

# INCENTIVOS E RESTRIÇÕES INSTITUCIONAIS AO DESENVOLVIMENTO DO ENOTURISMO: A PERCEÇÃO DOS GESTORES DE OITO QUINTAS NO ALTO DOURO VINHATEIRO\*

TISSIANE SCHMIDT DOLCI\*\*

ARTUR FERNANDO ARÊDE CORREIA CRISTÓVÃO\*\*\*

MARCELINO DE SOUZA\*\*\*\*

**Resumo:** *O presente trabalho visa analisar os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro (ADV), a partir da percepção de gestores de turismo de oito quintas da região. Para tal, realizou-se uma pesquisa exploratória e descritiva, que contou com investigação bibliográfica, observação de campo e aplicação de roteiros de entrevistas aos gestores do turismo das respectivas quintas. Concluiu-se que, na percepção destes gestores, a catalogação do ADV como património da UNESCO atuou sinergicamente às políticas de incentivo ao turismo no espaço rural em Portugal, com a mobilização de recursos privados e públicos na qualificação da infraestrutura turística, sendo uma importante instituição incentivadora do enoturismo. As principais restrições institucionais estão relacionadas com a falta de uma política eficiente para evitar a emigração dos jovens e dificuldades na atuação coletiva para implementação de rotas enoturísticas.*

**Palavras-chave:** *instituições; turismo; património; vinhedos.*

**Abstract:** *This paper aims to analyze the institutional incentives and constraints to the development of wine tourism in Alto Douro Wine Region (ADV), from the perception of tourism managers of eight farms in the region. To this end, an exploratory and descriptive research was carried out, which included bibliographic research, field observation and application of interview scripts to the tourism managers of the respective farms. It was concluded that, in the perception of these managers, the listing of the ADV as a UNESCO heritage site acted synergistically with the incentive policies for tourism in rural areas in Portugal, with the mobilization of private and public resources in the qualification of tourism infrastructure, being an important institution to encourage wine tourism. The main institutional constraints are related to the lack of an efficient policy to prevent the emigration of young people and difficulties in collective action for the implementation of wine tourism routes.*

**Keywords:** *institutions; tourism; heritage; vineyards.*

---

\* Se o *copyright* de tabelas, gráficos e outras imagens não for indicado, pertence aos autores deste texto.

\*\* Professora da Área Acadêmica de Administração, Turismo e Economia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) — Campus Porto Alegre (Brasil).

\*\*\* 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 do Departamento de Economia e Relações Internacionais e dos Programas de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural e de Agronegócio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

## INTRODUÇÃO

É recorrente, na literatura, a ligação do enoturismo à paisagem cultural, de forma que os territórios que têm paisagens classificadas como Património Mundial da UNESCO são propícios para o desenvolvimento do enoturismo, despertando o interesse de estudiosos sobre a temática<sup>1</sup>.

Com base neste contexto do enoturismo e para sustentar a análise, o estudo fundamentou-se na teoria institucional de Douglass North, que defende a ideia de que existe uma matriz institucional que suporta e explica o desenvolvimento<sup>2</sup>, com a existência de instituições que incentivam e outras que restringem a ação das organizações que atuam nas interações socioeconómicas, de tal forma que promovem ou restringem o desempenho económico.

A partir desta conceção, derivou-se a ideia de que existe uma matriz institucional que suporta o desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro (ADV), propondo-se a presente análise. Nesse sentido, este estudo propôs-se analisar os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo no ADV a partir da perceção de gestores de turismo de oito quintas que operam na região.

Este território é reconhecido, desde 2001, como Património Cultural da Humanidade da UNESCO, tendo a sua história fortemente vinculada à vitivinicultura, possuindo aspetos culturais e naturais que fornecem um bom pano de fundo para a implementação de atividades enoturísticas. Para tal, foram delineados os seguintes objetivos específicos: contextualizar, a partir de uma perspectiva histórica, o surgimento da vitivinicultura e do enoturismo na região; caracterizar as quintas pesquisadas; e identificar as instituições restritivas e incentivadoras do enoturismo, na perspetiva dos gestores de quintas que operam neste território.

O presente artigo está estruturado em oito secções. A primeira secção traz esta breve introdução, a segunda e a terceira apresentam, respetivamente, a abordagem teórica e a metodologia utilizada na pesquisa. A quarta, a quinta e a sexta secções tratam dos resultados da pesquisa, atendendo aos objetivos delineados. Finalmente, na última secção do artigo são apresentadas as considerações finais.

### 1. A ABORDAGEM INSTITUCIONAL DE DOUGLASS NORTH

A Nova Economia Institucional (NEI) abrange estudos focados na análise de instituições, arranjos institucionais e custos de transação. Douglass North, um dos principais expoentes desta corrente teórica, centra-se no estudo das instituições e sua relação com o desempenho económico. No decorrer de sua obra, o autor tratou de compreender

---

<sup>1</sup> SIGALA, 2019.

<sup>2</sup> NORTH, 1990.

a dinâmica institucional, considerando as instituições como principais reguladores das interações e atividades humanas<sup>3</sup>.

North propõe que a análise económica seja realizada ao longo do tempo. Ao incorporar a história no seu modelo de análise, admite que costumes, trajetórias, cultura, valores, leis, ou seja, instituições, têm influência, além do comportamento racional dos agentes económicos. Ao fazer estas afirmações, admite ainda a incerteza, a racionalidade limitada e a assimetria de informação como pressupostos fundamentais no ambiente das trocas económicas e sociais. Neste sentido, as instituições são criadas para reduzir as incertezas, estabelecendo uma estrutura estável que orienta as transações e interações humanas<sup>4</sup>.

O pressuposto da racionalidade limitada coloca em xeque a suposta racionalidade económica e utilitarista, admitindo que o ser humano não consegue analisar todas as alternativas possíveis na tomada de decisão. Motivações, bem como sistemas cognitivos, afetam as percepções e as escolhas, de forma que não existe um comportamento humano plenamente racional<sup>5</sup>. Sendo assim, num ambiente caracterizado pelas incertezas, em que os agentes têm racionalidade limitada, assume-se que há assimetria de informação, ou seja, nem todos possuem as mesmas informações para transacionar. Neste cenário, há espaço para comportamentos oportunistas, como a busca do autointeresse<sup>6</sup>. Portanto, há precaução das partes ao transacionar para evitar os prejuízos de um possível comportamento oportunista.

Historicamente, as sociedades começam com instituições mais simples, de modo que as normas sociais, as tradições e os costumes são suficientes para orientar comportamentos de pequenos grupos em que há confiança entre as partes. Porém, quando aumenta a complexidade das interações, as instituições vão evoluindo, tornando-se estruturas complexas com regras formais e informais que orientam as interações sociais, económicas e políticas<sup>7</sup>.

As precauções para transacionar incluem coleta e aferição de informações, salvaguardadas em contratos e utilização do sistema jurídico. Os custos tidos com essas precauções são os custos de transação<sup>8</sup>. Dito de outra forma, os custos de transação consistem nos custos de mensurar os atributos valorativos do que está sendo transacionado e nos custos de proteger os direitos de propriedade, de fiscalizar e de fazer cumprir os acordos<sup>9</sup>.

Por sua vez, tais custos são a fonte das instituições. Frequentemente, um contrato será redigido com características específicas para que a transação seja cumprida, contudo tais contratos são incompletos devido ao custo de mensuração. Nesse contexto,

---

<sup>3</sup> NORTH, 1990, 1991, 1994.

<sup>4</sup> NORTH, 1990, 2005.

<sup>5</sup> MANTZAVINOS, NORTH, SHARIG, 2004; NORTH, 2005.

<sup>6</sup> WILLIAMSON, 2012.

<sup>7</sup> NORTH, 1990.

<sup>8</sup> AZEVEDO, 2000; BUENO, 2004.

<sup>9</sup> NORTH, 1990, 2005.

as instituições informais (padrões de comportamento, reputação, convenções) terão um papel principal no acordo<sup>10</sup>, bem como leis e sistema jurídico que possibilitem que sanções sejam implementadas, caso o contrato não seja cumprido.

Para o autor, a evolução das instituições cria um ambiente propício às soluções cooperativas para as transações complexas do mundo moderno. Considerando essas premissas, quanto mais eficientes forem as instituições em incentivar que os agentes ajam buscando a eficiência econômica, mais desenvolvimento haverá<sup>11</sup>. Portanto, depreende-se que instituições fortes e eficientes propiciam mais condições para países, regiões, territórios e empresas se desenvolverem. Assim, pressupõe-se que um conjunto de instituições conformou o desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro.

É necessário esclarecer a distinção que North faz entre instituições e organizações, sendo as primeiras compreendidas como o conjunto de regras, e as segundas entendidas como entidades que reúnem indivíduos com uma finalidade específica. Analogamente a um jogo, as instituições são as regras e as organizações são os jogadores. As instituições são criadas com a função de reduzir as incertezas e inibir comportamentos oportunistas nas transações e interações humanas, enquanto as organizações têm o objetivo de ganhar o jogo<sup>12</sup>.

O conceito de instituições inclui as restrições formais (leis, regras), informais (normas, crenças, padrões de comportamento, convenções) e as características de *enforcement* (fazer cumprir), abrangendo regras escritas e não escritas, delimitando o que é permitido e o que é proibido nas interações econômicas e sociais. Já as organizações são criadas para aproveitar as oportunidades oferecidas pelo ambiente institucional e vistas como agentes de mudanças, que surgem dentro de um determinado contexto institucional, mas que, ao longo do tempo, ao interagirem com outras organizações e com as instituições, têm o papel de mudar a estrutura institucional<sup>13</sup>.

Neste modelo, há uma contínua interação entre as instituições e organizações que, no longo prazo, influenciam o desempenho econômico<sup>14</sup>. O ambiente institucional influencia a estruturação das organizações e, simultaneamente, as organizações influenciam a matriz institucional. Argumenta-se, assim, que o desenvolvimento do enoturismo num território é derivado de uma teia de instituições que, ao longo do tempo, propiciou oportunidades de ação para organizações nesse âmbito. Assim, esse arcabouço institucional conforma o comportamento dessas organizações no desenvolvimento do enoturismo.

---

<sup>10</sup> NORTH, 1991.

<sup>11</sup> NORTH, 1991, 2001.

<sup>12</sup> NORTH, 1990, 1991, 2005.

<sup>13</sup> NORTH, 1990, 2005.

<sup>14</sup> NORTH, 1990, 1991, 1994.

