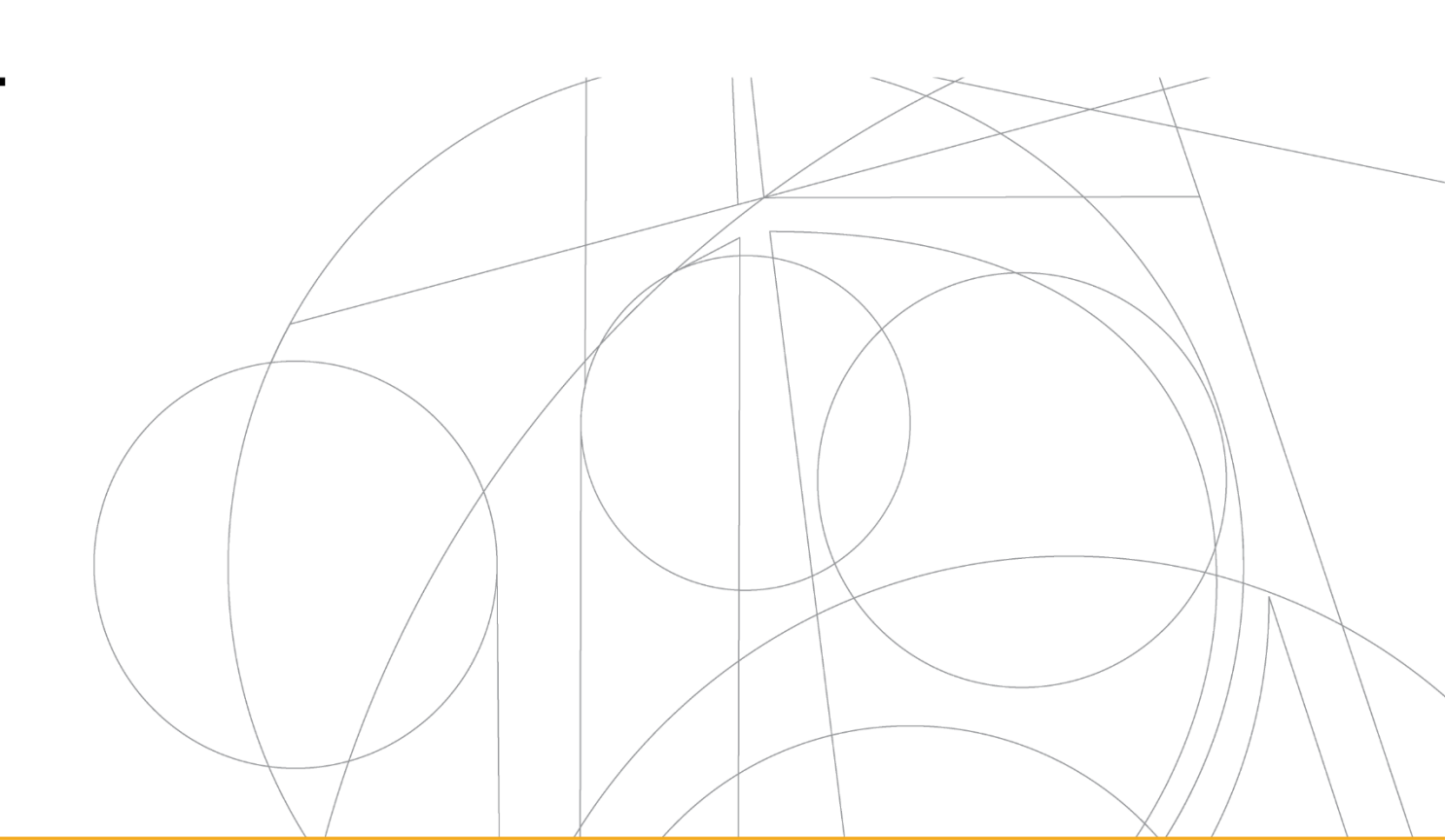
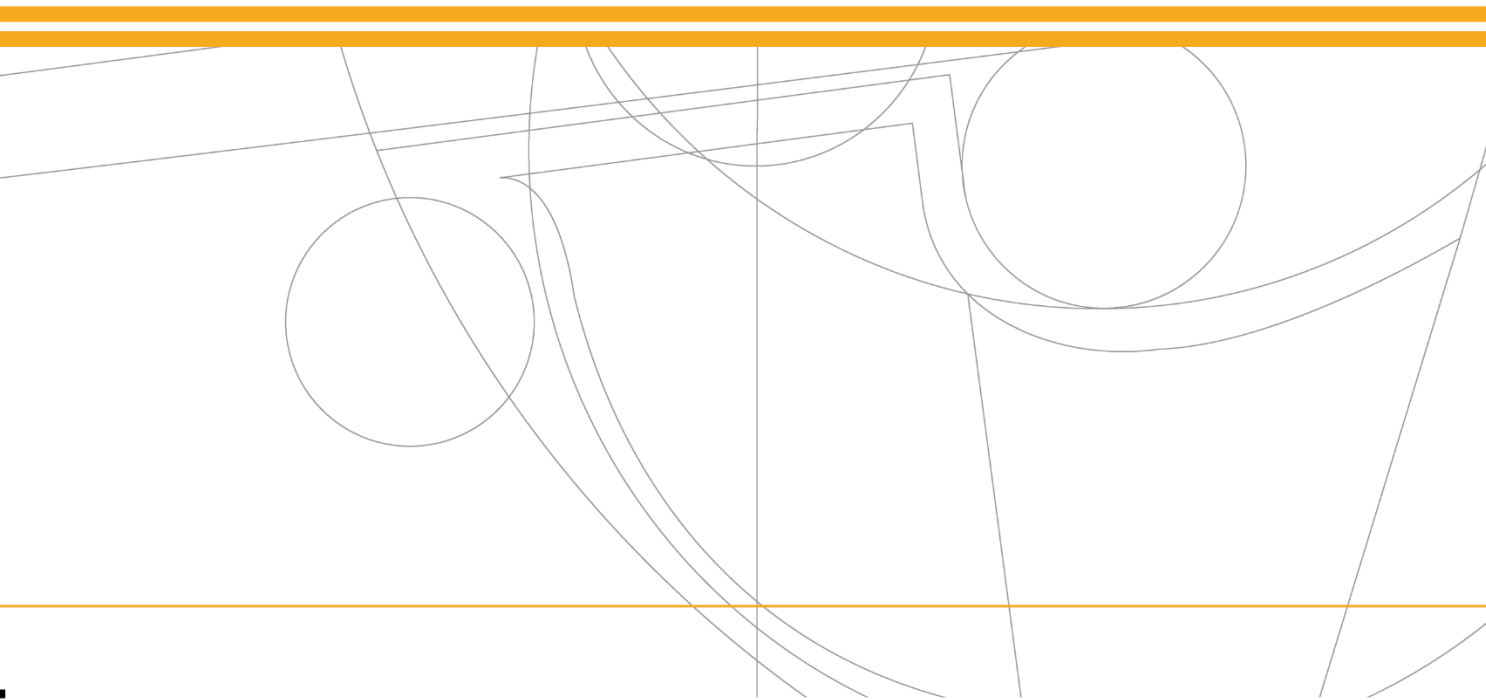




# GUIDE BOOK – QUINTA DA AVESSADA

Relatório de Estágio



GUIDE BOOK - QUINTA DA AVESSADA  
Sílvia Silva

2024



Sílvia Patrícia Lopes Silva

Escola Superior de Tecnologia e Gestão



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

Sílvia Patrícia Lopes Silva

*GUIDE BOOK* – QUINTA DA AVESSADA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Mestrado

Turismo, Inovação e Desenvolvimento

Trabalho efetuado sob a orientação da  
Professora Doutora Alexandra Correia

Agosto de 2024

## **Agradecimentos**

A etapa de conclusão de mestrado é sem dúvida a mais exigente, e neste caso não foi exceção. A redação do presente relatório de estágio exigiu uma enorme dedicação, foco e persistência e por isso serve o presente para me lembrar orgulhosamente das minhas capacidades.

Desta forma, gostaria também de reconhecer e agradecer profundamente o auxílio de diversas pessoas que contribuíram, direta e indiretamente, para o desenvolvimento do presente relatório e sem as quais não seria possível.

À orientadora Professora Doutora Alexandra Correia, por todo o seu apoio em todos os momentos, a sua orientação, a sua compreensão e a sua dedicação. Pelas suas palavras reconfortantes e de incentivo, que fizeram enaltecer os meus traços de personalidade e se tornaram uma mais-valia para o sucesso deste relatório e para a minha carreira profissional, e por acreditar mais em mim que eu própria. Mais que uma professora, uma amiga e um ser humano empático, capaz de reconhecer as capacidades dos seus alunos e de partilhar conhecimentos que irão marcar a minha vida profissional e pessoal.

À Quinta da Avessada, pela oportunidade de realizar o estágio e de obter informação e aptidões que serão úteis para o meu percurso profissional. E, incluindo, a certos colegas pelo auxílio na superação das dificuldades diárias e pela transmissão de conhecimento.

À professora Sónia Domingues pela sua disponibilidade e contributo. À Dr.<sup>a</sup> Maria José Santos, sócia-fundadora e responsável por uma agência de comunicação, pela sua análise e pelas suas palavras de reconhecimento das minhas aptidões. E, à Isabel Sousa, CEO da empresa de animação turística, Explore Iberia, pela cedência de imagens úteis ao projeto deste relatório.

Aos meus amigos pela amizade calorosa, apoio forte e incentivo quase diário para a conclusão do presente relatório, e por me recordarem do meu valor. Aos colegas de mestrado Diana, João e Marta pelo companheirismo, partilha de conhecimento e pelas horas de trabalho em conjunto na superação de um objetivo comum. E em especial, à minha amiga e companheira de estágio, Catarina Carvalho, que não me deixou desistir e me fez ver as situações sempre de uma perspetiva positiva.

Por fim, à minha família e companheiro Ricardo por toda a paciência, afeto e suporte essencial na superação de todos os desafios, por serem o meu porto de abrigo que me permite voar alto, e por me lembrarem todos os dias que sou especial.

## Resumo

O enoturismo assume particular importância na potencialização e dinamização dos recursos tangíveis e intangíveis das regiões rurais. Por via das experiências enoturísticas é possível criar atividades que exploram a região vinícola como um todo, ao passo que, valorizam o seu património e transmitem a sua singularidade. O envolvimento do enoturista nas atividades vai para além da simples observação, já que passa, não só, pelo contacto e participação da comunidade local, como também, pela inclusão dos cinco sentidos, relevantes para criar a imersão na cultura e estabelecer um vínculo emocional entre o visitante e o destino. A dinamização e comunicação diferenciadora das experiências enoturísticas ocorre, portanto, com a aplicação dos sentidos que captam sensações, provocam emoções e geram comportamentos. Sublinha-se assim, o reconhecimento da importância da comunicação por via dos elementos sensoriais e é neste contexto que o presente relatório é desenvolvido.

A Quinta da Avessada, empresa de animação turística com ênfase em experiências e atividades enoturísticas, localizada em Favaio, em pleno centro da Região Demarcada do Douro, foi o local designado para a realização do estágio, no âmbito do Mestrado em Turismo, Inovação e Desenvolvimento. E, é neste âmbito, que surge o presente trabalho, que tem como objetivo principal a criação de um *Book* para apresentação e promoção das atividades turísticas da Quinta da Avessada, através da partilha dos sentidos e emoções.

Este *Guide Book* pode ser visto como um mapa sensorial, onde o visitante é guiado, pela via da técnica *storytelling*, através dos cinco sentidos, das sensações e das emoções, pelas diferentes atividades que compõe as experiências enoturísticas integrantes da oferta da Quinta da Avessada e dos recursos da região do Douro.

