

# Instituições e o desenvolvimento do enoturismo: Reflexões sobre o Alto Douro Vinhateiro (Portugal) e o Vale Dos Vinhedos (Brasil)

**Institutions** and the **development** of **wine tourism**: Reflections on the Douro (Portugal) and the Vale dos Vinhedos (Brazil)

TISSIANE SCHMIDT DOLCI \* [tissiane.dolci@poa.ifrs.edu.br]

LEONARDO XAVIER DA SILVA \*\* [leonardo.xavier@ufrgs.br]

ARTUR CRISTÓVÃO \*\*\* [acristov@utad.pt]

MARCELINO DE SOUZA \*\*\*\* [marcelino.souza@uol.com.br]

**Resumo** | Este artigo analisa os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo nos territórios Alto Douro (Portugal) e Vale dos Vinhedos (Brasil). Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, em que foram realizadas pesquisa bibliográfica e documental, entrevistas e aplicação de questionário com escala *Likert* a representantes de 8 vinícolas situadas no Alto Douro Vinhateiro e 13 vinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos, no período de junho de 2019 a março de 2020. Os resultados indicam que a interação institucional propiciou um quadro de oportunidades para as vinícolas investirem no enoturismo. No Vale dos Vinhedos, destaca-se a institucionalização da Indicação Geográfica como principal incentivador do enoturismo. No Alto Douro, a institucionalização de sua paisagem como patrimônio cultural da Humanidade atuou como principal incentivador do enoturismo, estabelecendo uma atuação sinérgica das instituições que melhoraram os acessos à região e propiciaram uma conjuntura incentivadora para os investimentos privados. Conclui-se que o enoturismo nestes territórios é resultado da eficiência adaptativa, ou seja, da capacidade que as vinícolas tiveram de se adaptar frente às incertezas, adversidades e mudanças institucionais e ambientais que surgiram ao longo do tempo.

**Palavras-chave** | Enoturismo, instituições, patrimônio, desenvolvimento, Nova Economia Institucional

\* **Doutora** em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. **Professora** do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (Brasil).

\*\* **Doutor** em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. **Professor Associado** da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil).

\*\*\* **Ph.D.** in Continuing and Vocational Education, University of Wisconsin- Madison. **Professor catedrático aposentado** do Departamento de Economia, Sociologia e Gestão da Escola de Ciências Humanas e Sociais da UTAD (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro).

\*\*\*\* **Doutor** em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas (2000). **Professor titular** da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil).

**Abstract** | This article analyzes the institutional incentives and restrictions to the development of wine tourism in the Alto Douro (Portugal) and Vale dos Vinhedos (Brazil) territories. This is an exploratory and descriptive study, in which bibliographic and documentary research, interviews and application of a questionnaire with a Likert scale were directed at representatives of eight wineries located in Alto Douro Vinhateiro and 13 wineries located in Vale dos Vinhedos, in the period from June 2019 to March 2020. The results indicate that institutional interaction provided a framework of opportunities for wineries to invest in wine tourism. In Vale dos Vinhedos, the institutionalization of the Geographical Indication Vale dos Vinhedos stands out as the main driver of wine tourism. In Alto Douro, the institutionalization of its landscape as world cultural heritage acted as the main driver of wine tourism, establishing a synergistic performance of institutions that improved access to the region and provided an encouraging environment for private investments. It is concluded that wine tourism in these territories is the result of adaptive efficiency, that is, the ability of wineries to adapt to uncertainties, adversities and institutional and environmental changes that have arisen over time.

**Keywords** | Wine tourism, institution, heritage, development, New Institutional Economy

## 1. Introdução

O turismo que envolve experiências relacionadas ao vinho e à gastronomia tem crescido nas últimas décadas, configurando-se como uma oportunidade de negócio para as vinícolas e territórios rurais. Seja como fonte de renda extra aos pequenos vitivinicultores ou como um elemento de prospecção e consolidação de marcas de vinhos, é fato que o turismo atua sinergicamente à vitivinicultura, propiciando valor agregado aos negócios e possibilidades de desenvolvimento econômico para as regiões vitivinícolas (Brunori & Rossi, 2000).

Nesse contexto, é importante compreender como o enoturismo se desenvolve nas vinícolas e regiões vitivinícolas. Para refletir sobre esta temática, o presente estudo fundamentou-se na Nova Economia Institucional (NEI), mais especificamente no pressuposto de que o desenvolvimento é alicerçado por uma matriz institucional.

A partir deste pressuposto, analisaram-se os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo nos territórios Alto Douro (Portugal) e Vale dos Vinhedos (Brasil). Os objetivos específicos da pesquisa foram: contextuali-

zar o desenvolvimento do enoturismo nestes territórios; identificar as instituições que incentivaram e/ou restringiram o enoturismo; analisar a percepção dos representantes das vinícolas sobre os incentivos e restrições institucionais ao enoturismo.

Este artigo está estruturado em quatro seções, além desta introdução. Na segunda seção apresenta-se a estrutura conceitual que sustenta a discussão. Na terceira e na quarta seções são apresentadas a metodologia e os resultados da pesquisa e sua análise. Na última seção são apresentadas as conclusões obtidas.

## 2. Estrutura conceitual: Nova Economia Institucional e o enoturismo

A abordagem da Nova Economia Institucional (NEI) vem impactando significativamente a compreensão do desenvolvimento econômico em territórios, regiões e países. Também são crescentes os estudos sobre desenvolvimento em áreas rurais que se valem da NEI para compreender aspectos relacionados ao ambiente institucional, gover-

nança e custos de transação (Silva, Viana & Hoff, 2017; Meador & Skerrat, 2017). Já os estudos sobre o turismo, de viés institucionalista, ainda são incipientes, apresentando um crescimento gradativo a partir de 2009 (Lavandoski, Silva & Vargas-Sánchez, 2013).

No âmbito do enoturismo destacam-se os trabalhos de Lavandoski et al. (2016, 2018) e de Alonso et al. (2015). Lavandoski et al. (2016) e Lavandoski et al. (2018) verificaram que as instituições exercem pressões nas vinícolas, influenciando nas práticas organizacionais e na oferta de enoturismo. Já estudos de Alonso e Liu (2012) e Alonso et al. (2015) mostram que algumas legislações, entre as quais aquelas de controles aeroportuários, podem ser percebidas como limitantes ao desenvolvimento do enoturismo.

A abordagem adotada centra-se na proposta de North (2018), que trata da interação contínua entre as instituições e organizações que influenciam o desempenho econômico. As instituições são consideradas as principais reguladoras das interações humanas (North, 1994). As instituições abrangem as restrições formais (leis, regras), informais (normas, padrões de comportamento, costumes, convenções) e as características de *enforcement* (North, 2018), analogamente às regras de um jogo esportivo, que possui tanto regras escritas como outras não escritas, incluindo tanto o que é proibido como o que é permitido nas interações econômicas e sociais.