Compreende-se que o ambiente institucional direciona a busca de conhecimentos e habilidades por parte das pessoas e das organizações e que é fator essencial no desenvolvimento da sociedade. A competição, fruto da interação entre instituições e organizações, é ponto-chave para a mudança institucional, pois impulsiona as organizações a investirem em competências e conhecimento para sobreviver<sup>15</sup>. Ademais, as tecnologias também são afetadas pelas instituições<sup>16</sup>, isto é, enquanto houver um quadro institucional que estimule o investimento em determinadas tecnologias, competências e conhecimentos, estas serão aplicadas para solucionar os problemas que se apresentam na sociedade<sup>17</sup>.

Portanto, o processo de difusão da informação e inovação deriva do quadro institucional. A falta de incentivos para gerar conhecimentos e inovações produtivas coloca alguns países, regiões e territórios em posição de desvantagem perante aqueles que estimulam esses processos<sup>18</sup>. Mudar esta trajetória de crescimento não é fácil. A matriz institucional caracteriza-se por ser estável, devido à variedade de instituições e possíveis interações que a conformam e, principalmente, à *path dependence*. Por outras palavras, não será a mudança numa única instituição que provocará a mudança da matriz institucional. A mudança institucional efetiva-se com base na mudança incremental no longo prazo: a alteração de uma norma combina-se com a modificação de uma convenção e assim por diante, resultando na elaboração de uma matriz institucional que irá determinar o desempenho económico e político<sup>19</sup>.

A *path dependence* (dependência da trajetória) é entendida como «o caminho pelo qual instituições e crenças derivadas do passado influenciam escolhas» presentes dos indivíduos e das organizações<sup>20</sup>. Tal conceito é fundamental para a compreensão da dinâmica institucional, demonstrando que soluções ineficientes podem persistir ao longo do tempo<sup>21</sup>. Contudo, há um entendimento mais complexo sobre o termo, que o torna um fator fundamental na continuidade de uma sociedade. A aprendizagem cria *path dependence* de ideias, ideologias e instituições. Assim, os sistemas de modelos mentais apresentam *path dependence*, de tal forma que abordagens de desempenho ineficientes podem persistir por períodos longos<sup>22</sup>. Posto isto, a dificuldade de alterar as trajetórias das sociedades é evidente, sugerindo que o processo pelo qual as sociedades possuem determinadas matrizes institucionais no presente restringe as escolhas futuras<sup>23</sup>.

---

<sup>15</sup> NORTH, 1994.

<sup>16</sup> NELSON, WINTER, 2002.

<sup>17</sup> NORTH, 2005.

<sup>18</sup> NORTH, 2001.

<sup>19</sup> NORTH, 1991.

<sup>20</sup> NORTH, 2005: 21.

<sup>21</sup> GALA, 2003.

<sup>22</sup> DENZAU, NORTH, 1994.

<sup>23</sup> NORTH, 2005.

Sendo assim, sociedades cujas experiências passadas as condicionaram a considerar a mudança inovadora com desconfiança contrastam com aquelas cuja herança forneceu uma percepção favorável a essa mudança.

Enfim, é a partir desta abordagem que este trabalho se propõe a analisar os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo no ADV, considerando que, antes de oferecerem atividades de enoturismo, as quintas tinham suas atividades focadas essencialmente na produção vitivinícola e, em dado momento, uma conjuntura institucional propiciou que passassem a desenvolver o turismo em seus empreendimentos.

Assim, a partir da teoria de Douglass North, buscou-se responder às seguintes questões de investigação: O que motivou as quintas ofertarem o enoturismo? Quando e como isso aconteceu? Quais as instituições formais e informais que, na percepção dos gestores, incentivaram e ou restringiram o desenvolvimento do enoturismo ao longo do tempo neste território? Neste contexto, na próxima secção será apresentada a metodologia utilizada para operacionalizar a investigação.

### **1.1. Metodologia**

Para alcançar os objetivos delineados para este estudo, que assumiu um carácter exploratório e descritivo, foi adotada uma abordagem qualitativa. A perspectiva teórica de Douglass North foi norteadora para a construção da problemática, escolha metodológica, interpretação e análise das informações. A partir desta abordagem, evidenciou-se a necessidade de compreender a história precedente ao surgimento do enoturismo.

Desse modo, realizou-se investigação bibliográfica sobre o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo na região, observação de campo e entrevistas semiestruturadas realizadas aos gestores de oito quintas situadas na região do Alto Douro Vinhateiro, no período compreendido entre fevereiro e março de 2020, contemplando ainda a aplicação de questionários com utilização de escalas Likert. O roteiro das entrevistas abrangeu os eixos e variáveis apresentados na Tabela 1.

Os dados obtidos nas entrevistas foram organizados com o auxílio dos *softwares* NVivo12 e Excel para posterior análise, juntamente com as observações de campo. Os dados obtidos foram codificados em nós primários e secundários, correspondentes aos eixos e variáveis, respetivamente.

A escolha das oito quintas ocorreu através da definição de uma amostra intencional, não probabilística, levando em conta o conhecimento e a experiência de um dos autores, melhor conhecedor da região e das empresas ligadas ao setor.

**Tabela 1.** Características gerais das quintas estudadas

<b>Eixos de Pesquisa</b>	<b>Variáveis</b>
Características das quintas	Tempo de existência Início do enoturismo Tempo de existência do enoturismo Administração familiar
Oferta turística dos empreendimentos	Serviços e produtos ofertados no início Serviços e produtos ofertados atualmente Fluxo de turistas Existência de excursões de autocarros turísticos Existência de contratos com operadoras e agências turísticas Percentual de lucros provenientes do turismo
Tomada de decisão para investir em turismo	Motivação para empreender Apoio ou influência de alguma organização na decisão de empreender Decisões sobre a oferta de novos serviços aos turistas e investimentos em infraestruturas Utilização de assessorias e consultorias técnicas em turismo
Instituições	Instituições informais (crenças sobre competição, cooperação, história e cultura do vinho, trabalho familiar) Instituições formais (leis, programas, projetos, linhas de incentivo financeiro)

A análise das informações obtidas na pesquisa foi organizada em dois segmentos, que serão apresentados a seguir, trazendo primeiramente a contextualização histórica do surgimento da vitivinicultura e do enoturismo na região e, posteriormente, a análise das percepções dos gestores das quintas sobre as restrições e incentivos institucionais ao desenvolvimento do enoturismo, juntamente com dados de caracterização das quintas estudadas.

## **2. CONTEXTUALIZAÇÃO DAS ORIGENS DA VITIVINICULTURA E DO ENOTURISMO NO DOURO**

A partir da premissa de North<sup>24</sup>, de que a história importa e que as instituições e organizações evoluem lentamente, não há como falar em desenvolvimento do enoturismo sem primeiramente considerar o estabelecimento prévio da vitivinicultura no Douro. Afinal, os padrões de comportamento das organizações nas interações económicas de hoje são resultado da evolução da teia institucional ao longo do tempo.

Há que ressaltar que todas as quintas estudadas têm como principal atividade a produção de vinho e, assim, as suas atuações no mercado foram, em grande medida, influenciadas por uma matriz institucional ampla e sedimentada no âmbito da vitivinicultura. Então, tem-se um cenário de organizações que possuem um *path dependence* oriundo das suas experiências prévias e aprendizagens compartilhadas de geração em geração no mercado vitivinícola.

<sup>24</sup> NORTH, 1990.

Isto posto, destaca-se que a RDD é a mais antiga região do mundo com regulamentação e delimitação da produção vitivinícola. A primeira demarcação da RDD data de 1756<sup>25</sup> e já sofreu várias alterações, datando de 1921 a última mudança significativa<sup>26</sup>. Parte do território da RDD, o Alto Douro Vinhateiro (ADV), é reconhecido pela UNESCO, desde 2001, como Património Cultural da Humanidade, tendo a sua história fortemente vinculada à vitivinicultura e constituindo-se na porção mais representativa e preservada da RDD<sup>27</sup>.

A vinha e a produção do vinho nesse território têm origem em tempos longínquos, que frequentemente remetem à ocupação romana<sup>28</sup>. Registos documentais da época medieval revelam que, desde o século XII, havia uma produção vitícola intensa que foi expandida ao longo dos séculos XIII e XIV. Essa intensificação da produção e melhoria da qualidade das vinhas vinculam-se à fixação de mosteiros da ordem monástica de Cister, que investiram em grandes explorações vitivinícolas na região<sup>29</sup>.

Os negócios relacionados com a exportação de vinhos foram crescendo ao longo do século XVII, atraindo parceiros de outros países, predominantemente os ingleses<sup>30</sup>. É nesse período que se tem a primeira referência ao vinho do Porto para indicar os vinhos produzidos na região do Douro<sup>31</sup>. Essa época é marcada por divergências políticas entre a Inglaterra e a França, que culminaram com a assinatura do Tratado de Methuen, entre Portugal e Inglaterra, em 1703<sup>32</sup>. A partir daí, o vinho do Porto assumiu um papel importante na balança comercial de Portugal. Nessa conjuntura, entre crises e adulterações do produto, procedeu-se à primeira demarcação da RDD<sup>33</sup>.

Desde então, a especialização na vitivinicultura e a integração ao mercado exportador de vinhos têm caracterizado a economia do Douro. Entre ciclos de pujança e crise económica, destacam-se as profundas mudanças ocorridas nesse território durante a segunda metade do século XIX provocadas pela filoxera, legislação mais liberal e avanços nos meios de transporte, que propiciaram que a região de vinhedos se expandisse até à fronteira, havendo uma reordenação do espaço vinícola pós-filoxera no final do século XIX e início do século XX<sup>34</sup>.

No que toca ao ambiente institucional para o desenvolvimento da vitivinicultura, há uma alternância entre períodos de maior ou menor regulação e protecionismo<sup>35</sup>,

---

<sup>25</sup> PEREIRA, 2006.

<sup>26</sup> SOUSA, 2007.

<sup>27</sup> TELES, SOARES, 2019.

<sup>28</sup> PEREIRA, BARROS, 2016.

<sup>29</sup> PEREIRA, 2006; TELES, 2018.

<sup>30</sup> PEREIRA, BARROS, 2016.

<sup>31</sup> TELES, 2018.

<sup>32</sup> PEREIRA, 2006; TELES, 2018; SOUSA, 2007.

<sup>33</sup> AGUIAR, 2002; SOUSA, 2007.

<sup>34</sup> PEREIRA, 2006.

<sup>35</sup> SEQUEIRA, 2013.

orientando as ações das organizações. No decorrer das primeiras décadas do século XX, continuaram os esforços para regulamentação, fiscalização e certificação dos vinhos, com a criação de várias organizações, entre as quais se destacam a Casa do Douro e o Instituto do Vinho do Porto<sup>36</sup>.

