

# Práticas de conservação da água nas empresas de enoturismo em Portugal

## Water conservation practices in Portugal's wine tourism companies

CRISTINA ARAÚJO \* [scristina@ua.pt]

ELISABETH KASTENHOLZ \*\* [elisabethk@ua.pt]

ISABEL SANTOS \*\*\* [isabel.santos@ua.pt]

**Resumo** | Apesar de reconhecido como potencialmente benéfico para o desenvolvimento sustentável dos territórios, o enoturismo pode também causar impactos ambientais negativos, como a exploração excessiva dos recursos hídricos. Estes impactos podem estar relacionados com as atividades e serviços oferecidos aos enoturistas. É assim relevante refletir sobre os momentos de desperdício de água e as práticas de sustentabilidade a nível de conservação da água que têm sido utilizadas para mitigar este problema, por parte dos agentes da oferta de enoturismo. Para tal, o estudo utiliza a recolha de dados qualitativos (entrevista a proprietários-gestores de empresas vitícolas que oferecem experiências de enoturismo em Portugal). Dos resultados constata-se que várias atividades e serviços são prestados nestas empresas. Os gastos e desperdícios de água estão associados sobretudo à lavagem de utensílios utilizados nas provas, bem como à limpeza e utilização das infraestruturas de apoio. As práticas de conservação da água são sobretudo de custo baixo e estão centradas principalmente na mitigação do desperdício e redução do seu consumo [exemplo: sistemas de descarga dupla (autoclimo) e torneiras com temporizador]. Trata-se de um trabalho pioneiro pois procura identificar as lacunas sobre os gastos e práticas de conservação da água no enoturismo em Portugal e traça caminhos para futuras pesquisas.

**Palavras-chave** | Sustentabilidade, enoturismo, práticas sustentáveis, experiência em enoturismo, conservação da água

**Abstract** | Although recognized as potentially beneficial for the sustainable development of territories, wine tourism can also cause negative environmental impacts, such as the excessive exploitation of water resources. These impacts may be related to the activities and services offered to wine tourists. It is

\* **Doutoranda** em Marketing e Estratégia pela Universidade de Aveiro, Portugal.

\*\* **Doutoramento** em Turismo. **Professora Associada** e **Coordenadora** da Área Científica de Turismo, Universidade de Aveiro, Portugal. **Membro integrado** na Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP).

\*\*\* **Doutoramento** em Psicologia. **Professora Auxiliar**, Departamento de Educação e Psicologia, Universidade de Aveiro, Portugal e **coordenadora** do NeuroLabl. **Membro integrado** do William James Center for Research (WJCR) - Linha de Investigação em Cognição, e **colaboradora** do Centro de Investigação em Tecnologias e Serviços de Saúde (CINTESIS) - Grupo de Investigação AgeingC.

therefore relevant to reflect on the moments of water wastage and the sustainability practices in terms of water conservation that have been used to mitigate this problem by the wine tourism supply agents. For this purpose, the study uses qualitative data collection (interview with owner-managers of wine companies that offer wine tourism experiences in Portugal). From the results it appears that several activities and services are provided in these companies. Costs and waste of water are mainly associated with washing utensils used in wine tasting, as well as cleaning and using support infrastructure. Water conservation practices are mainly low cost and are mainly focused on mitigating water waste and reducing consumption [example: double flush systems (flush flush) and faucets with timers]. This is a pioneering work as it seeks to identify gaps in spending and water conservation practices in wine tourism in Portugal and outlines paths for future research.

**Keywords** | Sustainability, wine tourism, sustainable practices, wine tourism experience, water conservation

## 1. Introdução

Considerada um dos recursos mais importantes do mundo, a água doce é, atualmente, um dos elementos mais explorados e ameaçados globalmente (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2021) A sua escassez representa não apenas sérias ameaças à sociedade, mas também à estabilidade económica dos países (UNESCO, 2021; World Resources Institute (WRI), 2019a). Atualmente, o *stress* hídrico afeta muitas partes do mundo (UNESCO, 2021), com cerca de 40% da população mundial a ser prejudicada pela sua escassez (United Nations, 2012).

Várias causas podem contribuir para a redução da sua disponibilidade (UNESCO, 2021). Um dos fatores é a excessiva utilização deste recurso em atividades económicas como o turismo (Antonova, Ruiz-Rosa, & Mendoza-Jiménez, 2021) e a agricultura (UNESCO, 2021). A interdependência entre este recurso e estas atividades pode também ter também impactos negativos nestes setores (Antonova et al., 2021).

O enoturismo, considerado um dos segmentos mais relevantes da indústria do vinho (Thanh & Kirova, 2018), tem a particularidade de integrar tanto o turismo como o vinho (Figuerola & Rotarou, 2018). Dada a integração destes dois setores

num só produto turístico, o enoturismo pode assim sofrer duplamente as consequências negativas da diminuição da disponibilidade hídrica.

Identificar as atividades e serviços de enoturismo, bem como os gastos de água associados este produto e as práticas de mitigação dos efeitos deste consumo, fornece um conhecimento fundamental para uma gestão mais eficiente. Todavia, denota-se que estas informações no âmbito do enoturismo carecem de uma maior investigação e compreensão (Guedes & Rebelo, 2019).

Portugal é considerado um dos países com elevado risco de *stress* hídrico (WRI, 2019b), onde a procura deste recurso é superior à oferta existente (Heggie, 2020). O enoturismo a nível nacional tem um potencial elevado (Santos, Santos, Oliveira, Caldeira, & Martinho, 2018), tendo um papel crescente na economia (Lourenço, 2017). É assim considerado um produto estratégico para o desenvolvimento regional e nacional (Costa & Kastenholtz, 2009; Turismo de Portugal (TP), 2019). A nível de sustentabilidade tem havido um esforço para integrar práticas ambientais no sector (Gouveia & Vaz, 2020; TP, 2019). Porém, o seu real impacto ainda está pouco documentado (Gouveia & Vaz, 2020) e direcionado também para as práticas de sustentabilidade no geral (exemplo: Nave, 2020). Portanto, mais de que nunca, faz todo o

sentido perceber e aprofundar o contexto atual das práticas e dos comportamentos especificamente direcionados para a conservação deste recurso em contexto de enoturismo.

