



Tanoaria JM Gonçalves

DO BOSQUE À ADEGA PERCURSO SEMPRE CONTROLADO!

A ideia não o largava. Voltar a Portugal e, com tudo o que sabia, criar a sua própria empresa, a sua própria tanoaria. O sonho estava longe em distância (de França a Portugal, naquela altura, a viagem ainda era longa) mas suficientemente perto em conhecimento.

Por JOSÉ CRESPO DE CARVALHO*

O que vira e o que aprendera a fazer nas mais prestigiadas tanoarias francesas, como a Demptos e a Taransaud, eram saberes que lhe poderiam valer a independência e a concretização do sonho em Portugal. Porque não sonhar? Se desejava, como todo o bom português deseja, voltar ao seu Portugal, porque não sonhar em trazer para o seu país toda a erudição, em forma de negócio, das mais modernas tanoarias internacionais?

Porque não aliar a tradição e as novas tecnologias na sua terra natal, Paçoulo, Distrito de Bragança? Que tinham os outros de tão diferente que pudessem fazer das suas empresas verdadeiros emblemas a nível nacional e internacional que José Maria não tivesse já guardado dentro de si?

Por esses dias, José Maria trabalhava de dia e, à noite, desenhava o que via e tudo aquilo com que sonhava. Desenvolvia os seus apontamentos e

no seu caderno nasciam, paulatinamente, desenhos e rabiscos vários sobre o que fazer, como fazer, os muitos quesitos da arte e aquelas que seriam as receitas do sucesso, as formas de trabalhar, os projectos e as tecnologias onde investir e a alma que lhes devia dispensar. Nada era deixado ao acaso, nem mesmo a sua opinião pessoal sobre o que todos os dias ia vendo e ajudando a construir. No seu caderno ia escrevendo, dia após dia, o seu futuro. E o futuro começava a ganhar cada vez mais forma quando, em 1973, regressa a Portugal depois de 12 anos de emigração. Foi a partir de então que tudo começou a ganhar forma. Pensar o projecto, ultrapassar as barreiras da interioridade, criar e educar os filhos e prepará-los para fazerem uma pequena grande empresa nacional e internacional.

A Tanoaria J. M. Gonçalves nasce, formalmente, apenas em 2001 e já pela mão dos 6 filhos de José Maria, entretanto criados e preparados para agarrarem profissionalmente o projecto com que sempre sonhara. A verdade, porém, é a de que a empresa tinha nascido muitas décadas antes, determinada pelo sonho e pela ambição de um homem que se dedicou aos esmeros e às artes de ser tanoeiro.

A Tanoaria J.M.GONÇALVES é hoje uma empresa activa e pioneira no desenvolvimento da tanoaria em Portugal, combinando tradição e tecnologia de ponta e colaborando, no sentido de estruturar a sua continuidade e o seu futuro, com as mais distintas instituições de ensino superior e investigação nas áreas, lato senso, da enologia.

Da informalidade do negócio de José Maria, em Portugal desde 1973, à sua formalização como empresa moderna, virada e preparada para o futuro, em 2001, a tanoaria soube evoluir ao ponto de ser considerada como a mais prestigiada em Portugal, conquistando o mercado dos vinhos nacionais de alta qualidade e cabendo-lhe uma importante quota-parte nos mais famosos e galardoados vinhos portugueses e muitos externos, nomeadamente grandes reservas como o Barca Velha, o Marquês de Borba, o Reguengos, o

A TANOARIA J. M. GONÇALVES
É ACTUALMENTE UMA EMPRESA
INTERNACIONAL, TRABALHANDO
PARA NOMES MUNDIAIS, COMO EM
ESPAÑA E NOS ESTADOS UNIDOS



Porca de Murça, o Tapada dos Coelhoos ou o Quinta dos Roques, entre tantos outros. Exemplos que, por si sós, chegam para dar corpo e expressão, pelos seus sabores, à arte da tanoaria que os preserva, amadurece e lhes confere uma complexidade e idiossincrasia aromática tão nobre quanto as nobres madeiras e processos construtivos das barricas da J. M. Gonçalves - Tanoaria.

