da mesma forma, a *Finisterra* foi uma marca atribuída ao vinho exclusivamente comercializado no mercado polaco, cujos consumidores o preferem *semi-sweet* e *semi-dry*²⁸. Complementarmente, a modernização constante da imagem do produto encontra-se sempre atual e atrativa, pelas cores robustas que constituem os rótulos, contrarrótulos e encapsulamento e pela configuração de cada garrafa, de forma a persuadir a atenção do consumidor.

²⁸ Vinhos meio-doces e meio-secos. São termos respeitantes à doçura do vinho e “*utilizados para identificar a quantidade de açúcar que a bebida contém e a sua consequente intensidade no paladar*” (Winepedia, 2018).

No que respeita às ações promocionais, a ENOFORUM, S.A. divulga os seus produtos participando em feiras, *workshops*, provas de vinhos e concursos internacionais. Esta prática permite proximidade e contacto pessoal com o cliente, embora se torne insuficiente na conquista de potenciais clientes uma vez que *é mais uma empresa vitivinícola no meio de outras tantas*, sem o devido destaque. O Grupo utiliza também as redes sociais garantindo uma comunicação permanente e interativa, onde a informação chega efetivamente ao consumidor.

A ação promocional mais significativa para o volume de negócios da ENOFORUM, S.A. ocorreu em 2012 com a abertura de dois Gabinetes de Representação em Shangai (2012) e em Singapura (2013), contando com a colaboração de outros intermediários destas regiões. Esta estratégia produziu efeitos imediatos com as vendas a crescerem acima dos 100%. Além de duplicar o volume de negócios do Grupo, esta iniciativa permitiu também comprovar a importância da proximidade aos clientes, com expectativas de abertura de uma filial nos EUA. A estratégia de divulgação e promoção permaneceu até à vigência do novo Conselho de Administração que se preocupou com os custos/investimentos versus benefícios, otimizando a gestão de recursos.

Embora a redução dos custos seja uma realidade cada vez mais presente nas empresas há que saber explorar ao máximo os pontos fortes que o Grupo CARMIM dispõe para fazer face aos pontos fracos. A ENOFORUM, S.A. comercializa quatro principais marcas (*Real Forte, Olaria, Reguengos e Monsaraz*) que estão a afirmar-se nos mercados internacionais. Segundo Olins (2005), uma marca deve *“persuadir os de fora a comprar e persuadir os de dentro a acreditar”*. Foi introduzida recentemente na carteira de marcas a *Pátria*²⁹, dedicada especialmente aos *mercados da saudade*, que representa a ligação dos emigrantes portugueses. A marca *Monsaraz* destaca-se pela ampla gama de produtos que oferece, desde os vinhos, às aguardentes e espumantes vónicas, assim como também o azeite virgem, azeite de barrar e geleias. Tanto as aguardentes ou licorosos, como o azeite de barrar e as geleias, são produtos produzidos através da reutilização das matérias-primas dos associados, nomeadamente do engaço, grainhas e películas que constituem a uva, e da polpa e caroços que constituem a azeitona. O primeiro ano de vendas de azeite de barrar e das geleias, em 2017, registou lucros bastante reduzidos face

²⁹ Segundo a caracterização da marca, é também *“um reconhecimento às conquistas e epopeias Lusitanas ao longo de séculos de história”*.

aos custos industriais do produto acabado (CIPA), cuja produção é efetuada em parceria³⁰ com uma empresa externa. A primeira sugestão de melhoria do desempenho económico para o Grupo CARMIM é a venda da reutilização da matéria-prima a empresas fabricantes de sumos concentrados, por exemplo a COMPAL³¹. Desta forma, o Grupo CARMIM extrai o máximo da matéria-prima dos associados para a produção de vinhos e azeites, e elabora um contrato de venda com a entidade referida (ou outra idêntica), de forma a rentabilizar toda a matéria-prima disponível, retirando receitas bastante superiores às despesas e sem ter outras preocupações acrescidas senão o transporte da mercadoria.

A segunda sugestão de melhoria também se prende com a reutilização da matéria-prima, principalmente vitícola, mas essencialmente com a utilização total das videiras. Como se sabe, a CARMIM, C.R.L. é constituída por um conjunto de associados e colabora com diversas entidades reguladoras para benefício dos sócios e, à semelhança do que acontece em França, a CARMIM, C.R.L. tem a oportunidade de melhorar a bonificação através de uma parceria com uma empresa de cosmética. No fundo, o que é bom para os sócios, é bom para a empresa e para o Grupo. A Caudalie³² é uma empresa de cosmética dedicada ao fabrico de cremes de rosto e corporais, fundada por um casal francês em 1993, numa propriedade familiar constituída parcialmente por vinhas. A Caudalie tira aproveitamento total das vinhas, assumindo que *“a videira é um tesouro de benefícios e de riqueza inesgotáveis”* (Caudalie, 2018). Segundo a empresa, a videira tem benefícios no tronco (resveratrol) para o rejuvenescimento; nos ramos e varas (viniferina) como atuador de antimanchas; nas flores e gavinhas (polifenóis) cujo efeito é antioxidativo; e nas folhas e frutos (água de uva) como agente hidratante.

O Grupo CARMIM tem a oportunidade de alavancar as suas receitas através do aproveitamento das matérias-primas, uma vez que de ano para ano é efetuada uma limpeza das vinhas após as vindimas. Desta forma, existem diversas empresas nacionais e internacionais de cosmética (e medicinais), com as quais é possível colaborar, pelo que será uma grande vantagem para o Grupo uma vez que as despesas serão mais reduzidas face às receitas. No fundo, os

³⁰ Produzidos por outra entidade com o CAE adequado e dotada de equipamentos e pessoas qualificadas para este tipo de produção.

³¹ Fundamentado a partir do *website* de COMPAL.

³² Fundamentado a partir do *website* de Caudalie.

valores obtidos são mais-valias que os sócios nunca tiveram em consideração nos seus orçamentos familiares, por não se aplicarem.

Em suma, tendo em consideração as duas sugestões anteriores, ponderadas no âmbito da redução de custos, seria interessante replicar a abertura dos Gabinetes de Representação no exterior, uma vez que tanto o mercado internacional como o Grupo CARMIM evoluíram bastante desde 2012. Esta terceira sugestão exige investimento acrescido no exterior, contudo grande parte é compensada pela redução dos custos na venda e reutilização da matéria-prima. O Grupo consegue desta forma posicionar convictamente os seus produtos em diversos países, aumentando o fluxo de capital e a receita. A diversidade de mercados internacionais aumentam o valor do Grupo como fonte estratégica de negócios, expõe-se menos a alterações cíclicas dos mercados locais, logo a sustentabilidade do negócio a longo prazo é potencializada (ConnectAmericas, s. d.). A estratégia promocional aplicar-se-ia numa fase experimental, com o intuito de apurar resultados, estando a maior força de vendas da ENOFORUM, S.A. associada ao mercado do Brasil, Polónia, França, Rússia, China e EUA.

4.4.2. Logística e Distribuição

Com sede em Portugal e líder nacional no segmento de vinhos de qualidade, o Grupo CARMIM encontra-se estrategicamente posicionado visto que Portugal é um país com a vantagem de poder realizar transações marítimas acessivelmente pois está centralizado em três continentes.

Do ponto de vista da distribuição, o Grupo CARMIM tem a oportunidade de assumir uma posição central na Europa. A sugestão de melhoria de desempenho a aplicar ao Grupo CARMIM consiste na aquisição de uma plataforma de distribuição, posicionada estrategicamente na Áustria, que se delimita por 7 países e um microestado. Teoricamente, trata-se de um Investimento Direto no Estrangeiro (IDE) designado *brownfield*³³ que comporta a aquisição de

³³Trata-se de uma forma de IDE, “cujos recursos para o funcionamento da organização são destinados à aquisição de uma estrutura preexistente” (Tomich, 2016) ao contrário do projeto *Greendfield* que são empreendimentos efetuados no mercado, sem qualquer estrutura física prévia.

uma estrutura que permita à empresa controlar todas as operações no estrangeiro bem como atuar no local mediante o conhecimento que tem sobre o mercado de destino. Esta hipótese facilita a interação com os países europeus (já que Portugal está na periferia da Europa), abrindo portas a novos clientes importadores, em virtude de o Grupo possuir apenas de um conjunto de parceiros de distribuição que estabelecem a transação direta entre o exportador e o consumidor final. O Grupo CARMIM está mais próximo dos seus clientes e consegue dar resposta às encomendas com mais facilidade e prontidão. Com esta iniciativa, é expectável que os custos fixos aumentem, porém prevê-se também o aumento exponencial do volume de negócios uma vez que atinge diretamente 9 mercados-alvo³⁴. Segundo a ViniPortugal, *“o posicionamento de Áustria e Portugal no topo da lista de preferências dos profissionais do sector deixa antever que estes países podem revelar novas tendências de mercado no futuro”*. Do ponto de vista interno, é uma alternativa segura para o aproveitamento do excedente de produção, pois o Grupo pode concentrar o produto noutros países, evitando perdas/prejuízos.

4.4.3. Risco Cambial

Em contexto internacional, as empresas deparam-se com operações que incluem riscos cambiais, riscos políticos, inflação, diferenças fiscais e controlos monetários. Significa que, embora a atividade comercial internacional seja cada vez mais baseada em proveitos que sustentem a produção, a comercialização e decisões financeiras e tecnológicas, estas decisões devem tomar-se em prol da maximização da riqueza acionista (Silva et al., 2016).

Na ENOFORUM, S.A., os preços de venda são definidos de acordo com o custo de aquisição de produtos acabados, que na maioria são provenientes da CARMIM, C.R.L., do custo de distribuição e transporte da mercadoria, e das despesas sobre os riscos inerentes da comercialização, estabelecendo uma margem mínima de lucro. A competitividade entre os mercados é bastante complexa constituindo um dos principais objetos de estudo da ENOFORUM, S.A. para a definição dos seus preços de venda. Segundo Damodaran (2004) o risco

³⁴ Áustria, Itália, Suíça, Liechtenstein, Alemanha, República Checa, Eslovénia, Eslováquia e Hungria.

constitui uma mistura de perigo e oportunidade, e é esta a realidade da ENOFORUM, S.A. pois tem a oportunidade de se destacar nos mercados internacionais embora com algumas advertências dependendo de cada contexto em que se insere. Com base no fluxograma de IRM (2002), apresentado em **Anexo 12**, a ENOFORUM, S.A. apresenta especial preocupação em gerir e contornar riscos financeiros, em especial do câmbio.

Para a maioria das moedas a nível mundial, no decorrente ano de 2018, as taxas de câmbio são flexíveis, cujo valor de vendas é determinado pelas forças do mercado através da relação entre a oferta e a procura. Em cenário de negociação, as condições de compra e venda são pormenorizadas com o cliente considerando a forma de entrega, o prazo e meio do pagamento. Os termos do pagamento acordado e a data de vencimento podem definir a existência de ganhos ou perdas no âmbito da conversão de divisas, ou seja, dependendo do prazo de liquidação acordado com o cliente, a taxa de câmbio varia nesse interregno, podendo a venda revelar-se favorável ou desfavorável para a empresa.

Na ENOFORUM, S.A., a maior parte das exportações realizam-se para países cuja moeda em circulação é o Euro. No **Quadro 6** encontram-se listados os países de moeda estrangeira para os quais a empresa também exporta, bem como os diversos prazos de recebimento estipulados para os mesmos. Embora a empresa possua um conjunto de divisas diversificadas, os recebimentos de clientes são efetuados em Euros, não havendo qualquer problema relativamente ao risco de câmbio, pelo que a estratégia para o futuro é tentar que a situação atual (venda em euros) se mantenha e que a mesma consiga ser negociada com novos países de exportação. Nestes países, cuja moeda em circulação não é o Euro, a conversão de divisas é da responsabilidade dos clientes destes países, sendo emitida uma fatura pró-forma³⁵ liquidada em Euros de acordo com o prazo de pagamento estipulado. Após o comprovativo de pagamento, segue a fatura comercial. Não obstante, a ENOFORUM, S.A. efetua vendas para clientes do Canadá cujo pagamento é efetuado na moeda local (em dólares canadenses), sujeitando-se ao risco cambial.

³⁵ "Estas faturas são normalmente utilizadas como pré-faturas ou para facilitar trocas internacionais. As faturas pró-forma informam o comprador e as respetivas autoridades aduaneiras do seu país sobre os detalhes da encomenda a ser enviada" (Economias, 2015).

Neste sentido, uma vez que o país não possui um regime de câmbios fixos relativamente ao euro, muito dificilmente, no momento em que é feito o pagamento, a taxa de câmbio será a mesma que existia no momento em que foi acordada a venda e, sem a proteção contra risco cambial, a empresa pode ficar a ganhar ou a perder quando receber efetivamente o dinheiro.