No início do século XXI, algumas características do setor vitivinícola do Douro são: expansão da área de vinhedos; incremento da produção de vinhos, com crescimento das exportações e dos preços; melhoria da qualidade dos vinhos; reforço da reputação de qualidade dos vinhos; reestruturação do modelo institucional de regulamentação da RDD, com o objetivo de regular e controlar a produção e comercialização dos vinhos com Denominação de Origem<sup>37</sup>; criação do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP), que, desde então, atua como órgão regulador das Indicações Geográficas Douro e Porto<sup>38</sup>; patrimonialização do Alto Douro Vinhateiro na categoria de Paisagem Cultural Evolutiva e Viva, da classificação da UNESCO<sup>39</sup>.

Os avanços do final do século XX e início do século XXI na vitivinicultura são acompanhados pelo início da estruturação do enoturismo nas quintas. De acordo com Joukes e Rachão<sup>40</sup>, apesar da beleza cénica do território, devido ao relevo montanhoso e características do rio, por muito tempo, o Douro permaneceu isolado. Aliado a isso, a falta de recursos financeiros e o atraso tecnológico da região foram impeditivos do rompimento das barreiras geográficas que afastavam visitantes e turistas.

Apesar disso, existem relatos do século XIX sobre a realização de atividade de lazer e turismo nas quintas. Tais atividades eram sobretudo realizadas por viajantes que negociavam vinho e promovidas por proprietários das quintas, que reuniam amigos e parentes<sup>41</sup>. A linha de comboio do Douro foi implementada na segunda metade do século XIX, dada a necessidade de escoar a produção, de trazer produtos fitossanitários para combater a filoxera e de atender a procura dos grupos exportadores de vinho que se estabeleceram na região e propulsionaram tal implementação<sup>42</sup>.

Conforme Joukes e Rachão<sup>43</sup>, em 1936, realizou-se o *I Congresso Nacional de Turismo* em Portugal, evento em que foram auscultadas as partes interessadas em iniciar um planeamento do turismo no país. No entanto, estas autoras destacam que não há qualquer menção ao Douro como atrativo a ser alvo de planeamento do ponto de vista turístico.

As grandes mudanças para oferta turística têm início na década de 1980, com a melhoria dos acessos à região e a adesão de Portugal à CEE. Em 1985, abriu-se a última

---

<sup>36</sup> PEREIRA, 2006.

<sup>37</sup> PEREIRA, 2006.

<sup>38</sup> BRITO, 2006.

<sup>39</sup> TELES, 2018.

<sup>40</sup> JOUKES, RACHÃO, 2019c.

<sup>41</sup> JOUKES, RACHÃO, 2019b.

<sup>42</sup> MESQUITA, PINA, 2003: 400 *apud* BENTO, *coord.*, 2019: 63.

<sup>43</sup> JOUKES, RACHÃO, 2019b.

eclusa do rio Douro, que possibilitou a navegabilidade desde a sua foz até a fronteira, desvelando os caminhos para o turismo de cruzeiros. É importante referir que foi através do rio Douro que, em tempos já longínquos, se fez o escoamento da produção vitivinícola para a cidade do Porto, criando reputação aos vinhos produzidos nesse território<sup>44</sup>. Atualmente, é no rio que acontece grande parte do turismo, com os cruzeiros que partem da cidade do Porto trazendo visitantes das mais variadas nacionalidades para o interior do norte de Portugal<sup>45</sup> e fazendo com que o turismo de cruzeiros seja um dos principais subsetores na região<sup>46</sup>.

A adesão de Portugal à CEE, em 1986, é um marco institucional importante na análise da expansão e organização do enoturismo na região do Douro. A partir da entrada de Portugal nas Comunidades, tem-se acesso a apoios económicos, materializados nas políticas de desenvolvimento territorial e nos incentivos financeiros, com a implementação de programas voltados para a dinamização da economia e do turismo<sup>47</sup>. Em 1986, ocorre ainda a promulgação do primeiro instrumento normativo planificador do turismo em Portugal, o Plano Nacional de Turismo 1986-1992<sup>48</sup>.

No início da década de 1990, no âmbito da CEE, criou-se o Programa Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural (LEADER), com fundos comunitários de apoio financeiro, com o objetivo de incentivar o desenvolvimento de comunidades rurais, dinamizando a economia<sup>49</sup>. Paralelamente, ao longo dos anos de 1990, tem-se o primeiro quadro de referências do papel da União Europeia (UE) no turismo<sup>50</sup> com o lançamento do *Livro Verde da Comissão Europeia, O Papel da União em Matéria de Turismo*<sup>51</sup>.

Portanto, é nesse período, em consonância com as políticas vigentes de desenvolvimento rural da UE, que são criadas várias Associações de Desenvolvimento Local, entre as quais a Associação Douro Superior, a Associação Douro Histórico e a Associação Beira Douro. Essas associações, dentro das suas áreas de intervenção, vêm apoiando projetos de fortalecimento do turismo e de dinamização das áreas rurais<sup>52</sup>. Na década de 1980, essa estruturação tem início por meio dos projetos de Turismo de Habitação em Espaço Rural (TER), o que viria converter-se em enoturismo na década de 1990, com degustações e visitas às adegas<sup>53</sup> e a criação da Rota do Vinho do Porto<sup>54</sup>.

---

<sup>44</sup> PEREIRA, 2006.

<sup>45</sup> JOUKES, RACHÃO, 2019b.

<sup>46</sup> BERNARDO, *coord.*, 2018.

<sup>47</sup> LEAL, 2001.

<sup>48</sup> MILHEIRO, SANTOS, 2005.

<sup>49</sup> COMUNIDADE EUROPEIA, 2006.

<sup>50</sup> SANTOS, 2014.

<sup>51</sup> MILHEIRO, SANTOS, 2005: 123.

<sup>52</sup> MANFIO, MEDEIROS, CRISTÓVÃO, 2020.

<sup>53</sup> SANTANA, 2019b.

<sup>54</sup> CRISTÓVÃO, 2011.

Já na década de 1990, a construção de autoestradas ajudou a romper com o isolamento histórico, possibilitando o aumento do turismo<sup>55</sup>. Atenta-se que, em paralelo com a melhoria da rede rodoviária, nas décadas de 1980 e 1990, houve a desativação de vários trechos da Linha do Douro, inclusive a parte internacional, que foram deixados em estado de total abandono<sup>56</sup>, constituindo um ponto negativo para a mobilidade turística na região.

Muito recentemente, com a abertura do túnel do Marão, esse território rompeu efetivamente o seu isolamento<sup>57</sup>. Bento refere que o Túnel do Marão «quebrou uma barreira física, geográfica, psicológica e social entre o litoral e o interior Norte de Portugal»<sup>58</sup>. De acordo com Joukes e Rachão<sup>59</sup>, entre 2012 e 2018, o número de turistas estrangeiros quadruplicou. Segundo estas autoras, o enoturismo teve um desenvolvimento sem precedentes, com a oferta de experiências que abrangem passeios de bicicletas nas vinhas, provas de vinhos, refeições harmonizadas, participação nas vindimas, assim como a ampliação da oferta de alojamento.

A oferta turística, composta por produtos culturais e naturais alicerçados na paisagem vinhateira classificada pela UNESCO, expandiu-se e consolidou-se, havendo ainda investimentos em museus, centros de interpretação e revitalização de monumentos que ampliam as opções turísticas<sup>60</sup>. Conforme Teles<sup>61</sup>, a classificação da UNESCO gerou uma obrigação do poder público central de empreender esforços e recursos para a região<sup>62</sup>, havendo a criação de organismos para gestão e monitoramento da paisagem, bem como para a dinamização do território<sup>63</sup>. Em tal contexto, o turismo vem ganhando especial atenção, sendo estratégica para a valorização de recursos, a promoção da região e a diversificação económica<sup>64</sup>.

Portanto, nesta breve contextualização das origens da vitivinicultura e do turismo no Douro, demonstra-se que a vitivinicultura tradicional e a reputação dos vinhos produzidos na região são elementos seculares, enraizados no território e que têm um papel preponderante na economia do Douro há longo tempo. Entretanto, evidencia-se que o enoturismo é um fenómeno recente, que teve sua real expansão somente no século XXI.

---

<sup>55</sup> BERNARDO, *coord.*, 2018.

<sup>56</sup> BENTO, *coord.*, 2019.

<sup>57</sup> BERNARDO, *coord.*, 2018.

<sup>58</sup> BENTO, *coord.*, 2019: 47.

<sup>59</sup> JOUKES, RACHÃO, 2019a.

<sup>60</sup> SANTANA, 2019b.

<sup>61</sup> TELES, 2018.

<sup>62</sup> SANTANA, 2019a.

<sup>63</sup> AGUIAR, 2002; TELES, 2018.

<sup>64</sup> CRISTÓVÃO, 2011.

Retomando o objetivo do presente estudo de analisar a percepção dos gestores de turismo das quintas sobre os incentivos e restrições do ambiente institucional ao desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro (ADV), na próxima secção será apresentada a análise institucional a que se propôs esta investigação.

### **3. INCENTIVOS E RESTRIÇÕES INSTITUCIONAIS AO DESENVOLVIMENTO DO ENOTURISMO NO ALTO DOURO VINHATEIRO: PERCEPÇÃO DOS GESTORES**

Nesta secção, busca-se analisar a percepção dos gestores das quintas pesquisadas sobre os incentivos e restrições institucionais ao desenvolvimento do enoturismo no Alto Douro Vinhateiro.

Primeiramente, na Tabela 2, expõem-se algumas características das quintas estudadas. Como pode ser notado, com exceção da Quinta 1, todas as outras têm uma longa existência, com trajetórias que muito se assemelham ao que foi abordado na secção antecedente, abrangendo a crise da filoxera, falências, mudança de mãos de proprietários, vendas e aquisições por grandes grupos corporativos. Evidencia-se ainda que todas as quintas possuem administração familiar. Entretanto, nesse ponto, há que referir que, nas quintas pertencentes a grupos corporativos, a família envolve-se com a administração mais ampla do grupo, isto é, não está presente no dia a dia das propriedades rurais.

Como pode ser visto, quatro quintas pertencem a grupos corporativos que atualmente abrangem tanto a produção vitivinícola quanto o enoturismo. A Quinta 7 pertence a um grupo que conta com 27 quintas e é um dos maiores produtores de vinho de Portugal, sendo a sua administração integrada pelas quarta e quinta gerações da família, de origem inglesa. A Quinta 8 pertence a um grande grupo administrado por uma família inglesa desde o século XIX. Ao longo do tempo, essa família foi adquirindo outras quintas e várias marcas renomadas de vinho, sendo uma das pioneiras a ofertar enoturismo na década de 1990. Nos últimos vinte anos, esta empresa tem investido fortemente no turismo, possuindo hotéis, restaurantes, cafés, espaços para eventos e serviço de travessia de barco no rio Douro, entre outros empreendimentos.