A Tanoaria J. M. Gonçalves é hoje uma empresa internacional, trabalhando para grandes nomes mundiais, dos quais se destacam, em Espanha, Vega Sicilia, Protos, Real Sítio ou Hacienda Monasterio e, nos Estados Unidos da América, Chateau de Gallo, Quintessa ou Francis Ford Copola.

Para além disso desenvolve-se e adapta-se constan-

temente, apostando fortemente na sua certificação, na qualidade e actualmente na segurança alimentar.

O segredo do sucesso conseguido reside no desenvolvimento de um know-how muito próprios, no rigor do fabrico, numa qualidade permanentemente controlada e no desenvolvimento sistemático através de processos certificados internacionalmente, conquistando, desta forma, o estatuto de líder nacional do sector.

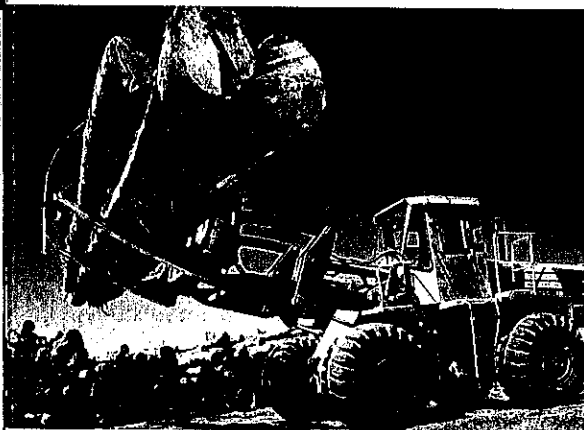
RECURSOS HUMANOS

Ao longo dos anos a J. M. Gonçalves tem aumentado o seu capital humano, empregando actualmente cerca de 40 colaboradores, 18 dos quais estão associados ao processo produtivo de fabrico de barricas e, os restantes, à comercialização, gestão e administração da empresa.

Os recursos humanos são caracterizados, paradoxalmente e em contra-ponto a um mundo construído sob a égide da especialidade, pela polivalência e pelo conhecimento e domínio de uma multiplicidade de funções, conhecendo todo o processo produtivo da empresa.

Não só pela certificação ISO 9001, mas também pela contínua revisão dos processos, a J. M. Gonçalves pode apresentar-se, hoje, como uma empresa orientada a processos e procedimentos convenientemente organizados e estruturados. Desta forma, a gestão dos recursos humanos assume um papel particular uma vez que, para além do normal levantamento das necessidades, da elaboração e manutenção de um plano de formação contínuo, do desenvolvimento dos vários descritivos funcionais, da avaliação de desempenho e do recrutamento e selecção dos colabo-

SEGREDO DO SUCESSO Desenvolvimento de um know-how muito próprio, como no rigor do fabrico



PARCERIAS, INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO

A empresa tem vindo a colaborar com diferentes Instituições de Ensino e Investigação nas áreas da enologia, entre as quais se referem a Estação Vitivinícola Nacional, o Instituto Superior de Agronomia, a Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica Portuguesa e, igualmente, com a UTAD - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, disponibilizando colaboradores da empresa para leccionação de temas relacionados com a madeira na enologia.

No caso da parceria com a Estação Vitivinícola Nacional tem-se verificado a existência de projectos e trabalhos em conjunto, como é o caso do PAMAF 2052 e, também, a existência de um parque de secagem experimental entre as duas entidades.

A empresa coopera ainda com algumas Instituições da vizinha Espanha, designadamente o Consejo Regulador da Ribera del Duero e de França como o ICV Montpellier. A cooperação tem-se estendido ao State Education and Research Center for Viticulture and Horticulture - Weinstrasse - Alemanha.

Mais recentemente a empresa tem vindo a trabalhar com laboratórios para análises internas como o CETCOR (Centro Tecnológico da Cortiça) e também com o CR da Rieja (Espanha).