North (2018) distingue as instituições das organizações. Enquanto as instituições são as regras do jogo, as organizações são os jogadores: “A finalidade das regras é definir o modo segundo o qual o jogo é jogado, ao passo que o objetivo das equipes no âmbito daquele conjunto de regras é ganhar o jogo – mediante uma combinação de habilidades, estratégias e entrosamento, com jogo limpo e às vezes com faltas” (North, 2018: 16). Ou seja, instituições e organizações possuem objetivos distintos. As organizações são grupos de indivíduos ligados por alguma proposta comum para atingir

objetivos e, nessa categoria, incluem-se organizações políticas, organizações econômicas, organizações sociais e organizações educacionais. Assim, as organizações são criadas em função dos aspectos institucionais, levando em conta as oportunidades do ambiente institucional para inovar e empreender negócios.

Partindo-se desses pressupostos, infere-se que as vinícolas (organizações) que ofertam experiências de enoturismo souberam aproveitar oportunidades da matriz institucional para o desenvolvimento desta atividade em seu contexto organizacional. Lavandoski et al. (2018) evidenciaram que as instituições atuam como forças coercitivas, normativas e miméticas, deflagrando processos de mudanças nas organizações vinícolas.

No enoturismo as vinícolas se constituem em um *stakeholder* fundamental (Salvado & Joukes, 2021). Conforme Getz e Brown (2006), o enoturismo se revela de várias maneiras, entre as quais como uma oportunidade para as vinícolas venderem seus produtos. Assim, o enoturismo é complementar à vitivinicultura, podendo até tornar-se o negócio principal para pequenos empreendimentos e um canal promocional para os grandes produtores (Hall et al., 2004).

Conforme destacaram Salvado e Kastenzholz (2017), para que uma região vitivinícola se transforme num destino enoturístico é necessário que haja uma estratégia de concentração de negócios, com a criação de sinergias entre as empresas do setor do vinho e do turismo, em redes que articulam competição e cooperação. Nesse modelo, o enoturismo está alicerçado em três pilares (cultura do vinho, território/paisagem e turismo) e os *stakeholders* se influenciam mutuamente e são permeáveis ao ambiente externo (Salvado, 2016).

Pensando sob o viés da NEI, pode-se afirmar que o ambiente institucional integra este ambiente externo, influenciando as organizações (*stakeholders*), e os três pilares (território/paisagem, cultura do vinho e turismo) que sustentam o desenvolvimento do enoturismo (Figura 1). Ou seja, as es-

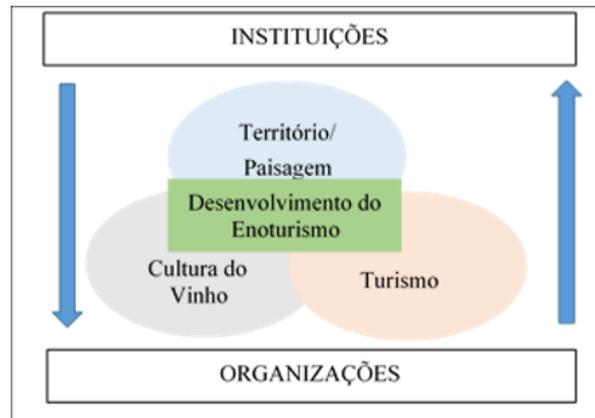


Figura 1 | Os três pilares do enoturismo e sua relação com as instituições e organizações.  
Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Salvado (2016) e em North (1990).

estratégias de cooperação e competição adotadas pelos stakeholders que promovem o enoturismo são orientadas pelo ambiente institucional, num processo contínuo de influência mútua entre organizações e instituições, que compõe a dinâmica de desenvolvimento.

Portanto, defende-se que uma teia de instituições, ao longo do tempo, propiciou oportunidades de ação para as organizações, num território vitivinícola, levando a desenvolver o enoturismo. A implementação do enoturismo é uma inovação dentro destas organizações, derivada do quadro institucional. A existência de incentivos para gerar inovações e conhecimentos coloca algumas regiões em posição de vantagem perante aqueles que não estimulam tais processos (North, 2000).

Neste sentido, o desenvolvimento do enoturismo é consequência de uma dinâmica de restrições e incentivos institucionais e é a partir desta concepção que o presente trabalho busca analisar os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento deste segmento de turismo nos territórios Alto Douro (Portugal) e Vale dos Vinhedos (Brasil). Não é intenção desta pesquisa estabelecer propriamente uma análise comparativa entre os dois objetos de estudo, visto que se tratam de contextos históricos territoriais distintos. Ao invés de comparar, busca-se apresentar realidades diversas, possibilitando uma reflexão sobre as diferentes tra-

jetórias que se estabelecem no desenvolvimento do enoturismo, as quais encontram-se estreitamente vinculadas às especificidades e à história dos territórios.

### 3. Metodologia

Para o atingimento dos objetivos propostos realizou-se uma pesquisa exploratória e descritiva, em que foi adotada uma abordagem mista. A caracterização da pesquisa como sendo exploratória e descritiva deve-se ao fato da abordagem teórica institucionalista ainda ser pouco utilizada nos estudos de turismo e do enoturismo. Conforme levantamento de Lavandoski, Silva e Vargas-Sánchez (2013) as primeiras publicações que utilizam a abordagem institucional para analisar o turismo em revistas científicas datam de 1998 e 2004. Após esses dois estudos, há um intervalo de 4 anos sem pesquisas que utilizam abordagens institucionalistas. A partir de 2009, segundo os autores, as publicações vão crescendo gradativamente até 2013. Já em relação ao período de 2015 a 2019, pesquisando na base de dados Scopus, evidenciou-se a existência de 25 publicações que utilizam abordagens institucionais para analisar diferentes aspectos do turismo.

O ponto de partida da escolha das regiões vitivinícolas pesquisadas foi o fato de o Vale dos Vinhedos ser a primeira região produtora de vinhos do Brasil a obter a Indicação Geográfica, consolidando-se, na última década, como principal destino de enoturismo do país (Valduga & Minasse, 2018). Também se considerou a região do Douro por ser a primeira região demarcada de vinhos a ser regulamentada no mundo com uma vasta história ligada a vitivinicultura (Santana, 2019).

Para o pleno alcance do objetivo desta pesquisa foram realizadas, além da pesquisa bibliográfica, entrevistas semiestruturadas junto aos gestores de 13 vinícolas no Vale dos Vinhedos (Brasil) e 8 gestores de quintas situadas na região do Alto Douro Vinhateiro, contemplando ainda a aplicação de questionários com escala tipo *Likert* de 5 pontos a estes entrevistados, para captar a sua percepção sobre as restrições e incentivos institucionais.

A escolha das organizações cujos representantes foram entrevistados ocorreu através da definição de uma amostra intencional não probabilística. No Brasil, definiu-se que a Associação dos Produtores de Vinhos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) seria o ponto de partida da investigação e a escolha das vinícolas ocorreu a partir de uma entrevista de reconhecimento com esta associação, para identificação dos *players* que vêm atuando efetivamente no enoturismo. Em Portugal, a amostra levou em conta o conhecimento e a experiência de um dos autores, que desenvolve pesquisas na região há bastante tempo. As entrevistas foram realizadas presencialmente nas organizações, no período de junho a setembro de 2019, no Vale dos Vinhedos, e no período de janeiro a março de 2020, na região do Alto Douro. No quadro 1 são apresentadas as variáveis e eixos de pesquisa que compõem o roteiro de entrevista.