Quadro 6 – Relação comercial com países com moeda estrangeira

Países	Moeda Nacional	Moeda de venda	Prazo de Recebimento de Clientes
Suíça	Franco Suíço	Euro	<ul style="list-style-type: none"> • Recebimento Antecipado • Recebimento a Pronto • Prazos de Recebimento de 30/45/60 dias.
Reino Unido	Libra esterlina	Euro	
Polónia	Zlóti Polaco	Euro	
Rússia	Rublo Russo	Euro	
República Checa	Coroa Checa	Euro	
Brasil	Real	Euro	
EUA	Dólar Americano	Euro	
China	Yuane Chinês	Euro	
Japão	Yene Japonês	Euro	
Cabo Verde	Escudo Cabo-verdiano	Euro	
Macau	Pataca Macaense	Euro	
São Tomé e Príncipe	Dobra de São Tomé e Príncipe	Euro	
Angola	Kwanza	Euro	
Canadá	Dólar Canadense	Dólar Canadense	

Fonte: Elaboração Própria com base na informação cedida pelo Grupo CARMIM

A **Figura 24** ilustra a variação cambial entre o Euro e o Dólar Canadense durante 30 dias, período máximo pelo qual a ENOFORUM, S.A. estabelece o prazo de recebimento de clientes. É possível então observar que existe uma grande variabilidade, ocorrendo a exposição a possíveis perdas financeiras devido à desvalorização da moeda estrangeira em relação ao euro. Esta

exposição ao risco cambial pode ser evitada se a ENOFORUM, S.A. aplicar a metodologia que exerce nos restantes países, insistindo na venda apenas em euros. No entanto, a abordagem pode resultar em perdas de oportunidade de exportação para concorrentes que estão dispostos em adequar as vendas aos clientes através de moedas locais e, caso o cliente esteja disposto a aceitar a proposta de venda em euros, a abordagem pode resultar no não cumprimento do pagamento devido à desvalorização da moeda, neste caso, dólar canadense em relação ao euro. Outra opção seria a compra de produtos financeiros derivados, destinados à cobertura do risco cambial, como por exemplo contratos de futuros, que permitiria, ainda que com custos, fixar previamente o valor da troca de divisas por euros. Assim, no momento de pagamento, a empresa não sofre perdas não antecipadas.

Figura 24 – Variação cambial entre o Euro e o Dólar Canadense durante 30 dias

Gráfico de CAD para EUR

2 Ago 2018 18:00 UTC - 1 Set 2018 18:40 UTC CAD/EUR close:0.66093 low:0.65745 high:0.67556



Fonte: Conversor de moedas XE.

Relativamente ao embarque das encomendas, o recebimento das vendas aos clientes é efetuado sempre que possível antecipadamente ou pronto, devendo o montante encontrar-se em extrato bancário num período de, respetivamente, duas semanas ou 48 horas antes de a

mercadoria embarcar. Contudo, tendo em conta o historial e as relações já existentes, a ENOFORUM, S.A. estabelece também o prazo máximo de recebimento de 60 dias a determinados clientes, salvo casos excecionais como acontece com um cliente do mercado oriental que dispõe do prazo de pagamento de 210 dias, a contar a partir do momento em que a mercadoria sai das instalações do Grupo CARMIM.

“O risco comercial engloba o risco de incumprimento da contraparte ou risco de crédito e o risco país que abarca o risco político e económico e de transferência. (...) A escolha da forma de liquidação ou de financiamento depende de vários fatores como a credibilidade do importador ou o grau de conhecimento e confiança entre as partes contratantes” (Silva et al., 2016). A ENOFORUM, S.A. emite a fatura pró-forma e aciona o seguro de crédito à exportação, cuja seguradora avalia a autonomia do cliente que, conforme for o risco de recebimento, assim é a predisposição do reembolso do valor da mercadoria, caso não seja liquidada. *“O desconhecimento dos mercados de exportação, dos seus clientes e a dificuldade em acompanhar a evolução da sua solvabilidade, justifica o recurso ao seguro de crédito”* (Silva et al., 2016). Perante a avaliação atempada da proposta de seguro, se o risco de receber o montante da venda acordado com cliente for elevado, menor será a propensão de a seguradora conceder o crédito na totalidade. Caso o cliente não cumpra o contrato de compra e venda, a ENOFORUM, S.A. deve realizar a ameaça de sinistro, e posteriormente, participar o sinistro junto da entidade seguradora, que ficará responsável pela liquidação, de acordo com a avaliação pré-realizada, do valor da fatura em causa.

No caso do mercado oriental, a maior extensão do prazo de recebimento deve-se essencialmente à enorme distância geográfica que o transportador da mercadoria percorre, por meio marítimo, e ao acréscimo do desalfandegamento, que demora na totalidade cerca de 100 dias. Desta forma, quanto menos urgência houver na entrega da mercadoria, menor é o custo de transação, pelo que por este motivo realizam-se no interregno outras encomendas, mais céleres, mais dispendiosas e de menor volume para compensar o período em causa. Neste contexto, a seguradora disponibiliza a conceção de reduzidos créditos, devido ao elevado risco que estas transações possuem. No que respeita ao recebimento a pronto, a seguradora não intervém, embora a ENOFORUM, S.A. necessite de obter informações quanto à credibilidade dos seus clientes e recorra a instituições bancárias para obter esse *feedback*. A mercadoria

apenas é encaminhada quando o montante está efetivamente na conta bancária que, caso não se verifique, a entrega é adiada para outra data previamente acordada. Esta metodologia aplica-se essencialmente a novos clientes e a clientes sem opção de crédito.

CAPÍTULO V - ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO

A realização do estágio curricular no contexto empresarial foi a opção tomada à concretização do Relatório de Estágio no âmbito da componente de especialização, que permite estabelecer o elo entre o contexto académico e a realidade prática, através da aplicação dos conhecimentos adquiridos e do enriquecimento de novas experiências profissionais.

O estágio realizado durante 9 meses³⁶, com início a 28 de Novembro de 2016 e conclusão a 31 de Agosto de 2017, decorreu na sede do Grupo CARMIM, mais precisamente no Departamento de Contabilidade e Finanças. O Diretor de Serviços, Dr. José Alberto Torrado, foi o orientador na empresa. O Departamento de Contabilidade e Finanças do Grupo CARMIM dedica-se ao registo, controlo, avaliação e previsão das operações comerciais e financeiras, com recurso ao conjunto de sistemas de informação internos, no seio da contabilidade analítica, de modo a obter um conhecimento realista da situação económico-financeira e a fundamentar as decisões tomadas pelos Órgãos Sociais do Grupo. É através da elaboração de mapas financeiros próprios e da utilização de centros de custo que o Grupo efetua eventuais correções, com intuito de diminuir possíveis erros de gestão, melhorando assim o desempenho empresarial.

Os primeiros dias de estágio foram destinados à familiarização com a empresa através de uma visita guiada às instalações do complexo agroindustrial do Grupo CARMIM e à apresentação dos colaboradores, dos departamentos que o constituem e do local de trabalho e funções propostas para o período previsto. O estágio proporcionou uma aprendizagem contínua, onde em cada nova função teve lugar a observação das tarefas executadas pelos colegas. Foi também possível colaborar nas Assembleias Gerais do Grupo CARMIM, mais precisamente na mesa de voto, participar em formações e em diversos eventos informais, com o intuito de estabelecer a relação entre colegas. No que concerne às atividades desempenhadas, decorreram na vertente administrativa, contabilística e financeira que, apesar de distintas, estão bastante relacionadas, visto que qualquer alteração que ocorra numa irá influenciar as restantes. As funções desempenhadas foram o lançamento e arquivo de documentos contabilísticos; práticas de controlo interno; acompanhamento do cumprimento de obrigações fiscais; e acompanhamento

³⁶ A duração do estágio curricular é de 6 meses, segundo o Regulamento Escolar Interno, prorrogados por 3 meses em requerimento.

e colaboração nas operações de fim de exercício. Para o desempenho das mesmas, recorreu-se à utilização dos sistemas informáticos *Microsoft Office*, nomeadamente o *Word* e o *Excel*, que auxiliam respetivamente na redação de circulares e na elaboração de mapas, tabelas e cálculos, para a realização de conferências e análises; e do *software* de contabilidade e gestão *PRIMAVERA*, uma plataforma flexível e abrangente, que garante o tratamento integrado, ágil e exato dos processos contabilísticos, financeiros, legais e fiscais (Primavera, 2018).

5.1. Modos de Organização Contabilístico-Financeira do Grupo CARMIM

O departamento contabilístico-financeiro do Grupo CARMIM tem responsabilidade no auxílio da tomada de decisões face à análise que efetua sobre a situação económico-financeira, antecipando problemas e identificando oportunidades, com vista ao incremento dos lucros e da melhoria do desempenho empresarial. As primeiras atividades realizadas consistiram no tratamento e interpretação de documentos contabilístico-financeiros, desde a receção à fase de arquivo, proporcionando o primeiro contacto de proximidade entre o estagiário e os agentes que intervêm no funcionamento do Grupo CARMIM. Embora seja uma atividade simples, é o suporte para os colaboradores e diretores fundamentarem os resultados e estudos apurados. Estes documentos provêm da secção de aprovisionamento, cuja responsabilidade é adquirir todos os bens ou serviços necessários à produção e ao funcionamento das empresas, tendo em conta a gestão de logística e o custo de oportunidade perante as melhores opções de compra. Após a receção da documentação, efetua-se uma triagem contabilística de acordo com a data, o tipo e a natureza de cada documento. Quanto ao tipo de documentos, os mais habituais são as notas de encomenda, guias de transporte, guias de remessa, faturas, fatura-recibo, notas de crédito e notas de débito. A natureza depende da utilidade do bem fornecido, ou do serviço prestado, inserindo-se assim numa das seguintes categorias:

- ❖ Compra de Existências – considera as mercadorias ou matérias-primas que entram no processo produtivo que, no caso da CARMIM, C.R.L., estão divididas pelas secções constituintes;

- ❖ Imobilizado – consiste no conjunto de bens utilizados por um período superior a 12 meses, sujeito a amortizações e/ou depreciações;
- ❖ Despesa – compreende os bens e serviços que atuam indiretamente no processo produtivo;
- ❖ Banco – inclui os documentos bancários referentes a movimentações da conta bancária, nomeadamente recebimentos, gastos, despesas bancárias ou empréstimos;
- ❖ Caixa – contempla toda a documentação cujo pagamento e/ou recebimento tenha movimentado dinheiro em caixa;
- ❖ Venda – representa os triplicados das faturas comerciais emitidas aos clientes;
- ❖ Regularização a favor do estado – verifica-se quando são emitidas notas de crédito no âmbito de uma compra efetuada ao fornecedor;
- ❖ Regularização a favor da empresa – ocorre quando existe uma devolução da venda realizada pela empresa, emitindo uma nota de crédito ao cliente.

Todos os documentos são organizados de forma semelhante em cada uma das empresas do Grupo CARMIM, com a particularidade de ainda se separar as faturas comerciais emitidas sobre as exportações realizadas, para o preenchimento dos Mapas Recapitulativos. Com recurso ao *Microsoft Office* em formato *Excel*, são recolhidos dados para o preenchimento dos Mapas Recapitulativos, nomeadamente, o nome do cliente, o respetivo Número de Identificação Fiscal, o país, o número de fatura e o valor total faturado e, caso se aplique, o valor de incidência e valor do Imposto de Valor Acrescentado (IVA).

Na sequência da organização dos documentos, procede-se à classificação de acordo com o Plano de Contas, regulado pelo Sistema de Normalização Contabilística, e de acordo às exigências do n.º 5 do artigo 36º do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado (CIVA). Posteriormente, o lançamento dos documentos no *software* de contabilidade e gestão *PRIMAVERA* é efetuado de duas formas, dependendo da natureza dos documentos.

No que respeita às existências, que consistem na aquisição de bens destinados à venda ou à incorporação na produção (à exceção das matérias-primas provenientes dos associados da CARMIM, C.R.L.) o lançamento é realizado pelo acompanhamento sequencial dos documentos externos, isto é, inicialmente, após a encomenda ao fornecedor, é efetuada uma nota de encomenda interna, denominada por *Encomenda ao Fornecedor* (ECF), que depois é

transformada numa *Vossa Guia de Remessa* (VGR) ou numa *Vossa Guia de Transporte* (VGT), nos respetivos armazéns, mediante o serviço e o tipo de documento emitido pelos fornecedores, se aplicado. Por fim, estes documentos são transformados em *Vossa Fatura* (VFA), que acompanha a fatura comercial do fornecedor, permitindo concluir a introdução no sistema e proceder ao pagamento, como é possível observar no **Anexo 13**.

As regularizações realizam-se através da emissão de Notas de Crédito dos Fornecedores e são equivalentes a *Nota de Crédito Sem Stock* (NCF), quando se reflete apenas em tesouraria, e a *Vossa Nota de Crédito* (VNC) do *software PRIMAVERA*, que é transformada a partir de uma *Devolução ao Fornecedor* (DVF), quando influencia o *stock* de existências. Cada tipo de documento proveniente dos fornecedores tem um paralelo a nível interno para comprovar o acompanhamento dos produtos.

Os restantes documentos, destinados às demais naturezas identificadas anteriormente, incluindo os abonos dos sócios da CARMIM, C.R.L., são lançados pela introdução de dados, no respetivo diário contabilístico, como o nome da entidade, o tipo e o número do documento, a data do documento e a data de vencimento. Posteriormente insere-se o descritivo dos artigos, o valor de incidência, a taxa de IVA e o respetivo valor de imposto, e o valor total. Visto que a contabilidade de cada uma das empresas do Grupo CARMIM é efetuada em termos analíticos, são inseridos também os centros de custos, os quais são úteis para o desenvolvimento da estrutura organizacional, para efeitos de imputação de custos ou proveitos. Por fim, o sistema comunica o número de lançamento, útil na organização do arquivo.

A estrutura do arquivo deve ser acessível e prática, pelo que a disposição das pastas está efetuada de acordo com a natureza do documento e enumerados pelos lançamentos efetuados no *software PRIMAVERA*, à exceção da compra de existências que respeita a data do documento. As pastas estão divididas por Compra de Existências, Imobilizado, Bens e Serviços, Caixa e Bancos, e Regularizações.

O resumo dos lançamentos do Apuramento de IVA e as respetivas declarações entregues encontram-se arquivados em pastas denominadas por IVA, separadas mensalmente. A informação relativa às declarações fiscais de fim de exercício, bem como os documentos do fim do ano e as correções realizadas, estão dispostas em pastas designadas por *Dossier Fiscal* e Contabilidade Geral, respetivamente.