As parcerias têm-se também estendido à administração de cursos de formação em parceria com centros de formação, como o centro de Formação Profissional de Bragança, onde decorreu, por exemplo e em 2006, um curso intensivo de formação de tanoeiros. Em paralelo, a parceria com o NERBA - Núcleo Empresarial da Região de Bragança - tem dado diversos frutos quer formativos quer na área de implementação da ISO 20.000.

Para além destes organismos a empresa tem estabelecido algumas parcerias com clientes nacionais, e não só, para testar novas tecnologias de tanoaria. A título de exemplo refere-se a Quinta da Avelada, a Quinta da Cortezia e os Vinhos Sogrape. A empresa de consultoria em enologia, Schneider Denologie, da Alemanha, tem vindo, igualmente, a colaborar com a empresa em alguns trabalhos de desenvolvimento tecnológico.

radores apresenta esta particularidade da polivalência, i.e., faz com que as suas pessoas sejam capazes de abarcarem e conhecerem o negócio, como um todo, tornando-se interessadas e capazes de intervir, conjuntamente, na melhoria dos vários processos e do negócio como um todo.

INSTALAÇÕES & EQUIPAMENTOS

A evolução da empresa foi também marcada pela aquisição de novas instalações e equipamentos. As novas instalações permitiram aumentar a capacidade de produção, tanto no que respeita ao número de barricas produzidas como no que se refere ao encurtamento dos prazos de entrega das encomendas, a par com um considerável alargamento do parque de secagem, já hoje bastante considerável em capacidade e que, para além de assegurar diversidade e quantidade de pipos, contribui de forma clara para estancar a tendencial invasão do mercado nacional por barricas de origens externas.

O projecto das novas instalações contemplou, ainda, para além da construção da unidade de tanoaria com tecnologia avançada, na qual muitas das tarefas foram automatizadas, a construção de uma unidade de serração de madeira de tanoaria, a única existente em Portugal, em que as madeiras de carvalho são expostas a métodos de fendimento. Ambas as unidades estão hoje equipadas com sistemas de informação de gestão e de produção e permitem a rastreabilidade dos produtos de A a Z, i.e., da floresta até ao cliente final.

Foi ainda, e paralelamente, criada uma terceira unidade de fabricação de produtos enológicos derivados da madeira de carvalho nos quais se destacam os taninos de fermentação e as aparas expostas a procedimentos térmicos com diferentes tipos de tratamento consoante os distintos fins enológicos. Alguns destes produtos são absolutamente únicos no mercado. Nesta unidade existe um laboratório experimental no sentido de testar e melhorar novos produtos antes de serem lançados no mercado. Muitas das experiências



OS SEUS PRODUTOS, ACOMPANHADO DE UMA GARANTIA DE 24 MESES DE SECAGEM NATURAL DA MADEIRA UTILIZADA NA CONSTRUÇÃO MESMOS, TEM TORNADO OS PRODUTOS DA J. M. GONÇALVES VERDADEÍROS ÍCONES DE MERCADO, PARALELAMENTE COM A COOPERAÇÃO E O TRABALHO DIRECTO COM OS ENÓLOGOS

a estes níveis têm sido feitas em parceria com clientes, outros laboratórios nacionais e estrangeiros e a participação do know-how enológico universitário.

IMAGEM & MARKETING

O aproveitamento da qualidade das instalações fabricadas na associação aos produtos tem permitido que a empresa, ao tirar partido dela, possa associá-la a uma nova imagem diligenciada junto do mercado, assente em eixos dominados pela excelente qualidade de construção dos produtos, pela estética e acabamento das barricas e pela possibilidade dada, enfim, à personalização de todo o seu trabalho de tanoaria.

A conquista de novos mercados muito se fica a dever a estudos de mercado aprofundados e a boas e proveitosas cooperações estabelecidas no contexto da área comercial.

Para além dos mercados europeus a empresa, como foi dito, está presente em alguns países produtores de vinho, como os Estados Unidos da América. Não obstante, a África do Sul, a Nova Zelândia, a Argentina

e Austrália já fazem parte do portefólio de mercados que a empresa trabalha, entre vários outros.