Quadro 1 | Eixos de pesquisa e variáveis do roteiro da entrevista.

Eixos de Pesquisa	Variáveis
Características dos empreendimentos que ofertam enoturismo	Tempo de existência do enoturismo Administração familiar Número de turistas/ano Faturamento proveniente do enoturismo Serviços oferecidos
Restrições e incentivos Institucionais	Instituições informais Instituições formais

Fonte: Elaboração própria

A proposta de análise das variáveis instituições formais e informais está respaldada nos pressupostos teóricos de North (1991) e está alinhada com outros estudos do turismo e do enoturismo. No âmbito do turismo, destacam-se: o trabalho de Fong, Wong e Hong (2018) sobre a adaptação das operadoras turísticas de Macau às mudanças mais amplas do ambiente institucional formal e informal; o estudo de Jiang et al. (2019) sobre o impacto das instituições na evolução das formas de acomodações turísticas na China, evidenciando um período conflituoso entre instituições formais e informais, com a posterior formalização de algu-

mas instituições (Jiang et al., 2019); a pesquisa de Restrepo e Clavé (2019) que analisou o papel das instituições no desenvolvimento do turismo regional; e o trabalho de Damayanti, Scott e Ruhanen (2017) que verificaram como as instituições informais pautam as parcerias num ambiente de economia informal. Entre os estudos do enoturismo, tem-se a pesquisa de Lavandoski et al. (2016) evidenciando que as instituições, por meio de normativas e regulamentos, influenciam o desenvolvimento e as práticas organizacionais relacionadas ao enoturismo em vinícolas de uma rota de vinhos no Alentejo.

As entrevistas foram posteriormente transcritas e importadas para o software Nvivo como casos e codificadas de duas formas: auto codificação do Nvivo e codificação livre temática. A primeira forma de codificação foi utilizada para tratar os dados objetivos que caracterizam as organizações entrevistadas. A codificação livre temática foi utilizada para analisar as questões sobre a atuação das instituições, gerando categorias chave (instituições formais e instituições informais) e subcategorias de análise (história e identidade, cooperação, competição, legislação, planos de turismo, normas de indicação geográfica/patrimonialização). As categorias foram geradas através de uma metodologia dedutiva, com base na literatura, valendo-se da teoria de North (2018) e dos estudos de Lavandoski et al. (2016, 2018) e Fong, Wong e Hong (2018); e, indutiva, tendo algumas categorias sido acrescentadas com base nos discursos dos entrevistados. O questionário, que incluía as escalas de Likert, focou-se nos apoios e restrições institucionais e os dados quantitativos obtidos com este instrumento foram tabulados no software Excel.

#### 4. Resultados e discussão

Antes de expor os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo reportados pelos entrevistados, é interessante delinear uma breve contextualização histórica e apresentação da situação atual dos territórios estudados, além da caracterização do enoturismo nas vinícolas/quintas pesquisadas.

O Alto Douro Vinhateiro (ADV), Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO desde o ano de 2001, é a porção mais representativa da Região Demarcada do Douro, primeira área de produção vitivinícola com demarcação regulamentada no mundo (Teles & Soares, 2019). Há registros de produção vitícola intensa neste território desde o século XII, havendo sua expansão nos séculos

XIII e XIV (Pereira, 2006; Teles, 2018). Já no século XVIII o vinho do Porto assume um importante papel no comércio exterior de Portugal (Pereira, 2006). Desde então, a produção vitivinícola é expoente na dinâmica socioeconômica deste território.

Apesar da vitivinicultura secular e das belas paisagens, foi somente no final do século XX e início do século XXI que o enoturismo começa a se estruturar como forma de turismo nas quintas do Douro, visto que as características geográficas da região que dificultavam o acesso, aliadas ao atraso de recursos tecnológicos e investimentos financeiros, impediram que o território fosse destino de turistas por muito tempo (Joukes & Rachão, 2019b).

Em, 1985, os projetos de Turismo de Habitação em Espaço Rural (TER) iniciam a movimentar o turismo nas quintas do Douro. Já na década de 1990, é implementada a Rota do Vinho do Porto (Cristóvão, 2011) e são ofertadas degustações e visitas às adegas nas quintas (Santana, 2019). Bento (2019) informa que em 1991 o Douro (sub-região administrativa) contava com uma capacidade de alojamento turístico de 1559 camas e em 1999, essa capacidade era de 2157, ou seja, houve um crescimento ínfimo na década de noventa.

Atualmente, considerando dados de 2019, a capacidade de alojamento subiu para 8558, distribuídos entre 547 alojamentos turísticos (364 alojamentos locais e 183 empreendimentos turísticos). Alinhado à ampliação da oferta de alojamentos, evidencia-se o aumento do fluxo de turistas. Conforme Joukes e Rachão (2019b), entre 2012 e 2018, o número de turistas estrangeiros quadripliou nessa região. Em 2012, foram registradas 189 mil dormidas, das quais 28.000 eram de turistas estrangeiros. Já em 2019 esse número subiu para 501 mil, das quais 220 mil correspondem a estrangeiros (TravelBI, 2023).

Para além da oferta de alojamentos, houve a expansão da oferta turística que integra produtos culturais e naturais vinculados à paisagem vinha-

teira classificada pela UNESCO (Bernardo, 2018). Neste contexto, passaram a ser ofertados produtos e experiências diversificadas, que incluem provas de vinhos, passeios de bicicletas, refeições harmonizadas, aulas de culinária e participação nas vindimas (Santana, 2019). Destaca-se ainda o turismo de cruzeiros que se tornou um dos principais subsectores na região (Bernardo, 2018; Santana, 2019). Assim, é evidente que enoturismo teve um desenvolvimento notável nas últimas décadas na região do Douro.

Já o Vale dos Vinhedos tem uma história bem mais recente que o Douro. Trata-se de uma região demarcada de produção vitivinícola com Indicação Geográfica, situada no Sul do Brasil. Enquanto o Douro, administrativamente, configura-se como uma sub-região do Norte de Portugal que integra 19 concelhos, ocupando uma área de 4.112 km<sup>2</sup> (Bento, 2019), o Vale dos Vinhedos situa-se em uma porção de três municípios do estado do Rio Grande do Sul, ocupando um território de apenas 72,45 km<sup>2</sup> (EMBRAPA, 2019).

A vitivinicultura neste território está vinculada à sua ocupação por imigrantes italianos, no final do século XIX (Valduga & Minasse, 2018). Implementou-se inicialmente a agricultura para subsistência das famílias e os excedentes agrícolas foram destinados ao comércio. Assim, a produção de vinhos se estabeleceu e, em apenas 10 anos, configurou-se como principal produto comercial da Região de Colonização Italiana (RCI) (Valduga & Medeiros, 2014), tendo sua expansão a partir de 1930 e sua modernização produtiva a partir de 1970.

Já no início dos anos 1990 um conjunto de mudanças macro institucionais causaram uma crise setorial e muitos produtores de vinho faliram no Brasil (Falcade, 2011). Nesse contexto, um grupo de pequenas vinícolas criou a APROVALE, no ano de 1995, demarcando a implementação do enoturismo e obtendo, no ano de 2002, o reconhecimento da IG dos vinhos produzidos na região (Niederle & Vitrolles, 2010).