Assim, o estudo empírico tem como objetivo explorar, nas empresas vitícolas que oferecem experiências de enoturismo, a problemática da gestão sustentável da água, tendo em conta tanto as experiências enoturísticas oferecidas, como os gastos hídricos a elas associadas e iniciativas de poupança ou reutilização da água, através de entrevistas dirigidas aos gestores destas empresas.

O artigo está estruturado da seguinte forma; após esta introdução, é apresentada a estrutura conceptual sobre o tema estudado, seguida de uma descrição da metodologia adotada. Os resultados, bem como a discussão, são analisados na seção seguinte e, por fim, são apresentadas as conclusões, limitações e futuras linhas de pesquisa.

## 2. Revisão da literatura

### 2.1. Enoturismo

O enoturismo, considerado um produto turístico com características únicas (Getz, 2000), tem vindo a crescer em importância nos territórios vitícolas (Getz & Brown, 2006; Thanh & Kirova, 2018). Apesar da definição de “enoturismo” não ter uma abordagem uniforme (Amarando et al., 2019), pode-se referir de uma forma geral que são “visitas a uma região vinícola para fins recreativos” (Sparks, 2007, p.1180) onde as “[...] adegas e as experiências associadas ao vinho são as atrações dominantes” (Getz, Dowling, Carlsen, & Anderson, 1999, p.21). Caracteriza-se pela interseção entre o setor do turismo e o setor do vinho (Carmichael, 2005; Figueroa & Rotarou, 2018), em que as atividades adjacentes à vitivinícola (Andrade, 2013; Beames, 2003) permitem vivenciar experiências turísticas vitivinícolas únicas (Gu & Huang, 2019).

É referido como um potencial instrumento de desenvolvimento sustentável das regiões dos territórios vitivinícolas (Alonso & Liu, 2012; Inácio & Cavaco, 2010; Maduro, Guerreiro, & de Oliveira, 2015; Salvado & Kastenholtz, 2017; Santos, 2021) e dos espaços rurais em particular (Dodds, Graci, Ko, & Walker, 2013; Salvado & Kastenholtz, 2017). Assim, de acordo com Salvado e Kastenholtz (2017), este produto turístico contribui para uma perspetiva territorial de “ecossistema de enoturismo”. Porém, o seu crescimento tem causado igualmente impactos ecológicos negativos (Montella, 2017; Poitras & Donald, 2006) à medida que um maior número de turistas visita estas regiões (Dodds et al., 2013; Montella, 2017). De facto, como salientam Barber, Taylor e Deale (2010, p.146), os impactos ecológicos do enoturismo estão ligados não só “à agricultura, colheita, produção de vinho, bem como às atividades específicas e padrões de viagem dos enoturistas”. À medida que o enoturismo cresce de importância como vetor económico e um maior número de turistas chega às regiões, os territórios sofrem progressivamente uma maior pressão (Dodds et al., 2013; Poitras & Donald, 2006; Montella, 2017). Essa pressão pode ser sentida em várias frentes como, por exemplo, a exploração dos recursos como a água e a energia (Meller, 2015; Montella, 2017). Estes recursos podem ser abusivamente utilizados na prestação de serviços e atividades específicas para a satisfação dos enoturistas (Montella, 2017) e, consequentemente, potenciar a sua escassez (Barber et al., 2010; Poitras & Donald, 2006).

Dada esta problemática, é relevante refletir sobre o planeamento e desenvolvimento das atividades de enoturismo de forma a assegurar uma gestão adequada dos recursos usados (Poitras & Donald, 2006). Para tal, é importante, primeiramente, analisar quais são as atividades/serviços específicos que as próprias empresas de enoturismo promovem para proporcionar uma experiência turística. Estes dados são relevantes uma vez que a experiência do enoturismo está relacionada não só

com o destino vinícola (Cardinale Nguyen, & Melewar, 2016), mas também com a própria empresa vinícola e a sua adega (Roberts & Sparks, 2006).

## 2.2. Atividades/serviços no enoturismo e suas práticas de conservação da água

Existe atualmente um amplo conjunto de atividades e serviços realizados pelas empresas de enoturismo que estão sumariados no Quadro 1.

O Quadro 1 demonstra que o enoturismo tem conseguido aumentar e proporcionar um leque

cada vez mais variado de experiências que permitem enriquecer a vivência do turista nas regiões vinícolas. Estas atividades e serviços mencionados, se bem planeados, podem também contribuir para a sustentabilidade da atividade (Alonso, Bressan, Kok, & O'Brien, 2021). Porém, para que tal aconteça, é essencial adotar práticas que mitiguem os potenciais impactos negativos. Para tal, as empresas com atividades de enoturismo têm adotado algumas práticas gerais de sustentabilidade. Por exemplo, vários estudos identificam: a diminuição de resíduos através da compostagem (Alonso et