5.2. Práticas de Controlo Interno

As práticas de controlo interno assumem um papel importante nas organizações, em especial na certificação dos resultados alcançados, na medida em que eliminam ou corrigem lacunas ou erros humanos involuntários, com o intuito de garantir a transmissão de informações confiáveis e o bom desempenho empresarial. No Grupo CARMIM, cada uma das constituintes exige a utilização de metodologias de controlo interno precisas e rigorosas, que traduzam informações atuais e imediatas relativas à posição financeira, de modo a suportar as tomadas de decisão do Conselho de Administração do Grupo. No âmbito do estágio, foi possível colaborar continuamente na execução das práticas de controlo interno, em diversas perspetivas, através de conferências de saldos de contas correntes de clientes, fornecedores e sócios; de conferências de apuramento de IVA; a colaboração no controlo de cobranças; o registo de juros e amortizações dos empréstimos concedidos; assim como o controlo da assiduidade dos colaboradores do Grupo e a execução de circulares.

5.2.1. Conferência de Saldos de Contas Correntes

As conferências de saldos de contas correntes de clientes, fornecedores e sócios são uma prática no Grupo CARMIM na medida em que é necessário certificar se os dados estão lançados no *software PRIMAVERA* em conformidade.

No que se refere aos saldos de conta de clientes, a conferência é realizada através da análise do extrato de conta e do mapa de faturação, para verificar se os resultados são equivalentes, principalmente com os clientes das grandes superfícies que, além dos elevados valores em faturação, possuem também diversos descontos.

Relativamente aos saldos de conta de fornecedores, a análise é efetuada de forma idêntica, através do extrato de conta de fornecedor, em contrapartida dos extratos de conta da respetiva empresa, de forma a verificar a concordância de lançamentos. Por vezes verifica-se que há faturas ou recibos duplicados, ausência de documentos, documentos incorretos, descontos não deduzidos, entre outras incoerências que podem ser retificadas.

Quanto aos saldos de conta dos associados, existem diversos indicadores que devem ser verificados antes, durante e após do lançamento dos documentos. Após a entrega de faturas e recibos pelos sócios no departamento de contabilidade, estes documentos devem ser conferidos através da base de dados de entrega de matérias-primas (desde as uvas, as azeitonas, as lãs ou os cereais), a quantidade e o valor de acordo com os requisitos exigidos na avaliação. No seguimento deste procedimento, os documentos são lançados no *software PRIMAVERA* e registados no ficheiro *Excel* para posteriormente se conferir os saldos, no decorrer do apuramento de IVA mensal.

5.2.2. Conferência do Apuramento do IVA

A conferência do apuramento do IVA é um procedimento efetuado mensalmente por cada uma das empresas do grupo visto que atingiram individualmente um volume de negócios anual superior a 650 mil euros anuais³⁷. Os documentos contabilísticos rececionados são classificados e lançados no *software PRIMAVERA*, e registados em ficheiro *Excel* que está organizado por natureza de documentos, idêntico à organização do arquivo. Para efeitos de controlo interno, os dados a inserir no ficheiro são relativos à data de emissão, tipo e número de documento; número de identificação fiscal; número de contabilidade (designação atribuída ao número de lançamento contabilístico); taxas de IVA e respetivos valores de incidência e de imposto; e valor total; conforme ilustra o **Anexo 14**. As conferências são realizadas através da análise entre os extratos de saldos de contas de IVA e os saldos registados em ficheiro *Excel*, pelo que, na ocorrência de diferenças indica que existem inconformidades no lançamento contabilístico ou no registo de dados.

³⁷ De acordo com a alínea a), do n.º 1, do artigo 41º do CIVA.

5.2.3. Colaboração no Processo de Controlo de Cobranças e Imparidades

No decorrer do estágio, surgiu a oportunidade de colaborar no processo de controlo de cobranças, na área de clientes, das empresas Monsaraz Vinhos, S.A. e CARMIM, C.R.L. através da emissão de recibos, no ato de pagamento. Este comprovativo de recebimento dos clientes respeita um conjunto de pressupostos desde a identificação do cliente, a data de vencimento de fatura, o valor total ou parcial a pagar e o respetivo meio de pagamento. No caso de pagamento efetuado em dinheiro, ou por cheque, o recibo só será emitido mediante a confirmação do débito no banco, através do comprovativo do documento de depósito ou do extrato bancário; se for por transferências bancárias, o montante deverá ser confirmado pelo extrato bancário. Depois de apresentados os comprovativos necessários para prosseguir o processamento do documento, verifica-se o historial recente sobre o cliente em questão, nomeadamente as encomendas e as compras efetuadas, como também os prazos estabelecidos para cumprimento do pagamento dos clientes. A emissão de recibos é efetuada com referência às respetivas faturas comerciais em pagamento e, no caso de serem liquidadas as mais recentes, a regularização deverá concretizar dentro de 30 dias, para que o departamento de controlo de cobranças tome as devidas providências na recuperação do valor em dívida. Se no fim de 6 meses o montante estiver por liquidar, o cliente passa de cliente geral para cliente duvidoso, criando assim uma imparidade perante a empresa. Após a liquidação é necessário constituir uma reversão de imparidade, de modo a saldar as contas, o que na prática traduz a conversão de cliente duvidoso em cliente geral.

5.2.4. Registo de Juros e Amortizações de Empréstimos

As empresas do Grupo CARMIM detêm uma percentagem de capital alheio que diz respeito a financiamentos obtidos através de empréstimos bancários e contas correntes caucionadas. O empréstimo bancário é um contrato estabelecido entre a instituição financeira e a empresa, os quais acordam o montante, o prazo, o tipo de taxa de juro a praticar, bem como a periodicidade das amortizações. São considerados empréstimos de curto prazo estabelecidos até 1 ano e os

de longo prazo os contratos superiores a 5 anos. As contas correntes caucionadas consistem num acordo estabelecido entre os mesmos intervenientes, em que a instituição financeira autoriza o acesso a determinada quantia, mesmo quando não há saldo na conta, para que a empresa possa prevenir eventuais carências de tesouraria a curto prazo. Os tipos de crédito concedidos ao Grupo CARMIM destinam-se essencialmente para salvaguardar as despesas, enquanto não são restituídos os valores das vendas, para investir em novas tecnologias ou na conservação das instalações e equipamentos, e/ou para auxiliar no desenvolvimento do Grupo além-fronteiras. No que respeita às práticas de controlo interno realizadas neste contexto, são registados os juros e amortizações vencidos mensalmente num ficheiro em *Excel*, como demonstra o **Anexo 15**, com o intuito de acompanhar a restituição do empréstimo e das contas caucionadas, bem como analisar na ótica financeira os montantes amortizados nos anos transatos e no ano corrente, para auxiliar a elaboração de documentos anuais, como orçamentos, relatórios de contas por empresa e o relatório de contas consolidadas.

5.2.5. Controlo de Assiduidade dos Colaboradores

Na vertente dos Recursos Humanos foi também possível colaborar no registo mensal das anómalas entradas e saídas de colaboradores durante o horário de trabalho, a fim de solicitar as justificações de falta durante estes períodos, bem como efetuar o registo daqueles que beneficiam do regime de isenção de horário. Apesar de os colaboradores sinalizarem no relógio de ponto a assiduidade, estes dados são corroborados com os registos efetuados pelos funcionários da portaria. Neste departamento, foi ainda possível colaborar no cálculo do custo unitário das refeições efetuadas no refeitório do Grupo CARMIM, com base nos dados facultados acerca dos colaboradores que compareceram e no valor total da despesa efetuada por mês.

5.2.6. Circularizações de terceiros

No âmbito das funções administrativas das três empresas, executaram-se circularizações, um procedimento solicitado pelo ROC, com a intenção de comparar os saldos e movimentos de conta de terceiros do último exercício, desde Clientes, Fornecedores e Seguradoras, nacionais e internacionais, selecionadas aleatoriamente. Esta prática permite certificar os montantes apurados nos balanços e/ou balancetes, úteis no preenchimento das declarações entregar à AT. Normalmente, é disponibilizado pelos intervenientes o saldo de conta do período, conta corrente e títulos a receber/pagar; ou a indicação de outras responsabilidades, garantias ou contratos. Para além das circularizações solicitadas pelo ROC, procedeu-se ao envio de diversas circulares aos sócios, das quais se destacam a informação relativa aos períodos e requisitos de inscrição e de entrega das matérias-primas nas campanhas; as convocatórias de participação nas Assembleias Gerais Ordinárias; a informação acerca dos valores apurados a faturar pela quantidade de matérias-primas fornecida; entre outros aspetos igualmente importantes.

5.3. Acompanhamento do Cumprimento das Obrigações Fiscais

A agenda fiscal da AT é composta por obrigações declarativas e por obrigações de pagamentos de impostos, taxas e contribuições que devem ser executados por todas a entidades. No decorrer do estágio, foi possível verificar que muitas das práticas de controlo interno realizadas são fundamentais para responder às obrigações fiscais, que apuram resultados financeiros acerca do desempenho empresarial. Nos seguintes subpontos do Relatório de Estágio serão descritas sucintamente as obrigações fiscais e os procedimentos efetuados pelo Grupo CARMIM, nas quais houve participação durante o estágio.

5.3.1. Declaração Periódica de IVA

Segundo o n.º 1 do artigo 2º do CIVA, cada empresa do Grupo CARMIM está sujeita à entrega da declaração de IVA, visto que é um imposto indireto, não auferido ao contribuinte, que recai sobre o consumo final de produtos, serviços, transações comerciais e importações. É, portanto, um imposto de elevada importância para o Estado, por ser a sua maior fonte de receita (PORDATA, 2018). Em cada uma das três associadas do Grupo CARMIM, a declaração tem uma periodicidade mensal³⁸ e deve ser entregue e paga até ao décimo dia de cada mês, referente ao penúltimo mês transato, prazo aplicado conforme a alínea a) do n.º 1 do artigo 41º do CIVA.

O apuramento do IVA é efetuado através da relação entre os impostos aplicados sobre a base tributável das compras, dos investimentos, dos gastos e dos rendimentos, que correspondem efetivamente às taxas aplicadas no IVA dedutível, no IVA liquidado e no IVA sobre as regularizações.

Paralelamente aos lançamentos contabilísticos efetuados no *software PRIMAVERA*, é realizado um controlo mensal através do registo, em ficheiro *Excel*, dos documentos contabilísticos, com o objetivo de conferir os resultados antes da entrega da declaração (como referido no ponto anterior). É também apresentada a declaração recapitulativa de IVA, que compreende a descrição das operações intracomunitárias realizadas, uma obrigatoriedade que entrou em vigor a 1 de Janeiro de 2010 (Decreto-Lei n.º 186/2009, de 12 de Agosto), e que visa lutar contra a fraude fiscal ligada às operações intracomunitárias, introduzindo também alterações ao CIVA e ao Regime do IVA nas Transações Intracomunitárias (RITI). Nesta declaração constam as exportações realizadas dentro ou fora da UE e, em termos nacionais, as vendas realizadas para as Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, cujas taxas de IVA são diferentes das praticadas em Portugal Continental.

Depois da conferência, e com a declaração previamente criada no *software PRIMAVERA*, o documento é exportado para o Portal da AT e procede-se à validação, submissão e impressão do documento comprovativo assim como da guia de pagamento, para arquivo nas pastas dos

³⁸ Dado o volume de negócios igual ou superior a 650 mil euros, relativamente ao ano civil anterior.

apuramentos de IVA mensais. Da mesma forma, estes procedimentos internos são também utilizados no preenchimento da Declaração *Intrastat* para efeitos de informação estatística.

5.3.2. Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

O IRC, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442-B/88, de 30 de Novembro, e em vigor desde 1 de Janeiro de 1989, é um imposto calculado sobre o lucro tributável de uma empresa, referente ao último ano fiscal. O apuramento do IRC é realizado através do preenchimento da declaração de rendimentos respetiva, designada como Modelo 22. As operações de fim de exercício são necessárias para o apuramento deste imposto na medida em que fornecem o Resultado Líquido do Exercício no qual são aplicadas as variações patrimoniais positivas ou negativas previstas nos artigos 21º e 24º do Código do Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas (CIRC), dando origem à determinação do lucro tributável da empresa. A matéria coletável, ou seja, o valor sujeito a tributação, é obtida através da dedução de quantias correspondentes aos benefícios e aos prejuízos fiscais, sobre o lucro tributável, dependendo das regras estabelecidas nos artigos 2º e 3º do CIRC relativamente às características individuais dos contribuintes. Segundo esta legislação, o IRC incide sobre o volume de negócios das entidades que tenham como CAE principal funções de carácter comercial, industrial e agrícola.

No caso do Grupo CARMIM, as normas do apuramento deste imposto são aplicadas a todas as constituintes, à exceção da CARMIM, C.R.L. que, por deter o estatuto de cooperativa, beneficia de isenção, com base no artigo 66º-A, do Capítulo XI, dos Estatutos dos Benefícios Fiscais (EBF) regulados pela CASES, salvo se obtiver resultados provenientes de operações com terceiros e de atividades alheias aos próprios fins. Ainda no que respeita ao valor da matéria coletável tributada, até 15 mil euros, esta está sujeita a taxa de imposto de 17%. Caso exceda este montante, o remanescente é tributado a 21%, como previsto nos números 2 e 1 do artigo 87º do CIRC. Ao valor tributado são deduzidas as retenções na fonte, caso existam, de acordo com o artigo 94º do CIRC. Por outro lado, o imposto acresce através das tributações autónomas e da derrama municipal. As tributações autónomas consistem num conjunto de taxas que incidem sobre determinados encargos ou gastos, aceites ou não em termos fiscais, nomeadamente os encargos com viaturas, as despesas de representação, as despesas não

documentadas, as ajudas de custo e outras compensações por deslocações em viatura própria. A derrama municipal é uma receita municipal, aplicada por uma taxa fixada anualmente pelos diferentes municípios, variável consoante o volume de negócios, mas com o limite de 1,5%, em sede de IRC. Apurado o imposto, a declaração Modelo 22 deve ser entregue através do Portal da AT, e o pagamento deve ser executado até ao dia 31 do mês de Maio³⁹, independentemente de esse dia ser dia útil ou não.

