

ENOTURISMO NO PORTO (PORTUGAL): CONTEXTO CONTEMPORÂNEO E PERSPECTIVAS FUTURAS

WINE TOURISM IN PORTO (PORTUGAL): CONTEMPORARY CONTEXT AND FUTURE PERSPECTIVES

Gabrielle Zitei Verissimo da Silva; Isabela Campos da Silva.

Artigo apresentado como requisito parcial para conclusão do Curso Superior de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus Cubatão. Orientador: Prof. Dr. Aristides Faria Lopes dos Santos.

Resumo

Nesta investigação, o Enoturismo é compreendido como vetor para o desenvolvimento da Área Metropolitana do Porto, em Portugal. Buscou-se responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais elementos são capazes de influenciar o desenvolvimento do Enoturismo no Porto? Para tanto, realizou-se estudo de caso único com o objetivo geral de identificar a influência de elementos capazes de contribuir para o desenvolvimento do Enoturismo no Porto. O objeto de pesquisa adotado foi o segmento turístico do Enoturismo no contexto do Porto, na atualidade. A investigação possui natureza descritiva com a abordagem de tratamento de dados qualitativa. Enquanto técnicas de coleta de dados, foram empregadas a pesquisa bibliográfica (assistemática) e a pesquisa documental. Entre os resultados, destacam-se roteiros de curta duração, com oferta integrada (positivo), potencial para implantação de exposições ou museus nas propriedades (neutro) e a carência de um sistema de reservas *online* (negativos).

Palavras-chave: Turismo; Segmentação de mercado; Enoturismo; Desenvolvimento regional; Porto (Portugal).

Abstract

In this investigation, Wine Tourism is understood as a vector for the development of the Porto Metropolitan Area, in Portugal. We sought to answer the following research problem: What elements can influence the development of Wine Tourism in Porto? To this end, a single case study was carried out with the general objective of identifying the influence of elements capable of contributing to the development of Wine Tourism in Porto. The research object adopted was the tourism segment of Wine Tourism in the context of Porto, today. The investigation has a descriptive nature with a qualitative data processing approach. As data collection techniques, bibliographical research (unsystematic) and documentary research were used. Among the results, short-term itineraries stand out, with an integrated offer (positive), potential for implementing exhibitions or museums on properties (neutral) and the lack of an online reservation system (negative).

Key Words: Tourism; Market segmentation; Wine tourism; Regional development; Porto (Portugal).

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte da premissa de que a Europa é o principal destino turístico mundial. Verifica-se que o continente é formado por diversos países relativamente pequenos, que os fluxos intra regionais caracterizam majoritariamente a demanda turística europeia e que os deslocamentos entre os países vizinhos ou próximos entre si são realizados por modais de superfície, tais como automóveis, trens e ônibus, o que torna

secundário o transporte aéreo, que, além de outras complexidades e vulnerabilidades operacionais, é mais dispendioso (OMT, 2003).

O Enoturismo é um segmento da atividade turística que abrange um conjunto diversificado de experiências, não limitado apenas à degustação de vinhos. Além disso, soma-se aspectos tais como tradição, gastronomia e história por meio de visitas a vinícolas. Mais especificamente, cabe citar que esta investigação adotou o Enoturismo enquanto um componente do segmento do Turismo Cultural (MTUR, 2016).

O estudo buscou responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais elementos são capazes de influenciar o desenvolvimento do Enoturismo no município do Porto? A respeito dos pressupostos levantados, verifica-se que a pesquisa identificou fatores que influenciam tanto positiva e quanto negativamente o Enoturismo, assim como outros que exercem influência neutra.

Para responder ao problema enunciado foi desenvolvido um estudo de caso (YIN, 2015), cujo objeto de pesquisa foi o segmento do Enoturismo no contexto da cidade do Porto, capital da região Norte de Portugal.

Adotou-se a Área Metropolitana do Porto enquanto área de abrangência da pesquisa por tratar-se de uma destinação de relevância internacional, tanto por conta da vinicultura (cultivo) e viticultura (produção) quanto por sua importância para a gastronomia portuguesa.

Portugal possui uma população residente de 10.467.366 de pessoas, enquanto na região Norte do país residem 3.609.978 habitantes. O Norte de Portugal é constituído por oito sub-regiões¹, 86 municípios, 1.426 freguesias, e possui limites com a Galiza (Espanha) a Norte, com a região espanhola de Castela e Leão (Leste), com a região do Centro de Portugal (Sul) e a Oeste com o Oceano Atlântico (INE, 2024; VINI PORTUGAL, 2024).

O objetivo geral do estudo foi verificar a existência de elementos capazes de contribuir para o desenvolvimento do Enoturismo no Porto. Já enquanto objetivos específicos foram propostos os seguintes: em abordagem retrospectiva, identificar elementos que potencialmente tenham influenciado o desenvolvimento do Enoturismo no Porto, desde os anos 1990 até a atualidade; categorizar os elementos identificados como positivos, neutros ou negativos; e apresentar propostas de ações gerenciais para o fomento aos elementos “positivos” e mitigação dos “negativos”.

A investigação possui natureza descritiva, com abordagem do tratamento dos dados coletados qualitativa. O recorte temporal adotado foi de 1990 até a atualidade. Este período foi marcado pelo crescimento do número de produtores, distribuidores, exportadores, além de estabelecimentos comerciais. Destaca-se, neste cenário, a importância histórica do

¹ Alto Minho, Alto Tâmega, Área Metropolitana do Porto, Ave, Cávado, Douro, Tâmega e Sousa e Terras de Trás-os-Montes;

“Vinho do Porto”, que é marco original deste processo, dado que é o terceiro do mundo a ter uma Denominação de Origem Controlada (1756).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) aponta que o vinho é “produzido por proprietários tradicionais da região do Alto Douro há cerca de 2.000 anos”; e que, desde o século XVIII, o “Vinho do Porto” tornou-se mundialmente famoso pela sua qualidade. Esta longa tradição “(...) produziu uma paisagem cultural de grande beleza que reflete a sua evolução tecnológica, social e económica” (UNESCO, 2024, sem página).

O artigo foi organizado em quatro seções além desta introdução: descrição dos procedimentos metodológicos, do referencial teórico, da apresentação e discussão dos resultados, seguidas das considerações finais e da lista de referências e apêndice.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta investigação foi concebida no bojo das Ciências Sociais Aplicadas e foi pensada em linha com os “Objetivos do Desenvolvimento Sustentável” preconizados pela Organização das Nações Unidas, notadamente a meta 11.4, que visa “fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo (ONU, 2015; IBGE, 2024).

A pesquisa se configura como descritiva, já que visa verificar a existência de associações entre variáveis e cuja abordagem do tratamento dos dados coletados foi qualitativa (GIL, 2002). Raupp e Beuren (2006, p. 92) apontam que nesta abordagem, “concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado”.

Conforme Martins e Theóphilo (2007, p. 136), na construção de pesquisas com abordagem qualitativa, as etapas de coleta e análise de dados ocorrem simultaneamente. Assim, cumpre mencionar que esta investigação se deu em fases, as quais tiveram início com a elaboração do respectivo projeto de pesquisa (agosto e novembro de 2023), no âmbito da disciplina “Elaboração de Projetos de Pesquisa”, do curso superior de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Campus Cubatão) (CRESWELL, 2010).