**Quadro 1** | Atividades e serviços turísticos típicos promovidos pelas empresas de enoturismo (continua)

Serviços/Atividades	Descrição	Autores
Visitas	Visitas guiadas às vinhas	Carmichael (2005) Guedes & Rebelo (2019) Nogueira (2019) Saayman & Van Der Merwe (2015) Turismo de Portugal (2014)
	Visitas guiadas às instalações (adegas e caves)	Cohen & Ben-Nun (2009) Guedes & Rebelo (2019) Nogueira (2019) Saayman & Van Der Merwe (2015) Turismo de Portugal (2014)
Loja de vinhos e/ou outros produtos locais	Loja (compra de vinhos)	Beames (2003) Getz & Brown (2006) Karagiannis & Metaxas (2020) Nogueira (2019)
	Loja (Compra de produtos locais)	Barbosa, Oliveira, & Sellitto (2021) Getz & Brown (2006) Nogueira (2019)
Atividades de relaxamento/ descanso/ saúde & bem-estar/ diversão/ socialização e atividades físicas/recreativas	Atividades de relaxamento e descanso (ex.: Alimentação e / ou vigilância de animais); Trilhas para caminhada / equitação / ciclismo; Piqueniques; Natação; passeios de trator / colheita de frutas pelos visitantes; passeios de balão (por cima das vinhas)	Beames (2003) Guedes & Rebelo (2019) Lopes, Paiva, Pereira, Silva, & Abrantes (2018)
	Saúde, bem-estar (Vinoterapia) e sauna – para fins terapêuticos ( <i>wellness/spa</i> )	Lopes et al. (2018) Turismo de Portugal (2019)
	Atividades de socialização: Pacotes de casamento – com desenvolvimento de instalações e infraestruturas adequadas.	Beames (2003)
	Atividades recreativas para crianças	Figueroa & Rotarou (2018) Karagiannis & Metaxas (2020) Saayman & Van Der Merwe (2015)
	Provas de vinhos (degustação)	Barbosa et al. (2021) Beames (2003) Guedes & Rebelo (2019) Getz & Brown (2006) Karagiannis & Metaxas(2020) Lopes et al. (2018) Nogueira (2019) Quadri-Felitti & Fiore (2012) Sparks (2007) Turismo de Portugal (2014)
	Concertos nas adegas	Quadri-Felitti & Fiore (2012)

**Quadro 1** | Atividades e serviços turísticos típicos promovidos pelas empresas de enoturismo (continuação)

<b>Eventos/feiras/ conferências/ exposições</b>	Eventos de degustação de vinhos e produtos regionais (produtos que complementam os vinhos, como: patês e conservas, pães e confeitaria, queijos, azeite e frutas secas)	Beames (2003) Quadri-Felitti & Fiore (2012) Robinson, Getz, & Dolnicar (2018)
	Feiras de arte/ artesanato/ exposições de antiguidades nas empresas vinícolas /museus	Beames (2003) Quadri-Felitti & Fiore (2012) Turismo de Portugal (2014)
	Conferências de pequeno/médio porte para exposições e lançamento de produtos	Beames (2003)
<b>Pedagógicas</b>	Aulas de culinária (produtos regionais) e artesanato	Quadri-Felitti & Fiore (2012)
	Programas/cursos/aulas gerais de educação sobre vinhos (aprender sobre vinhos)	Beames (2003) Carmichael (2005) Saayman & Van Der Merwe (2015) Turismo de Portugal (2014)
	Programas de vindimas: participação nas vindimas e observação/participação no processo de fabricação/ vinificação de vinho (ex.: pisar o vinho, engarrafar o vinho ou fazer o seu próprio vinho, encapsulamento, desenhar a etiqueta, entre outros)	Nogueira (2019) Quadri-Felitti & Fiore (2012) Saayman & Van Der Merwe (2015) Thanh & Kirova (2018) Turismo de Portugal (2014)
<b>Experiências de “cross-selling”<sup>1</sup></b>	Golfe&vinhos/gastronomia&vinhos/touring&vinhos/cruzeiros /vinhos/natureza/vinhos	Turismo de Portugal (2014)
<b>Restauração</b>	Refeições temáticas/experiências gastronómicas/ serviço de refeições no local (pequeno-almoço/almoço/jantar)	Carmichael (2005) Figuerola & Rotarou (2018) Guedes & Rebelo (2019) Getz & Brown (2006) Quadri-Felitti & Fiore (2012) Turismo de Portugal (2014)
<b>Alojamento</b>	Estadia em unidades de alojamento local (hospedagem)	Quadri-Felitti & Fiore (2012) Figuerola & Rotarou (2018) Guedes & Rebelo (2019) Karagiannis & Metaxas (2020) Turismo de Portugal (2014)

<sup>1</sup> Existência de experiências de “cross-selling” com empresas de outras atividades/serviços (Turismo de Portugal, 2014, p.16)

Fonte: Elaboração própria com base nos autores mencionados

al., 2021); a redução das emissões de carbono através de ventiladores com certificação zero de carbono movidos a gás propano (Alonso et al., 2021); o respeito pela cultura e economia local através da utilização de produtos locais e pratos regionais (Karagiannis & Metaxas, 2020), bem como o apoio a instituições de solidariedade social através de donativos (Nave, Laurett, & Do Paço, 2021), entre outros. No entanto, a revisão da literatura evidencia que, para além da adesão aos sistemas de reciclagem da água (exemplo: Alonso et al., 2021; Amarando, Assenov, & Visuthismajarn, 2019), existem ainda poucos dados sobre as ações concretas de economia e redução do consumo da água. De facto, em vários estudos há a referência que as empresas implementam diversas atividades para economizar e reduzir o consumo da água, mas não identificam concretamente essas

atividades (exemplo: Grimstad & Burgess, 2014; Nave, 2020; Nave et al., 2021).

Denota-se uma necessidade de uma maior investigação e compreensão das várias práticas sustentáveis implementadas nas diferentes atividades e serviços desenvolvidos em contexto de enoturismo (Alonso et al., 2021; Figuerola & Rotarou, 2018), bem como dos gastos associados a essas atividades e serviços. O estudo empírico procura fazer uma primeira abordagem a esse conhecimento.

### 3. Metodologia

O propósito do estudo empírico deste presente trabalho é explorar a problemática da gestão sus-

tentável da água, tendo em conta tanto as experiências enoturísticas oferecidas, como os gastos hídricos a elas associadas e iniciativas de poupança ou reutilização da água. Para tal, os seguintes objetivos secundários foram delineados:

- i. Identificar as atividades e serviços prestados pelas empresas a nível de turismo;
- ii. Identificar os gastos hídricos associados;
- iii. Identificar a adesão a práticas de poupança, conservação e reutilização da água.