Para dar resposta aos objetivos, recorreu-se à revisão de literatura, à observação participante, à análise de entrevistas e à análise de conteúdo.

No final do trabalho, serão apresentadas as conclusões, as limitações do estudo e as recomendações para trabalhos futuros.

Palavras-chave: Experiências enoturísticas; Elementos sensoriais; Comunicação, Douro; *Guide Book*; *Storytelling*

## Abstract

Wine tourism plays a significant role in enhancing and revitalizing the tangible and intangible resources of rural regions. Through wine tourism experiences, it is possible to create activities that explore the wine region as a whole while valuing its heritage and showcasing its uniqueness. The involvement of the wine tourist goes beyond simple observation, as it includes not only interaction and participation with the local community but also the inclusion of all five senses, which are crucial for creating an immersive cultural experience and establishing an emotional connection between the visitor and the destination. The dynamic and distinctive communication of wine tourism experiences is achieved by engaging the senses that capture sensations, evoke emotions, and generate behaviors. This highlights the importance of sensory communication, which is the focus of this report.

Quinta da Avessada, a tourism entertainment company specializing in wine tourism experiences and activities, located in Favaio in the heart of the Douro Demarcated Region, was the designated site for the internship as part of the Master's in Tourism, Innovation, and Development. The aim of this work is to create a Book for presenting and promoting the tourist activities of Quinta da Avessada through the sharing of senses and emotions.

This Guide Book can be seen as a sensory map where visitors are guided, using storytelling techniques, through the five senses, sensations, and emotions across the different activities that make up the wine tourism experiences offered by Quinta da Avessada and the resources of the Douro region.

To achieve these objectives, a literature review, participant observation, interview analysis, and content analysis were conducted.

At the end of the work, conclusions, study limitations, and recommendations for future research will be presented.

Keywords: Wine tourism experiences; Sensory elements; Communication, Douro; Guide Book; Storytelling

|                                                                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Índice</b>                                                                                                     |      |
| <b>Agradecimentos</b>                                                                                             | ii   |
| <b>Resumo</b>                                                                                                     | iv   |
| <b>Abstract</b>                                                                                                   | v    |
| <b>Índice de Figuras</b>                                                                                          | viii |
| <b>Abreviaturas</b>                                                                                               | ix   |
| <b>1. Introdução</b>                                                                                              | 1    |
| <b>2. Metodologia</b>                                                                                             | 3    |
| 2.1. Revisão da Literatura                                                                                        | 3    |
| 2.2. Dados Secundários                                                                                            | 5    |
| 2.3. Dados Primários                                                                                              | 6    |
| 2.3.1. Observação Participante                                                                                    | 6    |
| 2.3.2. Entrevistas                                                                                                | 10   |
| 2.3.3. Análise de Conteúdo                                                                                        | 11   |
| <b>3. Revisão da Literatura</b>                                                                                   | 15   |
| 3.1. Enoturismo e Experiências Enoturísticas                                                                      | 15   |
| 3.2. Comunicação das Experiências Enoturísticas                                                                   | 18   |
| <b>4. Parte I – Estágio</b>                                                                                       | 25   |
| 4.1. Caracterização da Empresa Acolhedora – Quinta da Avessada                                                    | 25   |
| 4.1.1. Contextualização Geográfica                                                                                | 25   |
| 4.1.2. História da Quinta da Avessada                                                                             | 39   |
| 4.1.3. Oferta da Quinta da Avessada (inclui experiências enoturísticas e turísticas complementares)               | 40   |
| 4.1.4. Procura da Quinta da Avessada                                                                              | 45   |
| 4.1.5. Principais Elementos Diferenciadores da Quinta da Avessada                                                 | 46   |
| 4.2. Funções e Atividades Desempenhadas (principais e complementares)                                             | 56   |
| 4.3. Considerações Finais sobre o Estágio                                                                         | 58   |
| 4.3.1. Análise Crítica das Atividades Desenvolvidas                                                               | 58   |
| 4.3.2. Contribuição para o desenvolvimento pessoal e profissional                                                 | 61   |
| <b>5. Parte II – Guide Book   Propostas para a Utilização das Emoções e Sentidos na Comunicação do Enoturismo</b> | 64   |
| <b>6. Conclusão, limitações e recomendações para trabalhos futuros</b>                                            | 74   |
| <b>7. Referências Bibliográficas</b>                                                                              | 77   |
| <b>8. Apêndices</b>                                                                                               | 96   |
| <b>Apêndice I – Tabela com as Atividades/Experiências das Quintas de Enoturismo Concorrentes</b>                  | 96   |

|                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Apêndice II – Histórias para os adultos que compõe o Guide Book .....</b>   | <b>108</b> |
| <b>Apêndice III – Histórias para as crianças que compõe o Guide Book .....</b> | <b>112</b> |
| <b>Apêndice IV – O <i>Guide Book</i>.....</b>                                  | <b>115</b> |

## Índice de Figuras

|                                                                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Temas Centrais Analisados na Revisão da Literatura .....                                                                     | 4  |
| Figura 2 - Ligação Entre os Conceitos da Revisão da Literatura e os Objetivos do Trabalho .....                                         | 5  |
| Figura 3 - Localização da Quinta da Aversada .....                                                                                      | 26 |
| Figura 4 - Localização de Favaiais na Região Norte.....                                                                                 | 27 |
| Figura 5 - Mapa da Região Demarcada do Douro.....                                                                                       | 30 |
| Figura 6 - Recursos Turísticos da Região Demarcada do Douro .....                                                                       | 34 |
| Figura 7 - Produtos Turísticos da Região Demarcada do Douro.....                                                                        | 34 |
| Figura 8 - Origem do turista da Região Douro.....                                                                                       | 37 |
| Figura 9 - Origem do turista do eixo urbano Vila Real, Peso da Régua e Lamego.....                                                      | 38 |
| Figura 10 - Atividades da oferta turística da Quinta da Aversada .....                                                                  | 40 |
| Figura 11 - Sala de prova de vinhos.....                                                                                                | 41 |
| Figura 12 e Figura 13 - Atividade Vindimas: apanha da uva tradicional na Quinta da Aversada.....                                        | 43 |
| Figura 14 - Atividade Vindimas: Lagarada tradicional na Quinta da Aversada .....                                                        | 44 |
| Figura 15 - Padaria da D. Rosália.....                                                                                                  | 45 |
| Figura 16 - Agrupamento das experiências concorrentes segundo o modelo de Pine & Gilmore (1998) e de Quadri-Felitti e Fiore (2012)..... | 48 |
| Figura 17 - Experiências e elementos diferenciadores da Quinta da Aversada .....                                                        | 52 |
| Figura 18 - Tarefas e Atividades Desempenhadas Durante o Estágio.....                                                                   | 56 |
| Figura 19 - Finalidades do <i>Guide Book</i> .....                                                                                      | 64 |
| Figura 20 - Página nº1 do Guide Book (primeira folha).....                                                                              | 66 |
| Figura 21 - Página nº2 do Guide Book (terceira folha) .....                                                                             | 67 |
| Figura 22 - Página nº3 do Guide Book (folha esquerda do livro) .....                                                                    | 68 |
| Figura 23 - Página nº4 do Guide Book (folha direita do livro) .....                                                                     | 69 |
| Figura 24 - Página nº5 do Guide Book (folha esquerda do livro) .....                                                                    | 69 |
| Figura 25 - Página nº6 do Guide Book (folha direita do livro) .....                                                                     | 70 |
| Figura 26 - Página nº14 do Guide Book (folha esquerda do livro) .....                                                                   | 71 |
| Figura 27 - Página nº15 do Guide Book (folha direita do livro) .....                                                                    | 71 |
| Figura 28 - Página nº16 do Guide Book (folha esquerda do livro) .....                                                                   | 72 |

## **Abreviaturas**

ATA – Associação de Turismo de Aldeia

CCDRN – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte

CEE – Comunidade Económica Europeia

EWOM – *Electronic Word-of-Mouth* (passa a palavra eletrónico)

INE – Instituto Nacional de Estatística

OMT – Organização Mundial de Turismo

ONAT – Observatório Nacional das Atividades de Animação Turística

RDD - Região Demarcada do Douro

RNAAT – Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística

TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

# 1. Introdução

O enoturismo, conceito relativamente recente e vasto com estudos iniciados nos anos 90 (Carvalho, et al., 2018), contempla, para além do vinho, que se destaca como constituinte principal, as atividades ligadas ao conhecimento do vinho e da região produtora, a valorização dos atributos do território e toda a sua envolvência (Barroco et al., 2010; Costa, 2014; Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Vorobiova et al., 2020).

A integração de elementos tangíveis e intangíveis, como o vinho, as vinhas, a cultura e a memória local, é essencial para a criação de experiências genuínas e memoráveis, promovendo a competitividade da região. O modelo dos 4 E's (Entretenimento, Educação, Estética e Escapismo) apresentado por Pine e Gilmore (1998), e aplicado ao enoturismo, pelas autoras Quadri-Felitti e Fiore (2012), permite identificar os recursos, valências e necessidades a potencializar de uma região, enfatiza a criação de experiências diversificadas e holísticas, e contribui para a atração e fidelização dos visitantes.

Diversos estudos destacam que o enoturismo é uma estratégia eficaz de *branding e marketing* para empresas, entidades e regiões vinícolas, valorizando atributos territoriais permitindo promover experiências únicas e imersivas (Santos et al., 2022). A singularidade, a abrangência e a riqueza de um destino enoturístico são captadas pelo enoturista quando as experiências lhes permitem criar uma ligação, através das sensações sentidas durante o seu usufruto e captadas pelos cinco sentidos (Agapito et al., 2017; Aramendia et al., 2021; Esau & Senese, 2022; Santos et al., 2019). Desta forma, a comunicação deve utilizar a informação de forma dinâmica, destacando os elementos sensoriais (Agapito et al., 2014; Consoli, 2010; Santos et al., 2022). Por isso, as estratégias de marketing sensorial e emocional, utilizando *storytelling*, testemunhos e tecnologias digitais, são cruciais para captar e envolver enoturistas (Agapito et al., 2014; Aramendia et al., 2021; Jiménez-Marín et al., 2019; Santos et al., 2022).

No âmbito do Mestrado Turismo, Inovação e Desenvolvimento, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, optou-se pela elaboração do presente relatório de estágio, a fim de enriquecer o currículo, de conhecer a prática da atividade turística e, em particular do enoturismo, e de conhecer uma região única e procurada e partir para uma “aventura” fora da zona de conforto. O estágio, realizado na Quinta da Avessada, em Favaio, na região Demarcada do Douro, por um período de

3 meses (entre o dia 1 de agosto e o dia 31 de outubro de 2019) teve como objetivos: a) identificar as características, potencialidades e necessidades da empresa acolhedora; b) conhecer a Região Demarcada do Douro, incluindo na sua dimensão turística.

Durante a realização do estágio, e através do convívio com a cultura duriense e com os seus habitantes, foram percecionadas a singularidade e potencialidade da região, crescendo na autora a noção da importância da valorização e preservação dos elementos culturais de cada lugar. Com o conhecimento acerca das características da empresa empregadora e da singularidade dos recursos da região, foram identificados os temas e objetivos para o desenvolvimento do projeto do presente relatório, o *Guide Book*. Para a construção do mesmo, foi necessário identificar as experiências enoturísticas que constituem a oferta da Quinta da Avessada, qual a sua importância e qual a forma mais eficaz de as comunicar.

O *Guide Book* foi suportado pela revisão da literatura, pela análise de conteúdo, pela análise da observação participante e pela realização das tarefas e atividades inerentes ao estágio.

