vinetur

PATUÁ lanza en el Algarve un rosado de solo 2.000 botellas

La bodega portuguesa refuerza su apuesta por vinos de edición limitada y venta selectiva online y en restauración

martes 30 de junio de 2026



La bodega portuguesa PATUÁ ha puesto a la venta este mes de junio un ɭnɲ vino rosado de edición limitada elaborado en São Bartolomeu de Messines, en el Algarve. La firma, que trabaja con un viñedo de una hectárea, ha lanzado unas 2.000 botellas de PATUÁ Tête de Cuvée Rosé 2025, un vino que se comercializará por internet y en algunos restaurantes de Lisboa y del Algarve.

El anuncio lo ha realizado la propia propiedad a través de una nota en la que explica que se trata de su nuevo rosado exclusivo. El proyecto está dirigido por Joana Guerreiro, propietaria de la finca, que heredó la explotación familiar en 2022 y puso en marcha una nueva etapa para esta casa vitivinícola del sur de Portugal.

Según la información facilitada por la empresa, el vino procede de una vendimia manual realizada al amanecer. La elaboración se ha hecho con el método Tête de Cuvée, que consiste en emplear solo el mosto obtenido en el primer prensado suave de la uva. Después, el vino fermentó en barricas de roble francés y permaneció seis meses sobre lías finas antes de salir al mercado.

PATUÁ describe este rosado como un vino de color pálido, con notas cítricas y de granada, pensado para el consumo en verano. La bodega vincula su perfil a la ubicación del viñedo en el sur de Europa y a la influencia marina del Algarve, elementos que, según la empresa, aportan frescura y un matiz salino al conjunto.

La imagen del producto también busca reforzar esa relación con el territorio. La etiqueta tiene forma de canto rodado de playa, una referencia directa a la costa sur del Algarve. Con ello, la marca intenta asociar el vino a un paisaje concreto y a una idea de consumo ligada al verano y al litoral.

Joana Guerreiro ha explicado en la nota difundida por PATUÁ que el objetivo es elaborar grandes vinos a pequeña escala desde este viñedo boutique de una hectárea. La producción limitada forma parte del planteamiento comercial de la casa, centrado en series cortas y en una distribución selectiva.

Junto al rosado, la bodega ha anunciado además la salida al mercado de dos pequeñas partidas de tintos. Se trata de un tinto Early Harvest 2025 y un Red French Barrique Aged 2022, con unas 1.000 botellas de cada referencia. Con estas tres etiquetas, PATUÁ configura por ahora un catálogo reducido que gira en torno a volúmenes bajos y a una identidad propia muy marcada.

La historia reciente del proyecto comienza en 2022, cuando Guerreiro heredó la finca de su padre. Aunque la propiedad lleva cinco generaciones en manos de la misma familia, la empresa sitúa en ese momento el inicio de su etapa actual. La propietaria

decidió entonces regresar al Algarve e impulsar una renovación del lugar para desarrollar una propuesta centrada en vinos de gama alta y producciones limitadas.

La finca se encuentra en São Bartolomeu de Messines, al noroeste de Faro. Desde allí, PATUÁ quiere ampliar su actividad más allá del vino. La empresa prevé abrir más adelante este año un alojamiento para visitantes bajo el nombre PATUÁ Wine Farmhouse. El establecimiento ocupará antiguas casas de la propiedad y contará con 14 habitaciones, entre ellas dos molinos restaurados.

La futura apertura incluirá también visitas a la finca y actividades ligadas al vino para quienes quieran conocer las elaboraciones y recorrer el viñedo. Con este paso, la propiedad entra también en el terreno del enoturismo, una línea cada vez más presente entre pequeñas bodegas que buscan diversificar ingresos y reforzar su relación directa con el consumidor.

El lanzamiento del rosado llega en un momento en el que varias zonas del sur de Portugal intentan ganar presencia con vinos propios y proyectos pequeños orientados a segmentos concretos del mercado. En este caso, PATUÁ apuesta por una producción corta, venta selectiva y una narrativa vinculada al paisaje del Algarve como elementos para diferenciarse dentro del sector.

Por ahora, la disponibilidad será reducida. Las 2.000 botellas del rosado y las partidas limitadas de tinto marcan una primera fase comercial basada en escasez controlada y presencia restringida en restauración y venta online. La evolución del proyecto dependerá también de la acogida que tenga esta primera salida al mercado y del desarrollo paralelo del alojamiento previsto en la finca.