A metodologia aplicada neste estudo é essencialmente de carácter exploratório visto existirem ainda poucos dados em Portugal sobre os tópicos em análise. Como sugerido por Vilelas (2017), sempre que existe pouca informação na revisão da literatura acerca de um fenómeno, a análise qualitativa deve ser aplicada. Dos vários métodos de recolha de dados que podem ser aplicados nas investigações desta natureza foi selecionada a entrevista (Pardal & Lopes, 2011; Vilelas, 2017).

Optou-se pela entrevista em profundidade semiestruturada e, com base nos objetivos anteriormente definidos, foi delineado um guião composto por dezassete questões distribuídas por seis partes. Na primeira e última parte procede-se à identificação da empresa e do(a) entrevistado(a) respetivamente, e nas restantes são abordadas as questões relacionadas com a temática em estudo nomea-

damente: identificação das atividades/serviços de enoturismo e seus gastos associados bem como as práticas de conservação/ poupança ou reutilização.

Esta entrevista foi direcionada aos proprietários/gestores ou decisores das empresas vitivinícolas com serviços e atividades de enoturismo. As empresas foram contactadas por *e-mail*, redes sociais (*LinkedIn*) ou telefone, e as entrevistas, com duração média de trinta minutos, realizadas via *Zoom*, durante os meses de fevereiro a agosto de 2022. Todas as entrevistas foram gravadas, tendo sido pedido autorização prévia. A gravação permitiu, para além de facilitar a análise dos dados “[...] o registo dos dados independentemente das perspetivas - tanto do investigador como dos sujeitos em estudo” (Flick, 2013, p.170).

As entrevistas foram transcritas na íntegra, estando de acordo com o procedimento de outras investigações como a de Alonso (2010), e procedeu-se à codificação das empresas de E1 a E10, de forma a garantir a confidencialidade dos dados. Para a organização dos dados das entrevistas e posterior análise de conteúdo foi utilizado o Software MaxQDA (22). No Quadro 2 está ilustrado o procedimento metodológico utilizado na investigação qualitativa.

De seguida apresentam-se os resultados da interpretação dos dados em relação às questões mencionadas anteriormente.

Quadro 2 | Elementos-chave do procedimento metodológico da investigação qualitativa

	Descrição
Área geográfica	Norte de Portugal (região do Douro e Vinho Verde)
Período de recolha de dados	Fevereiro/Agosto de 2022
Instrumento de recolha dos dados	Entrevista
Método de recolha de dados	Entrevista via Zoom (nove empresas), via TEAMS (uma empresa)
População-alvo	Proprietários/Gestores ou diretores de empresas produtores de vinho que também prestam serviços turísticos
Número de empresas entrevistadas	Dez
Instrumento de análise dos dados	Software MaxQDA (22).

Fonte: Elaboração própria

#### 4. Apresentação dos resultados da investigação qualitativa

Todas as empresas têm como principal atividade económica a produção e comercialização de vinhos. Encontram-se localizadas no distrito de Braga e no distrito do Porto e, excetuando uma empresa que faz parte da região demarcada do Douro, todas as restantes pertencem à região demarcada do Vinho Verde.

Maioritariamente são microempresas com 1 a 10 funcionários a tempo inteiro (6), pequenas empresas até 50 funcionários (3) ou médias empresas até 250 funcionários (1). No entanto, quando necessitam, sobretudo na época das vindimas, várias empresas (5) recorrem a *outsourcing*.

Quanto à caracterização dos entrevistados, no que respeita à distribuição em função do género, a maioria dos entrevistados são homens (6). Em relação à idade, os entrevistados encontram-se na faixa etária de 30 a 39 anos (3), de 40-49 (5) e mais

de 50 anos (2). Relativamente ao nível de escolaridade, todos apresentam grau de especialização ou universitário. Maioritariamente são proprietários com função de gestão (7), desempenham o papel de diretores gerais das empresas (2) ou de diretores de operações (1).

Relativamente ao primeiro objetivo, o Quadro 3 identifica sumariamente as atividades e os serviços prestados pelas empresas analisadas.

Os dados revelam que as provas de vinho com ou sem visita às vinhas são a atividade mais explorada. A grande maioria desenvolve pacotes que associam a visita guiada à quinta e à adega com a prova de vinhos na adega. Este pacote inclui uma explicação sobre o trabalho realizado na vinha e o processo de vinificação na adega. No entanto, os turistas podem também optar, em alguns casos, por simplesmente realizar a visita à quinta e à adega sem prova de vinhos. Na maioria das empresas (5 empresas) existe também a oportunidade de associar petiscos tradicionais à prova de vinhos.

Quadro 3 | Síntese das principais atividades e serviços prestados nas empresas a nível de enoturismo