Desde então o turismo na região começou a crescer exponencialmente. Em 2001, primeiro ano no qual se tem dados registados sobre o fluxo de turistas, o Vale dos Vinhedos recebeu 45.000 visitantes e em 2019, antes da pandemia, foram registados 443.764 visitantes (Aprovale, 2020). Não há registos oficiais em relação à turistas estrangeiros, mas toda a região Sul do Brasil é caracterizada por receber essencialmente um fluxo de turistas domésticos, do próprio estado e de outros estados do país. Em relação à capacidade de alojamento, o município de Bento Gonçalves é aquele que possui capacidade de alojamento mais expressiva, com 3.554 leitos (Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves, 2022). Já o município de Garibaldi possuía cerca de 500 leitos conforme dados da Prefeitura Municipal no ano de 2020 (Pioneiro, 2020). O terceiro município que integra o Vale dos Vinhedos ainda não possui empreendimentos formais de alojamento.

Nota-se também a ampliação do número de vinícolas e empreendimentos turísticos neste ínterim. Em 1995, seis vinícolas se uniram para criar a associação que é principal articuladora do turismo no Vale dos Vinhedos, abrindo suas portas aos visitantes (Dolci, Tonini & Souza, 2021) e, atualmente, são 29 vinícolas associadas que recebem turistas, além de empreendimentos de alojamento, restaurantes, lojas de artesanato, agroindústrias, agências de turismo, museus e outros empreendimentos que integram esta rota turística.

Assim, verifica-se que uma das principais mudanças no Vale dos Vinhedos diz respeito à crescente oferta de serviços e produtos relacionados à gastronomia, hospedagem, comércio de produtos regionais, artesanato e outros serviços turísticos. Conforme Valduga e Minasse (2018), dos anos 2000 em diante instaura-se um processo de qualificação e expansão do enoturismo com a oferta de novas experiências enoturísticas em diferentes regiões do país, ancoradas na referenciação espacial, com a valorização das identidades regionais. É nesse contexto que o Vale dos Vinhedos se des-

taca como o principal destino de enoturismo do Brasil.

A partir desta contextualização evidencia-se, por um lado, que apesar das trajetórias de desenvolvimento da vitivinicultura nos territórios estudados serem singulares, tanto no Brasil quanto em Portugal, o enoturismo foi estabelecido nas adegas após os anos 1990 em conformidade com a literatura pertinente. Por outro lado, enquanto a vitivinicultura é secular na maior parte das quintas entrevistadas no Douro, no Brasil verifica-se que a vitivinicultura é uma atividade mais recente.

Conforme pode ser verificado no Quadro 2, há

bastante variabilidade em termos de faturamento proveniente do enoturismo e no número de turistas recebidos por ano, em ambos os territórios. Já no que diz respeito aos serviços oferecidos, há bastante similaridades, pois apenas cinco empreendimentos oferecem alojamento, enquanto a grande maioria foca na tríade visitas, venda direta e provas de vinhos.

Na próxima seção deste artigo serão apresentados brevemente os principais incentivos e as restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo nos dois contextos pesquisados.

Quadro 2 | Características sobre o enoturismo nos empreendimentos pesquisados

Vinícola/ quinta	Abertura da vinícola /quinta	Abertura ao enoturismo	Percentual de faturamento do turismo	Número de turistas*	Enoturismo
V1	2007	2019	Não tem dados**	Não controla	Loja e prova de vinhos.
V2	1991	1991	40%	Não controla	Loja, visitação e prova de vinhos.
V3	1986	1996	20%	Não controla	Loja, visitação, prova de vinhos, restaurante e eventos.
V4	1989	1992	Pouco representativo.	200.000	Loja, visitação, prova de vinhos, piqueniques e eventos.
V5	1931	1967	2%	181.000	Loja, visitação, prova de vinhos e eventos.
V6	1999	2001	20%	12.000	Loja, visitação e prova de vinhos.
V7	1990	2007	Pouco representativo.	Não controla	Loja e prova de vinhos.
V8	1931	1995	20%	Não controla	Loja, prova de sucos e visitação ao museu.
V9	2000	2007	60%	10.000	Loja, visitas e prova de vinhos.
V10	2005	2005	60%	Não controla	Loja, visitas, prova de vinhos e alojamento.
V11	1973	1990	20%	200.000.000	Loja, visitas, prova de vinhos, restaurante, eventos e alojamento.
V12	1997	1997	100%	7.000	Loja, visitas, prova de vinhos, restaurante, eventos e alojamento.
V13	2002	2004	40%	Não controla	Loja, visitação, prova de vinhos, alojamento, restaurante e eventos.
Q1	1998	2006	50%	Não controla	Visitação, prova de vinhos e gastronomia sob agendamento.
Q2	XVI/XVII	2004	60%	4.000	Loja, visitação, prova de vinhos, alojamento, restaurante, workshops e eventos.
Q3	1716	2005	20%	15.000	Loja, visitação, prova de vinhos, alojamento, restaurante, spa, eventos, piquenique e passeios.
Q4	1738	1998	50%	90.000	Loja, visitação, prova de vinhos, alojamento, restaurante, spa, eventos, piquenique e workshops.
Q5	1615	2011	Muito pouco	5.000	Loja, visitação, prova de vinhos, gastronomia sob agendamento e eventos.
Q6	1759	2005	Menos de 5%	15.000	Loja, visitação e prova de vinhos.
Q7	1867	2015	Cerca de 5%	20.000	Loja, visitação, prova de vinhos, piqueniques e eventos.
Q8	Início XX	1992	Pouco.	60.000	Loja, visitação, prova de vinhos, piqueniques e eventos.

Nota: A letra "V" foi utilizada para designar as vinícolas entrevistadas no Brasil e a letra "Q" para designar as quintas entrevistadas em Portugal.

\* Números referentes ao ano de 2018, nos empreendimentos do Vale dos Vinhedos e ao ano de 2019, nos empreendimentos do Douro.

\*\* A vinícola tinha aberto suas portas há cerca de 3 semanas e não possuía dados sobre seu faturamento

Fonte: Elaboração própria

#### 4.1 Incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro (ADV) e no Vale dos Vinhedos (VV)

Nesta seção, expõem-se os incentivos e as restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo nos territórios estudados. Conforme North (1990), as instituições formais dizem respeito ao aparato de leis, políticas e outros instrumentos normativos que orientam a ação dos *players*. Já as instituições informais referem-se às crenças compartilhadas, a cultura, as normas tácitas derivadas das experiências vividas que direcionam a ação, nestas interações.

São as instituições informais que, em grande medida, influenciam a trajetória de caminho (North, 2005) das sociedades. Desse modo, primeiramente serão abordados alguns aspectos das instituições informais que são preponderantes no desenvolvimento destes destinos enoturísticos, uma vez que o enoturismo é sustentado pelo tripé cultura do vinho, território/paisagem e turismo (Salvado & Kastenholz, 2017), e que toda a história e cultura vinculada a implantação da vitivinicultura nestes territórios importam e orientam as trajetórias para que se desenvolvam e permaneçam as atividades vinculadas ao mundo do vinho. Conforme pode ser observado nas informações contidas no quadro 3, os entrevistados, tanto da região do Alto Douro Vinhateiro, quanto do território do Vale dos Vinhedos, além de perceberem a importância da história, declararam que em suas organizações a história é valorizada no âmbito do desenvolvimento do enoturismo.