Já em 2024 foram feitas a pesquisa bibliográfica (entre os meses de janeiro e março) e a pesquisa documental (março e abril), enquanto técnicas de coletas de dados. Neste período, então, foi feita revisão bibliográfica narrativa (assistemática), com a busca por artigos, livros, teses e dissertações, e, de modo complementar, buscou-se identificar a legislação alusiva aos assuntos em pauta, prioritariamente no idioma português (MARTINS; THEÓPHILO, 2007; UNESP, 2015).

Ainda a respeito do levantamento bibliográfico, a UNESP (2015) afirma que a revisão narrativa é aquela que não utiliza critérios explícitos e sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura, as fontes de informações não foram esgotadas, tampouco foram aplicadas estratégias de busca sofisticadas.

Conforme Martins e Theóphilo (2007, p. 85), a pesquisa bibliográfica recorre a meios escritos e editados. Já a pesquisa documental não levanta material editado, mas se baseia em recursos não editados, tais como cartas, memorandos, correspondências de outros tipos, avisos, agendas, propostas, relatórios, estudos, avaliações, entre outros.

Para a condução do presente estudo de caso foi estabelecido um recorte temporal de 1990 até a atualidade, em razão do crescimento turístico e da expansão do desenvolvimento econômico regional neste período (NOVAIS; ANTUNES, 2009; MACHADO, RIBEIRO, 2017).

O presente estudo de caso adotou como objeto de pesquisa o segmento de mercado do Enoturismo no contexto da região Norte de Portugal e, mais especificamente, da Área Metropolitana do Porto.

Segundo Yin (2015, p. 19), os estudos de caso se mostram apropriados a pesquisas que colocam questões do tipo "como" e "por que" "(...), "quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real".

Como visto, o problema proposto é: Quais elementos são capazes de influenciar o desenvolvimento do Enoturismo no Porto? Isto é, buscou-se compreender como os elementos identificados são - ou não - capazes de gerar impacto sobre o turismo na região sob análise.

Nos termos da Resolução CNS nº 510, de 07 de abril de 2016, os procedimentos metodológicos preconizados neste estudo dispensam seu registro e avaliação pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) do IFSP.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção é apresentado o referencial teórico acerca dos temas-chave da pesquisa. Na primeira parte, onde são mencionados autores e obras sobre turismo e desenvolvimento regional, destacam-se Grunewald, (2003), Scótolto e Panosso Netto (2015) e Binfaré et al (2016). Na segunda parte da seção, são mencionados autores e obras a respeito de segmentação de mercado e, mais especificamente, do Enoturismo, destacando-se Lopes, Maia e Boubeta (2010), Lameiras (2015) e Santos (2018).

Turismo e Desenvolvimento regional

Julga-se relevante iniciar o referencial teórico pela conceituação do turismo e apresentar a sua relação com o desenvolvimento regional. Grunewald (2003, p. 02), define a atividade turística como “deslocamento de pessoas fora do seu local habitual, sendo em grande maioria, visitas que proporcionam a realização de atividades práticas, desde que não seja o trabalho”.

Já o Governo Federal brasileiro compreende o turismo como as “atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (BRASIL, 2008, art. 2º).

A atividade turística é composta por diversos operadores e serviços, cujo consumo varia de acordo com o objetivo da viagem, o perfil do viajante e características das localidades de destino, entre outros fatores (SCÓTOLO, PANOSSO NETTO, 2015).

Julga-se pertinente apresentar a definição de turismo constante na legislação portuguesa. Conforme o Decreto-Lei nº 191, de 17 de agosto de 2009, art 2º, o turismo é “o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as atividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”.

Com as definições anteriormente apresentadas, torna-se possível inferir que o deslocamento realizado pelos turistas apresenta motivos diferentes, mas percebe-se que a qualidade da experiência oferecida aos turistas é tão importante quanto a busca pela melhoria da qualidade de vida dos residentes das destinações turísticas.

Segundo a OMT (2003, p. 35), no desenvolvimento turístico há “(...) diversos fatores externos com capacidade para influenciar negativamente o seu desenvolvimento”. Assim, a partir de sua vivência, o turista pode modificar sua visão sobre o destino tanto quanto aspectos positivos quanto negativos. O planejamento turístico mostra-se relevante à medida que se constitui como ferramenta de apoio ao empresariado e ao poder público também.

No mesmo sentido, Rabahy (2003, p. 85) afirma que compete “(...) ao setor público a tarefa de mobilizar a população para a sua importância e, com o apoio da iniciativa privada, planejar e regular a forma de seu uso, considerando os seus custos e benefícios”. Do mesmo modo, Binfaré et al. (2016), enfatizam a importância do planejamento turístico para o desenvolvimento regional do turismo.

Anteriormente, ainda na década de 1990, Ablas (1991) defendeu que o desenvolvimento regional poderia ser alcançado por meio das forças que proporcionam a incorporação de um processo de desenvolvimento no interior de uma região e que basearia o seu avanço nas exportações.

Isso significa que a amplificação das atividades econômicas regionais depende, de maneira direta, das atividades internas e da maneira como elas respondem a esse crescimento (FÁVERO, 2012).

O desenvolvimento regional relaciona-se com um processo histórico que é fundamentado por meio de modificações sociais, econômicas, estruturais e essencialmente métodos compostos de elementos que reúnem múltiplos atores da região (CORREIA; SILVEIRA; KIST, 2019, p.12).

Como visto, o fortalecimento de identidades compartilhadas e da governança em nível regional pode promover benefícios econômicos derivados direta ou indiretamente do turismo ou, ainda, outros induzidos ou secundários (OMT, 2003).

Os benefícios diretos acontecem por meio de despesas turísticas feitas diretamente na compra de bens ou serviços no destino, na forma de receitas de empresas, renda, emprego e receitas governamentais a partir dos setores que recebem diretamente as despesas turísticas.

Já os benefícios indiretos são gerados pela circulação da despesa turística no destino a partir de transações entre empresas na economia doméstica, local ou regional. Como exemplos, verificam-se as receitas diretas das empresas, redirecionadas na forma de investimentos ou utilizadas para comprar outros bens e serviços de fornecedores domésticos (os quais, por sua vez, comprem bens e serviços de outros fornecedores domésticos), o que estimula a renda e o emprego em outros setores no destino.

Verifica-se, também, que as despesas turísticas no destino podem criar benefícios induzidos ou secundários. Isto é, à medida que os níveis de renda aumentam em decorrência dos efeitos diretos e indiretos da mudança no nível da despesa turística, uma parte da renda pessoal extra (relacionada a essa mudança) é gasta dentro do destino. Isso resulta em benefícios induzidos, como um nível mais alto de renda e empregos no setor local de bens e serviços.

Na seção seguinte é apresentado o referencial sobre a estratégia gerencial da segmentação de mercado e, mais especificamente, do Enoturismo, tema central do presente estudo.

Segmentação de mercado: Enoturismo

De acordo com a OMT (2003, p. 115), a segmentação de mercado pode ser sinteticamente conceituada como o “processo utilizado para agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes, dando origem a mercados-alvo”. O organismo aponta que para

ser eficaz como ferramenta de *marketing*², um segmento deve ser mensurável, acessível, substancial, defensável, durável e competitivo.

Com o passar do tempo, a atividade turística ganhou maiores proporção e estrutura, destacadamente, em países europeus como França, Itália, Espanha e mesmo Portugal, que investiram em infraestrutura, estabelecimento e posicionamento de marca e uso de características predominantemente favoráveis no sentido de obterem vantagens competitivas no mercado internacional (VALDUGA, 2007; 2011).