As quintas 4 e 6 pertencem a grupos corporativos menores, sendo o primeiro um dos mais tradicionais de Portugal e o segundo criado recentemente, no final do ano de 2020. A Quinta 1 é a de menor porte, com uma produção estritamente familiar e, embora a propriedade rural tenha sido herdada pela família, esteve abandonada até 1998. A Quinta 2 tem origem nos mosteiros, tendo passado pelas mãos de amigos dos reis, nobres e outros proprietários até ser adquirida, em 1940, pela família que atualmente tem a sua posse.

A Quinta 3 pertence à família descendente de uma das personagens mais emblemáticas da história do Douro, possuidora de muitas quintas. Nos anos de 1990, grande parte dos negócios dessa família, incluindo as suas marcas, foi vendida a um grupo

empresarial. Apesar disso, a família não vendeu a Quinta 3 e continuou a produzir vinhos, criando uma marca para esses produtos. Já a Quinta 5 possui registos da produção de vinhos em seu território desde 1615, sendo que, somente no início do século XX, a marca e a casa de vinhos foram criadas, com a aquisição dessa quinta pelos ascendentes dos atuais proprietários.

**Tabela 2.** Características gerais das quintas entrevistadas

Quinta	Desde quando existe?	Início do enoturismo	Administração familiar	Pertence a grupo corporativo
Quinta 1	1998	2006	Sim	Não
Quinta 2	XVI/XVII	2004	Sim	Não
Quinta 3	1716	2005	Sim	Não
Quinta 4	1738	1998	Sim	Sim
Quinta 5	1615	2011	Sim	Não
Quinta 6	1759	2005	Sim	Sim
Quinta 7	1867	2015	Sim	Sim
Quinta 8	Início do século XIX	1992	Sim	Sim

Apesar da longa existência das quintas, verifica-se que a prática do enoturismo é muito recente, sendo a Quinta 8 e a Quinta 4 pioneiras na oferta do turismo ligado aos vinhos do Douro, nos anos de 1990. As demais quintas abriram-se ao enoturismo somente nos anos 2000, após a paisagem desse território já ser reconhecida como património mundial pela UNESCO.

Sobre a oferta recente do enoturismo, evidencia-se que todos os entrevistados mencionam o isolamento da região até os anos de 1990, enfatizando que o turismo era muito reduzido, tanto no que diz respeito à oferta como à procura, em conformidade com os estudos bibliográficos realizados. Posto isto, depreende-se que a lacuna de políticas e investimentos no acesso e mobilidade para a região foi uma restrição ao desenvolvimento do turismo até a década de 1990.

Na Tabela 3, apresentam-se os produtos e serviços turísticos oferecidos pelas quintas, inicialmente e na atualidade (2019/2020), bem como os motivos pelos quais as propriedades passaram a empreender experiências de enoturismo. Enquanto três quintas entraram no enoturismo por meio da oferta de quartos para alojamento em espaço rural, outras cinco detiveram-se na oferta tradicional de provas de vinhos (degustações) e loja para comercialização dos produtos, sendo que quatro também ofereciam visitas guiadas. Ao observar a oferta atual, nota-se que as provas de vinhos, as visitas guiadas e o alojamento se mantiveram. Houve ampliação e diversificação nos

serviços oferecidos, que passam a ser denominados de experiências de enoturismo, e incluem atividades na época da vindima, refeições e piqueniques harmonizados, passeios, aulas e *workshops* de vinhos e culinária, entre outros.

**Tabela 3.** Mudanças na oferta de enoturismo

Quinta	Oferta inicial de enoturismo	Oferta atual de enoturismo	Motivos para empreender em enoturismo
Quinta 1	Turismo rural com oferta de quartos, pequeno-almoço.	Provas de vinhos com visita. Gastronomia com agendamento. Os quartos estão desativados devido às adequações para obra de ampliação.	Sobrevivência. Necessidade. Não sobrevivem somente com o vinho.
Quinta 2	Turismo rural com oferta de quartos e pequeno-almoço.	Hospedagem com pequeno-almoço. Provas de vinhos, visita <i>workshops</i> de vinhos e cozinha portuguesa. Passeios e disponibilização de bicicletas, piscina. Colheita e pisa na vindima.	Estratégia para pagar as contas da restauração da quinta. Somente com o vinho não sobrevivem.
Quinta 3	Turismo rural com cinco quartos na casa, pequeno-almoço e refeições caseiras sob agendamento para os hóspedes.	Hospedagem em treze quartos com oferta de pequeno-almoço, serviço de <i>spa</i> , piscina, disponibilização de bicicletas e caiaques. Restaurante com almoço e jantar harmonizados. Visitas na adega, provas de vinho, loja de vinhos, passeios de jipe na quinta, piquenique e experiências na vindima.	Promover imagem e <i>marketing</i> para vender os vinhos. Levar a marca ao conhecimento de pessoas de outros países. E, mais adiante, vender vinhos pelo canal direto.
Quinta 4	Visitas guiadas e provas de vinho. Loja de vinhos.	Hospedagem no hotel e nos barris de vinho com pequeno-almoço. Restaurante. Eventos. Visitas guiadas e provas de vinho. Piqueniques, almoço ao ar livre. Aulas de cozinha, <i>wine blending</i> (visitante produzir seu próprio lote de vinhos). Colheita e pisa da uva na vindima.	A própria necessidade do mercado.
Quinta 5	Provas de vinho com agendamento. Loja de vinhos.	Programas de provas de vinho (mais curtos e mais extensos). Refeições harmonizadas com escolha de ementa prévia. No verão, é possível usufruir do terraço e piscina. Tudo sob agendamento.	A procura. Turistas que passavam pela região e vinham, e o enólogo tinha de parar o que estava a fazer para atender. Foi uma ação reativa e não proativa.
Quinta 6	Pequena loja de vinhos.	Loja com provas de vinhos. Visitas guiadas com três programas diferentes: visitas de autocarro, visitas de jipes e visita <i>Vintage</i> (personalizada com prova de vinhos <i>premium</i> ).	Alavanca e uma forma mais fácil de chegar ao consumidor. Mostrar a singularidade dos vinhos diante da globalização e da massificação do mercado.

(continua na página seguinte)

Quinta	Oferta inicial de enoturismo	Oferta atual de enoturismo	Motivos para empreender em enoturismo
Quinta 7	Visitas autoexplicativas e guiadas. Provas de vinhos. Loja de vinhos.	Visitas autoexplicativas e guiadas. Provas de vinhos. Piqueniques no terraço.	Conhecimento e comunicação da marca, de forma que os turistas sejam embaixadores das marcas do grupo em seus locais de morada.
Quinta 8	Visitas guiadas. Provas de vinhos. Piqueniques. Pisa de uva na vindima.	Visitas guiadas. Provas de vinhos. Piqueniques. Animações com grupos de cantares ou contadores de histórias, canoagem, passeios de barco, <i>workshops</i> de vinho do Porto, aluguel de salas para reuniões e serviços. Atividades na vindima.	Conhecimento e projeção da marca.

Dois quintas mencionaram que empreender em enoturismo foi uma questão de sobrevivência, visto que a produção vitivinícola não era suficiente para sustentar o negócio. Tais quintas caracterizam-se por serem as menores da amostra pesquisada; a Quinta 1 não possui funcionários e conta com o trabalho de três membros da família, e a Quinta 2 possui apenas um funcionário e um grupo familiar de três pessoas envolvidas nas atividades de vitivinicultura e de enoturismo. Em ambas as quintas, os trabalhos na vinha são contratados por empreitada, quando há necessidade.

A estratégia de diversificação adotada pelas quintas 1 e 2 está em consonância com revisão de estudos sobre enoturismo<sup>65</sup>, que indica que muitas vinícolas pequenas dependem do enoturismo para sustentar os seus negócios, sendo essa atividade um importante agregador de renda. Na Tabela 4, tem-se essa confirmação, já que o enoturismo representa 50% e 60% da faturação das quintas 1 e 2, respetivamente. Das quintas estudadas, 50% afirmaram que o objetivo inicial de empreender em enoturismo está relacionado com a comunicação e imagem da marca, o que é suportado por vários estudos, indicando que as experiências positivas vivenciadas pelos turistas têm impacto na sua percepção sobre as marcas, podendo influenciar o consumo de uma determinada marca e/ou região<sup>66</sup>. Para essas quintas, a faturação proveniente do enoturismo é bem menos expressiva.

<sup>65</sup> CARLSEN, 2004.

<sup>66</sup> MITCHEL, HALL, 2004; MITCHELL, 2006; PATEL-CAMPILLO, DELESSIO-PARSON, 2016.

**Tabela 4.** Informações sobre o enoturismo nas quintas

Quinta	Número de turistas/ano	Acolhimento de grupos de cruzeiros e autocarros	Existência de contratos com agências e operadoras	Faturação proveniente do enoturismo (%)	Existência de funcionário gestor do enoturismo
Quinta 1	Não tem dados	Não	Não	50%	Não
Quinta 2	4000	Sim	Sim	60%	Não
Quinta 3	15 000	Sim	Sim	20%	Sim
Quinta 4	90 000	Sim	Sim	50%	Sim
Quinta 5	5000	Não	Sim	Muito pouco	Sim
Quinta 6	15 000	Sim	Não	Menos de 5%	Não
Quinta 7	20 000	Não	Sim	Cerca de 5%	Sim
Quinta 8	60 000	Sim	Sim	Pouco	Sim

Outras duas quintas percebem que, nos seus casos, o crescimento do turismo na região e o aumento da procura foram os fatores que impulsionaram o desenvolvimento do enoturismo. A Quinta 4, apesar de citar essa motivação, foi uma das pioneiras na oferta enoturística. Já a Quinta 5 iniciou a operação de enoturismo em 2011, quando, de facto, existia um volume considerável de turistas circulando na região.

Observa-se que o fluxo de turistas nas quintas varia bastante. A quinta que mais recebe turistas é a que tem uma maior diversificação da oferta de produtos e serviços enoturísticos, incluindo hotel, restaurante aberto ao público, visitas guiadas, provas de vinho, eventos e uma diversidade de experiências turísticas. As quintas 2 e 5 recebem um menor número de turistas contabilizados, não possuindo capacidade para ampliar esse fluxo devido à sua atual estrutura para receção de visitantes.

Cinco das quintas pesquisadas recebem grupos de turistas de cruzeiros e de excursões de autocarro, sendo que, em algumas delas, os grupos são divididos em subgrupos menores, com cerca de quinzd pessoas, para que se possa realizar uma experiência satisfatória. Outras três quintas recebem apenas visitantes particulares e grupos menores. Das oito quintas, apenas duas não têm contratos com agências e operadoras de turismo, sendo que a Quinta 6, apesar de não ter contratos formais, faz negociações de preço e reservas com agências e operadoras. A existência de contratos com agências e operadoras mostra como o enoturismo está institucionalizado nessas quintas.