5.3.3. Declaração Anual de Informação Contabilística e Fiscal

A Declaração Anual de Informação Contabilística e Fiscal, designada também por Informação Empresarial Simplificada (IES), é uma declaração anual obrigatória que retrata toda a informação relativa a cada entidade com contabilidade organizada, realizada com base no Modelo 22 de IRC. *“Criada pelo Decreto-Lei n.º 8/2007, de 17 de Janeiro, recentemente alterado pelo Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de Janeiro, consiste numa forma de entrega, por via eletrónica e de forma totalmente desmaterializada, de obrigações declarativas de natureza contabilística, fiscal e estatística”* (Website IES, 2018), que satisfaz quatro entidades diferentes, nomeadamente, Conservatórias do Registo Comercial, Administração Fiscal, Instituto Nacional de Estatística e Banco de Portugal.

A declaração IES é uma excelente fonte de análise para o sector bancário na aprovação de créditos e no conhecimento sobre toda a saúde financeira empresarial, uma vez que contém o balanço do ano em questão. Justifica minuciosamente qualquer situação de investimento, lucro, despesa ou perda. Embora condense toda a informação necessária acerca da entidade empresarial, a IES não substitui a elaboração do relatório de gestão, nem as demonstrações financeiras, que são a informação base para a sua elaboração. A IES deve ser preparada com base em documentos de prestação de contas, aprovados em Assembleia Geral.

A IES é efetuada através do preenchimento de formulários, disponíveis no Portal da AT, aprovados pela Portaria n.º 208/2007, de 16 de Fevereiro, com as alterações introduzidas pela

³⁹ Período prorrogado em 2018 até 30 de Junho.

Portaria n.º 8/2008, de 03 de Janeiro, Portaria n.º 64-A/2011, de 3 de Fevereiro, Portaria n.º 26/2012, de 27 de Janeiro e Portaria n.º 271/2014, de 23 de Dezembro. É também obrigatória, para todas as empresas não tributadas pelo regime simplificado, a apresentação detalhada de todos os clientes/fornecedores, caso estes igualem ou excedam os 25 mil euros em vendas/compras, através do Anexo O e do Anexo P da declaração, respetivamente. Posteriormente, a declaração é remetida pelo Contabilista Certificado, por via eletrónica no Portal da AT, até ao 15º dia do 7º mês posterior à data do termo do período económico (com base no artigo 121º do CIRC), sendo apenas reconhecida aquando da realização do pagamento no prazo de 5 dias úteis à data de envio, conforme o disposto no artigo 4º da Portaria n.º 499/2007 de 30 de Abril. No âmbito do pagamento, ficará também disponível o código de acesso à Certidão Permanente, no Portal do Cidadão, que compreende toda a informação acerca do histórico do registo comercial da empresa.

5.4. Operações de Fim de Exercício

As operações de fim de exercício⁴⁰ comportam todos os registos e movimentos realizados no fim do ano fiscal, com a finalidade de encerrar contas, apurar resultados, elaborar demonstrações financeiras, que constam no Relatório de Gestão, e analisar a atividade desenvolvida ao longo do período transato.

Na preparação do encerramento de contas e do apuramento de resultados, existe um conjunto de procedimentos contabilísticos e fiscais, regulados pelos respetivos planos e normativos, que auxiliam na obtenção de dados. A análise aos meios financeiros líquidos é uma das primeiras atividades a realizar, e consiste na contagem do dinheiro em caixa, bem como nas conciliações bancárias, que traduzem os movimentos efetuados ou pendentes, no banco e na contabilidade, com relevância e impacto na análise de outras contas. Em cada empresa do Grupo CARMIM, as conciliações bancárias são uma prática de controlo interno mensal, traduzindo a comparação entre os movimentos e saldos registados na contabilidade e os movimentos e

⁴⁰ Com base em *Encerramento de Contas* (Antão et al., 2017).

saldos registados nas instituições financeiras, efetuada às contas de depósitos à ordem, contas de depósitos a prazos, contas correntes caucionadas ou sobre os empréstimos concedidos. Outro procedimento adotado pelo Grupo é a realização de conferências de saldos contabilísticos finais, através da análise aos lançamentos efetuados no programa informático de contabilidade e outros recursos que permitem justificar os movimentos que determinam o saldo final. São exemplo as conferências dos saldos de contas de fornecedores, clientes e outros devedores e credores, realizadas através da conciliação, com base nos extratos de saldos solicitados (nomeadamente a circularização de terceiros); as conferências de saldo final e contagem física de inventários; as conferências de contas correntes do Pessoal, dos associados, de outras contas a receber ou a pagar; entre outras conferências igualmente relevantes para a preparação do encerramento de contas.

No que respeita aos trâmites finais para a conclusão do encerramento de contas, são elaboradas as demonstrações financeiras constantes no artigo 2º da Portaria n.º 220/2015, de 24 de Julho, referidas nos números 1 e 2 do artigo 11º do Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de Julho, com redação dada pelo Decreto-Lei n.º 98/2015, de 2 de Junho. As demonstrações financeiras a considerar são o Balanço Analítico, a Demonstração de Resultados por Naturezas e por Funções, a Demonstração de Alterações no Capital Próprio, as Demonstrações dos Fluxos de Caixa, e o Anexo que, por sua vez, constituem em conjunto o Relatório de Gestão, o qual ainda inclui a análise ao ambiente externo e interno da entidade.

O Relatório de Gestão é, segundo o artigo 66º do Código das Sociedades Comerciais (CSC), *“uma exposição fiel e clara sobre a evolução dos negócios, do desempenho e da posição da sociedade, bem como uma descrição dos principais riscos e incertezas com que a mesma se defronta.”* A obrigatoriedade da prestação de contas decorre nos termos dos artigos 18º e 62º do Código Comercial e do artigo 65º do CSC, no qual se refere que *“os membros da administração devem elaborar e submeter aos órgãos competentes da sociedade o relatório da gestão, as contas do exercício e os demais documentos de prestação de contas previstos na lei”*, relativos a cada exercício anual.

A prestação de contas é a principal fonte de informação financeira e não financeira, facultada a membros e a terceiros da entidade, que fundamenta o desempenho empresarial e os resultados obtidos durante o período de relato, comparativamente aos valores obtidos no

período anterior. De acordo com o artigo 70º do CSC, compete também às sociedades a apresentação da Certificação Legal de Contas e do Parecer do Órgão Fiscal. Posteriormente, nos termos da respetiva lei, os documentos que constam na prestação de contas anual devem ser apresentados, deliberados e votados em Assembleia Geral Ordinária, da qual se fundamenta a elaboração da ata, segundo o artigo 63º do CSC. O prazo da prestação de contas é de três meses a contar da data de encerramento do exercício. No caso das sociedades com contas consolidadas, o prazo para apresentação dos documentos é prorrogado por cinco meses a partir da mesma data.

A Consolidação de Contas, segundo o Decreto-Lei n.º 238/91, de 2 de Julho, consiste num agregado de contas contabilísticas de uma empresa-mãe e das subsidiárias, com o intuito de apresentar a situação económico-financeira das operações do Grupo. Para a dispensa de Consolidação de Contas, à data do balanço em questão, é necessário não ultrapassar dois de três limites determinados no artigo 7º do Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de Julho, para o valor total do balanço, vendas líquidas e outros rendimentos e número médio de trabalhadores. No âmbito do estágio foi possível colaborar não só no processo de encerramento de contas como também na organização da Assembleia Geral Ordinária (que simultaneamente coincidiu com a eleição dos novos elementos dos Órgãos Sociais).

A composição do *Dossier Fiscal*⁴¹, também desempenhada durante o estágio, é uma obrigatoriedade prevista no artigo 130º do CIRC e que integra um conjunto de documentos constantes na Portaria n.º 92-A/2011, de 28 de Fevereiro, com alterações efetuadas pela Portaria n.º 94/2013, de 4 de Março. Constam no *Dossier Fiscal* do Grupo CARMIM a Ata da Assembleia Geral de aprovação de contas, os Relatórios de Gestão e Contas, a Certificação Legal de Contas do ROC e o Parecer do Conselho de Fiscal, bem como as declarações obrigatórias a entregar como a declaração da IES, a declaração do banco acerca do imposto retido para efeitos de IRC e a respetiva declaração Modelo 22, as certificações de reconhecimento do IAPMEI, e os demais documentos importantes. O prazo de organização do *Dossier Fiscal* coincide com a da entrega da IES, e termina a 15 de Julho do ano seguinte ao período de tributação, devendo ser apenas entregue à AT se objeto de solicitação comunicada.

⁴¹ Oficialmente designado por “Processo de Documentação Fiscal” segundo o artigo 130º do CIRC.

CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES

*“Valeu a pena? Tudo vale a pena
Se a alma não é pequena.
Quem quer passar além do Bojador
Tem que passar além da dor.
Deus ao mar o perigo e o abismo deu,
Mas nele é que espelhou o céu.”*
(Fernando Pessoa, Mar Português)

6.1. Considerações Finais sobre o Estudo

O presente Relatório de Estágio constitui uma aprendizagem contínua entre as funções realizadas durante do estágio e o estudo desenvolvido acerca da atividade comercial internacional do Grupo CARMIM. No que respeita às considerações finais sobre o estudo da internacionalização do Grupo CARMIM, nomeadamente ao comportamento que apresenta a desafios e oportunidades que surgem nos mercados interno e externo, é possível constatar numa primeira análise que a evolução do volume de negócios no mercado internacional quadruplicou desde que a ENOFORUM, S.A. passou a ser detida na totalidade pela empresa-mãe (CARMIM, C.R.L.), em 2011. Estes resultados foram impulsionados pela unificação de operações, desde o quadro de pessoal, a carteira de clientes e de produtos, bem como o aproveitamento do *know-how* obtido no âmbito da *joint-venture* cujo objetivo era promover e divulgar os vinhos e azeites da região do Alentejo no mercado internacional. Porém, em 2017, último ano de análise, os dados sugerem uma diminuição das exportações, relativamente ao ano transato, cerca de 13% em volume e 7% em valor. Embora a tendência seja de crescimento, este comportamento revela-se contraditório comparativamente ao contexto macroeconómico, na medida em que as exportações de vinho em Portugal aumentaram 6,67% em volume, e 3,86% em valor, de acordo com o relatório anual da OIV. Por um lado, estes resultados eram exetáveis uma vez que o Resultado Líquido dos últimos três exercícios contabilísticos apresenta um decréscimo bastante acentuado, de acordo com os Relatórios e Contas Consolidadas do Grupo

CARMIM. Com o objetivo de inverter esta sentença, ao longo do presente Relatório de Estágio foram apresentadas algumas sugestões para a melhoria do desempenho económico-financeiro do Grupo CARMIM, e em particular da ENOFORUM, S.A. O Grupo CARMIM possui uma grande diversidade de mercados de atuação que permite, para além de divulgar e promover a oferta de produtos, reduzir riscos financeiros, estratégicos e operacionais. Na ótica operacional do Grupo, e tendo em consideração que as secções vitivinícola e olivícola são detidas pela maioria dos associados, logo as mais rentáveis para a cooperativa, existe um conjunto de oportunidades que podem ser desenvolvidas através de reduzidos custos. A primeira sugestão de melhoria prende-se com a alienação de resíduos de matéria-prima a empresas fabricantes de sumos concentrados, substituindo o investimento realizado para a produção de geleias ou azeites de barrar que apresenta baixa rentabilidade. Desta forma, os resíduos das matérias-primas dos associados do Grupo CARMIM seriam reaproveitados, principalmente os engaços e as películas que revestem os bagos de uva, para a produção de sumos, ou outros produtos similares em parceria com uma empresa externa. Em consequência, as receitas esperadas seriam superiores aos custos que, *a priori* são reduzidos ou nulos, respeitando apenas ao transporte e à armazenagem. A implementação desta ideia ainda pode ser mais robusta quando aproveitados ou utilizados outros elementos fundamentais que dão origem ao fruto, nomeadamente as videiras. “A videira é um tesouro de benefícios e de riqueza inesgotáveis” (Caudalie, 2018) onde cada tronco, ramo, vara, flor, gavina, folha ou fruto têm particularidades únicas e um efeito positivo na área medicinal, especialmente no campo da dermatologia. O Grupo CARMIM pode alavancar as suas receitas através do aproveitamento das matérias-primas, colaborando com empresas nacionais e internacionais de cosmética e medicinais, e ter custos reduzidos face aos proveitos. No fundo, os valores obtidos são como mais-valias para os sócios visto que nunca tiveram em consideração estes possíveis benefícios nos seus orçamentos familiares, por não se aplicarem.