Atividades/Serviços	Descrição
Provas de vinhos com ou sem passeio pelas vinhas/quinta	<p>“Visita guiada de meio-dia às vinhas e adega da quinta, seguida de prova de vinhos comentada” (E1)</p> <p>“Recebemos e fazemos as provas de vinho na adega [...] visitas às vinhas” (E2)</p> <p>“Provas... com ou sem passeio pela quinta, vinha e nessas provas é, obviamente, para além de servir os vinhos, [...] temos dois tipos de provas – uma em que só colocamos <i>snacks</i>, tábuas de queijo e assim e temos uma em que petiscos ...mais à moda portuguesa” (E4)</p> <p>“Bom fazem-se estas provas comuns que encontramos nos diferentes operadores, as visitas à quinta” (E8)</p> <p>“Temos uma visita [...] ela passa pela parte da zona de envelhecimento e pela parte dos jardins [...] e no final degustação do vinho do Porto” (E9)</p> <p>“Temos provas de vinho nas 4 salas de provas cada uma com diferentes temáticas [...]. Todas as visitas incluem desde a vinha até à garrafa pronta, ou seja, desde a visita à vinha até à visita à área de inovação e engarrafamento” (E10)</p>
Serviços de restauração	<p>“Nós não temos um restaurante...nós adaptamos ...nós utilizamos a nossa própria cozinha, é a cozinha da casa.” (E4)</p> <p>“[...] jantares gastronómicos [...]” (E8)</p> <p>“A nível da gastronomia [...] temos serviço de restauração à porta fechada” (E10)</p>
Alojamento	<p>“Temos o alojamento [...]” (E1)</p> <p>“[...] no hotel concentramos cá mais de 90% da atividade de enoturismo [...]” (E8)</p> <p>“Temos o alojamento, [...]” (E10)</p>
Loja de produtos	<p>“Venda de vinhos” (E4)</p> <p>“Venda na loja que dispõe e tem ao dispor dos nossos clientes não só os vinhos que produzimos, mas também um conjunto de produtos regionais como o azeite, o mel” (E8)</p> <p>“Temos loja onde vendemos os vinhos” (E9)</p> <p>“Temos também a loja de vinhos” (E10)</p>
Outros	<p>“Depois temos o piquenique [...] temos <i>workshops</i> de vinho e chocolates, vinhos e queijos [...]” (E1)</p> <p>“Em termos de enoturismo fazemos também [...], piqueniques organizados” (E2)</p> <p>“Provas de vinho integradas com o <i>Birdwatching</i> para aproveitar os recursos naturais da região” (E3)</p> <p>“Piqueniques” (E6)</p> <p>“Atividades de SPA e de bem-estar em que, por exemplo, também se usam derivados da uva e do vinho” (E8)</p> <p>“<i>workshops</i> de vinho e chocolates, vinhos e queijos, [...]” (E9)</p> <p>“[...] <i>Tours and Tastings</i>” (E10)</p>

Fonte: Elaboração própria

Os resultados apresentados anteriormente são representados, de seguida, através de uma nuvem de palavras extraída a partir do MaxQDA (22). Esta representação visual destaca sumariamente as atividades e serviços de enoturismo mais frequentemente referidas no conjunto das entrevistas que foram realizadas.



Figura 1 | Nuvem de palavras das principais atividades e serviços de enoturismo  
Fonte: Dados da investigação

Relativamente ao segundo objetivo conclui-se que, em alguns casos, existe um certo grau de desconhecimento em relação aos gastos/ desperdícios de água associados a cada atividade/ serviço turístico devido à ausência de monitorização, como é visível no seguinte excerto “relativamente aos gastos associados isso não lhe consigo dizer [...]” (E4). É igualmente relevante referir que vários entrevistados acreditam que esses gastos são muito residuais sobretudo em determinadas atividades. Por exemplo, (E2) afirma que “ a nível de visitas às vinhas, não temos qualquer implicação com o recurso à água”, ou, que afirma: “Nós não temos gastos associados ao enoturismo [...], a não ser [...] um consumo que é residual” (E7).

Apesar destas opiniões, foram identificados os seguintes gastos de água associados com as atividades e serviços mencionados anteriormente (Quadro 4).

Quadro 4 | Gastos a nível de recursos hídricos nas atividades/serviços de enoturismo

Atividades/Serviços	Descrição
<b>Prova de vinhos (adeiga)</b>	<p>“Basicamente um custo direto é a lavagem dos copos que é fundamental, porque nós usamos e temos equipamento de provas, são os copos, que são de vidro das pessoas [...] Eu acho que é mesmo na adeiga quando recebemos e fazemos as provas de vinho. Efetivamente, usamos copos de vidro e esses copos têm que ser posteriormente lavados” (E2)</p> <p>“[...] penso que seja nas provas pois tem a parte de lavar a louça e tudo o mais” (E4)</p> <p>“É mesmo na questão de lavagem de copos [...]” (E5)</p> <p>“[...] e depois claro temos todo o processo de manter a empresa, que é um processo diário, mas que se enquadra também no enoturismo...casas de banho, o chão, os copos, a lavagem dos copos, a lavagem da louça, a limpeza do material que utilizamos nas visitas. Tudo isto, vai nos gastar, vai ter um consumo” (E6)</p> <p>“A não ser na lavagem de copos” (E7)</p> <p>“Quando pensamos nas provas [...] lavagem depois dos utensílios utilizados nessa prova, os copos, as cuspideiras e todo o ambiente que está ali criado” (E8)</p>
<b>Alojamento</b>	<p>“É o alojamento e aí se calhar temos turistas que usam muita água pois ainda temos banheira e eu não sei o tipo de banho que eles fazem” (E1)</p> <p>“O grande gasto de uma atividade hoteleira acaba por ser muito as águas sanitárias [...]” (E8)</p>
<b>Casas de banho de apoio às visitas</b>	<p>“Nas nossas casas de banho, [...] fizemos toda a parte das casas de banho novas e todas pensadas nesta utilização de uso mais eficiente” (E2)</p> <p>“ahhhh...nas casas de banho [...]”(E6)</p> <p>“Gastamos nos quartos de banho” (E7)</p> <p>“[...]casas de banho evidentemente, pois têm a sua utilização prática” (E8)</p> <p>“O maior consumo de água no enoturismo são as casas de banho [...]” (E10)</p>
<b>Espaço exterior</b>	<p>“Nós no nosso caso temos um gasto muito significativo que é a relva” (E6)</p> <p>“Talvez a mais relevante de todas seja a manutenção das áreas verdes [...]” (E10)</p>

Fonte: Elaboração própria

A perceção de que os gastos são residuais e que o volume de negócios e de visitas não justifica o

investimento, podem ser consideradas potenciais barreiras a ultrapassar, como é identificável nos

seguintes excertos: - “quando temos visitas, utilizam as nossas casas de banho da adega e é mesmo muito pouco” (E5) e “a nível de água não gastamos muita [...]. Na nossa empresa não é minimamente significativo, mesmo” (E9).