A institucionalização e profissionalização é notada também na contratação de gestores específicos para tratar do enoturismo, que ocorre nas quintas 3, 4, 5, 7 e 8. Na Quinta 6, um mesmo profissional gere a parte de vitivinicultura e a de enoturismo. Nas quintas 1 e 2, o enoturismo e as demais atividades da propriedade rural são ainda geridos pela família.

Enfim, com a apresentação dessas características, é possível apreender que o enoturismo nas quintas é um fenómeno recente, que teve a sua expansão no início do século XXI e se vem solidificando nos últimos anos. Os motivos que levaram as quintas a investirem em enoturismo divergem para as quintas maiores e menores: enquanto para as primeiras a projeção da marca é a principal motivação para oferta, para os pequenos empreendimentos trabalhar com o enoturismo é uma questão de sobrevivência. Contratos com agências e operadoras, oferta de serviços diversificados, receção de grupos e contratação de mão de obra especializada em enoturismo já são uma realidade para a maioria dessas quintas, demonstrando a institucionalização dessa atividade.

No que toca à percepção dos entrevistados sobre as instituições informais que incentivaram e restringiram o enoturismo, destacam-se as suas crenças sobre a cooperação e competição. Na Figura 1, tem-se a percepção dos entrevistados sobre a cooperação, demonstrando que, embora 87,5% concorde com sua importância para o desenvolvimento do enoturismo, e 75% concorde totalmente que sua empresa atua em parceria e cooperação com outras quintas, somente 50% percebe que a cooperação existe efetivamente.

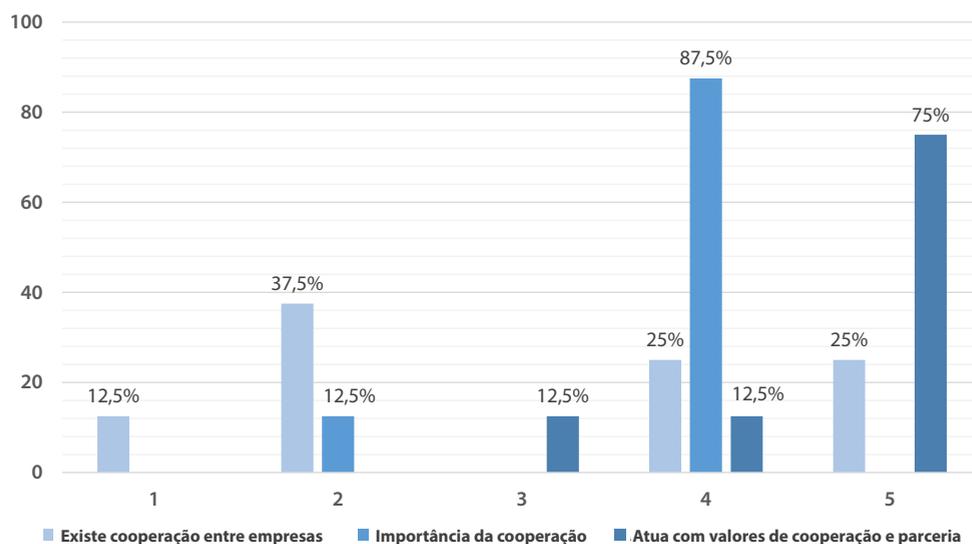


Fig. 1. Percepção sobre cooperação no desenvolvimento do enoturismo  
Escala (1, discordo totalmente e 5, concordo totalmente)

Para os entrevistados das quintas 2 e 8, as dificuldades históricas com organizações cooperativas e associativas na vitivinicultura do Douro, com uma trajetória de falências, falta de pagamento aos agricultores, gastos excessivos e desavenças, fazem com que as pessoas não acreditem no associativismo. Tal afirmação é congruente com a ideia de

*path dependence* proposta por North<sup>67</sup>, demonstrando que as experiências e trajetórias passadas limitam as escolhas presentes e futuras, influenciando as interações econômicas. Conforme o depoimento de uma entrevistada:

*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 perguntei 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<sup>68</sup>.*

Nesse ponto, é interessante destacar que a Rota do Vinho do Porto, referenciada na literatura, não está ativa. As oito quintas estudadas participaram dessa rota e atribuem a sua descontinuidade a uma diversidade de motivos. A entrevistada da Quinta 1 percebe a falta de participação do empresariado nas assembleias, o não pagamento de quotas e os problemas financeiros como motivadores do insucesso da rota.

Na percepção das entrevistadas das quintas 3 e 4, a dificuldade de trabalhar em conjunto está vinculada às assimetrias de interesse e visões entre as empresas, conforme os depoimentos apresentados a seguir:

*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 tem um negócio mais familiar. Obviamente que os interesses nunca vão ser os mesmos. Obviamente. Portanto, o entendimento será sempre extremamente difícil de atingir<sup>69</sup>.*

*Não vou dizer que as rotas ou essas associações na realidade funcionem muito bem. Portanto, não podemos esperar que uma rota nos traga clientes, todos nós temos de fazer por isso. Nós pertencemos a uma associação. [...] Eram dezasseis quintas, que já nos recomendávamos umas às outras. [...] Então, tentámos juntar todos e trabalhar um bocadinho a promoção, criar um mapa, criar um flyer, ter alguma coisa mais personalizada. [...] Só que, na realidade, andámos um ano em reuniões, ver o que íamos fazer e não fizemos nada. Foi perda de tempo. Porquê? Porque são empresas. Cada uma tem a sua forma de ver. As associações nunca resultam.*

<sup>67</sup> NORTH, 2005.

<sup>68</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 2, obtido a 05 de fevereiro de 2020.

<sup>69</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 4, obtido a 06 de fevereiro de 2020.

*Estamos falando com pessoas com diferentes formas de ver e resolver. Não acredito muito. Já estive no Alentejo, como eu disse, quatro anos. Tem rota dos vinhos do Alentejo. Funciona um pouco melhor. Porque, como as coisas são muito distantes, eles precisam. É que nós também precisamos. Porque não podemos ser egoístas ao ponto de dizer que não precisamos. Aliás, eu fui uma das pioneiras a dizer isso e eu era uma das que não precisava. Porque a quinta estava sempre cheia. [...] Mas não deu em nada. Acabou que todos se zangaram e infelizmente acabou. Mas, acho que elas devem existir e que haja tentativas. Mas depois, como são diferentes empresas, para dar certo é difícil<sup>70</sup>.*

Nesses depoimentos, são evidentes os pressupostos de incerteza, a racionalidade limitada e a assimetria de informação em que as interações económicas estão imersas<sup>71</sup>. Dois entrevistados mencionam que essa descrença no trabalho em conjunto é limitante ao desenvolvimento do enoturismo, que precisa da ação coletiva para a construção de rotas e de produtos turísticos. Conforme North<sup>72</sup>, é a evolução institucional que propicia um ambiente favorável às soluções cooperativas, no entanto, a *path dependence* pode limitar essa evolução.

Nesse contexto, as entrevistadas das quintas 2 e 3 explicam que as parcerias e cooperações acontecem em termos mais privados, em pequenos grupos, em que os proprietários dos empreendimentos têm um relacionamento pessoal próximo, o que, conforma a ideia de que, em grupos pequenos, onde existe confiança, não é necessário uma teia institucional complexa para orientar as interações<sup>73</sup>. Já as ações coletivas formais, como a participação em associações e rotas, são consideradas difíceis de ser viabilizadas; prova disso é que, quando essa investigação foi conduzida, não havia uma rota de vinho ativa na região, concluindo-se que não existem hoje instituições estáveis que estimulem o trabalho coletivo.

Juntamente com a cooperação, a competição entre as organizações é fundamental para o desenvolvimento do enoturismo<sup>74</sup>. Conforme pode ser notado na Figura 2, a maior parte dos entrevistados concorda totalmente (55,56%) e concorda (44,44%) com a afirmação de que as empresas na qual atuam buscam ser competitivas. Na visão de North<sup>75</sup>, um ambiente competitivo é importante ao pressionar a busca, por parte das empresas, de conhecimentos, tecnologias e competências para competir e sobreviver no mercado.

---

<sup>70</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 3, obtido a 14 de fevereiro de 2020.

<sup>71</sup> NORTH, 1990, 2005.

<sup>72</sup> NORTH, 1990.

<sup>73</sup> NORTH, 1990.

<sup>74</sup> SALVADO, 2016; SALVADO, KASTENHOLZ, 2017.

<sup>75</sup> NORTH, 1994.

Apesar da maior parte dos gestores das quintas se assumir como empresa competitiva, como pode ser evidenciado na Figura 2, não há uma percepção forte de que a competição seja importante para o desenvolvimento do enoturismo. Nesse gráfico, apenas três entrevistados enfatizaram que a região é beneficiada com a competitividade e a ampliação da oferta, pois possibilita que o turista tenha mais opções de atividades e permaneça por mais tempo, observando que há bastante espaço para empreender no mercado enoturístico do Douro.

Ainda sobre as instituições informais, os entrevistados foram questionados sobre a sua percepção em relação à valoração da história e da cultura da região e do trabalho familiar. Verificou-se que, além de perceberem a importância da história para o enoturismo, a totalidade dos entrevistados concorda inteiramente com a afirmação de que a história é valorizada no âmbito do enoturismo nas quintas em que atuam. Da mesma forma, todos os entrevistados afirmaram que o trabalho familiar é importante para o desenvolvimento do enoturismo no território, e 87,5% percebe que a quinta que representa foi alicerçada no trabalho familiar.

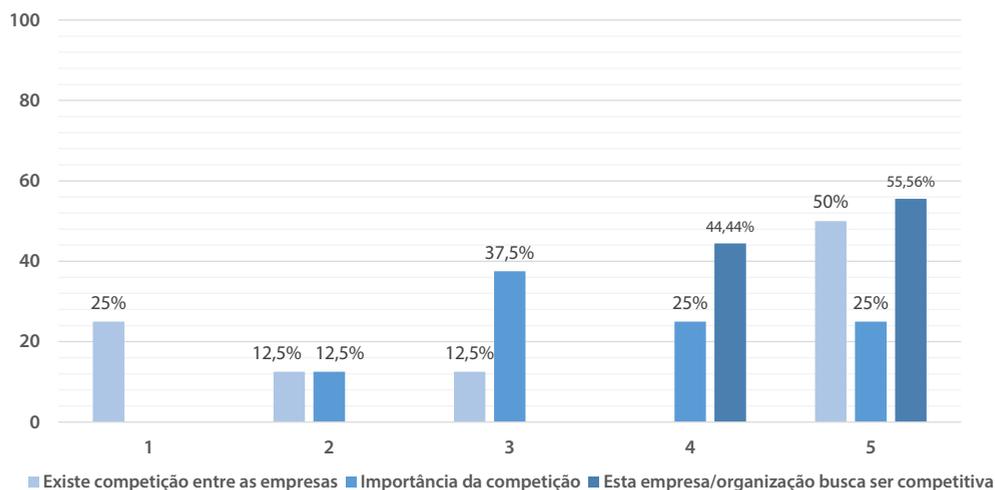


Fig. 2. Percepção sobre a competição no desenvolvimento do enoturismo  
Escala (1, discordo totalmente e 5, concordo totalmente)

Em termos de incentivos institucionais formais, os apoios às infraestruturas, nomeadamente a navegabilidade do rio Douro e a melhoria da rede viária, culminando com a finalização do túnel Marão em 2016, são mencionados pelos entrevistados como fatores determinantes para o desenvolvimento do enoturismo. Na percepção dos entrevistados das quintas 2, 3, 4, 7 e 8, o turismo de cruzeiros foi, em grande medida, responsável por aumentar o fluxo turístico no Douro.