Num perspetiva internacional, o Grupo CARMIM apresenta oportunidades para a melhoria do seu desempenho económico-financeiro em termos de promoção de produto, de logística e distribuição de produtos e no controlo e gestão do risco cambial. No que respeita à promoção de produtos, a ENOFORUM, S.A. divulga os produtos do Grupo participando em feiras, *workshops*, provas de vinhos, concursos internacionais e, por vezes, desloca-se a países de

determinados clientes para poder ter uma relação mais direta, quando estes se apresentam com grandes oportunidades de negócio. A oferta de produtos é extensível às preferências gerais dos clientes, mantendo o seu CMVMC constante mas, em todo o caso, e quando o negócio é viável, a empresa flexibiliza o seu portfólio e adapta os seus produtos a determinados mercados como o Brasil, onde os consumidores optam por vinhos Rosés, mais doces e suaves, devido ao clima quente que o caracteriza; e a Polónia, cujos consumidores preferem vinhos *semi-sweet* e *semi-dry*. Segundo os Relatórios Anuais e Estatísticas da OIV, estes dois países pertencem ao pequeno conjunto de países que aumentou significativamente o consumo de vinho em 2017 relativamente ao ano transato, cerca de 6,9% e 7,3% respetivamente. Face ao referido, a terceira sugestão de melhoria tem como finalidade aumentar a proximidade e estabelecer o contacto pessoal com os clientes, uma estratégia também útil para a conquista de potenciais clientes. Quando a ENOFORUM, S.A. foi adquirida pela CARMIM, C.R.L., uma das primeiras decisões tomada foi a abertura de dois Gabinetes de Representação, em Shangai (2012) e em Singapura (2013), uma iniciativa que produziu efeitos imediatos sendo também um dos motivos para o aumento do volume de negócios nessa época, contando com a participação de colaboradores da empresa e outros intermediários destas regiões de atuação. Em virtude de esta estratégia ter sido descontinuada há pelo menos uma década, sugere-se então a replicação da abertura de novos Gabinetes de Representação no exterior, principalmente no mercado Oriental e no Brasil, com quem o Grupo CARMIM tem estabelecido um forte contacto negocial. Esta sugestão vem de encontro com as dinâmicas conjunturais que tanto o Grupo CARMIM como os mercados externos atravessam, evoluindo assim ao longo do tempo, sob o efeito de diversos fatores. Do ponto de vista da distribuição, o Grupo CARMIM tem a oportunidade de assumir uma posição central na Europa, estando mais presente dos designados *mercados da saudade*. A sugestão de melhoria de desempenho a aplicar consiste na aquisição de uma plataforma de distribuição, posicionada estrategicamente na Áustria, por delimitar-se em 7 países e um microestado. Embora os custos fixos aumentem, esta iniciativa prevê também o aumento exponencial do volume de negócios uma vez que atinge diretamente 9 mercados-alvo, facilitando a interação entre o Grupo CARMIM e os países europeus (já que Portugal está na periferia da Europa), abrindo portas a novos clientes importadores ou parceiros de distribuição, e conseguindo dar resposta a encomendas com mais facilidade e prontidão. No contexto empresarial interno, é

uma alternativa segura para o aproveitamento do excedente de produção, pois o Grupo pode concentrar o produto noutros países, evitando perdas ou prejuízos. Quanto mais diversificado for o conjunto de mercados internacionais de atuação do Grupo CARMIM, menor é a exposição a alterações cíclicas de determinados mercados e, por conseguinte, a sustentabilidade comercial tende a aumentar a longo prazo. No que ao mercado financeiro diz respeito, as variações económico-financeiras locais afetam operações comerciais, acarretando riscos cambiais, riscos políticos, inflação, diferenças fiscais e controlos monetários. *“A necessidade de dinamizar as exportações e diversificar os mercados, é hoje um objetivo prioritário das autoridades públicas que procuram promover políticas e criar instrumentos de apoio à internacionalização de empresas”* (Silva et al., 2016). Na maior parte dos países, as divisas são convertidas por taxas de câmbio flexíveis, cujo valor de vendas é determinado pelas forças do mercado através da relação entre a oferta e a procura. Em cenário de negociação, os termos do pagamento acordado e a data de vencimento podem definir a existência de ganhos ou perdas no âmbito da conversão de divisas, podendo a venda revelar-se favorável ou desfavorável para a empresa. A ENOFORUM, S.A., possui uma relação comercial com países de diversas divisas cujo pagamento, independentemente da moeda em circulação, é realizado em Euros, não havendo qualquer problema relativamente ao risco de câmbio. A estratégia para o futuro é tentar que a situação atual (venda em Euros) se mantenha e que a mesma consiga ser negociada com novos países de exportação. Contudo, esta metodologia não se aplica ao Canadá, que efetua o pagamento em moeda local (em Dólares Canadenses), sujeitando-se ao risco cambial. O país não possui um regime de câmbios fixos relativamente ao Euro e, muito dificilmente, no momento em que é feito o pagamento, a taxa de câmbio é a mesma que existia no momento em que foi acordada a venda e, sem a proteção contra risco cambial, a empresa pode ficar a ganhar ou a perder quando receber efetivamente o dinheiro. Aplicar os procedimentos que exerce nos restantes países (insistindo na venda apenas em euros) é uma solução a apresentar, no entanto, a abordagem pode resultar em perdas de oportunidade de exportação para concorrentes que estão dispostos em adequar as vendas aos clientes através de moedas locais e, caso o cliente esteja disposto a aceitar a proposta de venda em euros, a abordagem pode resultar no não cumprimento do pagamento devido à desvalorização da moeda, neste caso, Dólar Canadense em relação ao Euro. Outra sugestão seria a aplicação de derivados, nomeadamente contratos

de futuros, que fixam o preço de venda, em euros, na data de negociação, para que aquando do momento de pagamento, a empresa não sofra perdas.

Todas as ideias propostas têm o intuito de aumentar o volume de vendas, desenvolver profissionalmente a empresa, e reduzir os custos de produção e riscos inerentes da comercialização, principalmente na relação com outros mercados externos. Em todo o caso, é possível complementar esta gestão de recursos contando com apoios sectoriais aplicáveis ao sector agrícola. *“Trata-se de um mecanismo de compensação financeira para permitir aos exportadores comunitários escoar determinados produtos agrícolas (...) tornando-os mais competitivos no mercado mundial e assegurando a competitividade externa da produção comunitária”* através do reforço da presença dos vinhos portugueses, da realização de estudos de mercado, de ações de promoção e participações em feiras e eventos sendo os mercados-alvo diversificados (Silva et al., 2016).

6.2. Análise e Reflexões Críticas das Atividades Desenvolvidas no Estágio

O estágio realizado no departamento contabilístico-financeiro do Grupo CARMIM foi bastante gratificante na medida em que permitiu colocar em prática conhecimentos académicos e assistir à realidade do dia-a-dia empresarial e às obrigações a respeitar durante o exercício económico, despoletando o interesse em vincar no futuro a formação nesta área.

Esta experiência permitiu relacionar três áreas de atuação - contabilística, financeira e administrativa - cujas atividades desenrolaram nas fases do processo documental, desde a receção ao arquivo, passando pela classificação e pelo lançamento contabilístico de acordo com o Sistema de Normalização Contabilística; nas práticas de controlo interno, realizadas à base de conferências; no acompanhamento da elaboração e emissão de obrigações fiscais, nomeadamente apuramento e preenchimento da Declaração Periódica de IVA, do IRC e da IES; e nas operações de fim de exercício, que consistem no encerramento de contas, na elaboração dos Relatórios e Contas com as respetivas demonstrações financeiras (Balanço Contabilístico, Demonstração de Resultados por Naturezas e por Funções, Demonstração dos Fluxos de Caixa

e Demonstração de Alterações no Capital Próprio), na prestação de contas através da Assembleia Geral Ordinária, e na composição do *Dossier Fiscal*.

Todas as atividades desempenhadas contribuíram para o enriquecimento profissional e pessoal pois, além da aprendizagem que o estágio proporciona, a relação humana entre os colegas de trabalho também é fundamental, cujo espírito de autoajuda esteve sempre presente, fomentando o desenvolvimento e crescimento no contacto com o mundo laboral. Por conseguinte, os objetivos quanto à realização do estágio foram bem-sucedidos e abriram portas à formalização de um novo estágio com duração de 9 meses ao abrigo do Instituto de Emprego e Formação Profissional.

BIBLIOGRAFIA

AICEP Portugal Global. (2013). Internacionalizar. *Horizonte Internacionalizar: Guia para PME*, retirado de <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Documents/HorizonteInternacionalizarGuiaparaPME.pdf>, em 15-04-2018.

Anderson, K. (2010). Excise and import taxes on wine versus beer and spirits: na international comparison. *Economic Papers*, 29 (2), 215-228.

Anderson, K., & Nelgen, S., (2011). *Global Wine Markets, 1961 to 2009: A statistical compendium*. Adelaide: University of Adelaide.

APCER – Associação Portuguesa de Certificação. (2018). *Certificação*, retirado de <https://www.apcergroup.com/portugal/index.php/pt/component/k2/52/ifs-standards>, em 18-03-2018.

Banks, G., & Overton, J., (2010). Old world, new world, third world: reconceptualising the words of wine. *Journal of Wine Research*, 21 (1), 57-75.

CARMIM (2018). *Enoforum Wines*, retirado de www.carmim.eu/sobre/enoforum-wines/, em 02-02-2017.

CARMIM (2018). *História*, retirado de <http://www.carmim.eu/>, em 02-02-2017.

Caudalie (2018). *História*, retirado de <https://pt.caudalie.com/historia-etica/mathilde-thomas.html>, em 31-07-2018.

Cembalo L., Caracciolo, F., & Pomarici, E. (2014). Drinking cheaply: the demand for basic wine in Italy. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 58, 374-391.

Compal (2018). *Como fazemos*, retirado de <https://compal.pt/comofazemos-colheita.php>, em 31-07-2018.

ConnectAmericas. (s.d.). *Exportação*. Saiba mais sobre os benefícios da exportação, retirado de <https://connectamericas.com/pt/content/saiba-mais-sobre-os-benef%C3%ADcios-da-exporta%C3%A7%C3%A3o#>, em 16-08-2018.

Dal Bianco, A., Boatto, V., & Caracciolo, F. (2013). Cultural convergences in world wine consumption. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias – Universidad Nacional de Cuyo*, 45 (2), 219-231.

Dal Bianco, A., Boatto, V., Caracciolo, F., & Santeramo, F. G. (2016). Tariffs and non-tariff frictions in the world wine trade. *European Review of Agricultural Economics* 43 (1), 59-77.

Damodaran, A. (2004). *Applied Corporate Finance*, 2ª Edição, John Wiley & Sons.

Decreto-Lei n.º 156/2004, de 5 de Julho. (2004). *Diário da República n.º 152/2004, Série I-A*. Ministério da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de Julho. (2009). *Diário da República n.º 133/2009, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 186/2009, de 12 de Agosto (2009). *Diário da República n.º 155/2009, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 212/2004, de 23 de Agosto. (2004). *Diário da República N.º 198/2004 - I Série - A*. Ministério da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 238/91, de 02 de Julho. (1991). *Diário da República n.º 149/1991, Série I-A*. Ministérios das Finanças e da Justiça. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 282/2009, de 7 de Outubro. (2009). *Diário da República n.º 194/2009, Série I*. Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de Novembro. (2007). *Diário da República N.º 219/2007 - I Série*. Presidência do Conselho de Ministros. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 442-B/88, de 30 de Novembro (1988). *Diário da República n.º 277/1988, 2º Suplemento, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 53/2003, de 27 de Março. (2003). *Diário da República N.º 73/2003 - I Série - A*. Ministério da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 73/2010, de 21 de Junho. (2010). *Diário da República n.º 118/2010, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 98/2015, de 02 de Junho. (2015). *Diário da República n.º 106/2015, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Deloitte & Associados, SROC S.A. (2018). *Guia Fiscal 2018*, retirado de <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/tax/articles/guias-fiscais-2018.html>, em 20-05-2018.

Douglaswurz. (2016). China: A nova potência vitícola!. *Falando em Vinhos*, retirado em: <https://falandoemvinhos.wordpress.com/2016/02/12/china-a-nova-potencia-viticola/comment-page-1/>, em 21-07-2018.

Economias (2015). Retirado de <https://www.economias.pt/fatura-pro-forma/>, em 09-09-2018.

Ferreira, M. P., Santos, J. C., Reis, N. & Marques, T. (2010). *Gestão Empresarial*. 3ª Edição. Lisboa: Lidel – Edição Técnicas, Lda.

Fleming, E., Mounter, S., Grant, B., Griffith, G., & Villano, R. (2014). The New World challenge: Performance trends in wine production in major wine-exporting countries in the 2000s and their implications for the Australian wine industry. *Wine Economics and Policy*, 3, 115-126.

Forra, L. (2018). Observador. *Produção vinícola aumenta 10% e exportações sobem 7,5% em 2017*, retirado de: <https://observador.pt/2018/03/12/producao-vinicola-aumenta-10-e-exportacoes-sobem-75-em-2017/>, em 29-07-2018.

Gaspar, J. P. (2013). A Emergência das Born Globals: Estudo de uma Empresa Portuguesa. *Trabalho de Projeto de Mestrado em Gestão*, Universidade de Coimbra.

IAPMEI. (2017). *Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003 (2003/361/CE)*, retirado de <https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Qualificacao-Certificacao/Certificacao-PME/Recomendacao-da-Comissao-2003-361-CE.pdf.aspx>, em 5-01-2017.

IAPMEI (2018). *Capital de Risco*, retirado de <https://www.iapmei.pt/Paginas/Capital-de-Risco.aspx>, em: 04-01-2017.

IES (2018). Website. *Perguntas e Respostas*, retirado de www.ies.gov.pt/site_IES/site/ficheiros/IES-PF-PerguntasFrequentes.pdf, em 20-10-2018.

Instituto da Vinha e do Vinho. (2018). *O.C.M. Vitivinícola*, retirado de <http://www.ivv.gov.pt/np4/81/>, em 21-06-2018.

IRM (2002). *A Risk Management Standard*, retirado de www.theirm.org, em 31-07-2018.

International Organisation of Vine and Wine. (2013). *World Vitiviniculture Situation in 2012*, retirado de http://www.linherr.ch/cmsFiles/WAL/wal_Rapports/OIV_World_Vitiviniculture_2012.pdf, em 28-07-2018.