Segmentar um mercado significa definir um método para adequar uma oferta a um grupo estabelecido de consumidores com demandas iguais e abraça como premissa ser identificável, mensurável, acessível, rentável e estável (FERREIRA 2000).

De modo complementar, Lopes, Maia e Boubeta (2010) afirmam que a segmentação de mercado é estabelecida pela divisão de grupos que é constituída por meio de pré-requisitos aos consumidores e se fundamentam em suas particularidades psico-demográficas, sócio-culturais e/ou econômicas levando em conta crenças e experiência de especialistas e pesquisadores.

No Brasil, o Ministério do Turismo (MTUR, 2006, p. 13) define o Turismo Cultural (TC) como “(...) as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. Assim, entende-se que “o vinho” pode se caracterizar como um fator de atratividade para o desenvolvimento turístico.

Para Medroni (2012, p. 54), “o turismo cultural abarca os turistas que têm como principal objetivo o enriquecimento cultural, o aprendizado, e que têm curiosidade em conhecer novas formas de vida e construções históricas”. Note-se que o Turismo Rural (TR) compartilha muitos elementos com o TC.

Ainda para o mesmo autor, o TR se caracteriza pelo contato com atividades do cotidiano do campo, de modo que o turista possa. Segundo Medroni (2012, p. 60), “(...) colher a sua própria comida, montar a cavalo para conduzir a boiada, dormir e acordar cedo, além de pernoitar em casas similares às dos proprietários das pequenas propriedades (...)”.

No contexto do TC, então, fica claro que o Enoturismo é composto por experiências nas quais o vinho é a principal motivação e ainda pode englobar outras atividades, tais como: visitas em estabelecimentos abrangendo museus, adegas, caves, quintas, festivais, bares, restaurantes, artesanatos, produção de alimento, visitas guiadas, hospedagem e possíveis serviços associadas à atividade (LAMEIRAS, 2015).

Entende-se que o Enoturismo é capaz de agregar valor em cada uma das etapas dos serviços inerentes às atividades turísticas, oportunizando o desenvolvimento da região,

² Segundo Dias (2003, p. 02), *marketing* “é a função empresarial que cria continuamente valor para o cliente e gera vantagem competitiva duradoura para a empresa, por meio da gestão estratégica das variáveis controláveis de *marketing*: produto, preço, comunicação e distribuição”;

gerando novos negócios e empregos. Verifica-se que, inicialmente, os destinos turísticos buscavam fomentar a instalação ou se beneficiaram da presença de vinícolas renomadas em seus territórios, mas ao longo do tempo tal visão se expandiu, contemplando as vinícolas como produtos turísticos efetivamente integrados à oferta da destinação como um todo (SANTOS et al., 2018; HANŽEK; SUŠIĆ, 2019).

Além de estabelecer relações com o público, permitindo que eles experimentem e compreendam os produtos em seu fundamento, também está associado com as vivências que aproximam o turista da essência do vinho por meio de experiências como: degustações, visitas a vinícolas e meios de produção.

É possível notar a quantidade de elementos e a força do desenvolvimento do Enoturismo, sendo capaz de movimentar diversos segmentos, gerando aumento e diversificação da oferta turística e, consequentemente, refletindo no crescimento econômico.

O Turismo, em conjunto com a produção de vinhos, é responsável por uma parcela do fluxo do setor, seguido da saúde e comércio, sendo na contemporaneidade uma das fontes de economia fundamentais para o Porto (CMP, 2023).

Portugal é o quinto maior produtor de vinhos da União Europeia e desde 2014 vem conquistando prêmios do *World Travel Awards*, em diversas categorias, essas premiações além de ajudarem na expansão do turismo, também refletiram significativamente na geração de empregos local (TURISMO DE PORTUGAL, 2020).

A pujança do Norte de Portugal no que tange ao desenvolvimento turístico pode ser verificada pelo alto volume de passageiros em trânsito pelo Aeroporto Francisco Sá Carneiro, que, em 2023, ultrapassou os 15 milhões de passageiros e, recentemente, recebeu o prêmio de melhor aeroporto Europeu em sua categoria (BARROS; ALONS, 2019; ANA, 2024).

É patente que a década de 2000 foi um período divisor na linha do tempo dos empreendedores do setor, no Norte de Portugal especialmente, pois houve incremento nos investimentos públicos e privados. A literatura mostra que tal integração de esforços e atores atuantes na região é caracterizada por valores como confiança mútua, colaboração, comunicação e parcerias eficazes (SALVADO, 2023; SALVADO et al., 2023; PATO et al., 2024).

Já nos anos 2020, foi lançado o “Programa de Ação para o Enoturismo em Portugal (2019-2021)” com o intuito de impulsionar o Enoturismo, estabelecendo bases mais sólidas para a consolidação do segmento.

O projeto visa promover boas práticas e valorizar destinos e rotas específicas. Para alcançar este objetivo, destaca-se a participação de diversos atores, que incluem entidades

regionais de turismo, comissões vitivinícolas, associações empresariais, empresas do setor do vinho, entre outros.

O programa propõe iniciativas para estruturar e potencializar a oferta turística, abrangendo uma variedade de atrativos, como ciclismo, caminhadas, golfe, *city-break*³ e outros em contato com a natureza. Para tanto, foram identificados elementos diferenciadores da paisagem da região, tais como clima e luminosidade, história e cultura, mar, natureza e água.

Esses atributos são fundamentais para criar uma experiência única e atrativa para os turistas e visitantes⁴, de modo que sua valorização não apenas fortalece o setor no Porto, mas também contribui para a consolidação do Enoturismo em Portugal como um todo.

Neste contexto, parece viável submeter estes elementos a uma análise “PESTAL”, que lança olhar sobre fatores-chave de um dado ambiente de negócios (político, econômico, social, tecnológico, ambiental e legal), tais como uma destinação turística. Trata-se, pois, de ferramenta estratégica apropriada para compreender o ambiente como um todo (NICULA; SPÂNU, 2019).

Para aprofundamento no caso português, julga-se pertinente mencionar que Sousa, Faustino e Rebelo (2021) analisaram a percepção de turistas internacionais sobre sua experiência de visita a Portugal. Os autores concluíram que paisagens, clima, gastronomia, vinhos, patrimônio histórico, além dos hábitos e modo de viver dos moradores locais foram elementos mencionados positivamente.

A respeito da regionalização do desenvolvimento turístico, a Associação das Rotas dos Vinhos de Portugal (ARVP) promove as seguintes rotas no mercado português e internacional: Vinhos Verdes, Douro e Porto, Dão, Beira Interior, Bairrada, Tejo, Lisboa, Bucelas, Carcavelos e Colares, Península de Setúbal, Alentejo, Algarve, Região dos Açores e Região da Madeira.

Já o IPDT Turismo e Consultoria descreve oito regiões vitivinícolas a serem visitadas, a saber: Região dos Vinhos Verdes, localizada no extremo Norte de Portugal continental, que é demarcada desde 1908; Região Vinhateira do Alto Douro, entre as encostas do rio Douro e seus afluentes, a região possui uma área de 250 mil hectares; Região da Bairrada, notável pela influência do Oceano Atlântico, que contribui para um clima ameno; Região do Dão, ponto alto entre as montanhas, protegidas pelos ventos vindos das serras do Caramulo e do Bussaco, que são produzidos alguns dos vinhos mais complexos e apreciados em todo o território português; e Região de Lisboa, que estende-se desde o Norte da metrópole até a oeste da costa atlântica (IPDT, 2024).