Considera-se que tais incentivos, possibilitadores de que a região transpusesse seu isolamento histórico, estão relacionados com a classificação do Alto Douro Vinhateiro como Paisagem Cultural Evolutiva e Viva, pela UNESCO, em 2001. Cabe ressaltar que as instituições formais que são aderentes às instituições informais existentes costumam ter mais sucesso<sup>76</sup>, ou seja, a patrimonialização terá mais hipóteses de ter sucesso se a valoração da história da vinha na região estiver enraizada na cultura, e, conforme foi observado quanto às instituições informais, esta valoração histórica existe.

A atenção à cultura, como âncora do turismo na região, foi reforçada com a escolha da cidade do Porto, Capital Europeia da Cultura em 2001, como principal porta de entrada no Douro. Conforme depoimento da entrevistada da Quinta 3, a chancela da UNESCO funcionou como uma alavanca ao desenvolvimento do enoturismo:

*Eu acho que ajudou como uma alavanca. Como arranque, como início. Que era necessário fazer algumas alterações, pelo facto de termos ganho, ou termos sido considerados. Uma delas foi realmente a mais importante, os acessos. Depois, foi abertura ao financiamento. Alguém olhar para esta região e achar. Se alguém viu que tem potencial, então nós temos de ajudar. Estava tudo centralizado na capital ou no litoral. E o interior ficava muito esquecido. O facto de termos sido considerados veio ajudar a olharem para o Douro. Dar atenção ao Douro. E isso fez com que realmente muitas das coisas despontassem<sup>77</sup>.*

Interpreta-se que a chancela da UNESCO atuou de várias formas no desenvolvimento do enoturismo, tanto na promoção do destino como na aplicação de recursos financeiros e esforços por parte do poder público nessa região. Manter o ADV significa garantir que essa paisagem seja protegida, monitorizada e valorizada, contemplando ao mesmo tempo as especificações da UNESCO e as necessidades do território. Nesse âmbito, um quadro institucional complexo para a proteção e monitorização da paisagem foi criado, incluindo a elaboração de um Plano Intermunicipal de Ordenamento do Território do Alto Douro (PIOTADV)<sup>78</sup>.

Essa atenção do poder público, com a consequente melhoria dos acessos, sinérgica ao reconhecimento da UNESCO, criou um ambiente oportuno para as quintas investirem no enoturismo. As visitas às adegas, que já eram uma realidade em Gaia, foram sendo implementadas também no interior (Douro), onde, de facto, a vinha é cultivada. Conforme depoimentos dos entrevistados das quintas 2, 3, 4, 5, 6 e 7, os investimentos feitos pelas grandes marcas de vinho do Porto no enoturismo do Douro incentivaram o fluxo de turistas para a região.

---

<sup>76</sup> NORTH, 1990.

<sup>77</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 3, obtido a 14 de fevereiro de 2020.

<sup>78</sup> TELES, 2018.

Na Figura 3, verifica-se que todos os entrevistados percebem que a institucionalização do ADV foi importante para o desenvolvimento do enoturismo e que a paisagem é um atrativo relevante para o enoturismo. Além disso, os entrevistados concordam ou concordam totalmente que existem normativas adequadas à proteção dessa paisagem.

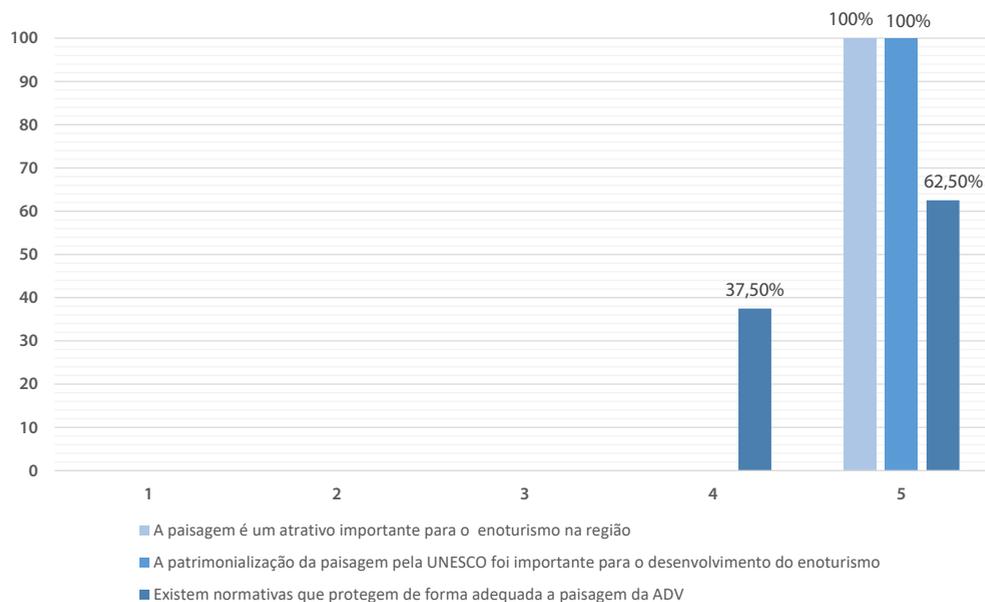


Fig. 3. Visão dos entrevistados sobre a paisagem, o património e as normativas  
Escala (1, discordo totalmente e 5, concordo totalmente)

Na visão de todos os entrevistados, a patrimonialização trouxe visibilidade e reconhecimento ao território. Conforme o depoimento da entrevistada da Quinta 5, houve um aumento no número de turistas que visita a quinta pelas suas paisagens e não especificamente pelos seus vinhos. Esse tipo de turista, segundo essa entrevistada, define os roteiros pelo país em função dos sítios classificados pela UNESCO, que, em Portugal, atualmente são 17.

Apesar de alguns entrevistados mencionarem a rigidez e a limitação nas regras sobre as construções e ampliações nas propriedades localizadas na área patrimonializada, percebem que essas normativas de uso territorial e salvaguarda da paisagem são benéficas para a região e o desenvolvimento do enoturismo, pois, em tempos anteriores, houve um crescimento desordenado em muitos locais, trazendo prejuízos ao território e à paisagem. Atualmente, o *enforcement*, com a aplicação de multas e penalizações, garante que os regulamentos e normas são cumpridos. Duas entrevistadas mencionaram que, por vezes, essas normas, ao limitarem as construções nas propriedades rurais, restringem a expansão do enoturismo.

Os entrevistados relatam que, nos últimos vinte anos, tem ocorrido muito investimento privado em projetos de enoturismo na região, com melhoria das quintas, qualificação das adegas e salas de provas, construção de alojamento e de pequenos hotéis. Quando questionados sobre os valores e crenças que orientam os empresários no desenvolvimento do enoturismo, cinco entrevistados percebem que existe um tecido empreendedor proativo e dinâmico neste território.

Além dos investimentos próprios, algumas quintas receberam recursos financeiros de incentivo, como pode ser evidenciado na Tabela 5, demonstrando que houve uma conjugação de investimentos privados e públicos.

**Tabela 5.** Incentivos financeiros para o desenvolvimento do enoturismo nas quintas

Quinta	Apoio financeiro	Quais incentivos financeiros?
Quinta 1	Sim	Ministério da Agricultura começou a trabalhar com a Comunidade Europeia e começaram a vir os subsídios, o dinheiro, para poder instalar gente e fazer aquilo que queria fazer
Quinta 2	Sim	Primeiramente, recebemos um apoio, que era de 30%, mas, depois, houve apoios melhores, programas que ofereciam 50% dos fundos e financiavam os outros 50%. Houve outros apoios dos quais eu não beneficiei, mas sei que houve imensos apoios ao longo desses anos todos. Eram fundos europeus e depois tinha uma participação portuguesa também
Quinta 3	Sim	Apoio com subsídios do Turismo de Portugal e fundos da Comunidade Europeia
Quinta 4	Sim	Turismo de Portugal, Norte 2020 e fundos da Comunidade Europeia
Quinta 5	Não	–
Quinta 6	Não	–
Quinta 7	Não	–
Quinta 8	Sim	Fundos da Comunidade Europeia. O recurso foi para outro empreendimento, para um grupo e não especificamente para a quinta

Verifica-se, assim, que o turismo, de facto, se desenvolve no Douro a partir do momento em que instituições formais, em nível nacional e da Comunidade Europeia, começam a ser instauradas, incentivando o turismo rural, o turismo de cruzeiros e o enoturismo, seja por meio de instrumentos planificadores, seja por incentivos financeiros, demonstrando o quanto a definição de instituições formais é importante para direcionar as inovações, os conhecimentos e as competências organizacionais<sup>79</sup>.

Apesar da percepção destes direcionamentos pela esfera pública, quatro entrevistados percebem que os investimentos públicos nas infraestruturas, com exceção dos

<sup>79</sup> NORTH, 1990.

acessos (rodoviário e fluvial), são residuais. A ausência de normalização e padronização da sinalética é indicada como uma restrição que dificulta a mobilidade do turista e gera poluição visual. Uma entrevistada citou, como restrição ao enoturismo, a falta de iniciativas efetivas para reativar trechos da linha férrea, que foram descontinuadas no passado recente. Ademais, seis entrevistados consideram que, ao nível dos concelhos, o turismo é bastante desordenado e que há vários organismos e associações que trabalham com o turismo, porém, sem que haja comunicação e estratégias conjuntas. Segundo a entrevistada da Quinta 1, há imensa variação entre os concelhos no que se refere ao turismo, sendo alguns mais ativos, interagindo com as partes interessadas e outros nem tanto. Já o entrevistado da Quinta 8 entende que as estruturas locais e regionais de turismo são ineficientes.