Outra questão relevante em termos de crenças e comportamentos das organizações no processo de desenvolvimento do enoturismo é a formação de redes cooperativas (Salvado & Kastenholz, 2017). Nesse sentido buscou-se perceber a crenças dos entrevistados sobre cooperação e competição. No quadro 4 apresentam-se as médias dos resultados das tabulações referentes às percepções dos en-

trevistados sobre a cooperação, considerando três perspectivas: a importância da cooperação para o desenvolvimento do enoturismo; a existência de cooperação entre os *players* que atuam na região no âmbito do enoturismo; a atuação da organização a qual representa baseada em valores de parceria e cooperação.

**Quadro 3** | Percepções da importância e valorização da história no Alto Douro Vinhateiro e no Vale dos Vinhedos

Locais de pesquisa/médias	Percepção da importância da história	Valorização da história para o enoturismo
Alto Douro Vinhateiro	4,9	5,0
Vale dos Vinhedos	4,8	4,8

Nota: Médias das escalas atribuídas pelos entrevistados relativas em escalas: de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Fonte: Elaboração própria

Vale destacar no quadro 4 que os entrevistados apontaram, no caso do Alto Douro Vinhateiro, a importância da cooperação, mas uma existência baixa de cooperação entre as empresas, o que distingue bastante da situação no Vale do Vinhedo, onde a diferença entre importância atribuída e existência de colaboração percebida é menor. No entanto, em ambas as regiões, os entrevistados avaliaram positivamente a atuação das organizações as quais representam em termos de valores de parceria e cooperação. Portanto, percebe-se que a falta de cooperação é atribuída em maior grau ao outro, isto é, não há uma autoconsciência de que as organizações nas quais atuam também sejam responsáveis por este quadro.

**Quadro 4** | Percepções sobre a cooperação no Alto Douro Vinhateiro e no Vale dos Vinhedos

Locais de pesquisa/médias	Importância	Existência	Atuação baseada em valores de parceria e cooperação
Alto Douro Vinhateiro	4,6	3,1	4,6
Vale dos Vinhedos	4,8	4,0	4,7

Nota: Médias das escalas atribuídas pelos entrevistados relativas em escalas: de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Fonte: Elaboração própria

Complementarmente, as informações colhidas com dois entrevistados apontaram dificuldades his-

tóricas com organizações cooperativas e associativas na vitivinicultura na Região do Douro, sendo elementos causadores da descrença no trabalho coletivo. Outros dois entrevistados expressaram que tal descrença é limitante ao desenvolvimento do enoturismo, já que é necessária a ação conjunta para criar produtos e rotas turísticas. Dois dos entrevistados indicaram que a cooperação entre as quintas ocorre em termos mais privados, baseada em laços pessoais, em pequenos grupos. As cooperações formais, com a institucionalização de parceria, associações e rotas são percebidas como difíceis de viabilizar, tanto que na época em que esta pesquisa foi realizada não havia nenhuma rota de vinho em funcionamento efetivo na região. Tais dificuldades foram expressas nos depoimentos dos entrevistados apresentados a seguir:

Esta coisa do associativismo nem sempre funciona muito bem. Não sei. Deve ser comum, tudo que seja assim, tudo o que remeta a pessoas, não é? Eu acho que é porque há realmente muitas assimetrias. Casas com uma dimensão enorme, com centenas de anos, com uma história secular; grandes casas do vinho do Porto, que originalmente estavam na mão dos ingleses: uma Taylor's, uma Sandeman... Todas essas marcas assim já com uma dimensão imensa; e depois, com uma quantidade imensa de pequenos e médios produtores, que têm um negócio mais familiar. Obviamente que os interesses nunca vão ser os mesmos. (Entrevistada Q4).

Porque a associação no Douro é muito difícil. Nós já tentamos fazer uma rota, três ou quatro vezes, e não foi possível. Porque ninguém está de acordo. E eu, ainda há 2 anos telefonei para uma quinta vizinha. E eu pergun-

tei o que ela fazia, quais os preços que ela praticava, para podermos oferecer o mesmo serviço dentro do mesmo padrão de preços. E fui corrida. Disseram que não diziam nada, e que não tinha nada que saber. E, portanto, as relações empresariais do Douro ainda são muito complicadas (Entrevistada Q2)

Já no Vale dos Vinhedos, os dados mostram (quadro 4) que existe uma percepção, por parte de todos entrevistados, da importância da cooperação para o desenvolvimento do enoturismo. Ressalta-se que o trabalho associativo se destaca na atuação da APROVALE. Todavia, nas informações qualitativas oriundas das entrevistas evidenciou-se a crença na “cooperação por necessidade”, ou seja, a cooperação ocorre quando há simetria de interesses. Essa cooperação acontece entre os associados da Aprovele, conforme relatam os entrevistados:

Entre as empresas associadas têm. As não associadas não. Por exemplo, vou te dar uma ideia da Fenavinho. Nós compramos um stand da Aprovele e cada dia vai duas vinícolas lá. Então, existem as outras, que nem a casa Valduga e a Miolo, que são as maiores, compraram stands separadas. Nós temos um stand da associação, que os pequenos podem participar (Entrevistado V3)

Um exemplo, às vezes tem algum evento, a gente recebe jornalistas, então uma vinícola cede o espaço, as outras vinícolas mandam vinhos para degustar, então é feito por cooperação, porque na visitação nas empresas só vão servir o vinho de uma vinícola, não vai aceitar servir de outra? Isso não existe. Então é feita uma cooperação para divulgação (Entrevistada V6).

Em relação à competição, tanto os entrevistados do Alto Douro Vinhateiro como os entrevistados do território do Vale dos Vinhedos percebem que esta é salutar aos negócios, visando a oferta de vinhos e serviços competitivos. Há uma percepção que as regiões são beneficiadas com a ampliação e melhoria da oferta, por meio da instauração de uma lógica competitiva. Desta forma, o turista é beneficiado com mais opções de atividades, propiciando que haja um aumento no tempo de permanência no destino.

Conforme destacou North (1991), as instituições que estimulam a concorrência são essenciais para a eficiência produtiva, assim como é importante instituições que estimulem a cooperação para se capturar ganhos de mercado. Fong, Wong e Hong (2018) destacam que a lógica cooperativa aparece como padrão comportamental quando os *stakeholders* passam a reconhecer as vantagens da interdependência entre as organizações.

Na próxima seção deste artigo destacam-se, em cada contexto territorial, em termos institucionais formais, as instituições que incentivaram e restringiram o desenvolvimento do enoturismo nos contextos pesquisados.

#### 4.2. Instituições Formais - Alto Douro Vinhateiro

A adesão de Portugal à União Europeia (UE), em 1986, constituiu-se num importante marco institucional. No mesmo ano, instituiu-se o primeiro instrumento normativo de planejamento do turismo em Portugal. No âmbito da UE, nos anos 1990, tem-se a instituição do Programa Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural (LEADER), visando o desenvolvimento e dinamização da economia em comunidades rurais (Comunidades Europeias, 2006), com relevante apoio financeiro de fundos comunitários.