International Organisation of Vine and Wine. (2017). World Vitiviniculture Situation in 2016. *News*, retirado de <http://www.oiv.int/en/oiv-life/oiv-2017-report-on-the-world-vitivinicultural-situation>, em 28-07-2018.

International Organisation of Vine and Wine. (2018). Conjoncture Vitivinicole Mondiale 2017. *News*, retirado de <http://www.oiv.int/en/oiv-life/global-state-of-conditions-report-developments-and-trends-april-2018>, em 05-04-2017.

International Organisation of Vine and Wine. (2018). State of the Vitiviniculture World Market, *Standards and technical documents*, retirado de <http://www.oiv.int/public/medias/5958/oiv-state-of-the-vitiviniculture-world-market-april-2018.pdf>, em 20-05-2018.

Lei n.º 119/2015 de 31 de Agosto. (2015). *Diário da República n.º 169/2015, Série I*. (Código Cooperativo). Assembleia da República. Lisboa.

Karlsson, P. (2013). The world's grape growing (vineyard) surface area 2000-2012. *BKWine Magazine. Winemaking & Viticulture*, retirado de <https://www.bkwine.com/features/winemaking-viticulture/worlds-grape-growing-vineyard-acreage/>, em 21-07-2018.

Knight, G. A. & Cavusgil S. T. (2004). "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm". *Journal of International Business Studies*, 35, 124-141.

Lombardi, P., Bianco, A. D., Freda, R., Caracciolo, F., & Cembalo, L. (2016). Development and trade competitiveness of the European wine sector: A gravity analysis of intra-EU flows. *Wine Economics and Policy*, 5, 50-59.

Mariani, A., Napoletano, F., & Pomarici, E., (2011). Small wine-importing countries: dynamic and competitive performance of suppliers. *Le Bulletin de l'OIV*, 84, 968-970.

Mariani, A., Napoletano, F., Vecchio, R. & Pomarici, E. (2014). European Wine Exports: the key role of Trade Policy. *EuroChoices* 13 (3), 46-53.

Mariani, A., Pomarici, E., & Boatto, V. (2012). The International Wine Trade: Recent trends and critical issues. *Wine Economics and Policy*, 1, 24-40.

Martins, E.; Almeida, D.; Martins, E. & Costa, P. (2010). Goodwill: uma análise dos conceitos utilizados em trabalhos científicos. *Revista Contabilidade & Finanças*, 21, 52.

Maximiniano, A. (2004). *Teoria geral da administração da revolução urbana à revolução digital*. São Paulo: Atlas.

Antão, A.; Tavares, A. & Marques, J. (2017). *Encerramento de Contas de 2017 – Formação*. Ordem dos Contabilistas Certificados (OCC).

Olins, W. (2005). *On Brand*. London: Thames & Hudson

Petinga, T. (2017). Observador. *Associação: Portugal perdeu 47 mil hectares de vinha em dez anos*, retirado de <https://observador.pt/2017/12/13/associacao-portugal-perdeu-47-mil-hectares-de-vinha-em-dez-anos/#login-popup>, em 21-07-2018.

Pinto, I. (2018). Exportações de vinho com recorde em 2017. *Diário de Notícias*, retirado de: <https://www.dn.pt/dinheiro/interior/exportacoes-de-vinho-com-recorde-em-2017-9126406.html>, em: 30-07-2018.

Pomarici, E. (2016). Recent Trends in The International Wine Market and Arising Research Questions. *Wine Economics and Policy*, 5, 1-3.

PORDATA. (2018). *Portugal*. Receitas fiscais do Estado: total e por alguns tipos de impostos, retirado de <https://www.pordata.pt/Portugal/Receitas+fiscais+do+Estado+total+e+por+alguns+tipos+de+impostos-2765>, em 09-09-2018.

Portaria n.º 208/2007, de 16 de Fevereiro. (2007). *Diário da República n.º 34/2007, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Portaria n.º 220/2015, de 24 de Julho. (2015) *Diário da República n.º 143/2015, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Portaria n.º 26/2012, de 27 de Janeiro. (2012). *Diário da República n.º 20/2012, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Portaria n.º 26/2017, de 13 de Janeiro. (2017). *Diário da República, 1.ª série — N.º 10*. Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural.

Portaria n.º 271/2014, de 23 de Dezembro. (2014). *Diário da República n.º 247/2014, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Portaria n.º 499/2007, de 30 de Abril. (2007). *Diário da República n.º 83/2007, Série I*. Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios das Finanças e da Administração Pública e da Justiça. Lisboa.

Portaria n.º 64-A/2011, de 3 de Fevereiro. (2011). *Diário da República n.º 24/2011, 1º Suplemento, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Portaria n.º 8/2008, de 3 de Janeiro. (2008). *Diário da República n.º 2/2008, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Portaria n.º 92-A/2011, de 28 de Fevereiro. (2011) *Diário da República n.º 41/2011, 1º Suplemento, Série I*. Ministério das Finanças e da Administração Pública. Lisboa.

Portaria n.º 94/2013, de 4 de Março. (2013). *Diário da República n.º 44/2013, Série I*. Ministério das Finanças. Lisboa.

Primavera. (2018). *Professional* 9, retirado de https://pt.primaverabss.com/fotos/editor2/prospeto_professionalv9_pt_13_10_2104.pdf, em 20-1-2017.

Ramberg, J. (1991). *Guia dos Incoterms 1990*. ICC Publication nº461/90. ICC Publishing SA. Paris.

Regulamento (CE) N.º 1234/2007 do Conselho de 22 de Outubro de 2007. (2007). *Jornal Oficial da União Europeia*. Luxemburgo.

Regulamento (CE) N.º 491/2009 do Conselho de 25 de Maio de 2009. (2009). *Jornal Oficial da União Europeia*. Bruxelas.

Regulamento (UE) N.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho de 17 de Dezembro de 2013. (2013). *Jornal Oficial da União Europeia*. Bruxelas.

Rennie, M. (1993), *Global Competitiveness: Born Global*, McKinsey Quarterly, 4, 45-52.

Silva, E.; Mota, C.; Queirós, M. & Pereira, A. (2016). *Finanças e Gestão de Riscos Internacionais*. 2ª Edição. Lisboa: Vida Económica.

Simões, O. (2008). Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinho. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 269-279.

Souza, K. & Takenata, E. (2015). Joint venture um arcabouço teórico sobre a estratégia entre empresas. *Colloquium Humanarum*. Presidente Prudente. 12, (1), 97-104.

Tomich, F. (2016). *Linked In*. Projeto Greenfield conheça essa tendência do mercado investidor, retirado de <https://pt.linkedin.com/pulse/projeto-greenfield-conhe%C3%A7a-essa-tend%C3%A7%C3%A2ncia-do-mercado-franklin-tomich>, em 09-09-2018.

União Europeia. (2018), Website Oficial. *A UE por temas – Agricultura*, retirado de https://europa.eu/european-union/topics/agriculture_pt, em 21-07-2018.

ViniPortugal (2018). Retirado de <https://www.viniportugal.pt/>, em 21-04-2018.

Winepedia (2018). *Sommelier Wine*, retirado de <https://winepedia.com.br/sommelier-wine/qual-a-diferenca-entre-vinho-seco-meio-seco-suave-doce/>, em 31-07-2018.

XE – The World's Trusted Currency Authority. (2018). *XE Currency Converter*, retirado de <https://www.xe.com/pt>, em 09-09-2018.

ANEXOS

Anexo 1 – Principais países produtores de uva (milhões de toneladas) ^(a) ^(b)

	Milhões de Toneladas					Produção de 2015 por Tipo de Uva		
	2012	2013	2014	2015	2016	Uvas Frescas	Uvas Secas (Passas)	Uvas de Vinho
China	10,5	11,6	12,5	13,7	14,5	83%	6%	12%
Itália	6,9	8,0	6,9	8,2	7,9	15%	0%	85%
EUA	6,8	7,8	7,1	7,3	7,1	40%	18%	42%
França	5,4	5,5	6,2	6,4	6,4	1%	0%	99%
Espanha	5,3	7,4	6,1	6,0	6,0	5%	0%	87%
Turquia	4,2	4,0	4,2	3,6	4,0	48%	50%	2%
Índia	2,2	2,5	2,6	2,6	2,6	32%	10%	58%
Irão	2,2	2,1	2,2	2,2	2,2	89%	10%	1%
Chile	2,8	2,9	2,8	3,1	2,2	32%	10%	52%
África do Sul	1,8	2,0	2,0	2,0	1,9	9%	13%	78%
Austrália	1,7	1,8	1,7	1,7	1,8	9%	13%	78%
Argentina	2,4	2,9	2,6	2,4	1,8	2%	55%	77%
Egipto	1,4	1,4	1,6	1,6	1,6	100%	0%	0%
Uzbequistão	1,2	1,3	1,4	1,4	1,3	81%	15%	3%
Alemanha	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	0%	0%	100%
Brasil	1,5	1,4	1,5	1,5	1,1	67%	0%	33%
PRODUÇÃO TOTAL	69,5	76,9	75,1	77,3	75,8	36%	8%	47%

Notas: (a) Países com uma produção superior a 1 milhão de toneladas; (b) Exclui sumos e mostos.

Fonte: *Elaboração própria com base em World Vitiviculture Situation in 2017 (OIV, 2017).*

Anexo 2 – Distribuição da produção mundial de vinho (milhões de hectolitros)⁴²

	2013	2014	2015	2016 (a)	2017 (b)	Variação entre 2016/2017	
						Volume	Percentagem
Itália	54,0	44,2	50,0	50,9	42,5	-8,4	-17%
França	42,1	46,5	47,0	45,4	36,7	-8,7	-19%
Espanha	45,3	39,5	37,7	40,0	32,1	-7,9	-20%
EUA	24,4	23,1	21,7	23,6	23,3	-0,3	-1%
Austrália	12,3	11,9	11,9	13,0	13,7	0,7	5%
Argentina	15,0	15,2	13,4	9,4	11,8	2,4	25%
China	11,8	11,6	11,5	11,4	10,8	-0,6	-5%
África do Sul	11,0	11,5	11,2	10,5	10,8	0,3	3%
Chile	12,8	9,9	12,9	10,1	9,5	-0,7	-6%
Alemanha	8,4	9,2	8,9	9,0	7,7	-1,3	-15%
Portugal	6,2	6,2	7,0	6,0	6,6	0,6	10%
Rússia	5,3	4,8	5,6	5,2	4,7	-0,5	-10%
Roménia	5,1	3,7	3,6	3,3	4,3	1,0	31%
Brasil	2,7	2,6	2,7	1,3	3,4	2,1	169%
Hungria	2,6	2,4	2,8	2,8	3,1	0,2	8%
Nova Zelândia	2,5	3,2	2,3	3,1	2,9	-0,3	-9%
Outros Países	28,5	23,5	24,8	28,0	26,1	-1,9	-7%
Produção Mundial	290,0	269,0	275,0	273,0	250,0	-24,0	9%

Notas: (a) Dados Provisórios; (b) Previsão.

Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviculture World Market, OIV (2018).*

⁴² Exclui sumos e mostos.

Anexo 3 – Distribuição do consumo mundial de vinho (milhões de hectolitros)⁴³

	2013	2014	2015	2016 (a)	2017 (b)	Variação entre 2016/2017	
						Volume	Percentagem
EUA	30,8	30,6	30,9	31,7	32,6	0,9	2,9%
França	27,8	27,5	27,3	27,1	27,0	-0,1	-0,4%
Itália	20,8	19,5	21,4	22,4	22,6	0,2	0,9%
Alemanha	20,4	20,3	19,6	20,1	20,2	0,1	0,3%
China	16,5	15,5	16,2	17,3	17,9	0,6	3,5%
Reino unido	12,7	12,6	12,7	12,9	12,7	-0,2	-1,4%
Espanha	9,8	9,9	10,0	9,9	10,3	0,3	3,1%
Argentina	10,4	9,9	10,3	9,4	8,9	-0,5	-5,2%
Rússia	10,4	9,6	9,2	9,1	8,9	-0,2	-2,5%
Austrália	5,4	5,4	5,5	5,5	5,8	0,3	4,9%
Canadá	4,9	4,7	4,9	5,0	4,9	-0,1	-1,7%
Portugal	4,2	4,3	4,8	4,6	4,5	-0,1	-2,0%
África do sul	3,7	4,0	4,3	4,4	4,5	0,1	2,4%
Roménia	4,6	4,7	4,0	3,8	4,1	0,3	8,5%
Brasil	3,5	3,2	3,3	3,1	3,3	0,2	6,0%
Chile	2,9	3,0	2,6	2,4	2,2	-0,2	-9,6%
Polónia	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	0,1	7,3%
Outros países	53,3	54,3	52,9	52,2	51,4	-0,8	-1,4%
Consumo Mundial	243	240	241	242	243	1,7	0,7%

Notas: (a) Dados Provisórios; (b) Previsão.

Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviniculture World Market, OIV (2018).*

⁴³ Exclui sumos e mostos.

Anexo 4 – Distribuição das exportações por tipo de produto em 2017

TIPO DE PRODUTO	VOLUME	VALOR
VINHO ENGARRAFADO	57%	72%
ESPUMANTE	8%	19%
VINHO A GRANEL	35%	8%

Fonte: Elaboração própria com base em State of the Vitiviculture World Market, OIV (2018).