A inexistência de rotas turísticas e itinerários e de informação sistematizada sobre a região são percebidos pelos entrevistados das quintas 3, 5, 7 e 8 como restrições ao enoturismo, conforme é exemplificado nos seguintes depoimentos:

*Não há uma rota, por exemplo, específica das quintas, nós vamos para outras regiões do mundo, Napa Valley, Rioja, as coisas estão muito mais bem organizadas e aqui não existe essa organização<sup>80</sup>.*

*Nós não sabemos vender como um todo. Nós tivemos de fazer publicidade da quinta, o hotel X faz publicidade do hotel X, e não é tão fácil como às vezes viajar para um outro destino qualquer, em que nós sabemos, que vamos, «eu vou marcar a viagem e sei que quero ir ali» e está tudo de forma clara. Um turista inglês ou americano, que procura no Google, que nós começamos por aí, vamos ser honestos, e que coloque wine tourism, ele vai sentir-se completamente perdido. Já começa a haver um site ou outro que funcionam como motores de reserva, não de informação, mas de reserva, em que têm o país dividido por regiões, que sugerem não só as atividades, mas os hotéis e alojamentos para dormir. Mas acho que ainda falta muita dessa informação sair por exemplo do Turismo de Portugal ou do turismo do Porto e Norte de Portugal. Esses departamentos que haviam de trabalhar a região como um todo lá fora, no mercado nacional, acho que só orienta um pouco melhor. Mas lá fora sobretudo<sup>81</sup>.*

Cabe ressaltar que a institucionalização do planeamento estratégico do turismo em Portugal é recente. Desde o primeiro plano, o processo de planeamento do turismo vem-se transformando, havendo um esforço para auscultar os anseios das comunidades regionais e locais. No entanto, alguns autores constataam que o nível regional de governança da região do Douro vem exercendo um papel bastante restrito no planeamento do turismo<sup>82</sup>.

<sup>80</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 7, obtido a 11 de março de 2020.

<sup>81</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 5, obtido a 11 de fevereiro de 2020.

<sup>82</sup> RODRIGUES, BERNARDO, DOMINGUEZ, 2018.

Apenas em 2007 foi instituído o primeiro Plano Nacional Estratégico de Turismo (PENT), posicionando o turismo como um setor prioritário para o desenvolvimento de Portugal e estabelecendo produtos estratégicos, entre os quais «Gastronomia e vinhos»<sup>83</sup>. Posteriormente, no documento *Estratégia Turismo 2020*, não houve identificação de produtos estratégicos, mas a gastronomia e o vinho foram postos em destaque na oferta turística nacional<sup>84</sup>. No instrumento *Estratégia Turismo 2027*, foram definidos ativos do turismo, a saber: ativo estratégico, ativos diferenciadores, ativos qualificadores e ativos emergentes. Nesse documento, identificou-se «Pessoas» como o ativo estratégico do país e definiu-se «História, cultura e identidade» como um dos ativos diferenciadores (âncoras do turismo). A «Gastronomia e Vinhos» foram identificados como ativos qualificadores, que agregam mais-valia à experiência turística<sup>85</sup>.

É importante constatar que o ativo estratégico «Pessoas», definido no documento *Estratégia Turismo 2027*, trata da principal problemática enfrentada pelo enoturismo no território investigado, segundo a percepção dos entrevistados. De um lado, o documento expressa:

*Receber bem em Portugal não é mero marketing: é cultura, é atitude, é identidade. Consubstancia-se numa vocação universalista que traduz um genuíno interesse por conhecer outras culturas, valorizar a diferença e o entendimento com outros povos; a nossa vontade e capacidade de valorizar as relações humanas, expressa na forma de nos relacionarmos com os outros e é consistentemente reconhecida por quem nos visita. As pessoas são, assim, um ativo único e transversal, com particular importância no Turismo — uma atividade de pessoas para pessoas*<sup>86</sup>.

De outro lado, os entrevistados percebem que a inexistência de instituições que incentivem as pessoas a permanecerem na região é a principal problemática presente e imensa incerteza para o futuro da vitivinicultura e do enoturismo nesse território, o que é exemplificado nos depoimentos dos entrevistados que seguem:

*Mão de obra. Falta de mão de obra. Falta de formação da mão de obra. Portanto, falta de mão de obra qualificada. Porquê? Pensando que as pessoas ainda preferem o litoral. Ainda preferem o litoral e as grandes cidades. Portanto, tem de haver atrativos do governo para colocar pessoas no interior. Portanto, no interior tem de haver, pelo menos, melhores condições para as pessoas que vêm. Baixa de impostos. As pessoas têm de pagar menos impostos no interior, porque é mais difícil viver aqui. Não é? Portanto, esperamos que no futuro isso possa acontecer. Porque, mesmo assim, a região*

---

<sup>83</sup> PORTUGAL. Ministério da Economia e da Inovação, 2007: 6.

<sup>84</sup> PORTUGAL. Ministério da Economia, 2015.

<sup>85</sup> PORTUGAL. Ministério da Economia, 2017.

<sup>86</sup> PORTUGAL. Ministério da Economía, 2017: 46-48.

*de Trás-os-Montes é uma região muito pobre. Douro dentro do Trás-os-Montes destaca-se um bocadinho por causa do vinho, e do vinho do Porto e do turismo. Mas Trás-os-Montes ainda é uma região muito fechada, com condições climáticas adversas, com pouca população, as pessoas saem*<sup>87</sup>.

*O maior medo, hoje, para nós, é a cultura do povo daqui que trabalhava 90% para a vinha, que se vai acabando. Jovens não vão querer trabalhar na vinha. Esse é o nosso maior medo. É o que mais assusta para nós, produtores de vinhos, para o futuro. Porque a maioria dos nossos colaboradores da vinha tem uma idade média entre 50 e 60 anos. E todos eles eram filhos de antigos funcionários daqui. Todos eles. Se formos ver, todos aqueles funcionários têm a mesma origem familiar. Porque são primos e tios, irmãos. E todos vêm de gerações anteriores, estão há gerações na mesma empresa. Agora, a nova geração, já não*<sup>88</sup>.

*Mão de obra qualificada. Essa é uma das dificuldades no Douro. Acho que não só no turismo, mas muito no turismo, a mão de obra. Estamos a pagar caro agora, o facto de sermos do interior, e grande parte da juventude quer fugir para as zonas litorais e grandes cidades e acabamos por não ter a mão de obra que necessitamos. Está melhor, a UTAD tem ajudado muito nisso, porque acaba retendo ou até atraindo jovens que não são daqui. A escola de turismo de Lamego também e, enquanto miúdos, enquanto crianças, percebem que não têm de fugir daqui ou emigrar*<sup>89</sup>.

*Temos problemas, temos, recursos humanos por exemplo e desertificação da região. Acho que aqui, portanto, tem de haver um investimento do poder central nas infraestruturas, não podemos fechar escolas só porque há cinco alunos, tem de se manter a escola nem que seja um custo social, porque, se queremos manter as pessoas aqui, temos de dar condições às pessoas e jovens que querem regressar. Mas, então, e se eu tiver filhos pequenos? Vou pôr os meus filhos a andarem cinquenta minutos de autocarro de manhã? Tem de haver, da parte do investimento do poder central, do governo, uma intervenção imediata que é crítica na região, porque nós temos vindo a perder população jovem num ritmo assustador e a população idosa está a ir embora também, não é? [...] Portanto, para mim, as peças fundamentais, neste momento do enoturismo, são recursos humanos e a região precisa muito de investir para que, além das condições que os privados dão, para que as pessoas consigam fazer vida aqui, tenham escolas, tenham hospitais, tenham estruturas críticas essenciais para poderem viver aqui, e o que se vê é que realmente, infelizmente, temos a população jovem a sair da quinta, isso é crítico em tudo*<sup>90</sup>.

<sup>87</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 2, obtido a 05 de fevereiro de 2020.

<sup>88</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 3, obtido a 14 de fevereiro de 2020.

<sup>89</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 5, obtido a 11 de março de 2020.

<sup>90</sup> Depoimento da entrevistada da Quinta 7, obtido a 11 de fevereiro de 2020.

O processo de esvaziamento populacional na região, iniciado nos anos sessenta do século passado, vinculado à desvalorização das atividades económicas agrícolas e à busca de melhores oportunidades em áreas urbanas, no litoral ou em países estrangeiros<sup>91</sup>, é complexo e afeta profundamente a vitivinicultura e o turismo, e as dinâmicas socioeconómicas gerais da região. Nos relatos dos entrevistados, percebe-se que, mesmo tendo oportunidades de trabalho nas quintas, as pessoas preferem migrar para outras regiões e países, que oferecem uma suposta melhor qualidade de vida. Nessa conjuntura, a falta de incentivos estruturais à permanência das pessoas no interior e nas áreas rurais restringe o desenvolvimento do enoturismo. Sendo assim, a definição de «Pessoas» como ativo estratégico transversal do turismo carece de instituições estruturais que possibilitem que as pessoas tenham melhores condições para viver no território estudado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, a partir das informações analisadas, conclui-se que, na percepção dos gestores das quintas estudadas, a institucionalização do ADV como património da UNESCO, abrangendo um quadro normativo para salvaguarda e valorização do território e da paisagem, com mobilização de recursos financeiros, atuou incentivando o desenvolvimento do enoturismo neste território. A classificação do ADV, em sinergia com as instituições que melhoraram os acessos à região, nos âmbitos rodoviário e fluvial, propiciou uma conjuntura institucional, incentivadora para os investimentos privados na requalificação das quintas e na oferta enoturística.

As principais restrições institucionais estão relacionadas com a falta de uma política eficiente para evitar a migração dos jovens para outras regiões e países. Além disso, a assimetria de interesses entre os proprietários das quintas de diferentes dimensões e a *path dependence* dos *stakeholders* em trabalhar individualmente dificultam a organização e a ação coletiva para a criação de rotas do vinho e outras iniciativas em cooperação. A inexistência de uma rota enoturística institucionalizada, situada num território cuja paisagem da vinha é classificada pela UNESCO e a denominação de origem dos vinhos tem notoriedade mundial, impede as quintas de usufruírem dos benefícios sinérgicos proporcionados por esse tipo de ação coletiva, sendo, assim, um fator restritivo ao desenvolvimento do enoturismo.

Essa análise institucional revela que as instituições formais e informais se entrelaçam, delineando caminhos de desenvolvimento singulares às especificidades de cada território, reforçando, assim, a premissa de que é preciso olhar as instituições em toda a sua complexidade para compreender o desenvolvimento de um destino enoturístico.

---

<sup>91</sup> BERNARDO, coord., 2018.