Os capítulos do presente relatório foram organizados e ordenados de forma a que o leitor possa compreender quais os processos e técnicas utilizadas na recolha de dados para a redação do mesmo, obter um melhor entendimento sobre os temas envolvidos neste trabalho e estágio, adquirir informações acerca do estágio (onde foi realizado, objetivos, história da entidade empregadora, atividades oferecidas, quais os tipos de visitantes, o seu valor turístico, funções, críticas e conclusões), conhecer as características e potencialidades do projeto elaborado, e, por fim, as conclusões da realização do presente relatório e de todo o processo desde a escolha do tema, à elaboração do estágio, até à finalização do projeto.

## 2. Metodologia

A metodologia constitui a estratégia e os meios que permitem obter determinados resultados, e, por conseguinte, realizar análises e as conclusões (Coutinho, 2014; Tan, 2018).

Em qualquer projeto, é essencial traçar objetivos gerais e específicos, que conduzam a investigação (Durberry & Ramesh, 2018). O presente trabalho tem como objetivo principal a criação de um *Book* para a apresentação e promoção das atividades turísticas da Quinta da Aversada, através da partilha dos sentidos e emoções. Tendo em vista o alcance deste objetivo, definiram-se os seguintes objetivos específicos:

- Apresentação e relação entre os conceitos de enoturismo, experiências turísticas e marketing sensorial;
- Identificação das componentes das experiências enoturísticas e análise da forma em que os sentidos e sensações são utilizados na comunicação das experiências enoturísticas;
- Caracterização do estágio, da empresa acolhedora e da região;
- Identificação de conteúdo (ex.: temas) para a comunicação das experiências enoturísticas através dos sentidos e emoções.

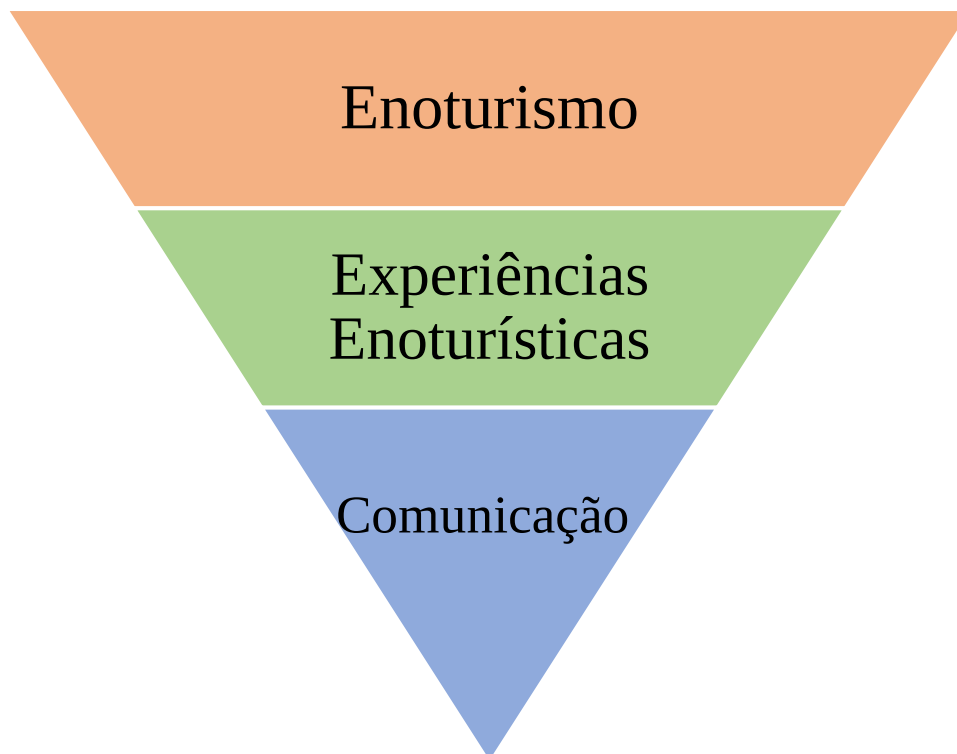
Este capítulo apresenta o processo de organização do presente trabalho, com base nestes objetivos, e de forma a obter resultados, definiram-se as técnicas a utilizar para a recolha de dados.

### 2.1. Revisão da Literatura

A exploração de conceitos permite encontrar um fio condutor na revisão da literatura, afunilando a partir do conceito geral para o mais específico (Blumberg et al., 2014), que no presente estudo se apresenta na Figura 1. Iniciou-se a revisão com a identificação do conceito enoturismo, a sua exploração e as suas componentes que, em conjunto, originam a criação das atividades enoturísticas, que, por sua vez, constituem a base das experiências enoturísticas (Aramendia, et al., 2021; Cohen & Ben-Nun, 2009; Costa, 2014; Hall & Sharples, 2008; Marco-Lajara et al., 2023; Santos et al., 2019; Santos et al., 2022; Vorobiova et al., 2020). Estas experiências têm uma reconhecida importância para a valorização dos recursos da região, para a capacidade de criar um vínculo entre destino, agentes locais e visitantes, para o desenvolvimento económico da região e para a estratégia de marketing (Agapito et al., 2014; Carvalho et al., 2021; Rachão et al., 2021). A

relação das experiências com as sensações captadas pelos sentidos humanos são fundamentais para a promoção e comunicação de oferta e região enoturística (Agapito et al., 2014; Consoli, 2010; Jiménez-Marín et al., 2019; Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Santos et. al, 2022).

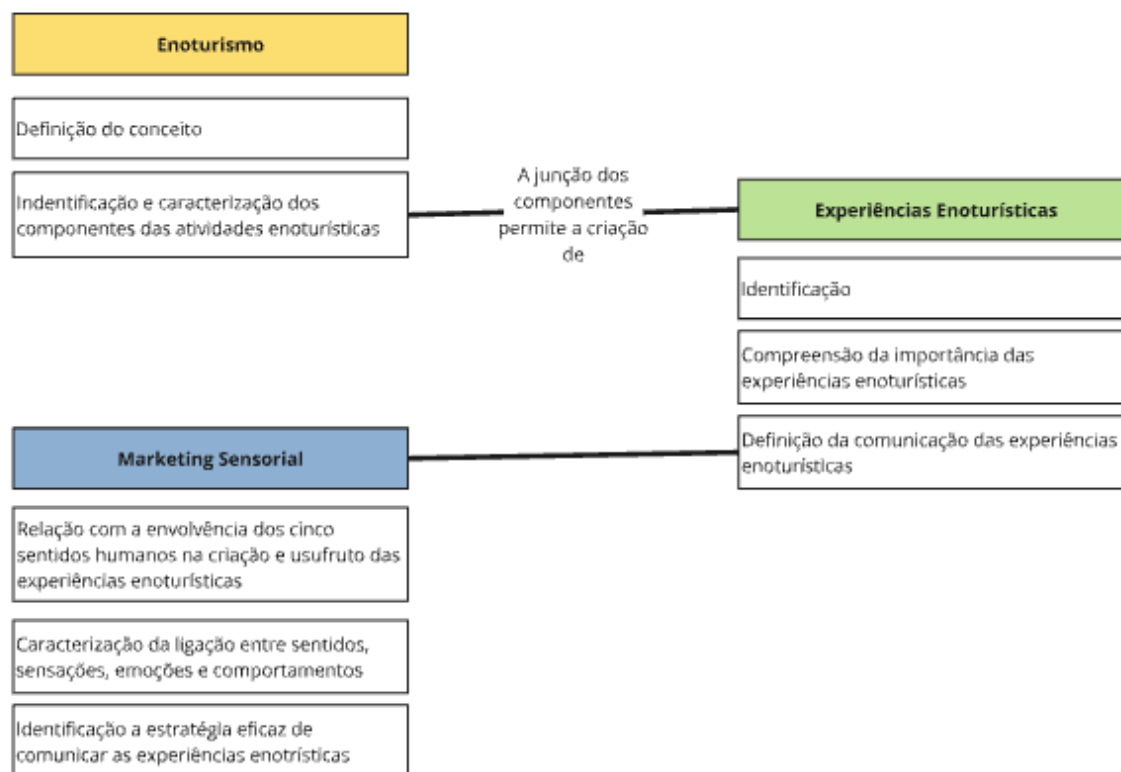
**Figura 1 - Temas Centrais Analisados na Revisão da Literatura**



*Fonte: Produção Própria*

Tendo por base esta organização, foi possível estabelecer a ligação dos conceitos associados aos objetivos específicos do presente trabalho, tal como se pode verificar na Figura 2.

**Figura 2 - Ligação Entre os Conceitos da Revisão da Literatura e os Objetivos do Trabalho**



*Fonte: Produção Própria*

## 2.2. Dados Secundários

Quanto aos dados secundários, estes correspondem aos dados anteriormente recolhidos, tratados, organizados e até analisados por outros, e que se encontram disponíveis à comunidade (Mattar, 1996, p.134, citado por Crescitelli et al., 2007, p.355; Vieira, 2023). Através da utilização dos dados secundários é possível obter o conhecimento necessário para dar resposta a determinados objetivos (Veal, 2017), tal como se verifica neste relatório.

No presente relatório, os dados secundários foram obtidos no portal do INE, no portal da PORDATA, relatórios disponibilizados pelo Turismo de Portugal e relatórios estatísticos das

entidades regionais e pela entidade Turismo do Porto e Norte de Portugal, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte e Comunidade Intermunicipal do Douro.

A leitura, reflexão e redação de dados estatísticos possibilitou a contextualização geográfica, socioeconómica, histórica e turística da região onde se realizou o Estágio (nomeadamente Favaio e Região Demarcada do Douro) (ver Subcapítulo 3.1).

Numa breve nota, teve-se a preocupação por atualizar os dados estatísticos, conforme o decorrer do processo de desenvolvimento do presente relatório, tendo sido realizada a atualização destes sempre que se encontrou a informação disponível.

### 2.3. Dados Primários

Dados primários são dados produzidos pelo investigador, através de critérios rigorosos, com a finalidade específica de reunir informações fiáveis e úteis para responder aos objetivos da pesquisa (Malhotra, 2019, p. 82).

No presente trabalho, os dados primários foram recolhidos através de observação participante, de entrevista semiestruturada, de entrevista não estruturada e de análise de conteúdo. Estas técnicas e instrumentos serão explicados de forma detalhada nos parágrafos que se seguem.

#### 2.3.1. Observação Participante

A observação participante foi utilizada neste trabalho, atendendo às suas características e objetivos. Segundo Marujo (2012), a observação resulta da utilização sistemática e propositada da visão e da audição para obter informação e conhecimento da realidade observada através do comportamento e das opiniões de outras pessoas, registando os resultados para futura análise e conclusão. Desta forma, a observação participante é uma técnica que permite a recolha direta de informação, onde a observação com atenção e com sensibilidade são importantes para a captação detalhada de uma determinada realidade que de outra forma não seria possível (Carmo & Ferreira, 2008). Com efeito, através da observação participante, o observador participa nas atividades de

recolha de dados (Kawulich, 2005) e está em contacto direto, frequente e prolongado com aquilo que observa, no seu contexto cultural (Correia, 1999, citado por Mónico et al., 2017).

No contexto de estudos em turismo, esta técnica é caracterizada pela imersão e presença do observador no contexto turístico, onde o mesmo participa nas atividades diárias, nas tradições e nos acontecimentos dos grupos em análise, permitindo uma relação próxima com os elementos observados e uma maior aprendizagem dos significados e cultura próprios (Costa et al., 2018; Marujo, 2012).