³ Os *City Breaks* visam conhecer vários atrativos de uma destinação durante estada de curta duração;

⁴ Importa atentar para a diferença entre “turistas” e “visitantes”, pois, na dinâmica do Alto Douro Vinhateiro, uma parte do fluxo busca hospedagem nesta localidade e outra, majoritária, chega até a região por meio de cruzeiros fluviais, com duração aproximada de uma hora, retornando ao Porto no mesmo dia;

A Região do Alentejo, além das já mencionadas, localiza-se a Sul de Portugal, tendo início abaixo do rio Tejo e prolongando-se até à serra algarvia, cobrindo aproximadamente um terço da área territorial do continente nacional; a Região do Algarve, considerada a região vitivinícola mais a sul do país, compondo um areal de 200 quilômetros repletos de praias, dunas, falésias e sublimes campos de vinhas; e a Região dos Açores, arquipélago distante mais de 1.600 quilômetros de distância de Portugal continental, onde há solos de natureza vulcânica influenciados por um clima profundamente marítimo (IPDT, 2024).

Para Martins et al. (2021), a oferta turística na região do Porto e Norte de Portugal se destaca por sua variedade quando diz respeito aos recursos naturais e patrimoniais, sendo conhecida pela alta qualidade em suas marcas, produtos ímpares e desenvolvendo um local distinto formados pela junção dos seus quatro destinos Porto, Douro, Minho e Trás-os-Montes.

Com base na fundamentação teórica apresentada, a seção seguinte é dedicada à apresentação e discussão dos resultados. No texto, é realizada caracterização do objeto de estudo sob análise, assim como da contemporaneidade do segmento de mercado do Enoturismo no contexto da área de abrangência deste estudo de caso.

Apresentação e discussão dos resultados

Nesta seção é feita a apresentação e a discussão dos resultados. Inicialmente, é realizada a caracterização do objeto de estudo de caso e a área de abrangência da pesquisa e, em seguida, é feita uma aproximação destes tópicos com os autores e obras mencionados no referencial teórico.

Caracterização do objeto de pesquisa: o mercado do Enoturismo no Porto

Portugal possui forte tradição vitivinícola e seus vinhos têm reconhecimento em todo o mundo. Ao longo dos anos, a produção portuguesa conquistou numerosos prêmios em concursos internacionais (VINIPORTUGAL, 2024).

Para fins de ordenamento territorial, o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), de Portugal, estabelece as seguintes regiões vitivinícolas (anexo 1): Minho, Trás-os-Montes, Douro e Porto, Terras de Cister, Beira Atlântico, Terras do Dão, Terras da Beira, Lisboa, Tejo, Península de Setúbal, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores.

Esta pesquisa adota como área de abrangência a região vitivinícola “Douro e Porto”, onde, mais especificamente, o “Alto Douro Vinhateiro” (ADV) é classificado como Património Mundial da UNESCO na categoria “Paisagem Cultural Evolutiva e Viva” (2001). Trata-se, também, da primeira região demarcada e regulamentada do mundo, por ocasião da criação,

pelo Marquês de Pombal, da “Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro”, também denominada “Real Companhia Velha”, em 1756, conforme detalhado a seguir.

O desenvolvimento do Porto, desde meados do século XVIII, se deu alicerçado no pujante negócio de vinhos. À época, se verificava domínio britânico de diversos mercados e mesmo do comércio local. Segundo Cardoso (2001, p. 126), “a compra dos tonéis, vinhos da pequena produção de modestos lavradores, vinificados fora das grandes quintas (...)” foi, a partir dos anos 1740, indício claro de que os britânicos planejavam controlar tanto o comércio quanto sua produção.

A Companhia foi uma empresa monopolista, criada pelo Marquês de Pombal durante a segunda metade do século XVIII, em Portugal, que buscava o crescimento da economia por meio da limitação do domínio e do controle das atividades comerciais pelos ingleses. A Companhia passou a controlar a produção e a distribuição dos vinhos daquela região e, desta maneira, proteger os interesses dos produtores durienses. Tal processo se deu, naturalmente, em oposição aos intentos britânicos (CARDOSO, 2001).

Atualmente, “Região Demarcada do Douro⁵” (RDD) é dividida em três sub-regiões: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior. Em cada uma são produzidos vinhos de alta qualidade tanto brancos quanto tintos e rosados, espumantes e licorosos, além de aguardentes de vinho com especificidades próprias (IVV, 2024).

Na RDD, que é uma das quatro demarcadas no Norte de Portugal⁶, aproximadamente 50% do território é destinado à produção de “Vinho do Porto”, enquanto o restante destina-se à produção de vinhos que utilizam a denominação de origem controlada (DOC) “Douro” ou “Vinho do Douro” (IVV, 2024).

O Decreto-Lei n° 173, de 3 de agosto de 2009, determina que

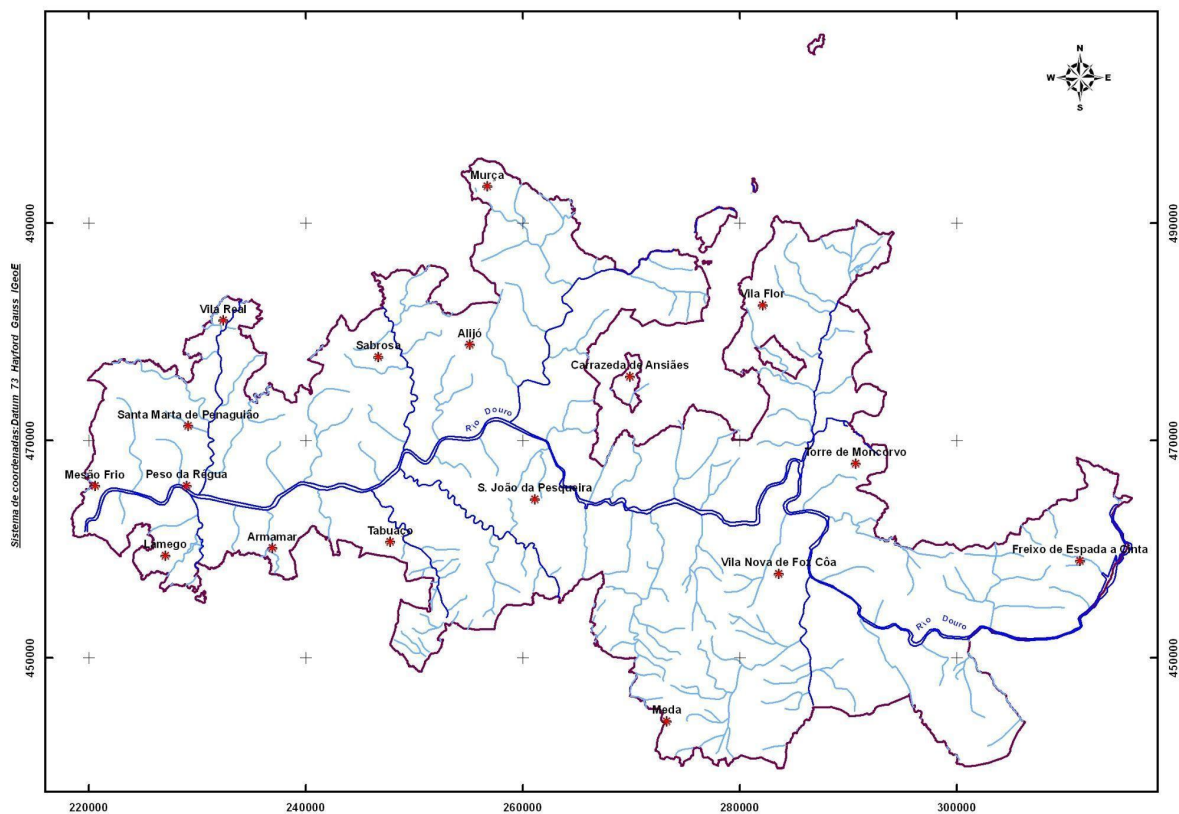
é proibida a utilização, por qualquer meio, de nomes, marcas, termos, expressões ou símbolos, ou qualquer indicação ou sugestão falsa ou falaciosa, que sejam susceptíveis de confundir o consumidor quanto à proveniência, natureza ou qualidades essenciais dos produtos, bem como de qualquer sinal que constitua reprodução, imitação ou evocação das DO ou IG da RDD (Decreto-Lei n° 173, de 3 de agosto de 2009, art. 2°, 2).