Este cenário institucional gerou um quadro oportuno para criação de várias Associações de De-

envolvimento Local. Além das associações, tem-se a implementação de iniciativas de Turismo no Espaço Rural (TER), com aporte de incentivos financeiros, para instalação de alojamentos, qualificação e elaboração de itinerários e produtos turísticos, incluindo a criação da Rota do Vinho do Porto (Cristóvão, 2011). Nesse ponto, ressalta-se que tal rota não está mais ativa. Os entrevistados atribuíram seu encerramento a vários motivos, entre os quais a falta de participação do empresário nas assembleias, assimetria de interesses e problemas financeiros.

Em 2001, teve-se a classificação do Alto Douro Vinhateiro como “Paisagem Cultural Evolutiva e Viva” pela UNESCO (Aguiar, 2002). Pode-se interpretar que a patrimonialização do ADV incentivou o desenvolvimento do enoturismo. De acordo com Teles (2018), manter a chancela da UNESCO implica garantir a proteção, monitoramento e valorização da paisagem, sem esquecer dos interesses próprios e dinâmicos dos territórios.

No quadro 5 expõem-se os dados acerca da percepção dos entrevistados sobre a importância da institucionalização do ADV para o desenvolvimento do enoturismo. Neste sentido, pode-se atestar que todos os entrevistados relataram que o território ganhou visibilidade e reconhecimento com a patrimonialização. Há também uma percepção que os regulamentos do uso da terra e salvaguarda da paisagem evitaram o crescimento desordenado. Entretanto, duas entrevistadas avaliaram que muitas vezes essas normativas limitam o desenvolvimento do enoturismo nas propriedades, sendo um entrave.

Destaca-se a diferença entre as médias (quadro 5) dos dois territórios pesquisados, no que tange à existência de normativas protetivas à paisagem. No Vale dos Vinhedos, tais medidas restringem-se a alguns tópicos abordados nos planos diretores dos municípios que são amplos e passíveis de flexibilização, enquanto no ADV as medidas de fato garantem a salvaguarda da paisagem por meio de regulamentações específicas e *enforcement*.

De acordo com os entrevistados, os investimentos em infraestrutura, especificamente, a navegabilidade do rio Douro e a melhoria dos acessos terrestres (autoestrada) foram fatores determinantes para o desenvolvimento do enoturismo. Tanto o turismo de cruzeiros, como os investimentos de grandes marcas de vinho no enoturismo na região foram mencionados como incentivadores do fluxo turístico no Douro. Na sequência apresenta-se o depoimento da entrevistada Q3 sobre a patrimonialização:

Eu acho que ajudou como uma alavanca. Como arrancar, como início. Que era necessário fazer algumas alterações, pelo fato de termos ganho, ou termos sido considerados. Uma delas foi realmente a mais importante, os acessos. Depois foi abertura a financiamento. Alguém olhar para esta região e achar. Se alguém viu que tem

potencial nela, então nós temos que ajudar. Estava tudo centralizado na capital ou no litoral. E o interior ficava muito esquecido. O fato de termos sido considerados veio ajudar a olhar para o Douro. Dar atenção ao Douro. E isso fez com que realmente muitas das coisas despontassem.

Conforme as informações obtidas junto aos entrevistados, nos últimos 20 anos, houve um expressivo aporte de investimentos privados em enoturismo na região. Foram implementadas melhorias nas quintas, adegas e salas de provas, construções de quartos e pequenos hotéis para alojamento dos turistas. Neste sentido, destaca-se que cinco entrevistados relataram que as quintas receberam recursos financeiros de fundos comunitários e programas governamentais de incentivo.

**Quadro 5** | Percepções da importância da paisagem, da patrimonialização e da existência de normativas no Alto Douro Vinhateiro e no Vale dos Vinhedos

Locais de pesquisa/médias	Importância da paisagem	Patrimonialização/Indicação Geográfica	Existência de normativas
Alto Douro Vinhateiro	5,0	5,0	4,6
Vale dos Vinhedos	5,0	4,2	3,7

Nota: Médias das escalas atribuídas pelos entrevistados relativas em escalas: de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Fonte: Elaboração própria

Em termos de restrições ao desenvolvimento do enoturismo, há menções dos entrevistados sobre: a ausência de padronização da sinalética; a falta de comunicação e estratégias conjuntas dos concelhos no âmbito do turismo; inexistência de itinerários e rotas turísticas; falta de sistematização de informações sobre o enoturismo na região do ADV e ausência de políticas efetivas para fixação das pessoas na região. Dentre estas restrições, destaca-se a falta de incentivos estruturais à permanência das pessoas nas áreas rurais, visto que as pessoas são um ativo estratégico para o desenvolvimento do enoturismo. As restrições relacionadas à inexistência de rotas e estratégias conjuntas re-

metem às dificuldades de se agir coletivamente na região e de se buscar soluções cooperativas.

Na próxima seção são apresentados os resultados referentes aos incentivos e restrições no contexto do território do Vale dos Vinhedos (Brasil).

### 4.3. Instituições Formais - Vale dos Vinhedos

Até os anos 2000 pouco se teve de incentivos em nível federal e estadual no âmbito do turismo nesta região. As iniciativas da esfera pública federal priorizaram a infraestrutura turística nos destinos Sol e Mar e as políticas para o setor no estado

do Rio Grande do Sul não foram muito além de criar zonas e regiões turísticas. O que se observou é que, ao longo do século XX, o turismo na esfera pública tentava se afirmar como estrutura organizacional e pauta de políticas, sem obter resultados concretos, tanto em termos de planejamento, quanto em termos de ações do poder público.

Paradoxalmente, são as restrições à vitivinicultura nos anos 1990 que acabaram colocando o turismo em primeiro plano para um grupo de pequenos vitivinicultores, apresentando-se como opção factível para que pudessem lidar com a crise setorial (Falcade, 2011). A Indicação Geográfica do Vale dos Vinhedos, como principal instituição formal que incentivou o enoturismo, deu visibilidade e diferenciação a esse território. A Indicação Geográfica foi extremamente sinérgica ao turismo, ao institucionalizar a identidade territorial (Niederle & Aguiar, 2012).

Conforme pode ser visto no quadro 5 a “existência de normativas” não foi bem percebida pelos entrevistados, que indicam a ausência de medidas eficazes que protejam a paisagem e sejam capazes de frear o crescimento urbano no território, que atualmente vem causando uma acelerada descaracterização da paisagem. Todavia, as percepções apresentadas, pela maior parte dos entrevistados, quanto a Indicação Geográfica, foi de que a mesma proporcionou visibilidade à região, valorizando o território e o vinho, diferenciando-a de outras regiões e agregando valor ao destino enoturístico. Essa percepção também pode ser evidenciada no seguinte depoimento do entrevistado:

A Indicação Geográfica deu notoriedade para o Vale dos Vinhedos, principalmente de forma internacional. Isso acaba refletindo. Embora muitas vezes o pessoal não saiba o que é uma Indicação Geográfica, mas “lá tem indicação geográfica, é reconhecido em função disso”. Tem um reconhecimento, isso aí com certeza agrega um

monte (Entrevistado V9).