Esta técnica apresenta algumas limitações que poderão influenciar os dados recolhidos, nomeadamente, o desafio em equilibrar a observação com a participação em campo, tendo o observador dificuldade em tomar notas de tudo aquilo que observa enquanto participa em atividades ou em conversas com os elementos da realidade em questão; a influência da sua presença nas ações dos interlocutores na realidade observada condicionando os comportamentos e quotidiano e por consequência afetando os resultados da recolha; a dificuldade do observador em conseguir ter a confiança e a colaboração dos interlocutores e o problema em alcançar um rigor na recolha e seleção de dados ao longo do período de tempo da observação (Correia, 2009; Kawulich, 2005; Mónico et al., 2017).

Para diminuir as limitações desta técnica durante a observação participante realizada e, de forma a evitar a sua influência no contexto observado, a autora preferiu criteriar a sua observação em duas fases progressivas, explicadas de seguida. Na primeira fase, a observação foi realizada com um envolvimento muito baixo, de forma a permitir aos elementos da realidade adaptarem-se à sua presença e confiarem a transmissão do seu conhecimento e permitindo uma descrição de aspetos gerais. Já na segunda fase, o envolvimento da autora do presente trabalho foi alto, onde os elementos da realidade diminuíram a sua desconfiança, estando mais familiarizados com a presença da observadora, originando uma recolha de dados mais detalhada e o foco em determinados pormenores do contexto observado. A criação de questões e o agendamento do registo de dados diário ao final de cada dia possibilitou a seleção e análise de informação considerada como relevante para dar resposta aos objetivos.

No presente trabalho, a observação participante foi realizada no âmbito das tarefas inerentes ao estágio. Uma destas tarefas consistiu em organizar e realizar visitas guiadas, permitindo um contacto direto com os turistas, para além das diversas atividades turísticas e do atendimento na loja (atendimento ao público, incluindo venda de vinho, e esclarecimento de dúvidas), entre o período de 1 de agosto a 31 de outubro de 2019, sendo a época de maior afluência. Durante este período, e antes da realização das visitas guiadas enquanto guia, a autora deste trabalho acompanhou diversas visitas realizadas por colegas da empresa acolhedora. É neste contexto de acompanhamento e de familiarização que a observação participante teve lugar. A duração das visitas guiadas estava compreendida entre vinte minutos a duas horas (ou mais, em época de vindimas) e o número de elementos por visita poderia ser entre 1 pessoa a grupos de 120 pessoas. A observação das visitas guiadas ocorria nos percursos pela aldeia de Favaios e pela Quinta da Avessada, quer nas visitas guiadas pela autora, quer nas visitas realizadas pelos colegas.

Como grande parte dos grupos de visitantes reservava antecipadamente a sua visita, existia um registo das características dos mesmos, a fim de planejar da melhor forma a sua visita. Desta forma, era possível obter determinadas informações, tais como o número de elementos, as idades (que variaram muito, entre crianças até aos mais idosos, sendo esta a faixa etária mais observada) e as nacionalidades, com destaque para Portugal, Estados Unidos da América e Reino Unido. No entanto, também se registaram e se observaram visitantes oriundos da Austrália, Japão, França, Bélgica, Luxemburgo, Suíça, Áustria, Porto Rico, Chile, Espanha, Itália, Alemanha, Brasil, República Checa e Ucrânia. A anotação dos comportamentos, dúvidas, perceções, preocupações, reclamações, ideias, gostos e *feedback* era realizada no final de cada dia de estágio através de registo escrito em caderno. Para além disso, foram registadas as respostas às perguntas pertinentes e orientadoras, ocorridas ao longo da observação, tais como: se existiu algum enoturista que não tenha usufruído da experiência por vontade própria e se sim, qual foi o motivo, que informação os enoturistas partilharam entre si, quais foram as experiências que mais os marcaram e o porquê, as expectativas da visita foram correspondidas e o porquê, se foram percebidas emoções no decorrer do usufruto das experiências enoturísticas e quais.

A observação participante foi, também, realizada na interação e comunicação da observadora com os turistas e guias de outras entidades, com os trabalhadores da quinta e com os habitantes da região.

Nestas interações destacou-se a importância de transmitir de forma eficaz e apelativa o máximo de informação dos conteúdos transmitidos durante a visita e a valorização dos recursos envolvidos nesses conteúdos.

Desta forma, foi, também, possível depreender a falta de informação disponível para os visitantes, quer da Quinta da Avessada, quer da aldeia Favaios, acerca da oferta turística disponível e das características identitárias da região. Detalhadamente, a autora, durante a observação dos seus colegas guias, presenciou visitas onde compreendeu que a comunicação da informação do conteúdo da visita é bem “absorvido”, tem um maior impacto e capta um maior interesse quando o guia privilegia a envolvimento dos sentidos humanos na realização das mesmas. Nomeadamente, quando o guia permite que o visitante explore a informação transmitida através do paladar, cheiro, toque, audição e visão, contrariamente à informação transmitida de forma simples e apenas oralmente. Ambas as abordagens foram testadas pela autora durante as suas visitas guiadas, onde concluiu que o vínculo sensorial e emocional é decisivo na captação, na satisfação, na memorização e na valorização do visitante durante a realização e após as atividades turísticas.

Para além disso, a observadora presenciou, durante todo o período de estágio, a dificuldade do visitante em saber quais as atividades disponíveis que poderia realizar na entidade empregadora, qual a sua história e importância para a cultura onde se insere e as características identitárias da região onde a mesma se localiza. Por outro lado, com a realização do estágio, também foi perceptível a importância e necessidade de uma estratégia de marketing diferenciadora para a comunicação e promoção das experiências da oferta enoturística da Quinta da Avessada.

Todo o conhecimento adquirido e informação contribuíram, não só, para a caracterização da região e da empresa acolhedora (resultados apresentados na Parte I do presente relatório), e, especialmente, para a identificação do contributo deste trabalho face às necessidades deste setor e da empresa acolhedora, bem como para a construção do *Guide Book* e do seu conteúdo (que se encontra na Parte II do presente relatório).

## 2.3.2. Entrevistas

### 2.3.2.1. *Entrevista Semiestruturada*

O tipo de entrevista semiestruturada implica a existência de um guião orientador, onde estão estruturados os temas que serão abordados, para existir controlo na concretização dos objetivos traçados com a entrevista. No entanto, existe uma determinada liberdade para explorar as perceções do entrevistado e os temas em questão durante a conversação (Costa et al., 2018; Minayo & Costa, 2018; Flick, 2005, citado por Resende, 2016;). Em turismo, a entrevista semiestruturada permite explorar um tópico específico, sendo mais útil, nomeadamente, na recolha de dados acerca de experiências e no apuramento das diferentes perspetivas das experiências (Buhalis & Karatay, 2022; Rainoldi et al., 2022; Singh et al., 2017).

A entrevista semiestruturada do presente relatório foi realizada ao Dr. Luís Barros, proprietário da Quinta da Avestada. A entrevista ocorreu depois da realização do estágio e durante a conceção do presente relatório, nomeadamente no dia 23 de maio de 2020, na plataforma online *Zoom*, com uma duração de uma hora e meia. Esta entrevista semiestruturada teve como objetivo realizar uma entrevista aprofundada, com perguntas ao proprietário da empresa acolhedora, de forma a obter dados específicos, tais como: a descrição da história da empresa acolhedora, a caracterização da sua oferta, procura e dos seus elementos diferenciadores, indicação das mudanças ocorridas devido ao Covid-19 e o seu impacto no funcionamento das atividades da Quinta da Avestada e na captação de visitantes. Para além disso, nesta entrevista houve espaço para uma troca de ideias, onde o proprietário exprimiu a dificuldade em criar um vínculo emocional mais intenso entre a realização das atividades enoturísticas que a quinta oferece, os elementos que as compõe e os seus visitantes. Inclusive, revelou a necessidade em desenvolver um elemento de recordação da visita para oferecer aos visitantes como forma de promoção, onde surgiu aqui a oportunidade para elaborar as diretrizes para a criação do *Guide Book*. Para corresponder às expectativas e necessidades da entidade empregadora, relatadas nesta entrevista, a autora teve a necessidade de obter um conhecimento mais específico de alguns temas que se encontram no enquadramento teórico do presente relatório.

#### 2.3.2.2. *Entrevista Não Estruturada*

A entrevista não estruturada trata-se de uma conversação, sem guião estruturado, em que a forma de recolha de informação é mais flexível, sendo a mais adequada para poder afinar questões e obter o maior número possível de informações detalhadas de um dado tema, segundo o ponto de vista do entrevistado (Batista et al., 2017; Miranda, 2009; Sá et al., 2021).

No caso do presente trabalho, a entrevista não estruturada, ocorreu com o objetivo de obter uma perspetiva profissional de uma professora da pré-escola em Viana do Castelo, a educadora de infância Sónia Domingues, acerca do *Book*, com vista a melhor compreender e atingir a faixa etária das crianças com idades entre os 6 e os 12 anos. Este contacto foi estabelecido por recomendação da orientadora deste relatório, a Doutora Alexandra Correia. A entrevista não estruturada ocorreu ao longo dos dias 21 e 22 de fevereiro de 2021, um total de uma hora em cada dia dividida em diversos momentos, através da aplicação comunicativa *WhatsApp*.

Os temas abordados foram:

- A adaptação das histórias do *Book* para crianças, com uma linguagem simples e fantasiosa, de forma que elas possam lê-las e compreendê-las;
- A identificação de formas de comunicação do *Book*, de maneira a chegar às crianças;
- A troca de ideias para projetos futuros envolvendo o *Book* e as crianças, como por exemplo, a realização de palestras em escolas.

#### 2.3.3. *Análise de Conteúdo*

A análise de conteúdo é descrita como uma técnica ampla de investigação (Hsieh & Shannon, 2005), utilizada para estudar qualquer tipo de comunicação (Cho & Lee, 2014; Vieira, 2023). Esta técnica pretende organizar e analisar o significado subjacente do conteúdo dos dados analisados, possibilitando conclusões realistas (Bengtsson, 2016; Camayd & Freire, 2020).

A utilização da análise de conteúdo, no presente trabalho, tem como objetivo a identificação, e posterior análise, das atividades e experiências de enoturismo (não incluindo o alojamento) pertencentes à oferta turística das quintas de enoturismo consideradas pela autora do trabalho como concorrentes da Quinta da Avessada e localizadas na Região Demarcada do Douro, no ano de 2020.

De modo a identificar as quintas de enoturismo concorrentes realizou-se uma pesquisa no Google, através das palavras-chave “quintas enoturísticas – Turismo Porto e Norte de Portugal”. A partir desta segunda pesquisa, foi possível encontrar um guia elaborado pela entidade Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R, no ano de 2016, denominado Mapa Enogastronómico – Norte de Portugal, com as quintas de enoturismo da região norte.

Posteriormente, foi executada uma pesquisa no Google a cada quinta de enoturismo da Região Demarcada do Douro, do documento anteriormente referido, durante o mês de janeiro de 2020:

- Procurou-se encontrar informação acerca das atividades e/ou experiências de cada quinta nos *websites* oficiais, através das palavras-chave: enoturismo, atividades, turismo, experiências, vindimas, provas e visitas;
- Quando não existia website próprio ou não existia informação acerca do pretendido, recorreu-se às redes sociais de cada empresa e/ou a outros websites que apresentassem a informação, por via das palavras-chave anteriormente referidas, tais como:
  - *blogs*, como por exemplo Portugal by Wine - Quinta da Maritávora e Bebes.Comes – Quinta do Cume;
  - Tripadvisor;
  - website oficial das câmaras municipais de São João da Pesqueira e Tabuaço;
  - jornais online, como os casos do Expresso - Quinta do Côtto e Time Out – Quinta das Aveleiras;
  - website da TURIHAB (Solares de Portugal – Quinta da Veiga).