O prestígio internacional da produção regional é derivado, além da origem histórica, da rigorosa regulamentação e da difusão internacional, da excepcional qualidade dos vinhos produzidos no território da RDD (figura 1).

⁵ A RDD estende-se ao longo das encostas do rio Douro em uma faixa longitudinal com o rio ao centro e que abrange 13 municípios, a saber: São eles Alijó, Armamar, Carraceda de Ansiães, Lamego, Mesão Frio, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Tabuaço, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa e Vila Real, e a sua zona tampão inclui ainda os municípios de Alfândega da Fé, Freixo de Espada à Cinta, Mirandela, Murça, Resende, Vila Flor, na região Norte, e Figueira de Castelo Rodrigo e Meda, na região Centro;

⁶ Região Demarcada dos Vinhos Verdes, Região Demarcada do Douro e Porto, Região Demarcada de Távora e Varosa e Região Demarcada de Trás-os-Montes;

Figura 1: Ilustração da “Região Demarcada do Douro” na atualidade.



Fonte: IVDP (2024).

É importante mencionar que a regulamentação das denominações (DO) “Porto” e “Douro” e a indicação geográfica (IG) “Duriense” encontram-se dispersas por múltiplos dispositivos legais e regulamentações setoriais. Assim, esta pesquisa não esgota o assunto e busca manter o foco no desenvolvimento turístico da região sob análise, no contexto de um mercado altamente competitivo e global.

A denominação “do Porto” é explicada pelo fato do vinho ser armazenado e comercializado a partir do porto situado entre as cidades do Porto e Vila Nova de Gaia. Originalmente, o vinho descia o rio Douro nos barcos rabelo e envelhecia nos armazéns de Vila Nova de Gaia, já que esta zona apresenta poucas variações de temperatura durante o ano (VINIPORTUGAL, 2024).

Atualmente, o Decreto-Lei nº 173, de 3 de agosto de 2009 (art. 4º, 1) determina que “os vinhos Fou produtos vínicos a que se refere o presente estatuto podem permanecer em caves ou armazéns na RDD, ou ser transferidos para o entreposto de Vila Nova de Gaia (EG)”.

Enoturismo no Porto

O alcance internacional da marca “Vinhos de Portugal” guarda relação com o trabalho da ViniPortugal⁷, associação atuante de forma consistente em quatro continentes e 21 mercados estratégicos.

O Porto e Norte Convention & Visitors Bureau (PORTOCVB, 2024), entidade que atua na promoção institucional do destino analisado no mercado turístico, destaca os seguintes destinos: Douro, Minho, Trás-os-Montes e Porto, que é uma das cidades mais antigas de Portugal.

Figura 2: Guia Enoturístico do Porto.



Fonte: IVV (2024).

A figura 2 indica seguintes atrativos (IVV, 2024): Antiga Casa da Câmara, Cadeia da Relação, Chafariz das Virtudes, Hospital de Santo Antônio, Largo da Igreja de Santo Idelfonso, Largo de Santo Domingos, Muralha Fernandina, Praça da Ribeira, Reitoria da Universidade do Porto, Rua do Almada, Confraria do Vinho do Porto, Regata do Vinho do Porto, Palácio da Bolsa, Feitoria Inglesa, Edifício do IVDP, Caves de Vinho do Porto em Gaia, Casa do Infante, Casa da Companhia (Rua das Flores), Armazéns da Companhia, Rua Mouzinho da Silveira.

⁷ A “ViniPortugal”, denominada “Organização Interprofissional do Vinho de Portugal”, foi fundada em 1996 e é reconhecida por Despacho do Ministério da Agricultura (Despacho n° 11.342, de 9 de outubro de 2015), sendo a entidade gestora da marca “Wines of Portugal” e tendo por missão promover a qualidade e a excelência dos vinhos portugueses.

Em nível nacional, foi lançado o “Programa de Ação para o Enoturismo em Portugal (2019-2021)” com o objetivo declarado de impulsionar o Enoturismo no país de maneira sustentável durante todos os períodos do ano.

O quadro 1 apresentado a seguir foi elaborado a partir da pesquisa bibliográfica e documental realizadas. Foram levantados diversos aspectos que contribuem ou prejudicam o desenvolvimento deste segmento na região analisada. Assim, o quadro sintetiza fatores capazes de exercer influência positiva ou negativa sobre o Enoturismo, ou ainda neutra, com potencial de incremento ou depreciação.

Quadro 1: fatores que influenciam o desenvolvimento do Enoturismo no Porto.

Fatores	Influência positiva	Influência neutra	Influência negativa
Políticos	Facilidade de deslocação no território Notoriedade internacional dos vinhos do Porto e da Madeira Associativismo e articulação institucional Capacidade administrativa para coleta, tratamento, análise e publicação de dados de mercado	Relativa baixa representatividade internacional Potencial para aumento da divulgação e presença da oferta nacional de gastronomia e vinhos em feiras internacionais <i>Famtrips</i> (com operadores turísticos) e <i>presstrips</i> (com jornalistas internacionais) às regiões vinhateiras portuguesas	Reduzida notoriedade do Enoturismo português nos mercados internacionais Fragilidades ao nível da organização das rotas Capacitação em projetos e decisão respectiva de financiamento
Econômicos	Reputação e qualidade dos vinhos portugueses Relação qualidade/preço dos vinhos	Oferta e demanda hoteleira da região (alojamentos locais, casas rurais)	Falta de sinergias entre o Enoturismo e a produção de vinhos Clube de Vinhos/Wine Club
Sociais	História e tradição dos vinhos portugueses Aspectos históricos e culturais do Alto Douro Profissionais com vocação para o cliente	Potencial para oferta de cursos e treinamentos técnicos Potencial para qualificação de profissionais e moradores em idiomas e história regional Investimento na implantação de exposições ou museus nas propriedades	Falta de qualificação de recursos humanos Falta de conhecimento da qualidade dos vinhos Capacidade de oferecer Experiência diferenciadora
Tecnológicos	Roteiros de curta duração, com oferta integrada Roteiros simples,	Sinalética de acesso aos pontos de interesse de Enoturismo Desenvolvimento de	Venda online dos vinhos portugueses nos mercados externos através de uma plataforma única

	autoguiados e sem grandes deslocamentos no destino Disponibilidade de áudio guias e equipamentos multimídia nos roteiros Presença e visibilidade online Disponibilidade de dados de mercado	plataforma de treinamentos online que vise estabelecimento de uniformidade de qualidade e boas práticas no Enoturismo Campanha de marketing digital para o Enoturismo em Portugal	Website de âmbito nacional para promoção interna e externa da oferta portuguesa de Enoturismo Sistema de reservas <i>online</i> com resposta tempestiva Possibilidade de Sistemas de Pagamento diversos
Ambientais	Singularidade paisagística Relação entre aspectos históricos e culturais	Regiões vitivinícolas Infraestrutura de acesso rodoviário Curta distância com relação ao Porto	Sensibilidade quanto a impactos das mudanças climáticas
Legais	Demarcação regional Controle de qualidade Controle de procedência	Políticas de desenvolvimento sustentável Políticas de responsabilidade social	Aumento da burocracia Excesso de rigidez normativa

Fonte: elaborado pelas autoras.