Outros entrevistados, porém, identificaram nas atividades e serviços prestados no enoturismo várias práticas de poupança, conservação e reutilização da água (Objetivo III) (Quadro 5).

Quadro 5 | Práticas de conservação da água no enoturismo

Prática/Local	Práticas	Descrição
Casas de banho que servem de apoio às provas de vinhos/passeios/petiscos	Técnicas de redução do caudal (Meias descargas/garrafas)	<p>“Temos autoclismo de uso racional” (E1)</p> <p>“[...] nós temos alguns sistemas implementados. As torneiras são de sensores, têm controle [...], é o controle mínimo de caudal, o autoclismo e o urinol têm também, quer sejam as privadas quer as do público” (E2)</p> <p>“Temos as meias descargas [...], colocamos garrafas de litro e meio cheias dentro dos próprios depósitos”(E4)</p> <p>“As casas de banho têm descarga dupla” (E7)</p> <p>“As casas de banho têm botões de descarga dupla, [...]” (E9)</p>
Serviços de restauração	Eficiência energética nas máquinas de lavar	<p>“Nós fazemos com recurso a uma máquina de lavar relativamente recente, sensivelmente de três anos, e eficiente a nível energético” (E2)</p> <p>“A nível da máquina de lavar a louça – compramos com a máxima eficiência energética” (E4)</p> <p>“Os copos são lavados todos à máquina, normalmente, só quando é preciso, uma pré-lavagem, mas isso raramente acontece” (E9)</p> <p>“Temos máquinas de lavar copos que é o essencial” (E10)</p>
Adega (provas de vinho)	Temporizadores e redutores de caudal	<p>“A torneira que é usada na lavagem [...] também tem aqueles temporizadores de água” (E7)</p> <p>“Em toda a propriedade todas as torneiras estão com redutores de caudal [...] As provas de vinhos são feitas numa adega experimental que teve, portanto, as mesmas preocupações que tivemos a nível de economia de energia e poupança de água aquando da construção do hotel” (E8)</p> <p>“Temos a mesma preocupação com a dimensão das mangueiras com as pistolas” (E9)</p>
Provas de vinho/Birdwatching	Sensibilização/Educação	<p>“Sensibilizar através da educação da importância do uso da água” (E3)</p>
Jardins	Utilização de espécies autóctones	<p>“Deixamos as ervas [...], é uma componente sustentável ambiental. À volta da nossa piscina fica bonito [...], é erva natural...vamos semeando vários tipos de ervas, encontramos desde morangos selvagens a trevos de 4 folhas” (E1)</p>
	Gestão eficaz da água de irrigação dos jardins	<p>“Preocupação evidente na utilização das águas para regadio do jardim acontecer uma ou duas vezes/por dia e ter em atenção que aconteça em horários fora das temperaturas mais elevadas” (E8)</p>
Piscinas	Gestão da utilização e reutilização da água (piscina)	<p>“A piscina só se enche uma vez por ano e é com água de nascente” (E1)</p> <p>“A piscina é com água na mina, água que seria desperdiçada se não fosse para a piscina”(E7)</p> <p>“Sempre que fazemos alguma intervenção em alguma das piscinas esta água não é deitada fora, mas colocada para o tanque de compensação ou para o tanque de retenção para águas sanitárias e para águas de regadio” (E8)</p>
	Cobertura	<p>“A preocupação para fazer a cobertura da piscina à noite, quer externa quer interior, para minimizar as perdas” (E8)</p>
Quartos (casas de banho)	Campanhas de sensibilização	<p>“Informação nos quartos a dizer que temos uma política de sustentabilidade e que evitem pôr toalhas para lavar” (E1)</p> <p>“A própria educação dos clientes para que não troquem de toalhas todos os dias, para que haja um consumo reduzido nos banhos [...]” (E8)</p> <p>“Existe a questão de perguntar aos turistas se querem mudar de toalhas todos os dias” (E10)</p>
	Descarga eficiente/torneiras com temporizador	<p>“Equipamentos ecológicos, uma descarga única”; “qualquer torneira, seja de chuveiro seja do lavatório, tem um corta corrente automático, que obriga o cliente a carregar novamente se quiser ter este gasto continuado” (E8)</p>
Lavandaria	Máquinas de lavar roupa com carga máxima e temperatura adequada	<p>“Preocupação e responsabilidade extra de colocarmos as máquinas apenas quando estão em carga máxima. A temperatura da água, [...] já leva água pré-aquecida e, portanto, não tem um consumo adicional de energia” (E8)</p>
Geral	Monitorização	<p>“Temos monitorização” (E1)</p> <p>“Há uma preocupação clara e diária de registo também...de monitorizar os consumos de água para que se identifiquem falhas ou roturas nas redes” (E8)</p> <p>“Nós temos vários contadores porque a monitorização é importante [...], o contador do enoturismo neste momento já está separado, o que já vai permitir fazer alguma melhoria em termos de futuro” (E10)</p>

Fonte: Elaboração própria

Sumariamente as práticas apresentadas são sobretudo de investimento baixo e voltadas para a redução do consumo. Quer na adega (provas de vinho), casas-de-banho para as visitas ou nos quartos, as práticas passam por aplicação de aparelhos de redução do caudal, temporizadores, autoclismo de uso racional e sensores. É ainda de salientar a preocupação em sensibilizar e educar os hóspedes com campanhas de sensibilização.