Após recolhida a informação acerca das atividades e experiências de cada quinta, listou-se numa tabela essa mesma informação, colocando o nome da quinta e em alguns casos o da empresa, localização, fonte onde foi retirada a informação e as atividades/experiências que apresentavam. Esta tabela encontra-se no Apêndice I.

É relevante salientar que foram excluídas da análise do documento Mapa Enogastronómico as quintas que apenas oferecem alojamento, as quintas que se dedicam apenas à produção de vinho, as adegas e todas as outras empresas que não são quintas de enoturismo, mas que constam no documento em análise.

Posteriormente, para a realização da análise das atividades utilizou-se como guias o modelo “The Four Realms of an Experience” dos autores Pine & Gilmore (1998) e o artigo de Quadri-Felitti e Fiore (2012) (apresentado no Capítulo 3).

Assim sendo, classificou-se e agrupou-se as atividades/experiências segundo as quatro categorias deste modelo (educacional, entretenimento, estética e de evasão) com aplicação ao contexto enoturístico, onde privilegia as potencialidades da região enoturística e comprova a essência holística do enoturismo.

Detalhadamente, a dimensão educativa corresponde ao interesse dos enoturistas em saber mais sobre a produção, degustação e harmonização entre os alimentos e o vinho e cuja mesma contribui para a memorização e satisfação da experiência (Dua net al., 2018; Kastenholtz et al., 2022). Quanto à dimensão entretenimento, esta aplica-se ao envolvimento do enoturista em eventos e espetáculos como concertos nas vinhas ou demonstrações culinárias nas adegas (Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Kastenholtz et al., 2022), vários autores destacam-na como a mais atraente e com a capacidade de transmitir a autenticidade da região vitivinícola, contribuindo assim para a memória e lealdade do enoturista (Kastenholtz et al., 2022). Por fim, a dimensão escapista é considerada a mais imersiva, mas a mais difícil de operacionalizar, representando a ligação participativa do enoturista num tempo ou lugar diferentes (Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Kastenholtz et al., 2022).

As propostas apresentadas no *Guide Book*, resultam da entrevista semiestruturada realizada ao proprietário da empresa acolhedora, Dr. Luís Barros, na qual expressou a dificuldade em estabelecer um vínculo mais emocional e duradouro com os visitantes da Quinta da Avessada e a necessidade de criar uma lembrança como objeto de recordação da visita.

Para além disso, na leitura dos apontamentos da observação participante e no decorrer da mesma foi possível depreender a falta de informação detalhada das atividades disponíveis na oferta enoturística da Quinta da Avessada, a importância de uma comunicação eficaz e vinculativa do conteúdo das visitas, de forma a captar a atenção, a satisfação do visitante e a sua compreensão para a valorização dos recursos que compõem as visitas, a adaptação deste conteúdo para os visitantes com crianças e, para além disso, a falta de uma estratégia de marketing diferenciadora da oferta enoturística.

As conclusões retiradas através da utilização destas técnicas em conjunto com a base de conhecimento adquirida através da revisão da literatura, permitiram encontrar a finalidade, a estruturação, o desenvolvimento do presente projeto. A revisão da literatura vai ao encontro das necessidades identificadas e evidencia que a junção dos recursos locais tangíveis e intangíveis, com a imersão do enoturista e com os elementos multissensoriais, é essencial para a criação de experiências autênticas, holísticas e memoráveis, promovendo a competitividade da região. Neste contexto, faz sentido a integração de uma estratégia de marketing sensorial e emocional, através da utilização do *storytelling*, sendo crucial para a captação e envolvimento dos enoturistas.

Portanto, a autora propôs-se a criar um *Guide Book* como elemento material para a apresentação e promoção das atividades turísticas da Quinta da Avessada, através da utilização da perspectiva sensorial, e resultando num objeto transportável de recordação da visita do enoturista.

### 3. Revisão da Literatura

#### 3.1. Enoturismo e Experiências Enoturísticas

O conceito de enoturismo é relativamente recente, sendo que os primeiros estudos remontam aos anos 90 (Carvalho et al., 2021; Gómez et al., 2018). O enoturismo diz respeito à visita às vinhas, às caves e às adegas para provas e participação em eventos vinícolas (como por exemplo Essência do Vinho, no Porto, em Lisboa e na Madeira em Portugal (Costa, 2014; Essência do Vinho, s.d.)) (Aramendia et al., 2021; Santos et al., 2019). Por outro lado, o enoturismo também está associado à gastronomia (Vorobiova et al., 2020), e à paisagem da região vinícola, incluindo ainda a cultura e o património (Carvalho et al., 2021; Costa, 2014; Hall & Sharples, 2008; Simões, 2008). Mais recentemente, Quadri-Felitti & Fiore (2012) e Marco-Lajara et al. (2023) destacaram a compra dos vinhos como sendo também um elemento integrante do conceito. Para além disso, Aramendia et al. (2021) e Gómez et al. (2018) evidenciaram a capacidade do enoturismo para *branding* e marketing quer das empresas vinícolas quer da própria região, resultando numa estratégia eficaz, capaz de posicionar no mercado e atrair determinados nichos.

Os diferentes estudos existentes denotam pontos em comum relativamente ao conceito (Costa, 2014; Marco-Lajara et al., 2023), nomeadamente, a valorização dos atributos do território para a oferta de atividades (Barroco et al., 2010; Costa, 2014), o vinho como elemento principal, as atividades ligadas ao conhecimento do vinho e da região produtora, e toda a sua envolvência (Quadri-Felitti et al., 2012; Vorobiova et al., 2020).

Para a criação das atividades envolvidas nas experiências enoturísticas existem componentes centrais que configuram a região vinícola, nomeadamente o produto vinícola, o apelo do destino principal e o produto local (Carvalho et al., 2021).

Dentro destes podemos encontrar os elementos tangíveis ligados aos intervenientes da atividade enoturística (como o vinho, as vinhas, os produtores, as adegas, os restaurantes, a paisagem e os operadores turísticos), e os elementos intangíveis que dizem respeito às raízes culturais e sociais (como a tradição, a memória e a atmosfera própria de cada região vinícola) (Santos et al., 2019). A junção destes recursos locais tangíveis e intangíveis (como vinho, vinhas, adegas, gastronomia e como cultura, tradição, memória, atmosfera), transformados pelo conjunto de empresas e

organizações, originam atividades e produtos atrativos para uma experiência enoturística total e autêntica (Agapito et al., 2014; Kastenholz et al., 2022). Denota-se que isto implica uma sinergia e gestão da parte de todos os intervenientes para que os recursos sejam preservados, ao mesmo tempo que são valorizados e potencializados. (Agapito et al., 2014; Carvalho et al., 2021; Santos et al., 2019;).

Segundo Kastenholz et al. (2022), importa também incluir a análise da procura, agregando aos componentes o conhecimento das necessidades, comportamentos, motivações e expectativas do enoturista, de forma a empregar os recursos adequados àquilo que o motiva, criando experiências personalizadas e tornando a região vinícola mais competitiva e atrativa (Cohen & Ben-Nun, 2009; Vorobiova et al., 2020). Por conseguinte, com base na análise das características dos visitantes das regiões vinícolas, nas últimas duas décadas, vários autores encontraram elementos comuns entre eles, tais como: a proximidade geográfica ao destino que visita, média de trinta a cinquenta anos, elevado nível educacional, rendimentos médios/altos, o consumo regular de vinho e a aquisição de algum conhecimento acerca do mesmo (Cunha, 2017)

Dentro desta caracterização geral, é possível segmentar o perfil do enoturista com base em diferentes variáveis (sociodemográficas, motivação, limitações, entre outros) (Vorobiova et al., 2020). Os autores Charters & Ali-Knight (2002) citado por Carvalho (2020), Cunha (2017) e Soares (2018) segmentaram o enoturista consoante o nível de conhecimento do vinho e as motivações, podendo ir desde o Amante de Vinho (formado em enologia e prioriza experiências inovadoras com vinho) até ao Iniciado em Vinho (sem formação, mas com curiosidade pelas atividades vínicas), intercalando com o Conhecedor de Vinho (detém alguma formação e procura aplicar e aprofundar esses conhecimentos) e o Interessado em Vinho (não possui formação, mas a sua motivação está na participação nas atividades relacionadas com o vinho, incluindo a compra).

Malerba, Kastenholz, & Carneiro (2023) indicam que as regiões vinícolas atraem e apresentam potencialidades para o usufruto enoturístico das mesmas por parte das famílias com crianças. No entanto, a escassa informação acerca do segmento de mercado dos enoturistas com crianças (Sigala, 2019) aponta que a carência de experiências enoturísticas familiares (Malerba et al., 2023) constitui uma dificuldade à prática de enoturismo, apesar de os pais estarem dispostos a pagar pela inclusão e satisfação das crianças (Curtale, 2018; Jelínková et al., 2017; Sigala, 2019).

Este potencial mercado requer criatividade e inovação, desde a criação, ao usufruto e à promoção das experiências enoturísticas, onde apelam à participação das crianças e à sua satisfação, proporcionando momentos educativos, divertidos e de desenvolvimento pessoal em família (Jelínková et al., 2017; Malerba et al., 2023; Sigala, 2019).

A segmentação do enoturista e o seu estudo permite a construção de uma estratégia de marketing eficaz quer para as empresas quer para a região, na medida em que capta um maior número de visitantes, correspondendo cada característica destes, através do aproveitamento não só dos recursos vínicos como também dos restantes recursos locais (Cohen & Ben-Nun, 2009).

Vários estudos referidos por Carvalho et al. (2021) acrescentam como fatores de motivação do enoturista: a envolvimento profunda na cultura, na atmosfera e nas características da região vinícola que visita, por via de experiências enoturísticas que privilegiam o local, e cujas mesmas proporcionam momentos de aprendizagem únicos e inesquecíveis com aquilo que os rodeia.

Conclui-se que a atração do enoturista em visitar uma região vinícola ou uma adega como destino turístico vai para além das atividades vínicas como a prova e a visita às adegas (Cohen & Ben-Nun, 2009; Rachão et al. (2021); Santos et al., 2022). Portanto, Rachão et al. (2021) e Vorobiova et al. (2020) concordam que o enoturista se sente estimulado pela panóplia de atividades que envolvem a exploração dos recursos existentes na região que visitam, tais como a visita à zona, a apreciação da paisagem, a experiência culinária, a visita a outras atrações locais e a imersão na cultura local.

A imersão na cultura local é possível através do envolvimento do enoturista no usufruto da experiência como agente ativo (Carvalho et al., 2021). A sua envolvimento existe através do contacto com as comunidades locais, os agentes locais e os recursos do destino, promovendo experiências autênticas, únicas e memoráveis, fomentando assim a criação de valor para a região em termos turísticos (Aramendia et al., 2021; Rachão et al., 2021; Santos et al., 2022).

Temos como exemplo o estudo elaborado por Carvalho et al. (2021), onde para grande parte dos enoturistas questionados que visitaram a região vinícola da Bairrada em Portugal, se sentiram parte daquele local, através do escutar das histórias da cultura vinícola local, contadas pelos produtores e habitantes em várias atividades ligadas ao vinho. Estes enoturistas relataram que se sentiram

mais envolvidos social, cultural e simbolicamente através da interação social e do *storytelling*, tornando a experiência mais imersiva e personalizada, e por conseguinte, memorável e autêntica.

As experiências enoturísticas tornam-se únicas, genuínas e inesquecíveis através da originalidade, da autenticidade e dos elementos multissensoriais (Aramendia et al., 2021). Para tal, a experiência enoturística deve incluir a identidade local, os recursos naturais e culturais e o património tangível e intangível, que são o que caracteriza e atribui singularidade a uma determinada região, assim como as experiências que ajudam a compor.