Como visto, o desenvolvimento do Enoturismo no Porto é influenciado por fatores diversos, que se mostram dinâmicos ao longo do tempo. Isto é, fatores que influenciam a atividade positivamente em um momento podem vir a fazê-lo negativamente em outro. Já fatores que exercem influência negativa poderão ser convertidos em influências negativas (NICULA; SPÂNU, 2019).

Considerações finais

O desenvolvimento da presente pesquisa buscou responder ao problema inicial, sendo assim, foram elaborados objetivos visando guiar a investigação. A coleta de dados bibliográficos e documentais permitiram comprovar considerações e fatores de influência para o desenvolvimento do Enoturismo no Porto.

A partir da literatura, de políticas públicas, documentos e da legislação vigente foram identificados fatores positivos, negativos e neutros capazes de influenciar o desenvolvimento do Enoturismo no Porto. O intuito foi de contribuir para o crescimento da região sob análise e, mais especificamente, do setor do Enoturismo.

Entre os fatores positivos destacam-se a reputação e qualidade dos vinhos portugueses, singularidade paisagística, relação entre aspectos históricos e culturais e a tradição e história dos vinhos portugueses.

Em contrapartida, os fatores negativos são desafios pertinentes a serem encarados para viabilizar o segmento, entre eles estão fragilidades ao nível da organização das rotas, falta de qualificação de recursos humanos, falta de sinergias entre o Enoturismo e a produção de vinhos.

Os pontos neutros são categorizados pelos autores como fatores em destaque, tendo em vista que se desenvolvidos, apresentam grande potencial para se tornarem positivos, entretanto, em simultâneo mostram-se capazes de trazer influências negativas.

Fatores como as políticas de responsabilidade social, infraestrutura de acesso rodoviário e potencial para aumento da divulgação e presença da oferta nacional de gastronomia e vinhos em feiras internacionais são categorizados como neutros, pois ao decorrer do referencial teórico não apresentaram grande destaque de influência no desenvolvimento do Enoturismo no Porto.

Entende-se que o objetivo da pesquisa foi alcançado, tendo em vista que, de acordo com os resultados apresentados, o desenvolvimento do Enoturismo no Porto mostra-se ser um fator favorável, contudo é influenciado por fatores diversos, os quais apresentam ser dinâmicos ao decorrer do tempo.

O método utilizado para a elaboração da pesquisa mostra-se ser o mais adequado, pois se alinha com os objetivos, entretanto, com o desenvolvimento do estudo, detectou-se que o mesmo poderia vir a ser uma fragilidade, com isto, foi utilizado estudos tanto do segmento quanto do destino turístico em análise, visando minimizar implicações e complementar a pesquisa.

Destaca-se que a análise foi efetuada em um contexto histórico dentro de um recorte temporal de 1990 até a atualidade, com isto os autores compreendem que se replicada em outro contexto ou período temporal os resultados do estudo apresentará diferentes fatores de influência regional.

Na atualidade foram identificados planos de desenvolvimento e recuperação em Portugal visando a expansão econômica, social e territorial, objetivando favorecer as próximas décadas, nesse contexto o turismo mostra-se ser um dos principais segmentos dentre os pilares de desenvolvimento territorial.

Pesquisas futuras poderão ser desenvolvidas, visando a implementação em outras regiões turísticas de Portugal e de outros países como o Brasil, destacando ainda o associativismo como um fator para a manutenção da competitividade no Enoturismo em destinos turísticos.

REFERÊNCIAS

- ABLAS, L. Efeitos do turismo no desenvolvimento regional. **Revista Turismo em Análise**, v. 2, n. 1, p. 42-52, 1991.
- ANA. AEROPORTOS DE PORTUGAL. **Aeroporto do Porto volta a ser premiado como melhor aeroporto europeu pelos passageiros**. [2024]. Disponível em: <<https://pt.newsroom.ana.pt/news/aeroporto-do-porto-volta-a-ser-premiado-pelos-passageiros-c99d-4a6c7.html#:~:text=O%20aeroporto%20do%20Porto%2C%20que,aeroporto%20Europeu%20na%20sua%20categoria>>. Acesso em: 10 abr. 2024.
- ARVP. ASSOCIAÇÃO DAS ROTAS DOS VINHOS DE PORTUGAL. **Rotas**. Disponível em: <<https://rotadosvinhosdeportugal.pt/rotas/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.
- BARROS, H.; ALONSO, H. **O Aeroporto Francisco Sá Carneiro e a sua relação com o turismo na região Norte de Portugal**. In.: Anais eletrônicos do XXVI Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional, Aveiro (Portugal), p. 1-20, 2019. Disponível em: <http://apdr.pt/data/documents/ATAS_APDRcongress2019.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2024.
- BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 22 abr. 2024.
- CARDOSO, A. M. B. O Porto e o comércio do vinho: dos alvares de setecentos à instituição da Real Companhia (1756). **Revista da Faculdade de Letras: História** série III, v. 02, p. 107-128, 2001.
- CMP. CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO. **Boletins Estatísticos Gestão Urbanística**. [2023]. Disponível em: <<https://portaldomunicipe.cm-porto.pt/-/boletins-estat%C3%ADsticos-gest%C3%A3o-urban%C3%ADstica?categoryid=36084>>. Acesso em: 15 out. 2023.
- CORRÊA, J. C. S.; SILVEIRA, R. L. L.; KIST, R. B. B. Sobre o conceito de desenvolvimento regional: notas para debate. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 7, p. 3-15, 2019.
- CNS. CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Resolução CNS nº 510, de 07 de abril de 2016**. Disponível em: <<https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2024.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DIAS, S. R. **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- DOMINGOS, L. S. **A Imagem do Destino Turístico Porto**. Dissertação (Mestrado em Gestão do Turismo) - Instituto Politécnico do Porto, Porto (Portugal), 2017.
- FÁVERO, I. A rede do turismo em ação: o caso de Bento Gonçalves e da Região da Uva e do Vinho. In.: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão, desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri (SP): Manole, 2012.
- FERREIRA, F. H. G. **Segmentação de mercado**. [2000]. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/D96040554BFAFB9B03256D520059AE80/\\$File/NT00001D12.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/D96040554BFAFB9B03256D520059AE80/$File/NT00001D12.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2024.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRÜNEWALD, R. A. Turismo e etnicidade. **Horizontes antropológicos**, v. 9, p. 141-159, 2003.
- HANŽEK, M.; SUŠIĆ, G. Croatian wine tourism from the winery perspective: the case of the Grand Cro. In.: Anais eletrônicos da **IV International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era**, Belgrado (Sérvia), 2019. Disponível em: <https://www.udekom.org.rs/uploads/4/7/0/4/47046595/4th_itm--2019_web_1_.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2024.
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <<https://odsbrasil.gov.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2024.