## BIBLIOGRAFIA

- AGUIAR, Fernando Bianchi de (2002). *O Alto Douro Vinhateiro, uma paisagem cultural, evolutiva e viva*. «Douro — Estudos & Documentos». 7:13, 143-152. [Consult. 10 abr. 2021]. Disponível em <<https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9585.pdf>>.
- AZEVEDO, Paulo (2000). *Nova economia institucional: referencial geral e aplicações para a agricultura*. «Agricultura em São Paulo». 7:1, 33-52.
- BENTO, Ricardo, coord. (2019). *Acessibilidades e mobilidades turísticas no Douro*. Tenerife: Pasos. [Consult. 17 abr. 2021]. Disponível em <<https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita26.pdf>>.
- BERNARDO, Edgar, coord. (2018). *Para um enfoque territorial do turismo no Douro*. Tenerife: Pasos, [Consult. 20 nov. 2020]. Disponível em <<https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita21.pdf>>.
- BRITO, Carlos (2006). *A network perspective of the port wine sector*. «International Journal of Wine Marketing». 18:2, 128-138. DOI: 10.1108/09547540610681103.
- BUENO, Newton (2004). *Lógica da ação coletiva, instituições e crescimento econômico: Uma resenha temática sobre a Nova Economia Institucional*. «Economia». 5:2, 361-420.
- CARLSEN, Jack (2004). *Review of Global Wine Tourism Research*. «Journal of Wine Research». 15:1, 5-13. DOI: 10.1080/0957126042000300281.
- COMUNIDADE EUROPEIA (2006). *A abordagem LEADER. Um guia básico*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias. [Consult. 25 nov. 2020]. Disponível em <[https://www.rederural.gov.pt/images/A\\_abordagem\\_LEADER.pdf](https://www.rederural.gov.pt/images/A_abordagem_LEADER.pdf)>.
- CRISTÓVÃO, Artur (2011). *Ação colectiva e turismo em espaço rural: as Rotas do Vinho e do Azeite no Douro e Trás-os-Montes, Portugal*. In SOUZA, Marcelino; ELESBÃO, Ivo, coords. *Turismo rural: iniciativas e inovações*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, pp. 101-142.
- DENZAU, Arthur; NORTH, Douglass (1994). *Shared Mental Models: Ideologies and Institutions*. «Kyklos». 47:1, 3-31. DOI: 10.1111/j.1467-6435.1994.tb02246.x.
- GALA, Paulo (2003). *A teoria institucional de Douglass North*. «Revista de Economia Política». 23:2 (90), 276-292. DOI: 10.1590/0101-31572003-0684.
- JOUKES, Veronika; RACHÃO, Susana (2019a). *Interligando o Douro com a História do Turismo*. In SANTANA, Maria Olinda, coord. *Para uma história do Turismo no Douro*. Vila Real: Sodivir, pp. 19-34.
- JOUKES, Veronika; RACHÃO, Susana (2019b). *Práticas Turísticas*. In SANTANA, Maria Olinda, coord. *Para uma história do Turismo no Douro*. Vila Real: Sodivir, pp. 93-136.
- JOUKES, Veronika; RACHÃO, Susana (2019c). *Vias e Meios de Transporte: algumas reflexões*. In SANTANA, Maria Olinda, coord. *Para uma história do Turismo no Douro*. Vila Real: Sodivir, pp. 71-92.
- LEAL, Catarina (2001). *O turismo rural e a União Europeia: uma realidade em expansão. Guia prático de investimento*. Coimbra: Almedina.
- MANFIO, Vanessa; MEDEIROS, Rosa; CRISTÓVÃO, Artur. (2020). *Território, desenvolvimento e associativismo: uma análise sobre a Região do Douro, Portugal*. «GEOUERJ». 36, 1-21. DOI: 10.12957/geouerj.2020.35802.
- MANTZAVINOS, Chrysostomos; NORTH, Douglass; SHARIG, Syed (2004). *Learning, institutions, and economic performance*. «Perspectives on politics». 2:1, 1-19.
- MILHEIRO, Eva; SANTOS, Jorge (2005). *O turismo em Portugal: que passado? Que futuro? «Aprender»*. 30, 119-125.
- MITCHELL, Richard (2006). *Influences on Post-visit Wine Purchase (and non-purchase) by New Zealand Winery Visitors*. In CARLSEN, Jack; CHARTERS, Stephen, eds. *Global wine tourism: research, management & marketing*. UK: CABI, pp. 95-109.

- MITCHELL, Richard; HALL, Michael (2004). *The Post-visit Consumer Behaviour of New Zealand Winery Visitors*. «Journal of Wine Research». 15:1, 39-49. DOI: 10.1080/0957126042000300317.
- NELSON, Richard; WINTER, Sidney (2002). *Evolutionary Theorizing in Economics*. «Journal of Economic Perspectives». 16:2, 23-46. DOI: 10.1257/0895330027247.
- NORTH, Douglass (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance — political economy of institutions and decisions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NORTH, Douglass (1991). *Institutions*. «Journal of Economic Perspectives». 5:1, 97-112. DOI: 10.1257/jep.5.1.97.
- NORTH, Douglass (1994). *Economic Performance Through Time*. «The American Economic Review». 84:3, 359-368. [Consult. 20 nov. 2019]. Disponível em <[www.jstor.org/stable/2118057](http://www.jstor.org/stable/2118057)>.
- NORTH, Douglass (2001). *Why Some Countries Are Rich and Some Are Poor*. «Chicago-Kent Law Review». 77:1, 319-330. [Consult. 15 set. 2019]. Disponível em <<https://scholarship.kentlaw.iit.edu/cklawreview/vol77/iss1/13>>.
- NORTH, Douglass (2005). *Understanding the process of Economic Change*. Princeton: Princeton University.
- PATEL-CAMPILLO, Anouk; DELESSIO-PARSON, Anne (2016). *Why types of operations, trade associations, and production trends matter in the geographic branding of an emerging Industry*. «Journal of Wine Research». 27:3, 242-256. DOI: 10.1080/09571264.2016.1202218.
- PEREIRA, Gaspar Martins (2006). *A evolução histórica*. In SOEIRO, Teresa et al. *Viver e Saber Fazer Tecnologias Tradicionais da Região do Douro. Estudos Preliminares*. 2ª ed. Peso da Régua: Fundação Museu do Douro, 2006, pp. 103-12.
- PEREIRA, Gaspar Martins; BARROS, Amândio (2016). *O vinho do Porto e a Região do Douro na Época Moderna*. «Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad». 3:8, 110-126. [Consult. 14 nov. 2020]. Disponível em <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469546449007>>.
- PORTUGAL. Ministério da Economia e da Inovação (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. [Consult. 17 out. 2020]. Disponível em <<https://pt.scribd.com/document/7732801/Plano-Estrategico-Nacional-do-Turismo-PENT-Min-Economia-e-Inovacao>>.
- PORTUGAL. Ministério da Economia (2015). *Turismo 2020: Cinco princípios para uma ambição*. [Consult. 17 out. 2020]. Disponível em <<https://www.historico.portugal.gov.pt/me-dia/15123712/20150805-turismo-2020.pdf>>.
- PORTUGAL. Ministério da Economia (2017). *Estratégia turismo 2027: Liderar o turismo do futuro*. [Consult. 17 out. 2020]. Disponível em <<http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>>.
- RODRIGUES, Vitor; BERNARDO, Edgar; DOMINGUEZ, Caroline (2018). *Public tourism framework in the Douro region: tourism governance in perspective*. «Tourism and Hospitality International Journal». 10:1, 55-75. [Consult. 15 set. 2021]. Disponível em <<https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/issue/view/20/25>>.
- SALVADO, Josefina (2016). *Enotourism ecosystem: stakeholders' coopetition model proposal*. «Tourism and Hospitality International Journal». 6:2, 77-93.
- SALVADO, Josefina; KASTENHOLZ, Elisabeth (2017). *Sustainable Wine Tourism Eco-systems through Co-opetition*. «Revista Turismo & Desenvolvimento», 27/28, 1917-1931.
- SANTANA, Maria Olinda (2019a). *Breve Contextualização Histórica*. In SANTANA, Maria Olinda, coord. *Para uma história do Turismo no Douro*. Vila Real: Sodivir, pp. 57-70.
- SANTANA, Maria Olinda (2019b). *Algumas sugestões para novas práticas turísticas*. In SANTANA, Maria Olinda, coord. *Para uma história do Turismo no Douro*. Vila Real: Sodivir, pp. 200-211.
- SANTOS, José (2014). *Turismo: Uma nova política da União Europeia, Contributos para a sua Integração na Política de Coesão 2014-2020*. «Revista de Estudos Sociais», 16:31, 116-130. [Consult. 12 out. 2020]. Disponível em <<https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/res/article/view/1992>>.

- SEQUEIRA, Carla (2013). *Modalidades de intervenção do Estado no sector do vinho do Porto, 1852-1932*. In PÉREZ, Sebastián; PÉREZ, Juan, coords. *Património Cultural de la Vid y el Vino*. Madrid: UAM Ediciones, pp. 171-175.
- SIGALA, Marianna (2019). *Developing and Branding a Wine Destination Through UNESCO World Heritage Listing: The Case of the Mount Lofty Ranges Agrarian Landscape*. In SIGALA, Marianna; ROBINSON, Richard, coords. *Wine Tourism Destination Management and Marketing (Theory and Cases)*, pp. 113-134. DOI: 10.1007/978-3-030-00437-8\_9.
- SOUSA, F. (2007). *O Alto Douro. Da Demarcação Pombalina à Classificação de Património Mundial*. «População e Sociedade». 13, 18-30. [Consult. 10 abr. 2021]. Disponível em <<https://www.cepese.pt/portal/pt/populacao-e-sociedade/edicoes/revista-populacao-e-sociedade-no-13>>.
- TELES, Helena (2018). *Plano de Gestão e Monitorização do Alto Douro Vinhateiro (ADV)*. In LAGE, Maria Otilia, coord. *Alto Douro e Pico, Paisagens Culturais Vinhateiras Património Mundial em Perspectiva Multifocal: experimentação comparada*. Porto: CITCEM, 2018, pp. 11-20. [Consult. 15 set. 2021]. Disponível em <<http://ler.letras.up.pt/site/default.aspx?qry=id024id1584&sum=sim>>.
- TELES, Helena; SOARES, Patrícia (2019). *Alto Douro Vinhateiro património da humanidade — contributos para a sua valorização e sustentabilidade*. In PEREIRA, Gaspar Martins; AMORIM, Maria Norberta; LAGE, Maria Otilia Pereira, coords. *Douro e Pico, Paisagens Culturais Património Mundial*. Porto: CITCEM, pp. 21-27. [Consult. 15 set. 2021]. Disponível em <<https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/17803.pdf>>.
- WILLIAMSON, Oliver (2012). *As instituições Económicas do Capitalismo: Firmas, Mercados, Relações contratuais*. São Paulo: Pezco.