A sua singularidade, a abrangência e a riqueza são elementos captados quando a mesma tem a capacidade de criar uma conexão com o enoturista (Esau & Senese, 2022). Essa ligação é criada através das sensações sentidas no usufruto das experiências pelo enoturista, proporcionadas pelos cinco sentidos: o tato, a visão, o paladar, a audição e o olfato (Aramendia et al., 2021; Santos et al., 2019).

### **3.2. Comunicação das Experiências Enoturísticas**

A captação de enoturistas através de estratégias de promoção e venda do produto pelos agentes locais são também considerados, pelo autor Costa & Kastenholz (2009), elementos integrantes da composição da experiência enoturística.

Segundo Aramendia et al. (2021), os enoturistas recorrem preferencialmente a informação disponível online, para saber mais acerca da sua visita. Por conseguinte, o contacto entre visitante e a experiência ou destino enoturístico inicia-se desde o momento de curiosidade, passando pela tomada de decisão de compra, pelo usufruto, até ao seu regresso a casa (Agapito et al., 2014). Desta forma, é importante ter em atenção o tipo de informação publicada, de que forma é feita e através de que meios em todas estas fases, contribuindo para o sucesso da captação de visitantes. Portanto, a construção de estratégias de marketing eficientes em enaltecer as potencialidades da região vinícola, bem como as atividades nela incluídas, são essenciais, utilizando a comunicação digital como ferramenta de divulgação de informação e atração de enoturistas (Aramendia et al., 2021).

Os estudos indicam que os enoturistas são capazes de valorizar e compreender melhor a região vinícola e os seus recursos quando as vivenciam e não se limitam a observar, conciliando com a

sua vontade em obter experiências enriquecedoras e variadas, contribuindo para além da simples atividade de compra de vinho (Quadri-Felitti & Fiore, 2012). Neste sentido, a economia de experiência é o modelo que melhor se aplica à cadeia de valor do enoturismo, quer na criação como na venda e prática das experiências enoturísticas, capaz de captar a sua essência holística (Quadri-Felitti & Fiore, 2012). No entanto, poucos são os estudos que adotam uma abordagem holística de forma a compreender a real natureza da experiência enoturística.

Quadri-Felitti & Fiore, em 2012, aplicaram o modelo de economia de experiência de Pine e Gilmore (1998), referenciados em muitos estudos, e onde é possível identificar as dimensões mais importantes da economia da experiência - Entretenimento, Educação, Estética e Escapista - no contexto enoturístico, com o objetivo de indicar as suas potencialidades, comprovar a sua essência holística, capacitar os agentes e contribuir para futuros estudos nos destinos enoturísticos (Kastenholz et al., 2022; Quadri-Felitti & Fiore, 2012).

Assim sendo, as atividades enoturísticas foram divididas e agrupadas segundo as quatro dimensões da economia da experiência por Quadri-Felitti & Fiore em 2012. Esta seleção foi realizada segundo os fatores de motivação e descrições baseados na investigação realizada acerca do enoturismo. Detalhadamente, a dimensão educativa corresponde ao interesse dos enoturistas em saber mais sobre a produção, degustação e harmonização entre os alimentos e o vinho e cuja mesma contribui para a memorabilidade e satisfação da experiência, sendo considerada por alguns autores como a principal motivação para a realização de enoturismo por parte do turista. (Duan et al., 2018; Kastenholz et al., 2022). Quanto à dimensão entretenimento, esta aplica-se ao envolvimento do enoturista em eventos e espetáculos como concertos nas vinhas ou demonstrações culinárias nas adegas (Kastenholz et al., 2022; Quadri-Felitti & Fiore, 2012). A dimensão estética diz respeito ao envolvimento dos turistas em ambientes sensuais (Quadri-Felitti & Fiore, 2012) e paisagísticos, vários autores destacam-na como a mais atraente e com a capacidade de transmitir a autenticidade da região vitivinícola, contribuindo assim para a memória e lealdade do enoturista (Kastenholz et al., 2022). Por fim, a dimensão escapista é considerada a mais imersiva mas a mais difícil de operacionalizar, representando a ligação participativa do enoturista num tempo ou lugar diferentes (Kastenholz et al., 2022; Quadri-Felitti & Fiore, 2012;).

Apesar de a análise determinar que as dimensões entretenimento e educação são as componentes decisivas na experiência do enoturista (Ponsignon & Holmqvist, 2023), não existe consenso na

comunidade acadêmica acerca das dimensões mais relevantes em destinos enoturísticos (Kastenholz et al., 2022). Para além disso, um dos estudos analisados por Kastenholz et al. (2022) salienta que a dimensão escapista está pouco presente nas experiências dos enoturistas do Douro sugerindo uma possível falta de ênfase por parte dos gestores da região em integrar elementos específicos da mesma nas atividades.

Na perspectiva das autoras Quadri-Felitti e Fiore (2012), este modelo serve como matriz para uma oferta eficaz, quer para as empresas que oferecem atividades, como para os destinos enoturísticos. A sua utilização permite compreender quais as valências e necessidades a potencializar ou a reforçar com a ajuda dos recursos envolventes da região. Este planeamento estratégico proporciona experiências mais variadas, completas, sensoriais, hedónicas e de qualidade, tendo como consequência a atração de mais enoturistas e a valorização da região vinícola (Bruwer et al., 2018). Para além disso, evidencia o fator complementaridade e vislumbra uma visão abrangente do enoturismo como um todo.

Quadri-Felitti e Fiori (2012) realçam, ainda, a importância de incluir o fator genuinidade em todos os domínios da experiência, tal como Pine e Gilmore (1998) defendem. A análise da literatura comprova que a genuinidade é um fator motivacional na procura por um destino ou atividade turística, sendo o enoturismo o tipo mais procurado no que toca a este assunto. Portanto, é de extrema importância a aposta no desenvolvimento dos destinos enoturísticos por via da genuinidade (Quadri-Felitti & Fiore, 2012).

No entanto, ao longo da investigação, as próprias autoras Quadri-Felitti e Fiore detetaram dificuldades na operacionalização fiável do modelo no enoturismo, provocada pela falta de exploração alargada do tema nos diferentes serviços turísticos que complementam a visita do enoturista (Quadri-Felitti & Fiore, 2012).

Alguns autores (Kastenholz et al., 2022) defendem a combinação das dimensões do modelo, podendo ser uma mais-valia para o enriquecimento da experiência em si e da sua fruição. Assim sendo, permite envolver uma maior quantidade de sentidos humanos e consequentemente aumenta as sensações, emoções e prazer. Por fim, contribui para uma pós-experiência positiva e posterior recomendação (Kastenholz et al., 2022; Ponsignon & Holmqvist, 2023).

Na promoção e comunicação, também os 4 E's poderão ser úteis para os gestores dos destinos e as empresas, tornando-se uma estratégia eficaz, no sentido de promover a realidade, as experiências imersivas e variadas, as potencialidades da região e a experiência final. Em específico, os autores Kastenholz et al. (2022) defendem o destaque da dimensão educacional e da dimensão estética para uma estratégia de marketing da rota do vinho.

Os estudos evidenciam que a estratégia de marketing eficaz na divulgação e promoção de experiências diz respeito àquela que utiliza a informação de forma dinâmica, rica, sensorial, capaz de estabelecer empatia entre a oferta e o interessado, apta a incentivar ao envolvimento do visitante ao nível físico, intelectual e emocional com o destino enoturístico e com a experiência proposta (Agapito et al., 2014; Consoli, 2010; Santos et al., 2022). Esta estratégia diz respeito ao marketing emocional/ sensorial, onde as sensações e as emoções são os ingredientes principais e decisivos no comportamento do consumidor/ visitante (Jiménez-Marín et al., 2019; Santos et al., 2022). Na sua base está a captação e comunicação de estímulos sensoriais através dos cinco sentidos humanos, que por sua vez provocam sensações e, conseqüentemente, desencadeiam emoções que influenciam o comportamento do interessado e futuro visitante (Agapito et. al, 2014). Para uma maior eficácia na sua comunicação, esta é feita através dos canais multimédia e em especial dos meios digitais online (Consoli, 2010). Em concreto, as redes sociais e os *websites* tornam-se um canal específico, onde a informação acerca do destino enoturístico e das experiências existentes é facilmente difundida, captando a atenção e incentivando à participação dos visualizadores (Agapito et. al, 2014; Aramendia et al., 2021).

Nestes canais de multimédia são utilizados diferentes técnicas de comunicação, onde está implícita a base do marketing emocional, como a capacidade de captação e exploração das características únicas da região vinícola e da sua oferta enoturística, a serem utilizadas nas diferentes etapas do processo de visita. Essas técnicas dizem respeito a: o *storytelling*, em que, através da narração de histórias acerca dos atributos enoturísticos e cultura da região envolvente, incita sensações de excitação e envolvimento ao visitante, preparando uma atmosfera ideal para o usufruto de uma experiência rica e memorável (Rachão et al., 2021; Santos et al., 2022); o eWOM cujos testemunhos e comentários dos visitantes poderão fornecer informações mais precisas, do ponto de vista de quem usufrui das atividades, transmitem uma sensação de segurança e confiança ao futuro visitante e diminuem a diferença entre a expectativa e a realidade (Agapito et al., 2014); a

utilização de tecnologia avançada como a realidade aumentada e virtual, para existir uma maior transparência da realidade e transmissão de sensações da experiência no local, como por exemplo o uso do *QR Code* para alargar a transmissão de informação da visita tradicional acerca de todas as características da região onde a experiência enoturística está a decorrer, bem como da sua cultura (Aramendia et al., 2021).

A revisão da literatura indica que o sucesso de uma experiência enoturística está na ligação emocional que o enoturista estabelece durante a realização da mesma (Agapito et al., 2017; Campo et al., 2021; Esau & Senese, 2022; Eustice et al., 2019; Santos et al., 2019). A importância decisiva da componente emocional nas experiências torna vital compreender a presença e o envolvimento das sensações e emoções no destino enoturístico e, por consequência, nas suas atividades que advém dos seus recursos.

Os estímulos existentes no meio envolvente externo são rececionados e selecionados pelos cinco sentidos humanos, que posteriormente são organizados e convertidos em informação sensorial pelo cérebro, descrita em termos de cores, odores, sons, texturas e sabores, que se traduz em sensações (Agapito et al., 2017; Santos et al., 2019).

As sensações influenciam a perceção, memória e comportamentos, sendo que cada indivíduo faz a sua interpretação daquilo que receciona, originando tomadas de decisões e ações variadas e específicas (Agapito et al., 2017; Esau & Senese, 2022; Santos et al., 2019).

O impacto do usufruto das experiências sensoriais no enoturista permite a criação de uma relação favorável e intensa com os destinos, inclusive, torna-as essenciais para a compreensão e valorização das características únicas e distintas das regiões vinícolas, quer pelos enoturistas quer pelas organizações, através da integração da dimensão sensorial na exploração dos seus recursos (Agapito et al., 2017; Esau & Senese, 2022; Santos et al., 2019).

Os destinos são compostos por qualidades sensoriais únicas e diversas, presentes nos seus recursos, que lhes acrescentam valor e que estão disponíveis ao longo de todo o ano, captadas através dos sentidos humanos (Agapito et al., 2017). Desta forma diferenciadora, os recursos e o destino enoturístico em si poderão ser potencializados por via da construção de experiências turísticas sensoriais, da estruturação da oferta existente, da gestão do mesmo, da criação de estratégia de marketing onde a comunicação e a promoção privilegiam a informação sensorial, contribuindo

para a consolidação do posicionamento, da imagem e da competitividade do destino (Agapito et al., 2017; Santos et al., 2021).