INE. INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. (PORTUGAL). **Censos 2021**. Disponível em:

<https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos21_main&xpid=CENSOS21&xlang=pt>.

Acesso em: 11 abr. 2024.

INE. INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. (PORTUGAL). **Território**. Disponível em:

<https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_tema&xpid=INE&tema_cod=1211>. Acesso em: 11 abr. 2024.

IPDT. IPDT TURISMO E CONSULTORIA. **Regiões Vitivinícolas**: 8 regiões a visitar.

Disponível em: <<https://www.ipdt.pt/regioes-vitivincolas-8-regioes-a-visitar/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVDP. INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO. **Centro Interpretativo Porto & Douro**. Disponível em: <<https://www.ivdp.pt/pt/visitar/centro-interpretativo-porto-douro/>>.

Acesso em: 04 abr. 2024.

IVDP. INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO. **Limites da Região Demarcada do Douro**. Disponível em:

<<https://www.ivdp.pt/pt/vinha/regiao/limite-da-regiao-demarca-do-douro/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVDP. INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO. **Manual de Certificação e Controlo DOP Porto, DOP Douro e IGP Duriense**. [2023]. Disponível em:

<https://www.ivdp.pt/pt/docs/ManualCertif_Cont_Porto_Douro_Ed12_Mar%C3%A7o_2023.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVDP. INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO. **Página institucional**.

Disponível em: <<https://www.ivdp.pt/pt>>. Acesso em: 18 mar. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Caderno de Especificações**: DO “Porto”. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=8617&fileName=DO_Porto.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=8617&fileName=DO_Porto.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Caderno de Especificações**: DO “Douro”. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=8617&fileName=PDO_Douro.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=8617&fileName=PDO_Douro.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Caderno de Especificações**: IG “Duriense”. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=8616&fileName=CE_IGP_Duriense_final.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=8616&fileName=CE_IGP_Duriense_final.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Douro (Porto)**. Disponível em:

<<https://www.ivv.gov.pt/np4/77/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Douro**: Quintas da região abrem as portas aos visitantes no próximo fim de semana. Disponível em: <<https://www.ivv.gov.pt/np4/3676.html>>.

Acesso em: 08 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Especificações Técnicas**: Registo da Indicação Geográfica – Aguardente de Vinho Douro. Disponível em:

<https://www.ivv.gov.pt/np4/610?newsId=7314&fileName=Especificacoes_Aguardente_Vinho_Douro_1.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Estudos do setor**: Brasil. [2008]. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/696/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=1636&fileName=Brasil_VinhosAnaliseSectorial.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/696/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=1636&fileName=Brasil_VinhosAnaliseSectorial.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Fichas de Mercado**: Brasil, visão geral do mercado das bebidas alcoólicas. [2016]. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/695/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=8300&fileName=Brasil_Abril2016.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/695/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=8300&fileName=Brasil_Abril2016.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

IVV. INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO. **Gastronomia e Vinhos**: 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo em Portugal. Disponível em:

<[https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=1365&fileName=Gastronomia_Vinhos.pdf](https://www.ivv.gov.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=1365&fileName=Gastronomia_Vinhos.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

LAMEIRAS, E. T. M. S. **O perfil do enoturista: o caso português.** Tese (Doutorado em Turismo)- Universidade do Algarve, 2015.

LOPES, S. D. F.; MAIA, S. C. F.; BOUBETA, A. R. Segmentação de mercado com base nas preferências dos turistas: uma aproximação multivariada. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 4, n. 2, p. 49-63, 2010.

MACHADO, L. P.; RIBEIRO, D. A dinâmica do Turismo do Porto e do Norte de Portugal e a relação com o Vinho do Porto. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n. 27/28, p. 1.013-1.022, 2017.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas.** São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, H.; SILVA, C.; PINHEIRO, A.; GONÇALVES, E. A importância da marca no turismo: o caso da entidade regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal. **PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**; v. 19, n. 4, p. 753-762, 2021.

MEDRONI, D. D. **Fundamentos do Turismo.** Curitiba: Livro Técnico, 2012.

NICULA, V.; SPÂNU, S. PESTEL analysis applied in tourism evaluation in Braila County. **Revista Economică**, v. 71, n. 3, p. 54-68, 2019.

NOVAIS, C. B.; ANTUNES, J. O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos. In: **Anais eletrônicos do 15º Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional.** [2009]. Disponível em: <<http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2013/115A.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2024.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo Internacional: uma perspectiva global.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Resolução nº 69/313, de 27 de julho de 2015.** Disponível em: <https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_69_313.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2024.

PATO, M. L.; CUNHA, D.; BARROCO, C.; CUNHA, C.; KASTENHOLZ, E. Female leadership in Wine Tourism in Portugal. **European Countryside**, v. 16, n. 1, p. 110-133, 2024.

PORTOCVB. PORTO CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Banco de imagens.** Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/visitportoandnorth/>>. Acesso em: 05 abr. 2024.

PORTOCVB. PORTO CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Porto e Norte.** Disponível em: <https://www.portocvb.com/porto_norte>. Acesso em: 05 abr. 2024.

PORTUGAL. **Decreto-Lei nº 12, de 11 de janeiro de 1999.** Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/12-490774>>. Acesso em: 03 abr. 2024.

PORTUGAL. **Decreto-Lei nº 15, de 23 de janeiro de 2014.** Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/15-2014-571048>>. Acesso em: 03 abr. 2024.

PORTUGAL. **Decreto-Lei nº 173, de 3 de agosto de 2009.** Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/regulamentacao/173-2009-493025>>. Acesso em: 09 abr. 2024.

PORTUGAL. **Decreto-Lei nº 191, de 17 de agosto de 2009.** Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/191-2009-493688>>. Acesso em: 22 abr. 2024.

PORTUGAL. **Decreto-Lei nº 263, de 20 de julho de 2007.** Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/263-2007-636062>>. Acesso em: 03 abr. 2024.

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento.** Berueri (SP): Manole, 2003.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In.: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2006.

ROTA NORTE. **Página institucional.** Disponível em: <<https://rotanorte.pt/>>. Acesso em: 18 mar. 2024.

ROTHER, E. T. Editorial: revisão sistemática X revisão narrativa. **Acta paul enferm**, v. 20, p. 02, 2007.

SALVADO, J. O. M. G. Enotourism ecosystem: stakeholders' coopetition model proposal. **Tourism and Hospitality International Journal**, v. 6, n. 2, p. 77-93, 2023.

SALVADO, J., KASTENHOLZ, E., CUNHA, D.; CUNHA, C. The stakeholder-entrepreneur value cocreation pyramid in wine tourism: Taking supplier collaboration to the next level, **Journal of Tourism and Development**, v. 43, p. 181-199, 2023.

SANTOS, V.; SANTOS, E.; OLIVEIRA, S.; CALDEIRA, A.; MARTINHO, F. Análise da oferta de enoturismo da região Tejo. **ISLA Multidisciplinary e-Journal**, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2018.

SCÓTOLO, D.; PANOSSO NETTO, A. Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. **Revista de Cultura e Turismo**, v. 9, n. 1, p. 36-59, 2015.

SOUSA, V.; FAUSTINO, P.; REBELO, C. Percepção internacional de Portugal como destino turístico. **Journal of Tourism and Development**, v. 36, n. 2, p. 575-591, 2021.