Na primeira década do século XXI, os entrevistados mencionaram a institucionalização da política nacional de turismo, em 2003, operacionalizada pelo Programa de Regionalização de Turismo (PRT). Conforme Maranhão (2017) este programa estabeleceu a descentralização na gestão do turismo no país. Através do programa definiu-se o Mapa do Turismo Brasileiro, com regiões turísticas e microrregiões, dentre as quais a microrregião Uva e Vinho, que teve importância para a consolidação da vocação turística do Vale dos Vinhedos, segundo opiniões de cinco entrevistados. Além disso, os entrevistados mencionaram vários programas e projetos do governo federal, implementados entre 2003 e 2015, que incentivaram o desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos.

Em termos de restrições ao desenvolvimento do enoturismo, os entrevistados destacaram as leis tributárias, sendo consideradas instituições que restringem os negócios. Além dos tributos considerados altos, as leis de funcionamento foram percebidas como restritivas, pois muitas vezes dificultam a livre iniciativa privada dos pequenos empreendedores, que precisam cumprir uma série de burocracias. Já a “Lei seca” e a “Regulação da franquia de bagagem” são restrições sobre o comportamento do consumidor. Com essas regulamentações, o turista consome menos vinho, restringindo as vendas diretas e os ganhos obtidos pelas vinícolas, restaurantes e comércios de produtos regionais.

## 5. Conclusão

Conclui-se, a partir das informações analisadas, que o enoturismo nestes territórios, apesar de possuir trajetórias diversas, possui similaridades em alguns pontos. É a partir da década de 1990,

num contexto emergente de globalização, em que o mercado dos vinhos se torna mais competitivo, que o enoturismo surge como uma alternativa de negócios para as vinícolas destes territórios. Pode-se evidenciar que o enoturismo se estabelece num processo de eficiência adaptativa, isto é, da capacidade que as vinícolas tiveram de se adaptar frente à evolução do ambiente institucional.

Destaca-se, na região do Alto Douro Vinhateiro, a institucionalização do ADV como património da UNESCO, como uma instituição catalisadora de esforços e atenções ao território, que em sinergia com as instituições que melhoraram os acessos fluvial e rodoviário, incentivou os investimentos na oferta enoturística. Ressalta-se, ainda, a importância do Programa LEADER e dos fundos da União Europeia de apoio ao desenvolvimento rural como incentivadores do turismo. Neste ponto, há uma diferença notável entre os dois territórios estudados, visto que foram poucos os apoios financeiros ao desenvolvimento rural no Vale dos Vinhedos.

No Vale dos Vinhedos, a instituição da Indicação Geográfica, a primeira do Brasil, foi um divisor de águas na prospecção do enoturismo, tanto no que diz respeito à visibilidade e diferenciação do território, como nos processos de trabalhos coletivos deflagrados pelo trabalho associativo em função da mesma. Atualmente, a principal fragilidade deste território é a acentuada especulação imobiliária com crescente urbanização da área rural, de modo que instituições como o ADV seriam importantes para orientar o crescimento no Vale dos Vinhedos.

No âmbito das instituições formais, verifica-se que a teoria de North (1994; 2018) é promissora para estudar o desenvolvimento do turismo, indicando que instituições fortes, como por exemplo os programas internacionais da União Europeia e da UNESCO, são eficientes na indução do desenvolvimento turístico. Quando as instituições são inexistentes ou fracas, como foi verificado no Vale dos Vinhedos no que diz respeito à paisagem, há maiores riscos para o desenvolvimento não ser efetivo

no longo prazo. Considerando as instituições informais, este estudo segue a linha argumentativa de Fong, Wong e Hong (2018), Salvado e Kastenholtz (2017) e Damayanti, Scott e Ruhanen (2017) que indicam que a cooperação é fundamental para o desenvolvimento do turismo.

De um lado, é limitação do presente estudo o fato de contemplar apenas dois territórios e um número limitado de respondentes, de forma que não é possível generalizar seus resultados. De outro lado, oferece uma contribuição informacional aos tomadores de decisão destes territórios através de subsídios aderentes à matriz institucional vigente.

A pesquisa inova ao interpretar o desenvolvimento do enoturismo visto que são incipientes os estudos institucionalistas no setor de turismo. Tal abordagem possibilita que se amplie o enfoque das investigações sobre políticas públicas, interpretando-se que o desenvolvimento turístico está vinculado não somente aos incentivos formais, mas também a aspectos culturais profundos.

## Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo financiamento da pesquisa através da Chamada Universal MC-TIC/CNPq N.º 28/2018 - Universal/Faixa B, processo n.º 423139/2018-5 e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo aporte de bolsa sanduíche do Programa PRINT (Programa de Internacionalização) que permitiu a viabilização parcial da coleta de dados de pesquisa.

## Referências

- Alonso, A. D., Bressan, A., O'Shea, M., & Krajsic, V. (2015). Perceived benefits and challenges to wine tourism involvement: An international perspective. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 66–81. Doi: 10.1002/jtr.1967.