A presença das variadas sensações nas experiências enoturísticas, sendo que quanto maior a quantidade e diversidade da presença de elementos sensoriais, mais ricas e intensas estas serão, maximiza o impacto positivo significativo nas percepções, nas emoções, na satisfação e nos comportamentos dos enoturistas, perpetuando memórias duradouras e originando as intenções de recomendação e revisita do destino e na participação nas mesmas atividades (Agapito et al., 2017; Esau & Senese, 2022; Santos et al., 2019).

Segundo Santos et al. (2021), é por via das emoções que o enoturista expressa a complexidade das sensações, podendo ser positivas ou negativas, conforme aquilo que este sente durante e após a realização das experiências.

As sensações e as emoções podem ser utilizadas como mais-valia para outras vertentes, para além da criação de experiências enoturísticas e para as diferentes fases da aquisição das mesmas (pré, durante e pós visita), tais como, na segmentação do mercado, na comunicação, na comercialização, na promoção, no serviço apresentado ao visitante, no combate à sazonalidade e na gestão dos destinos enoturísticos (Agapito et al., 2017; Campo et al., 2021; Pelegrín-Borondo et al., 2020; Santos et al., 2019).

Os autores Agapito et al. (2017), Esau e Senese (2022) e Santos et al. (2019) mencionam que as sensações visuais são as que mais atraem e perpetuam na memória positiva do enoturista e inclusive são as mais utilizadas na partilha da experiência com os outros. Nomeadamente, através da comunicação por fotografia, onde a peculiaridade do destino enoturístico fica registado, por isso quanto maior for a singularidade da experiência, melhor a foto será para divulgar nas redes sociais. Esta é também uma das formas de promoção de um destino enoturístico.

Todavia, Santos et al. (2019) realçam que os resultados da sua pesquisa enfatizam que cada impressão sensorial resulta num comportamento próprio, por isso, as organizações devem utilizar mais elementos do que apenas os visuais, de sabor e de aroma, para atrair mais turistas e de diferentes segmentos, assegurando a lealdade e intenções de compra. Para além disso, Esau e Senese (2022) destacam que as sensações e as emoções podem ser despertadas por experiências sensoriais práticas educativas e divertidas.

Contudo, salienta-se que dos vários estudos analisados, o foco dos mesmos relativos às sensações, emoções e comportamentos no enoturismo e à sua presença, está no vinho em si, na sua aquisição e degustação, e pouco no usufruto das experiências enoturísticas sensoriais diversas e holísticas (Campo et al., 2021; Eustice et al., 2019; Pelegrín-Borondo et al., 2020; Santos et al., 2020).

## **4. Parte I – Estágio**

### **4.1. Caracterização da Empresa Acolhedora – Quinta da Avessada**

Este subcapítulo tem como objetivo descrever a Quinta da Avessada, empresa acolhedora na qual foi realizado o estágio, através de informações acerca da sua localização e da região envolvente, da história da empresa, oferta e procura turística e dos seus elementos diferenciadores.

O estágio foi realizado entre agosto e novembro, do ano de 2019, (perfazendo um total de 810 horas) correspondendo aos meses de maior carga de trabalho e elevada procura turística. A principal função foi a de guia de turismo, dando a conhecer aos visitantes da Quinta da Avessada, as tradições de Favaios e da região envolvente e colaborando na realização das atividades enoturísticas, a fim de lhes proporcionar experiências ricas e únicas.

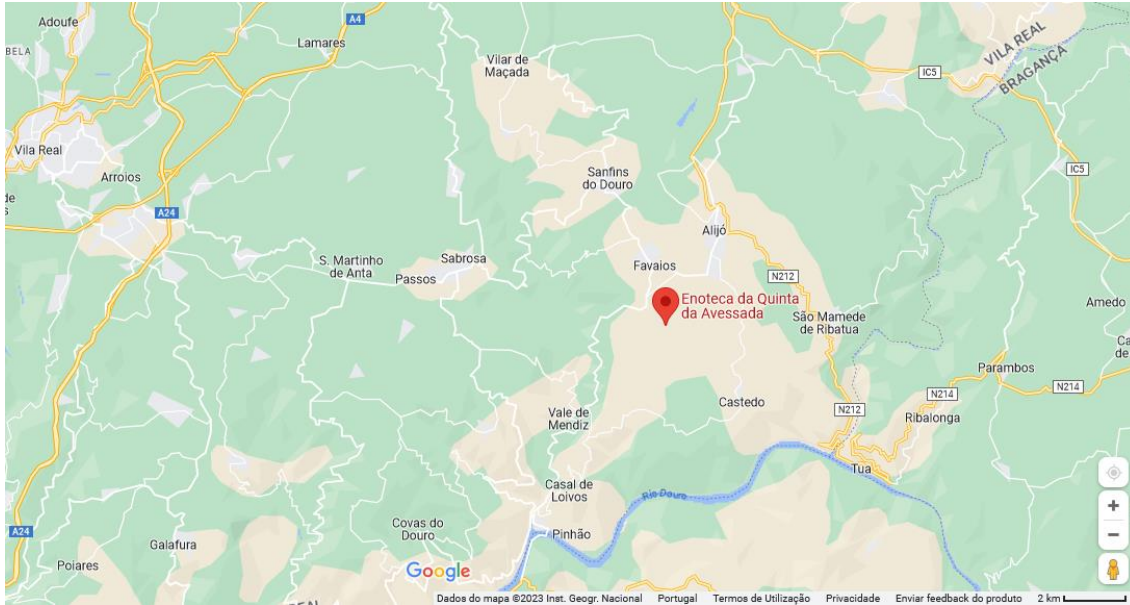
#### **4.1.1. Contextualização Geográfica**

A Quinta da Avessada está situada no planalto de Favaios, localizado no concelho de Alijó, fazendo parte do distrito de Vila Real e da região Norte de Portugal (Cunha, 2017), a uma distância de 130 km da cidade do Porto (Favaios, s.d.).

A Enoteca do Douro, também conhecida por Quinta da Avessada, situa-se em pleno centro da Região Demarcada do Douro e do Alto Douro Vinhateiro. Esta região está classificada pela UNESCO como Património Mundial da Humanidade, a aproximadamente 600m de altitude do nível médio das águas do mar (Quinta da Avessada, s.d.).

Na Figura 3 é possível observar a localização da Quinta na aldeia de Favaios, assinalada com um marco vermelho.

**Figura 3 - Localização da Quinta da Avesada**



*Fonte: Google Maps (s.d.), acedido a 21 de setembro de 2023*

### **Favaios**

Favaios possui 937 habitantes (segundo os Censos de 2021) (Câmara Municipal de Aljô, s.d.) e é uma freguesia situada no planalto na Serra do Vilarelho, ocupando uma área de 20,57 Km<sup>2</sup>, sendo delimitada a oeste pelo rio Pinhão e composta pelas aldeias de Favaios, Mondego e Soutelinho (Câmara Municipal de Aljô, s.d.). A mesma está também integrada na Região Demarcada do Douro, bem como na sua área classificada como Património da Humanidade, o Alto Douro Vinhateiro, em 2001.

Atualmente, a aldeia de Favaios pertence à rede “Aldeias de Portugal”, constituída por 83 aldeias rurais e tradicionais com potencialidades turísticas, dadas as suas características naturais e culturais e o seu património material e imaterial. Esta rede tem como objetivo revitalizar e desenvolver estas aldeias vivas através do investimento e promoção como um produto turístico (ATA - Associação de Turismo de Aldeia, s.d.). Além disso, Favaios encontra-se igualmente inserido, desde 2001, no programa “Aldeias Vinhateiras” (Cristóvão et al., 2010), constituído por 6 aldeias rurais do Douro Vinhateiro marcadamente ligadas pela vinha e pelo vinho, com um decréscimo populacional e onde a atividade vitivinícola é o setor económico predominante, cujo objetivo do mesmo é revitalizar estas aldeias e valorizar o seu património (Wine Villages, s.d.).

**Figura 4 - Localização de Favaios na Região Norte**



Fonte: Adaptado de INE - Anuário Estatístico da Região Norte (2018) e Google Maps (s.d.), acedidos a 27 de janeiro de 2020

### Caracterização Histórica

A origem do topónimo Favaios deriva de Flávias, nome pelo qual a povoação era conhecida na antiguidade, proveniente do nome do seu fundador Flavius. (Câmara Municipal de Alijó, s.d.)

A sua história remonta à Idade do Ferro, onde os primeiros povos viviam em aldeias fortificadas (castros), havendo vestígios arqueológicos da sua fixação perto das muralhas. Favaios sofreu também invasões dos Mouros, das quais provocou a partida dos habitantes para outros locais, tendo regressado anos mais tarde aquando da expulsão definitiva destes invasores, sendo necessário reedificar este povoado (Câmara Municipal de Alijó, s.d.).

D. Afonso II, em 1211, concedeu a carta de foral ao povoado de Favaios “vobis XII populatoribus de Fabaiois”, tendo sido confirmada mais tarde (em 1270) por D. Afonso III, transformando este povoado num concelho com autonomia administrativa e judicial (Wine Villages, s.d.).

Favaios é conhecida pela qualidade do seu vinho licoroso Moscatel, produzido na Adega Cooperativa local e pelo afamado pão de Favaios ou trigo de “quatro quantos” confeccionado ainda de forma tradicional (Câmara Municipal de Alijó, s.d.).

### Caracterização Económica

A economia desta freguesia baseia-se, sobretudo, no setor primário, nomeadamente na exploração vinícola, estando esta ligada à cultura da casta Moscatel Galego, e à produção do famoso Moscatel de Favaios (Machado, 2010). Também aqui está presente o setor secundário, representado pela indústria da panificação, contando com algumas padarias ainda tradicionais, que produzem o trigo de “quatro quantos” e a conhecida bola de carne (Câmara Municipal de Alijó, s.d.). O setor terciário também faz parte da economia desta aldeia, por via do Turismo, proveniente da atividade turística da Quinta da Avesada, do Núcleo Museológico Favaios - Pão e Vinho e da Adega Cooperativa de Favaios.

### Caracterização Turística

Tendo em conta que Favaios insere-se na Região Demarcada do Douro, partilha grande parte dos seus recursos turísticos, tais como, a paisagem singular, a natureza, a segurança, tranquilidade e bem-estar, o património histórico, cultural e arquitetónico e o vinho. Para além disso, acrescenta, a estes recursos, as tradições locais e o pão artesanal.

Favaios possui um vasto património material, com a capela de Santa Bárbara, a capela de São Paio do séc. XVI, a capela de Santo António, o Antigo Paço do Concelho, a Igreja Matriz de São Domingos com a torre sineira mais alta do concelho, uma Fonte Manuelina, a Quinta de São Jorge, o Castro do Vilarelho, a capela do Senhor Jesus do Outeiro, o Cruzeiro de Favaios, a Igreja Matriz de São Domingos, a Quinta de São Jorge, o Teatro de Favaios e os três Marcos Pombalinos (Favios, s.d.).

Além da paisagem, das marcas arqueológicas, das casas brasonadas e dos monumentos religiosos, esta aldeia detém um património imaterial singular, representado pelas suas tradições ligadas à vinha, ao vinho e ao pão (Junta de Freguesia de Favaios, 2023). A cultural local, as tradições, as formas de viver e fazer (englobando técnicas seculares) constituem a memória coletiva viva deste povo (Cunha, 2017), que pode ser apreciada pela convivência com os locais e através dos percursos pelas padarias artesanais e pelo núcleo museológico local, que tem como missão preservar, interpretar, divulgar e valorizar estes produtos identitários de Favaios (Favios, s.d.). Além disso, na Quinta da Avessada é promovido o Projeto “Da\_Vide” aos visitantes, onde o seu criador, o engenheiro Pedro Teixeira, vende e divulga a ideologia do mesmo, que consiste no reaproveitamento das vides como matéria-prima para a produção de artesanato local ecológico, artigos inovadores e de alto potencial energético (Pina, 2017).