Anexo 5 – Principais exportadores de vinho em 2016 e 2017, por volume e em valor⁴⁴

	Volume (milhões de hectolitros)		Valor (milhões de euros)	
	2016	2017	2016	2017
Espanha	24.4	22.1	2,649	2,814
Itália	20.6	21.4	5,582	5,873
França	14.4	15.4	8,263	8,989
Chile	9.1	9.8	1,668	1,741
Austrália	7.5	8.0	1,543	1,727
África do Sul	4.3	4.5	602	583
Alemanha	3.8	3.8	936	926
EUA	3.8	3.3	1,415	1,280
Portugal	2.8	3.0	723	752
Nova Zelândia	2.1	2.5	1,1017	1,054
Argentina	2.6	2.2	739	713

Fonte: *Elaboração própria com base em State of the Vitiviculture World Market (OIV, 2018).*

⁴⁴ Exclui sumos e mostos.

Anexo 6 – Principais importadores de vinho em 2016 e 2017, por volume e em valor⁴⁵

	Volume (milhões de hectolitros)		Valor (milhões de euros)	
	2016	2017	2016	2017
Alemanha	15.2	15.2	2,510	2,469
Reino Unido	13.5	13.2	3,499	3,453
EUA	11.1	11.8	5,009	5,190
França	7.6	7.6	741	812
China	6.4	7.5	2,143	2,458
Rússia	4.0	4.5	662	878
Holanda	4.0	4.4	980	1,139
Canadá	4.2	4.1	1,604	1,653
Bélgica	3.1	3.1	902	897
Japão	2.7	2.6	1,343	1,388

Fonte: Elaboração própria com base em State of the Vitiviculture World Market (OIV, 2018).

⁴⁵ Exclui sumos e mostos.

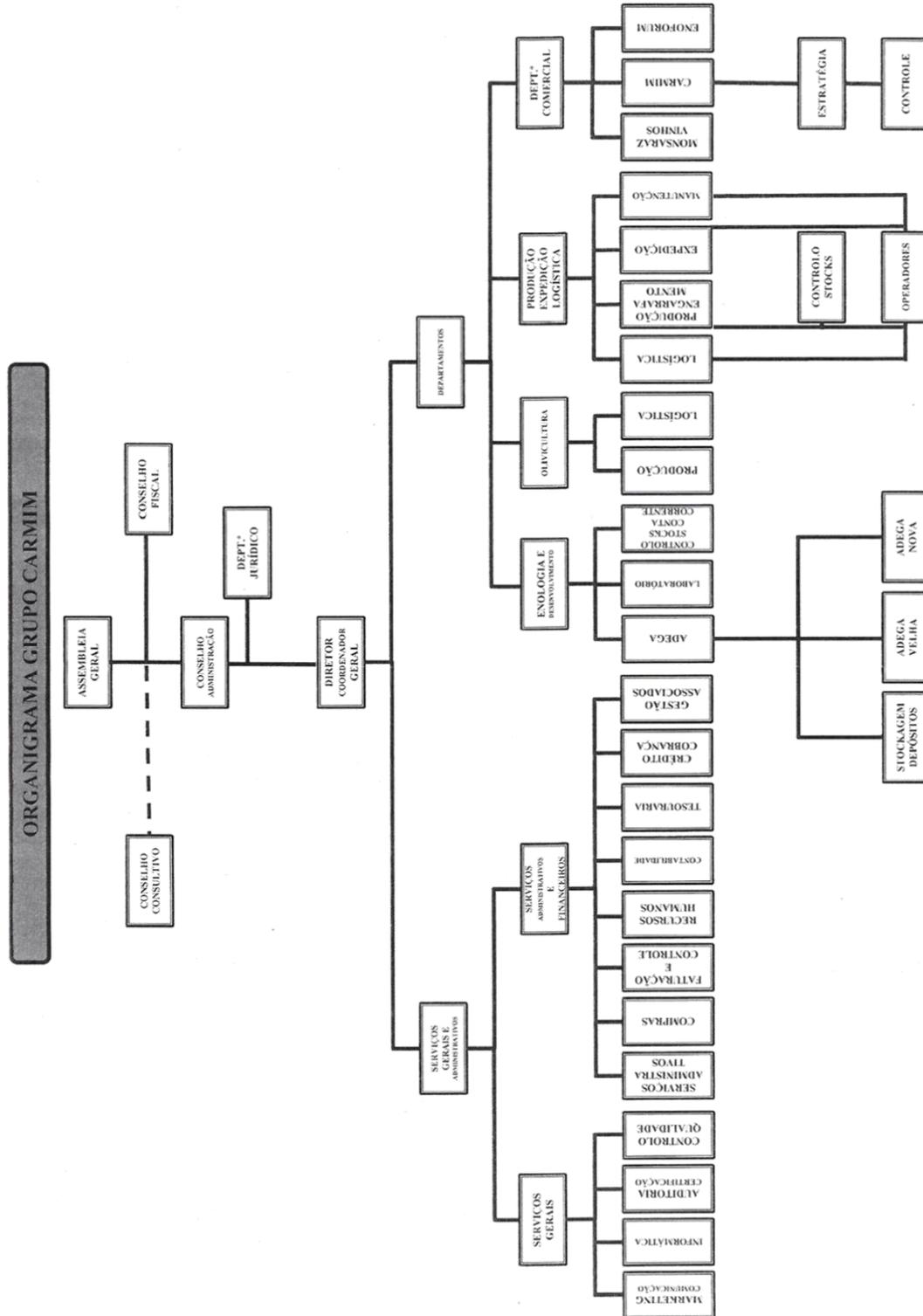
Anexo 7 – Prémios nacionais e internacionais obtidos em 2017

Concurso	Vinhos	Resultados
Challenge Int du Vin 2017	<i>Monsaraz Premium Tinto 2014</i>	Ouro
	<i>Monsaraz Reserva Tinto 2014</i>	Ouro
	<i>Garrafeira Tinto 2012</i>	Ouro
Mundus Vini 2017	<i>Monsaraz Premium Tinto 2014</i>	Ouro
	<i>Reserva dos Sócios Tinto 2012</i>	Prata
Wine Masters Challenge 2017	<i>Monsaraz Premium Tinto 2014</i>	Ouro
	<i>Monsaraz Tinto Reserva 2014</i>	Prata
	<i>Garrafeira Tinto 2012</i>	Ouro
	<i>Pátria Tinto Selection 2014</i>	Prata
	<i>Real Forte Tinto 2016</i>	Prata
	<i>Reguengos Tinto 2016</i>	Prata
	<i>Reguengos Reserva Sócios Tinto 2012</i>	Ouro
	<i>Contemporal Branco 2016</i>	Prata
	<i>Contemporal Tinto 2016</i>	Prata
	<i>Reguengos Reserva Tinto 2014</i>	Prata
<i>Terra Lenta Premium Tinto 2015</i>	Prata	
Vinalies Internationales 2017	<i>Monsaraz Reserva Tinto 2014</i>	Prata
	<i>Garrafeira Tinto 2012</i>	Prata
	<i>Reguengos Reserva Sócios Tinto 2012</i>	Ouro
Uvas de Ouro	<i>Monsaraz Branco 2016</i>	Melhor da Região
	<i>Monsaraz Tinto 2016</i>	Melhor da Região
Monde Selection 2017	<i>Pátria Selection Tinto 2014</i>	Prata
	<i>Garrafeira Tinto 2012</i>	Ouro
	<i>Reserva dos Sócios Tinto 2012</i>	Prata
	<i>Reguengos Reserva Tinto 2014</i>	Ouro
	<i>Monsaraz Premium Tinto 2014</i>	Menção Honrosa

VII Concurso de Vinhos do Alentejo – Serpa 2017	<i>Reguengos Reserva Tinto 2015</i>	Menção Honrosa
V Concurso de Vinho da Confraria Enófilos do Alentejo	<i>Reserva dos Sócios Tinto 2014</i>	Ouro
Escanções de Portugal	<i>Reguengos Reserva DOC - Tinto 2015</i>	Tambuladeira de Prata
Paixão pelo Vinho	<i>Monsaraz Premium Tinto 2014</i>	18
Vinos Premios Mezquita 2017	<i>Pátria Selection Tinto 2014</i>	Bronze
	<i>Monsaraz Reserva Tinto 201</i>	Ouro
Selezione del Sindaco	<i>Monsaraz Trincadeira/ Aragonês 2014</i>	Prata
	<i>Monsaraz Reserva Branco 2016</i>	Ouro

Fonte: Elaboração própria com base em informação cedida pelo Grupo CARMIM

Anexo 8 – Organograma do Grupo CARMIM



Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.

Anexo 9 – Habilitações literárias dos colaboradores do Grupo CARMIM

Colaborador	Escritório	Loja	Adega	Motorista	Lagar	Cereais	Enoturismo	Posto Vendas	Promotores	Feminino	Masculino	Tipo Ensino	Idade
CARMIM, C.R.L.													
1					X					X		2º Ciclo	48
2	X									X		Licenciatura	31
3			X							X		2º Ciclo	38
4			X								X	Secundário	30
5		X									X	Secundário	24
6	X									X		Secundário	27
7			X							X		Secundário	33
8			X								X	Secundário	38
9			X								X	3º Ciclo	57
10			X								X	1º Ciclo	61
11			X								X	1º Ciclo	61
12			X								X	3º Ciclo	61
13						X					X	2º Ciclo	60
14	X										X	Licenciatura	56
15			X								X	1º Ciclo	57
16			X								X	2º Ciclo	43
17	X										X	3º Ciclo	56
18			X							X		3º Ciclo	27
19					X						X	1º Ciclo	40
20	X									X		Secundário	38
21	X									X		Secundário	39
22	X									X		3º Ciclo	49
23			X								X	2º Ciclo	59
24			X							X		1º Ciclo	60
25			X							X		Licenciatura	41
26							X			X		Secundário	42
27	X										X	Secundário	37
28			X								X	2º Ciclo	38
29			X								X	Secundário	30
30		X								X		Secundário	26
31	X									X		Secundário	39
32			X								X	3º Ciclo	33
33			X								X	2º Ciclo	55
34				X							X	2º Ciclo	51
35					X					X		Bacharelato	41

36			x						x		Licenciatura	47
37			x						x		1º Ciclo	63
38			x							x	1º Ciclo	53
39			x							x	3º Ciclo	46
40			x						x		3º Ciclo	40
41			x							x	1º Ciclo	54
42			x							x	2º Ciclo	57
43	x									x	Secundário	30
44			x							x	3º Ciclo	33
45			x							x	3º Ciclo	53
46			x							x	1º Ciclo	50
47	x									x	3º Ciclo	53
48			x							x	1º Ciclo	65
49	x									x	Licenciatura	45
50	x									x	Secundário	58
51			x							x	1º Ciclo	61
52			x							x	1º Ciclo	61
53	x									x	Licenciatura	48
54	x									x	Secundário	44
55			x						x		Licenciatura	31
56			x							x	1º Ciclo	60
57			x							x	3º Ciclo	56
58			x							x	3º Ciclo	37
59							x			x	3º Ciclo	30
60			x							x	Secundário	40
61			x						x		Mestrado	48
62			x							x	1º Ciclo	61
63	x								x		Licenciatura	35
64			x							x	3º Ciclo	56
65			x						x		3º Ciclo	44
66	x								x		2º Ciclo	51
67	x								x		Secundário	46
68	x								x		3º Ciclo	47
69			x							x	3º Ciclo	52
70	x								x		Licenciatura	36
71	x								x		3º Ciclo	58
72			x						x		1º Ciclo	62
73			x						x		2º Ciclo	51
74			x						x		Secundário	56
75			x						x		3º Ciclo	42
76			x						x		3º Ciclo	54
77			x							x	Secundário	40

78							x			x	Secundário	32	
79			x							x	Secundário	40	
80								x		x	Secundário	46	
81								x		x	3º Ciclo	59	
82			x							x	Secundário	24	
83			x							x	Licenciatura	37	
84			x							x	1º Ciclo	64	
85			x							x	1º Ciclo	56	
86			x							x	3º Ciclo	22	
87						x				x	Licenciatura	25	
88			x							x	Secundário	38	
89			x							x	Licenciatura	46	
90			x							x	3º Ciclo	38	
91	x									x	Licenciatura	25	
92	x									x	3º Ciclo	56	
93			x							x	3º Ciclo	45	
94			x							x	3º Ciclo	40	
95			x							x	3º Ciclo	38	
96			x							x	2º Ciclo	40	
97	x									x	Secundário	35	
98	x									x	Licenciatura	36	
99			x							x	Secundário	33	
100			x							x	Licenciatura	40	
101			x							x	3º Ciclo	31	
MONSARAZ VINHOS, S.A.													
102				x							x	3º ciclo	49
103										x	x	Secundário	53
104	x										x	3º ciclo	52
105										x	x	3º ciclo	50
106				x							x	3º ciclo	35
107	x										x	Secundário	46
108										x	x	3º ciclo	41
109				x							x	3º ciclo	54
110										x	x	Secundário	41
111	x										x	Mestrado	39
112										x	x	3º ciclo	39
113				x							x	3º ciclo	53
114										x	x	Secundário	40
115										x	x	Secundário	39
116										x	x	Secundário	42
117	x										x	Licenciatura	41

118	x										x	Secundário	58
119	x										x	Mestrado	36
120									x		x	Secundário	62
ENOFORUM, S.A.													
121	x										x	Licenciatura	41
122	x										x	Secundário	49
123	x										x	Secundário	58
124									x		x	Secundário	46
TOTAL	34	3	62	5	4	1	1	2	12	48	76	-	-

	CARMIM, CRL	MONSARAZ VINHOS, SA	ENOFORUM, SA	Total
1º Ciclo	17	-	-	17
2º Ciclo	12	-	-	12
3º Ciclo	29	8	-	37
Ensino Secundário	26	8	3	37
Bacharelato	1	-	-	1
Licenciatura	15	1	1	17
Mestrado	1	2	-	3
	101	19	4	124

Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.