- Alonso A. D., & Liu, Y. (2012). Old 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.
- Aguiar, F. (2002). O Alto Douro Vinhateiro, uma paisagem cultural, evolutiva e viva. *Douro – Estudos & Documentos*, 7(13), 143-152.
- APROVALE. (2020). *Vale dos Vinhedos recebeu 443 mil visitantes em 2019*. Disponível em: <https://valedosvinhedos.wordpress.com/tag/numero-de-visitantes-vale-dos-vinhedos/>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.
- Bento, R. (org.) (2019). Acessibilidades e mobilidades turísticas no Douro. *Pasos edita*, 26. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEedita26.pdf>. Acesso: 17 de setembro de 2020.
- Bernardo, E. (org.) (2018). Para um enfoque territorial do turismo no Douro. *Pasos edita*, 21. Disponível em: <https://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/153-numero-21-para-um-enfoque-territorial-do-turismo-no-douro>. Acesso: 20 de novembro 2020.
- Brunori, G., & Rossi, A. (2000). Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 409-424.
- Comunidades Europeias (2006). *A abordagem LEADER: Um guia Básico*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias. Disponível em: [https://www.rederural.gov.pt/imagens/A\\_abordagem\\_LEADER.pdf](https://www.rederural.gov.pt/imagens/A_abordagem_LEADER.pdf). Acesso: 20 de novembro de 2020.
- Cristóvão, A. (2011). Acção colectiva e turismo em espaço rural: As rotas do vinho e do azeite no Douro e Trás-os-Montes, Portugal. In Souza, M., & Elesbão, I. (Eds.). *Turismo rural: Iniciativas e inovações* (pp. 101-142). Porto Alegre: UFRGS.
- Damayanti, M., Scott, N., & Ruhanen, L. (2017). Coopetitive behaviours in an informal tourism economy. *Annals of Tourism Research*, 65, 25-35. Doi: 10.1016/j.annals.2017.04.007.
- Dolci, T., Tonini, H., & de Souza, M. (2021). A rede organizacional e suas interações no desenvolvimento do enoturismo: O caso da rota turística Vale dos Vinhedos no Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 357-366. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.5038>
- Getz, D. & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158. Doi:10.1016/j.tourman.2004.08.002.
- Falcade, I. (2011). *A paisagem como representação espacial: A paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil)* (Tese de Doutorado). Universidade de Caxias do Sul. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/36052>. Acesso: 20 de novembro de 2021.
- Fong, V., Wong, I., & Hong, J. (2018). Developing institutional logics in the tourism industry through competition. *Tourism Management*, 66, 244-262. Doi: 10.1016/j.tourman.2017.12.005.
- Hall, M., Sharples, E., Cambourne, B., & Macionis, N. (2004). Introduction. In Hall, M., Sharples, E., Cambourne, B., & Macionis, N. (Eds.). *Wine tourism around the world: Development, management and market* (2ª ed., pp. 1-23). Oxford: Elsevier.
- EMPRABA. (2019). *Indicações Geográficas de Vinhos do Brasil: Denominação de Origem Vale dos Vinhedos*. Disponível em: <https://www.embrapa.br/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/ig-registrada/do-vale-dos-vinhedos>. Acesso: 15 de janeiro de 2019.
- Jiang, T., Zhuo, S., Zhang, C., & Gao, J. (2019). The impact of institutions on the evolution of tourism accommodation Format: Evidence from Wulingyuan, China. *Sustainability*, 11(10), 2882. Doi:10.3390/su11102882.
- Joukes, V., & Rachão, S. (2019). Práticas Turísticas. In Santana, O. (org.). *Para uma história do Turismo no Douro*, p. 93-136. Vila Real: Sodivir
- Lavandoski, J, Silva, J. A., & Vargas-Sánchez, A. (2013). Institutional theory in tourism studies: Evidence and future directions. *Spatial and organizational dynamics-Discussion Papers: Challenging Services*, 13, 31-47.
- Lavandoski, J., Pinto, P., Silva, J.A., & Vargas-Sánchez, A. (2016). Causes and effects of wine tourism development in wineries: The perspective of institutional theory. *International Journal of Wine Business Research*, 28(3), 266-284. Doi:10.1177/1467358416634159.
- Lavandoski, J., Vargas-Sánchez, A., Pinto, P., & Silva, J. A. (2018). Causes and effects of wine tourism development in organizational context: The case of Alentejo, Portugal. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 107-122. Doi:10.1177/1467358416634159.

- Maranhão, C. H. (2017). A trajetória histórica da institucionalização do turismo no Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5(2), 238-259.
- Meador, J., & Skerratt, S. (2017). On a unified theory of development: New institutional economics & the charismatic leader. *Journal of Rural Studies*, 53, 144-155. Doi: 10.1016/j.jrurstud.2017.05.007.
- Niederle, P.A., & Aguiar, M. (2012). Indicações geográficas, tipicidade e produtos localizados: os novos compromissos valorativos na vitivinicultura do Vale dos Vinhedos. *Revista de Economia Agrícola*, 59(2), 21-37.
- Niederle, P. A., & Vitrolles, D. (2010). Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 18, 5-55.
- North, D. C. (2018). *Instituições, Mudança Institucional e Desempenho Econômico*. São Paulo: Três estrelas, 2018.
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97-112. Doi: 10.1257/jep.5.1.97.
- North, D. C. (1994). Economic Performance through Time. *The American Economic Review*, 84(3), 359-368.
- North, D. C. (2005). *Understanding the process of Economic Change*. Princeton: Princeton University.
- Pereira, G. (2006). A evolução histórica. In Fundação Museu Do Douro et al. *Viver e saber fazer tecnologias tradicionais da Região do Douro*. Estudos Preliminares (2ª ed., pp. 103-120). Peso da Régua: Fundação Museu do Douro.
- Pioneiro. (2020). *Novo resort com águas termais deve ajudar a dobrar capacidade hoteleira de Garibaldi*. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/noticia/2020/09/novo-resort-com-aguas-termais-deve-ajudar-a-dobrar-capacidade-hoteleira-de-garibaldi-13045494.html#:~:text=Segundo%20Cettolini%20Garibaldi%20tem%20atualmente%20cerca%20de%20500%20leitoeiros.> Acesso: 24 de novembro de 2021.
- Restrepo, N., & Anton Clavé, S. (2019). Institutional thickness and regional tourism development: Lessons from Antioquia, Colombia. *Sustainability*, 11(9), 2568. MDPI AG. Doi:10.3390/su11092568.
- Salvado, J. (2016). Enotourism ecosystem: stakeholders' coepetition model proposal. *Tourism and Hospitality International Journal*, 6(2), 77-93.
- Salvado, J. & Joukes, V. (2021). Build sustainable stakeholders' interactions around wine & food heritage: The Douro Wine Tourism case. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 93-112. <https://doi.org/10.34624/rd.v1i36.7877>
- Salvado, J. & Kastenholz, E. (2017). Sustainable wine tourism eco-systems through co-opetition. *Journal of Tourism & Development*, 27/28(1), 1917-1931. <https://doi.org/10.34624/rd.v1i27/28.10335>
- Santana, O. (2019). Breve Contextualização Histórica. In Santana, O. (org.). *Para uma história do Turismo no Douro*, p. 57-70 Vila Real: Sodivir
- Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves. (2022). *Censo Turístico de 2021 é apresentado no Município*. Disponível em: <https://bento.tur.br/2022/05/censo-turistico-2021-e-apresentado-no-municipio/>. Acesso: 20 de outubro de 2022.
- Silva, C.S., Viana, J. G., & Hoff, D. (2017). A Economia Institucional e o Desenvolvimento Rural: Abordagens Teóricas e Evidências Empíricas. *Revista Estratégia e Desenvolvimento*, 1(2), 70-79.
- Teles, H. (2018). Plano de Gestão e Monitorização do Alto Douro Vinhateiro (ADV). In Lage, M.O. (ed.). *Alto Douro e Pico, Paisagens Culturais Vinhateiras Património Mundial em Perspectiva Multifocal: experimentação comparada*. Porto: CITCEM, p. 11-20. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/site/default.aspx?qry=id024id1584&sum=sim>. Acesso: 12 de maio de 2021.
- Teles, H., & Soares, P. (2019). Alto Douro Vinhateiro património da humanidade — contributos para a sua valorização e sustentabilidade. In Pereira, G., Amorim, M. N., & Lage, M.O. (eds.) *Douro e Pico, Paisagens Culturais Vinhateiras Património Mundial*, p. 21-27. Porto: CITCEM. <http://ler.letras.up.pt/site/default.aspx?qry=id024id1584&sum=sim>. Acesso: 12 de maio de 2021.
- TravelBI (2023). *Alojamento. Dormidas, por NUTSIII*. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/dormidas-por-nutsiii/>
- Valduga, V., & Minasse, M. H. (2018). O Enoturismo no Brasil: Principais Regiões e Características da Atividade. *Territoires du Vin*, 9.
- Valduga, V. & Medeiros, R. M. V. (2014). As raízes do Enoturismo no Brasil. *Via.Tourism Review*, 6, 1-15. <https://doi.org/10.4000/viatourism.727>