Por último, há a salientar a ausência de práticas de conservação da água básicas em algumas empresas, como enunciadas em outros estudos sobre empreendimentos turísticos. Por exemplo, Barberán, Egea, Gracia-de-Rentería e Salvador (2013), Rico, Olcina, Baños, Garcia e Sauri (2019) ou Torres-Bagur, Ribas e Vila-Subirós (2019) aconselham:

- i. Cobertura das piscinas para evitar a vaporização - “Não usamos cobertura na piscina [...]” (E1), “À noite não tapamos a piscina” (E7);
- ii. Investir em produtos e tecnologia que economizem água: infraestruturas de apoio - casas de banho (visitas) - “As torneiras não temos nada, não são temporizadas, ou seja, abre e fecha” (E4), “[...] as casas de banho não têm o controlo de descargas, [...]” (E5) ou “o nosso autoclismo é perfeitamente normal tem 30 anos [...]” (E6)”;
- iii. Investir em equipamentos que economizem água: infraestrutura de apoio - adega/cozinha (visitas): “nós não temos máquina de lavar, [...]” (E6) ou “A nossa máquina de lavar louça chama-se (nome da funcionária)” (E7).

## 5. Conclusão

Os objetivos deste trabalho foram delineados de acordo com as lacunas percecionadas na revi-

são da literatura sobre o enoturismo na área da sustentabilidade especificamente relacionada com a gestão hídrica. Apesar de vários estudos analisarem práticas de sustentabilidade no geral, como por exemplo, Alonso et al. (2021), Amarando et al. (2019) ou Nave et al. (2021), existem poucos artigos que exploram de forma exaustiva as práticas de sustentabilidade a nível de conservação da água em contexto de enoturismo em Portugal. Assim, este artigo, de carácter exploratório, procurou recolher estas informações concretas e contribuir para o corpo teórico na área da sustentabilidade e, particularmente, para o enoturismo.

Tendo por base esta fundamentação, este estudo apresenta três principais objetivos. O primeiro objetivo foi recolher informação sobre as atividades e serviços que estas empresas fornecem a nível de enoturismo. O estudo revela que a prova de vinhos nas adegas/ caves com ou sem degustação, bem como as visitas às quintas, são duas das práticas mais mencionadas pelas empresas analisadas. Estes dados estão em linha com os resultados apresentados em Guedes e Rebelo (2019), Nogueira (2019) ou Saayman e Van Der Merwe (2015). Existem outras atividades que contribuem para enriquecer a experiência do turista, nomeadamente: *workshops* de vinho e chocolates, vinhos e queijos (*cross-selling*), provas de vinho integradas com o *birdwatching*, piqueniques, bem como jantares gastronómicos e atividades de SPA com produtos relacionados com os vinhos.

Outro objetivo explorado neste artigo refere-se aos gastos associados a estas atividades. A nível de consumo de água, a limpeza dos materiais e utensílios usados nas provas/ degustação (exemplo: copos/cuspideiras, louças), bem como as infraestruturas de apoio a estas atividades (exemplo: casas de banho/limpeza do espaço), são referidas como potenciais fontes de utilização desse recurso. No entanto, vários entrevistados referem que, à exceção do alojamento, que é considerado a área onde pode haver mais consumo de água, estes gastos são residuais no contexto geral da atividade da em-

presa. Porém, esta perceção dos gastos reais pode estar condicionada, uma vez que ainda poucas empresas têm uma efetiva monitorização. A deficiência na utilização de indicadores sustentáveis pelas empresas para monitorizar a água está em linha com outras investigações como, por exemplo, as de Baird, Hall e Castka (2018) ou Christ e Burritt (2013).

Relativamente ao último objetivo, o estudo empírico revela que a maioria das práticas adotadas, a nível de interior, são de menor investimento. Por exemplo, os sistemas de redução do caudal nas casas de banho (descargas com equipamentos ecológicos nomeadamente as meias descargas/ garrafas) e torneiras com corta corrente automática em todos os equipamentos de apoio aos serviços e atividades de enoturismo. A sensibilização/educação a nível de redução do uso de toalhas nos quartos ou ainda a utilização de máquinas de lavar eficientes e com carga máxima nas lavandarias, são outras práticas adotadas. A nível exterior, nos jardins a preocupação com a redução da água passa pela utilização de espécies autóctones e irrigação em horários fora das temperaturas mais elevadas de forma a evitar a evaporação. Estes resultados estão de acordo com várias investigações, como as realizadas por Rico et al., (2019) ou Torres-Bagur et al., (2019), que revelam que as empresas de turismo, no geral, implementam principalmente medidas de pouco investimento que reduzem os custos operacionais e aumentam as margens de lucro.

Estes resultados sugerem que ainda não há uma consciência muito forte relativamente ao potencial de uma gestão hídrica mais eficiente e sustentável. Este aspeto pode estar associado a algum desconhecimento de gastos reais e de medidas relevantes para os reduzir, o que, no contexto atual de escassez crescente de recursos hídricos, ainda é mais evidente em empresas que atuam na produção vitivinícola. Esta constatação coloca questões importantes sobre a relevância de ações de formação e sensibilização nesta matéria.

Este estudo apresenta algumas limitações que

podem condicionar a interpretação dos resultados. A nível de seleção geográfica, as empresas em análise estão localizadas somente em duas das catorze regiões vitivinícolas existentes em Portugal. Especificamente, a região mais representada neste estudo é a dos Vinhos Verdes. Esta região tem bastante pluviosidade, abundância de recursos hídricos e não apresenta ainda problemas graves de seca, como outras regiões de Portugal. Esta situação pode condicionar o comportamento pró-ambiental e servir como uma barreira face à implementação de práticas de conservação dos recursos hídricos. Esta limitação coloca uma potencial questão, nomeadamente se a localização geográfica e as suas características climáticas têm influência na adoção destas práticas. No fundo, é necessário perceber se este elemento situacional pode ser um fator motivacional ou uma barreira à implementação destas práticas. Como tal, futuras pesquisas devem investigar a situação aqui analisada em diferentes regiões e incluir uma comparação entre elas.