Anexo 10 – Demonstração de Resultados (modelo reduzido)

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (Modelo Reduzido)

	2017	2016	2015
RENDIMENTOS E GASTOS			
Vendas e Serviços Prestados	24.244.077,29	28.595.617,59	27.430.505,95
Subsídios à Exploração	167.358,08	21.976,05	14.553,69
Ganhos/Perdas Imputados de Subsidiárias			-160.231,30
Variação nos Inventários da Produção	5.330.012,41	4.348.332,53	5.125.160,42
Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	-18.898.954,84	-21.579.157,70	-21.149.830,92
Fornecimentos e Serviços Externos	-6.087.401,13	-6.372.975,64	-5.920.153,50
Gastos com o Pessoal	-2.810.212,26	-2.720.350,25	-2.631.447,43
Imparidade de Inventários (Perdas/Reversões)	-17.473,45		
Imparidade de Dívidas a Receber (Perdas/Reversões)	-20.940,39	-36.218,21	-175.618,03
Outros Rendimentos	404.890,46	523.156,75	396.927,04
Outros Gastos	-843.092,61	-1.010.841,67	-951.241,39
Resultado Antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos	1.468.263,56	1.769.539,45	1.978.624,53
Gastos de Depreciação e Amortização	-1.167.366,17	-1.085.854,58	-1.069.273,14
Resultado Operacional (Antes de Gastos de Financiamento e Impostos)	300.897,39	683.684,87	909.351,39
Juros e Gastos Similares Suportados	-281.653,01	-347.748,17	-508.305,29
Resultado Antes de Impostos	19.244,38	335.936,70	401.046,10
Imposto Sobre o Rendimento	-18.059,53	-47.245,99	47.299,24
Resultado Líquido do Período	1.184,85	288.690,71	448.345,34

Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.

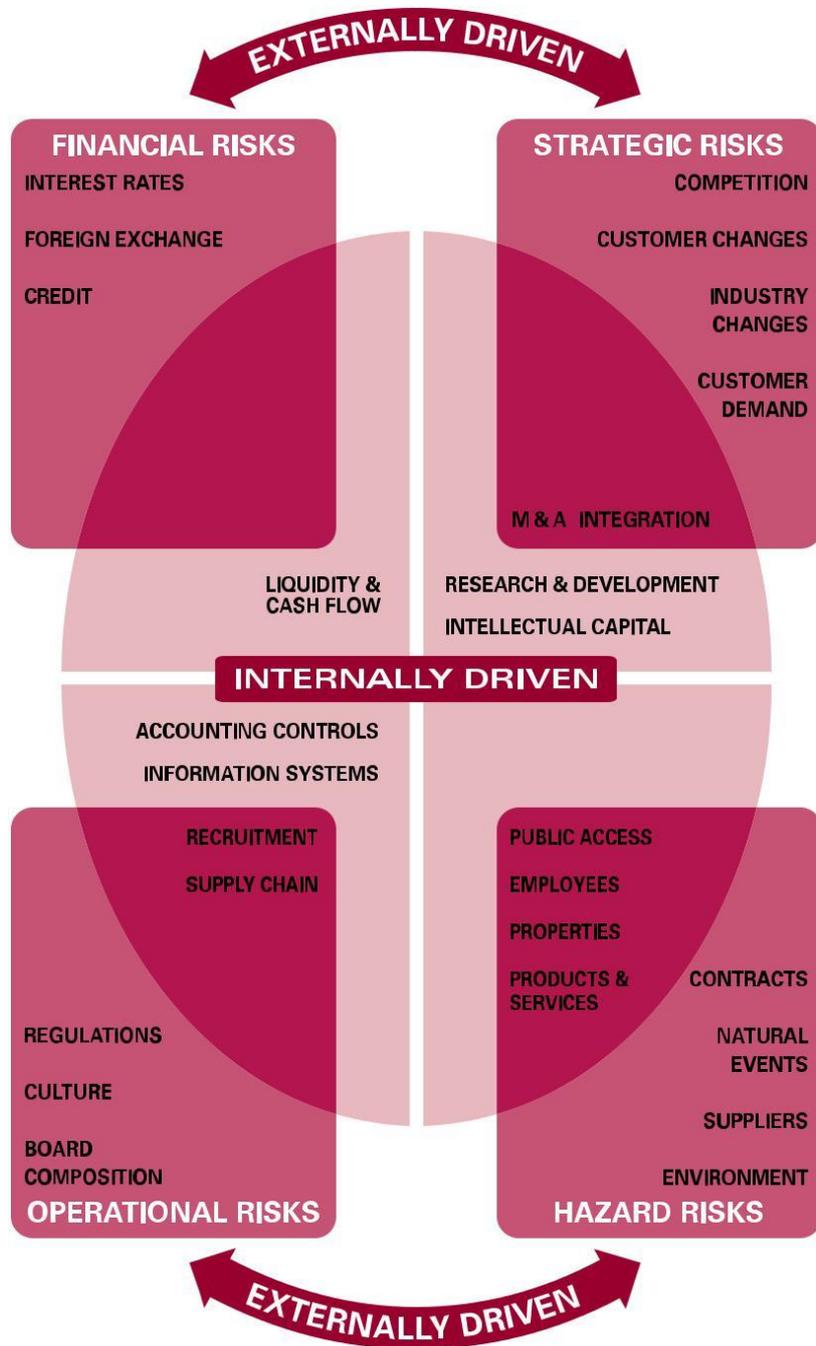
Anexo 11 – Balanço Contabilístico Consolidado (modelo reduzido)

BALANÇO (Modelo Reduzido)
a 31/12/2017; 31/12/2016; 31/12/2015

	2017	2016	2015
ATIVO			
Ativo Não Corrente			
Ativos Fixos Tangíveis	14.039.009,05	14.300.116,80	14.955.007,51
Ativos Intangíveis	1.028.303,94	1.242.506,61	1.073.111,14
Outros Ativos Financeiros	60.096,84	57.895,39	70.282,72
Ativos p/ Impostos Diferidos	30.627,75	38.427,75	70.425,91
Total Ativo Não Corrente	15.158.037,58	15.638.946,55	16.168.827,28
Ativo Corrente			
Inventários	11.166.037,89	10.421.527,15	10.921.198,61
Clientes	4.442.276,97	4.536.492,31	5.790.837,05
Estado e Outros Entes Públicos	540.128,88	716.572,28	518.038,02
Capital Subscrito e Não Realizado	385.353,20	335.002,36	435.032,10
Outros Créditos a Receber	1.118.298,00	563.134,51	689.617,25
Diferimentos	129.307,65	159.323,09	154.835,83
Ativos não correntes detidos para venda			127.611,49
Caixa e Depósitos Bancários	495.174,70	530.525,63	485.145,30
Total Ativo Corrente	18.276.577,29	17.262.577,33	19.122.315,65
TOTAL DO ATIVO	33.434.614,87	32.901.523,88	35.291.142,93
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO			
Capital Subscrito	4.073.250,00	3.947.725,00	3.903.325,00
Reservas Legais	10.971.894,95	10.673.445,90	10.032.953,63
Resultados Transitados	-3.794.921,59	-3.719.288,45	-3.719.288,45
Ajustamentos/Outras variações no Capital Próprio	2.895.704,58	3.105.244,80	3.327.654,98
Resultado Líquido do Período	1.184,85	288.690,71	448.345,34
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	14.147.112,79	14.295.817,96	13.992.990,50
PASSIVO			
Passivo Não Corrente			
Financiamentos Obtidos	2.335.249,51	2.782.888,71	1.705.882,44
Total Passivo Não Corrente	2.335.249,51	2.782.888,71	1.705.882,44
Passivo Corrente			
Fornecedores c/ Corrente	1.128.013,94	1.239.848,73	1.171.943,24
Estado e Outros Entes Públicos	117.949,11	128.379,70	105.331,00
Financiamentos Obtidos	7.276.009,82	4.732.299,04	9.207.279,77
Outras Contas a Pagar	8.293.172,62	9.553.593,31	8.944.089,54
Diferimentos	137.107,08	168.696,43	163.626,44
Total Passivo Corrente	16.952.252,57	15.822.817,21	19.592.269,99
TOTAL DO PASSIVO	19.287.502,08	18.605.705,92	21.298.152,43
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	33.434.614,87	32.901.523,88	35.291.142,93

Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.

Anexo 12 – Fluxograma Grama de IRM (2002)



Fonte: IRM (2002).

Anexo 13 – Exemplo de documento VFA e VGR

CARMIM, CRL
Contribuinte N.º: 500912629

Pág. 1/1

RUA PROFESSOR MOTA PINTO, APARTADO 3
REGUENGOS DE MONSARAZ
7200-412 REGUENGOS DE MONSARAZ
Telef. 266 508200 Fax. 266 508280

Capital Social 3.871.150,00 EUR
Cons. Reg. Com. ReguengosdeMonsaraz
Matricula N.º Registonº.11doLivroJ-1
info@carmim.eu
www.carmim.eu

Exmo.(s) Sr.(s)

Original

V/ Factura VFA A/4515

N.º Contrib.	Requisição	Moeda	Câmbio	Data			
		EUR	1,00	2018-01-22			
Desc.	Desc. Fin.	Vencimento	Condição Pagamento	N.º Doc. Externo			
0,00	0,00	2018-04-22	Factura a 90 dias	FT18/45			
Artigo	Descrição	Qtd.	Un.	Pr. Unitário	Desc.	IVA	Total Líquido
EC090183	VGR A/N.º3585 de 22-01-2018 Cx 5L BIB Olaria Regional Tinto AM		UN		0,00	23,00	

Documento Processado por Computador / VFA A/4515 / © PRIMAVERA BSS /

Quadro Resumo do IVA				
Taxa	Incidência	Total IVA	Motivo Isenção	
23,00				Mercadoria/Serviços 23,00
				Descontos Comerciais 0,00
				Desconto Financeiro 0,00
				Portes 0,00
				Outros Serviços 0,00
				Despesas Adicionais 0,00
				Diferenças de Cálculo 0,00
				Adiantamentos 0,00
				IEC 0,00
				IVA 0,00
				Acerto 0,00
Carga				
V/ Morada - 2018-01-30 / 11:57				
Descarga				
N/ Morada				
RUA PROFESSOR MOTA PINTO, APARTADO 3				
REGUENGOS DE MONSARAZ				
7200-412 REGUENGOS DE MONSARAZ				
Portugal (Évora)				
Portugal				
				Total(EUR)

CARMIM, CRL
Contribuinte N.º: 500912629

Pág. 1/1

RUA PROFESSOR MOTA PINTO, APARTADO 3
REGUENGOS DE MONSARAZ
7200-412 REGUENGOS DE MONSARAZ
Telef. 266 508200 Fax. 266 508280

Capital Social 3.871.150,00 EUR
Cons. Reg. Com. ReguengosdeMonsaraz
Matricula N.º Registonº.11doLivroJ-1
info@carmim.eu
www.carmim.eu

Exmo.(s) Sr.(s)

Original

V/ Guia Remessa VGR A/3585

N.º Contrib.	Requisição	Moeda	Câmbio	Data			
501874887		EUR	1,00	2018-01-22			
Desc.	Desc. Fin.	Vencimento	Condição Pagamento	N.º Doc. Externo			
0,00	0,00	2018-04-22	Factura a 90 dias	18/54			
Artigo	Descrição	Qtd.	Un.	Pr. Unitário	Desc.	IVA	Total Líquido
EC090183	ECF A/N.º2662 de 16-01-2018 Cx 5L BIB Olaria Regional Tinto AM		UN		0,00	23,00	

Este documento não serve de fatura
Documento Processado por Computador / VGR A/3585 / © PRIMAVERA BSS /

Quadro Resumo do IVA				Mercadoria/Serviços	
Taxa	Incidência	Total IVA	Motivo Isenção		
23,00				Descontos Comerciais	0,00
				Desconto Financeiro	0,00
				Portes	0,00
				Outros Serviços	0,00
				Despesas Adicionais	0,00
				Diferenças de Cálculo	0,00
				Adiantamentos	0,00
				IEC	0,00
				IVA	
				Acerto	0,00
Carga	Descarga			Total(EUR)	
V/ Morada - 2018-01-23 / 15:51	N/ Morada RUA PROFESSOR MOTA PINTO, APARTADO 3 REGUENGOS DE MONSARAZ 7200-412 REGUENGOS DE MONSARAZ Portugal (Évora)				
Portugal					

Fonte: Grupo CARMIM.

Anexo 14 – Registo do IVA em Excel

Compras / Bens e Serviços / Regularizações ...												
Data	Nº Doc	NºContab.	Doc.	VFA	Taxa Reduzida		Taxa Intermédia		Taxa Normal		Totais	
					Valor Incidência	6%	Valor Incidência	13%	Valor Incidência	23%		
01-12-2016	FC P 2016/001931		Fatura	3026	10	0,60	0,00	0,00	10	2,30	22,90 €	
02-12-2016	FT 16001/002712		Nota de Débito	2907		0,00	15,00	1,95		0,00	16,95 €	
02-12-2016	4000158620		Nota de Crédito	2884		0,00	0,00	0,00	20	4,60	24,60 €	
			...									

Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.

Anexo 15 – Registo de juros e amortizações de empréstimos concedidos

BANCOS	Juros %	Valor €	Capital amortizado	Amortizar em 2017	Amortizar a Médio e longo Prazo	Capital em dívida a 01-01-2017	Prestação a amortizar	Periodos das prestações
Banco A								
Banco B								
Banco C								
...								

Dados Contratuais						
Disponível	Taxa c/ comiss.	Data de início	Prazo	Carência (Meses)	Amortização	Comissões - diversas
					Exemplo: Euribor 3 meses	
					Exemplo: Euribor 6 meses	
					Exemplo: Euribor 12 meses	

Fonte: Elaboração própria, com base em informação disponível pelo Grupo CARMIM.