TURISMO DE PORTUGAL. **World Travel Awards 2020**: Portugal é o melhor destino europeu pelo quarto ano consecutivo. Disponível em: <<https://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/portugal-e-melhor-destino-europeu-pe-lo-quarto-ano-consecutivo.aspx>>. Acesso em: 18 mar. 2024.

UNESCO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Alto Douro Vinhateiro (2001)**. Disponível em: <<https://whc.unesco.org/en/list/1046/>>. Acesso em: 05 abr. 2024.

UNESCO. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Centro Histórico do Porto**. [1996]. Disponível em: <<https://whc.unesco.org/en/list/755>>. Acesso em: 05 abr. 2024.

UNESP. UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SÃO PAULO. **Tipos de Revisão de Literatura**. [2015]. Disponível em: <<https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-evisao-de-literatura.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2024.

VALDUGA, V. **Enoturismo no Vale dos Vinhedos**. Jaguarão (RS): Fundação: Universidade Federal do Pampa, 2011.

VALDUGA, V. **O processo de desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos**. Dissertação (Mestrado em Turismo)- Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul (RS), 2007.

VINI PORTUGAL. **Banco de Imagens**. Disponível em: <<https://www.winesofportugal.com/pt/media/banco-de-imagens/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

VINI PORTUGAL. **Descobrir Portugal: Enoturismo**. Disponível em: <<https://www.winesofportugal.com/pt/descobrir/enoturismo/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

VINI PORTUGAL. **Página institucional**. Disponível em: <<https://www.viniportugal.pt/pt/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

VINI PORTUGAL. **Regiões Vitivinícolas: Porto e Douro**. Disponível em: <<https://www.winesofportugal.com/pt/descobrir/regioes-vitvinicolas/porto-e-douro/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

VINI PORTUGAL. **Vinhos portugueses certificados**. Disponível em: <<https://www.winesofportugal.com/pt/vinhos-portugueses/vinhos-certificados/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

PORTUGAL. **Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica de Portugal 2020-2030**. Disponível em: <<https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/documento?i=visao-estrategica-para-o-plano-de-recuperacao-economica-de-portugal-2020-2030>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

VISIT PORTUGAL. **Porto e Norte**. Disponível em: <<https://www.visitportugal.com/pt-pt/destinos/porto-e-norte>>. Acesso em: 18 mar. 2024.

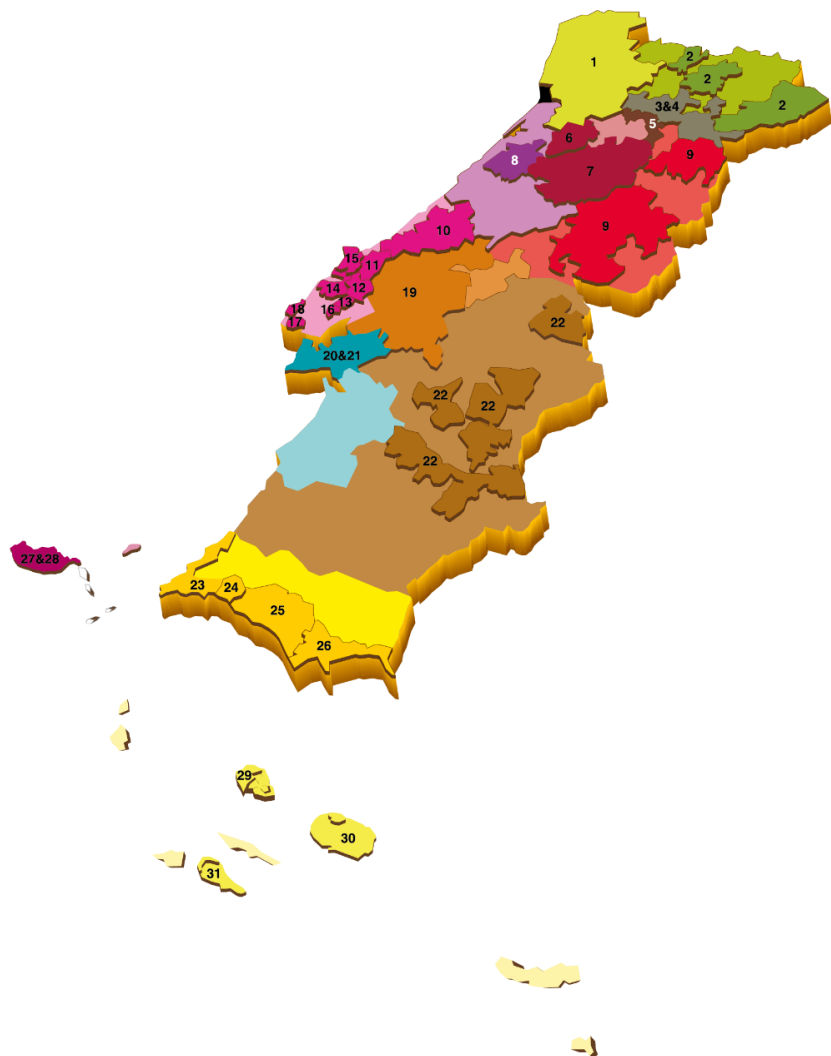
VISIT PORTUGAL. **Programa de Ação para o Enoturismo em Portugal (2019-2021)**. Disponível em: <<https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/programa-acao-enoturismo-et2027-mar-2019.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

VISIT PORTUGAL. **Rota do Vinho do Porto e Douro**. [2023]. Disponível em: <<https://www.visitportugal.com/pt-pt/node/73744>>. Acesso em: 18 de março de 2024.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Anexo 1: Regiões vinícolas de Portugal.

- VINHOVERDE**
 - IGP Minho
 - 1 DOP Vinho Verde
- TRÁS-OS-MONTES**
 - IGP Transmontano
 - 2 DOP Trás-os-Montes
- DOURO**
 - IGP Duriense
 - 3 DOP D ouro
 - 4 DOP Porto
- TÁVORA-VAROSA**
 - IGP Terras de Cister
 - 5 DOP Távora-Varosa
- DÃO**
 - IGP Terras do Dão
 - 6 DOP Lafões
 - 7 DOP Dão
- BAIRRADA**
 - IGP Beira Atlântico
 - 8 DOP Bairrada
- BEIRA INTERIOR**
 - IGP Terras da Beira
 - 9 DOP Beira Interior
- LISBOA**
 - IGP Lisboa
 - 10 DOP Encostas d'Aire
 - 11 DOP Óbidos
 - 12 DOP Alenquer
 - 13 DOP Arruda
 - 14 DOP Torres Vedras
 - 15 DOP Lourinhã
 - 16 DOP Bucelas
 - 17 DOP Carcavelos
 - 18 DOP Colares
- TEJO**
 - IGP Tejo
 - 19 DOP D o Tejo
- PENÍNSULA DE SETÚBAL**
 - IGP Península de Setúbal
 - 20 DOP Setúbal
 - 21 DOP Palmela
- ALENTEJO**
 - IGP Alentejano
 - 22 DOP Alentejo
- ALGARVE**
 - IGP Algarve
 - 23 DOP Lagos
 - 24 DOP Portimão
 - 25 DOP Lagoa
 - 26 DOP Tavira
- MADEIRA**
 - IGP Terras Madeirenses
 - 27 DOP Madeira
 - 28 DOP Madeirense
- AÇORES**
 - IGP Açores
 - 29 DOP Graciosa
 - 30 DOP Biscoitos
 - 31 DOP Pico



Fonte: IVV (2024).