## Referências

- Alonso, A. D., Bressan, A., Kok, S. K., & O'Brien, S. (2021). Filling up the sustainability glass: Wineries' initiatives towards sustainable wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–15. DOI: 10.1080/02508281.2021.1885801
- Alonso, A. D., & Liu, Y. (2012). Old wine region, new concept and sustainable development: winery entrepreneurs' perceived benefits from wine tourism on Spain's Canary Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(7), 991-1009. DOI: 10.1080/09669582.2011.651220
- Amarando, M., Assenov, I., & Visuthismajarn, P. (2019). A Systematic Review of Sustainable Wine Tourism Research in Asia 2000-2018. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-24. ISSN: 2223-814X
- Andrade, A.M.R (2013). *Relatório de Estágio na Rota da Bairrada*. Coimbra: Escola Superior Educação, Instituto Politécnico de Coimbra
- Antonova, N., Ruiz-Rosa, I., & Mendoza-Jiménez, J. (2021). Water Resources in the Hotel Industry: A Sys-



- Lopes, A., Paiva, O., Pereira, A., Silva, C., & Abrantes, J.L. (2018). *Enoturismo e as rotas de vinho no centro de Portugal: um estudo da oferta turística*. Viseu: Instituto Politécnico de Viseu.
- Lourenço, M. (2017). *Caraterização do setor do vinho em Portugal, 6ª Conferência da Central de Balanços. Modernização do tecido empresarial português*. Lisboa: Banco de Portugal.
- Maduro, A. V., Guerreiro, A., & de Oliveira, A. (2015). The industrial tourism as enhancer of local development case study of Alcobaca Wine Museum in Portugal. *Pasos Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1129–1143. DOI: 10.25145/j.pasos.2015.13.077
- Meller, M. (2015, May 13–16). Wine tourism as a centripetal force in the development of rural tourism. Presentation at *ToSEE 2015, Tourism in South East Europe 3rd International Scientific Conference on Sustainable Tourism, Economic Development and Quality of Life*, Croatia, Opatija.
- Montella, M. M. (2017). Wine Tourism and Sustainability: A Review. *Sustainability*, 9(1), 113. DOI: 10.3390/su9010113
- Nave, A.C.P. (2020). *Enoturismo em Portugal: Análise às suas práticas sustentáveis*. Tese de doutoramento. Universidade da Beira Interior
- Nave, A., Laurett, R., & Do Paço, A. (2021). Relation between antecedents, barriers and consequences of sustainable practices in the wine tourism sector. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 1-10. DOI: 10.1016/j.jdmm.2021.100584
- Nogueira, A.T.V. (2019). *Enoturismo como Oportunidade de Negócio para Vitivinicultores Portugueses*. Tese de Mestrado. Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho
- Pardal, L., & Lopes, E. S. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Editores Areal
- Poitras, L., & Donald, G. (2006). Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 425 – 448.
- Quadri-Felitti, D. L., & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a frame-work for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 3–15.
- Rico, A., Olcina, J., Baños, C., Garcia, X., & Sauri, D. (2019). Declining water consumption in the hotel industry of mass tourism resorts: contrasting evidence for Benidorm, Spain. *Current Issues in Tourism*, 1–14. DOI: 10.1080/13683500.2019.1589431
- Roberts, L., & Sparks, B. (2006). Enhancing the wine tourism experience: the customers' viewpoint". In Carlsson, J., & Charters, S. (Eds), *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*, CAB International Publishing, Wallingford, England, pp. 47-66.
- Robinson, R. N. S., Getz, D., & Dolnicar, S. (2018). Food tourism subsegments: A data-driven analysis. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 367–377. DOI:10.1002/jtr.2188
- Salvado, J., & Kastenholz, E. (2017). Sustainable wine tourism eco-systems through co-opetition. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 1917–1931. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v1i27/28.10335>
- Saayman, M., & Van Der Merwe, A. (2015). Factors determining visitors' memorable wine-tasting experience at wineries. *Anatolia*, 26(3), 372–383. DOI: 10.1080/13032917.2014.968793
- Santos, N. (2021). A cultura do vinho em Portugal. Pelos caminhos da vitivinicultura. Geografia, Riscos e Proteção Civil. Homenagem Ao Professor Doutor Luciano Lourenço. Vol I Riscos-Associação Portuguesa De Riscos, Prevenção e Segurança, Vol I.
- Santos, V., Santos, E., Oliveira, S., Caldeira, A., & Martinho, F. (2018). Análise da oferta de enoturismo da região tejo. *ISLA Multidisciplinary e-journal*, 1(1), 1-15.
- Sparks, B. (2007) Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism Management*, 28(5), 1180–1192.
- Thanh, T. V., & Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30-37. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.10.008
- Torres-Bagur, M., Ribas, A., & Vila-Subirós, J. (2019). Incentives and Barriers to Water-Saving Measures in Hotels in the Mediterranean: A Case Study of the Muga basin (Girona, Spain). *Sustainability (Switzerland)*, 1-16.
- Turismo de Portugal (2014). *O Enoturismo em Portugal – caracterização da oferta e da procura*. Lisboa: Turismo de Portugal
- Turismo de Portugal (2019). *Programa de ação para o enoturismo*. Acedido em 17 de maio de 2020 em <http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/programa-acao-enoturismo-et2027\mar-2019.pdf>
- United Nations. (2012). *UN Water Statistics*. Acedido em 18 de Agosto de 2020 em [http://www.unwater.org/statistics/en/?page=6&ipp=10&no\\_cache=0031](http://www.unwater.org/statistics/en/?page=6&ipp=10&no_cache=0031)

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2021). *The United Nations World Water Development Report 2021: Valuing Water*. UNESCO, Paris.

Vilelas, J. (2017). *Investigação – o processo de construção do Conhecimento* (2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo

WRI (2019a). *The new aqueduct water risk atlas: What's new & why does it matter to YOU?* Washington, EUA.

WRI (2019b). *Stress hídrico em Portugal*. Acessado em Outubro 2020 em <https://www.wri.org/applications/aqueduct/country-rankings/?country=PRT&indicator=bws>