O investimento na gravação de barricas a laser, com a simbologia, logótipo, designações e assinaturas dos clientes tem sido uma das bandeiras da customização dos produtos aos mercados. Adicionalmente, a gravação paralela do logótipo da Bureau Veritas (explorando a dimensão certificação de qualidade) nos seus produtos, acompanhado de uma garantia de 24 meses de secagem natural da madeira utilizada na construção mesmos, tem tornado os produtos da J. M. Gonçalves verdadeiros ícones de mercado. Paralelamente, a cooperação e o trabalho directo com os enólogos, de modo a permitir adaptar a qualidade de cada barrica ao tipo de vinho que a mesma vai armazenar tem trazido, igualmente, possibilidades acrescidas de customização. Se a isto somarmos a Bureau Veritas Inspeccion teremos os trunfos necessários para alavancar a imagem e caucionar a qualidade da secagem das madeiras dos produtos junto dos seus clientes. Finalmente, e a este nível, a documentação



CUSTOMIZAÇÃO DOS PRODUTOS
Investimento na gravação de barricas a laser

que acompanha as barricas tem sido também alvo de novos designs e utilização de cores tipo, reforçada uma reconfiguração geral dos panfletos e catálogo, feita no decurso dos anos de 2006 e 2007, e que deu a que a empresa se permitisse subir a patama de imagem mais sofisticados.

Em 2002 a J. M. Gonçalves criou o seu sítio na Internet, onde faz a divulgação dos seus produtos, com fotos e localização e onde, adicionalmente, apresenta algumas informações aos seus clientes, expondo os preços e actualizando periodicamente a informação nele incluído.

Adquiriu, igualmente, um stand personalizado para participação em feiras e certames, assim como alguns ornamentos para o mesmo. Desenvolveu apresentações com vídeo-projectão no sentido de as apresentar nos certames em que participa e nas acções de formação aos clientes, realizadas na própria empresa.

Com a modernização, em curso desde 2006, a empresa tem vindo a procurar, simultaneamente, realizar eventos nas suas próprias instalações, mais uma tirando partido delas, para o que convida palestrantes de renome internacional, realiza provas técnicas de vinho dos seus clientes e mostra vários dos ensaios realizados aos seus produtos.

A empresa tem sido noticiada em todos os canais de televisão portuguesa (SIC, RTP, TVI) e em vários meios de comunicação sectorial (Revista de Vinho, Néctar, Enovitis, Viticultura y Enología, entre outros) e em meios mais generalistas, como a Revista Exa ou o Jornal de Notícias.

NOVAS MARCAS & PRODUTOS

O investimento tem dado os seus resultados pelo que tecnologia, os esforços na área da qualidade, as parcerias, as ligações externas e os eventos, as cooperações com outras empresas e clientes, têm vindo a permitir que a empresa tenha vindo a subir, paulatinamente, na sua cadeia de valor. Isso mesmo reflecte-se em novas marcas e em novos produtos criados e que devem ser somados ao já vasto portefólio da J. M. Gonçalves.

Assim, a aquisição, criação, desenvolvimento e divulgação de novas marcas e produtos, nomeadamente, novas barricas e novos materiais de construção, tem sido uma prática constante e tem permitido à empresa ir mais e mais longe. No esteio a esta expressão do desenvolvimento podem encontrar-se exemplos interessantes e de sucesso como o lançamento, por exemplo, do tanino de fermentação oak blend, único no mercado enológico, e a Alma de Roble, um produto específico para vinhos do Sul de Espanha. ■

JOSÉ CRESPO DE CARVALHO, PROFESSOR CATEDRÁTICO - ISCTE IUL - INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

AS NOVAS INSTALAÇÕES DA EMPRESA PERMITIRAM AUMENTAR A CAPACIDADE DE PRODUÇÃO (NAS BARRICAS PRODUZIDAS E ENTREGA DE ENCOMENDAS MAIS CÉLERES)