Em Favaios existe, como equipamentos turísticos, o núcleo museológico local, as padarias artesanais, a adega cooperativa, a quinta enoturística da Avessada, dois empreendimentos turísticos, a Quinta da Faísca (Fonseca, 2023) e a Casa de Campo Bardus e restaurantes.

### **Região Demarcada do Douro**

A Região Demarcada do Douro (RDD) é a região vitícola demarcada e regulamentada mais antiga do mundo, criada por Decreto Real, em 1756, por Marquês de Pombal (Sequeira & Diniz, 2014). Atualmente, a sua indicação geográfica está sobre jurisdição do Decreto-Lei nº 173/2009 de 3 de agosto de 2009 (Diário da República, 2009). Esta está localizada no nordeste de Portugal, mais especificamente na bacia hidrográfica do rio Douro, entre o concelho de Mesão Frio até Freixo de Espada à Cinta, ao longo do vale do rio Douro, inserindo-se em grande parte da NUT III Douro e uma pequena área da NUT III Alto Trás-os-Montes. A mesma ocupa uma área de 250 000 hectares, sendo 45 000 hectares de vinhas e está dividida em 3 sub-regiões caracterizadas por aspetos geológicos e climáticos específicos: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior (Machado, 2010, p. 31).

O Baixo Corgo é a sub-região mais a ocidental e com menor dimensão, ainda assim é a que possui a maior concentração de vinhas, dado ter um clima mais fresco e chuvoso e ser mais fértil. O Cima Corgo situa-se na parte central da região, sendo apelidado de “coração do Douro” e é caracterizada pela qualidade dos vinhos. O Douro Superior, a sub-região mais oriental, apresenta temperaturas

mais elevadas e períodos de seca extrema, no entanto o espaço ocupado pela vinha é menos acidentado e produz castas autóctones únicas (Brambilla, 2015).

**Figura 5 - Mapa da Região Demarcada do Douro**



*Fonte: Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (Limite da Região Demarcada do Douro, s.d.), acedido a 29 de dezembro de 2019*

A RDD apresenta um cenário paisagístico único, que combina as encostas íngremes e solos acidentados com a ação ancestral e contínua do Homem, proporcionando um mosaico territorial muito complexo, mas atrativo, onde se destacam os vinhedos acompanhados pelo olival e amendoal, com um grande potencial económico, social e cultural. Para além disso, possui singularidades geológicas e climáticas que lhe permite criar um produto igualmente ímpar, o Vinho do Porto (UNESCO, 2001, citado por Machado, 2010, p. 31).

A produção do vinho do Porto faz-se nesta região há cerca de 2 000 anos, mas a regulamentação da sua qualidade só foi estabelecida em 1756 por Marquês de Pombal com a criação da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, como forma de permitir a venda dos vinhos a um

preço mais justo, melhorar o cultivo da vinha e aumentar a competitividade (Machado, 2010, p. 31).

As especificidades da região tornaram-na Património Mundial da Humanidade a 14 dezembro de 2001 (Alcântara, 2017). Esta classificação foi adjudicada pela UNESCO, onde atribuiu este reconhecimento à área mais representativa e mais bem conservada da Região Demarcada do Douro, denominada Alto Douro Vinhateiro, com 24 600 hectares (Cunha, 2017).

Segundo o *website* oficial da UNESCO (UNESCO, s.d.), a paisagem cultural da região vinícola reflete a relação única entre o Homem e o ambiente natural ao longo dos séculos. A longa tradição está refletida nas variações históricas da ocupação do espaço, assim como, a cultura e a evolução tecnológica, social e económica. Além disso, a paisagem ainda é lucrativamente cultivada de forma tradicional pelos proprietários, desde os grandes aos mais pequenos.

### Caracterização Sociodemográfica

Em 2011, a população da sub-região NUT III Douro (onde está inserida grande parte da Região Demarcada do Douro) era de 205 902 habitantes, registando uma variação negativa de 7,2% (o equivalente a menos 16 mil) entre os anos 2001 e 2011 e obtendo uma regressão demográfica, característica comum entre os territórios interiores e de baixa densidade populacional, como é o caso (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015). O número de habitantes do Douro representa 6% do total da NUT II Norte e 1,9% de Portugal, tendo sido o quinto maior decréscimo populacional no contexto nacional (Hogg & Rebelo, 2017). Esta situação é explicada pelos valores negativos do saldo natural (-4,1%) e do saldo migratório (3,1%). No ano de 2011, o Douro era uma sub-região caracterizada fortemente pelo envelhecimento populacional, onde 23% do total da população residente possuía 65 ou mais anos (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015).

No ano de 2018, o envelhecimento populacional continua a verificar-se com 47 704 residentes com 65 ou mais anos, representando 25% da população total, registando assim um aumento face ao ano de 2011 (INE, 2019). A partir destes dados recentes, é possível concluir claramente que a sub-região está a perder população e a mesma está cada vez mais envelhecida.

Segundo dados mais atuais, em 2021, residiam 184 043 habitantes na sub-região do Douro, menos 21 114 residentes dos que os registados nos Censos de 2011 (Vivadouro, 2021).

Em 2015, 44% da população residente na NUT III Douro concentrava-se no eixo urbano (Lamego, Peso da Régua e Vila Real) (Pereiro, et al., 2020). É também este o eixo que agrega a totalidade dos estabelecimentos de ensino superior da sub-região, nomeadamente, a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e a Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015).

Relativamente, ao nível de instrução da população, em 2011, 24 704 residentes possuíam ensino superior (Santos, 2018). Mais recentemente, em 2018 a taxa de escolarização no ensino superior (entre os 18 e os 22 anos) era de 41,2%, ou seja, mais de metade dos alunos que terminaram o ensino secundário não optaram por prosseguir os estudos e entrar na universidade para aumentar a sua qualificação, e registou-se 3 166 diplomados do ensino superior no mesmo ano (INE, 2019). É importante que a população local obtenha um grau de qualificação elevado, pois tem uma maior e melhor base científica que pode aplicar na resolução de problemas e no desenvolvimento positivo da sua região.

De forma a amenizar estes problemas demográficos e dinamizar a região, passou a conjugar-se a produção vitivinícola, alicerce económico e social da mesma, com o turismo, obtendo uma perspectiva multifuncional da paisagem (Pina, 2017).

### Caracterização Económica

Quanto aos fatores económicos, o território do Douro, em 2011, representava 4,6 % da riqueza total gerada no Norte e obteve um desempenho e desenvolvimento económico (indicador PIB *per capita*) de 83% face a esta NUT II (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015).

Os setores económicos que mais se destacam no Douro, no período de 2017 são o terciário, com 43 629 trabalhadores e o primário, com 39 532 trabalhadores. Enquanto o setor secundário apenas emprega 12 034 trabalhadores (INE, 2019). Isto quer dizer que a economia da sub-região Douro se baseia na agricultura e nos serviços. Segundo Santos (2018), entre 2011 e 2015 registou-se um aumento significativo do número de empresas do setor primário, no entanto, em 2017 verificou-se uma mudança, com o aumento relevante (14%) das empresas que prestam serviços (INE, 2019). Isto significa que a economia da sub-região está a desenvolver-se e a direccionar-se para o setor terciário, apostando mais nos serviços.

Os principais polos empresariais e de emprego, da sub-região do Douro, situam-se nos concelhos de Vila Real, Lamego, Peso da Régua e Alijó, representando mais de 50% do potencial económico da mesma (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015).

Em termos socioeconómicos, a sub-região do Douro caracteriza-se pela sua população envelhecida e pouco qualificada. Além disso, apresenta uma enorme fragilidade empresarial e onde a administração pública, o ensino e a saúde nos centros populacionais tem crescentes assimetrias internas (Sequeira & Diniz, 2014). Confirmando-se assim, uma perspetiva de atraso da sub-região em relação ao país.

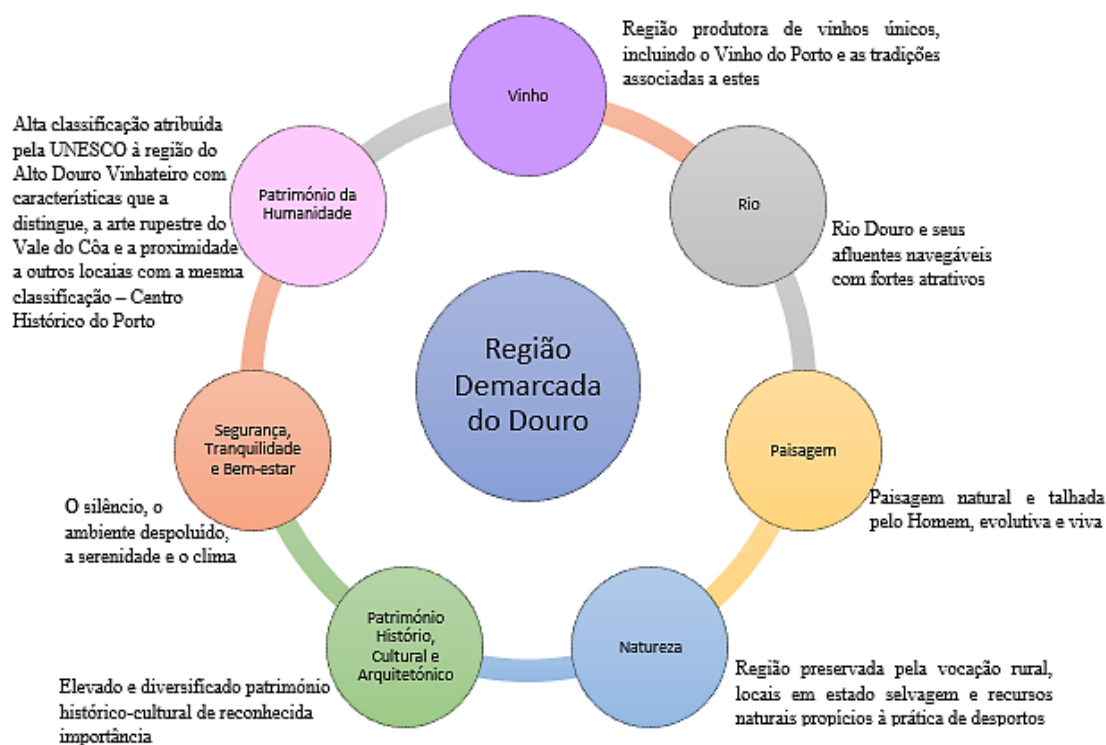
Em relação à rede rodoviária, que liga a sub-região, existem 3 eixos principais estratégicos: a A4/ IP4 (relação Porto/ Vila Real/ Mirandela/ Bragança), A24/ IP3 (relação Viseu/ Lamego/ Peso da Régua/ Vila Real/ Vila Pouca de Aguiar) e o IP2 (relação Guarda/ Vila Nova de Foz Côa/ Pocinho/ Bragança). É também relevante referir a rede ferroviária, com a linha do Douro (que se desenvolve entre a cidade do Porto e Barca d'Alva), cuja existência tem grande importância na geração de fluxos de turismo e de visitas (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015).

#### Caracterização Turística

A Região do Alto Douro Vinhateiro apresenta uma série de recursos e produtos turísticos, que compõem uma imagem forte e de elevado potencial turístico, constituindo a oferta do destino turístico (Sousa et al., 2013).

Os principais recursos, colocados à disposição do turista que visita a região, passam pelo vinho, pelo rio Douro, pela paisagem singular, pela natureza, pela segurança, tranquilidade e bem-estar, pelo património histórico, cultural e arquitetónico e pelo Património da Humanidade (ver Figura 6) (Sousa et al., 2013).

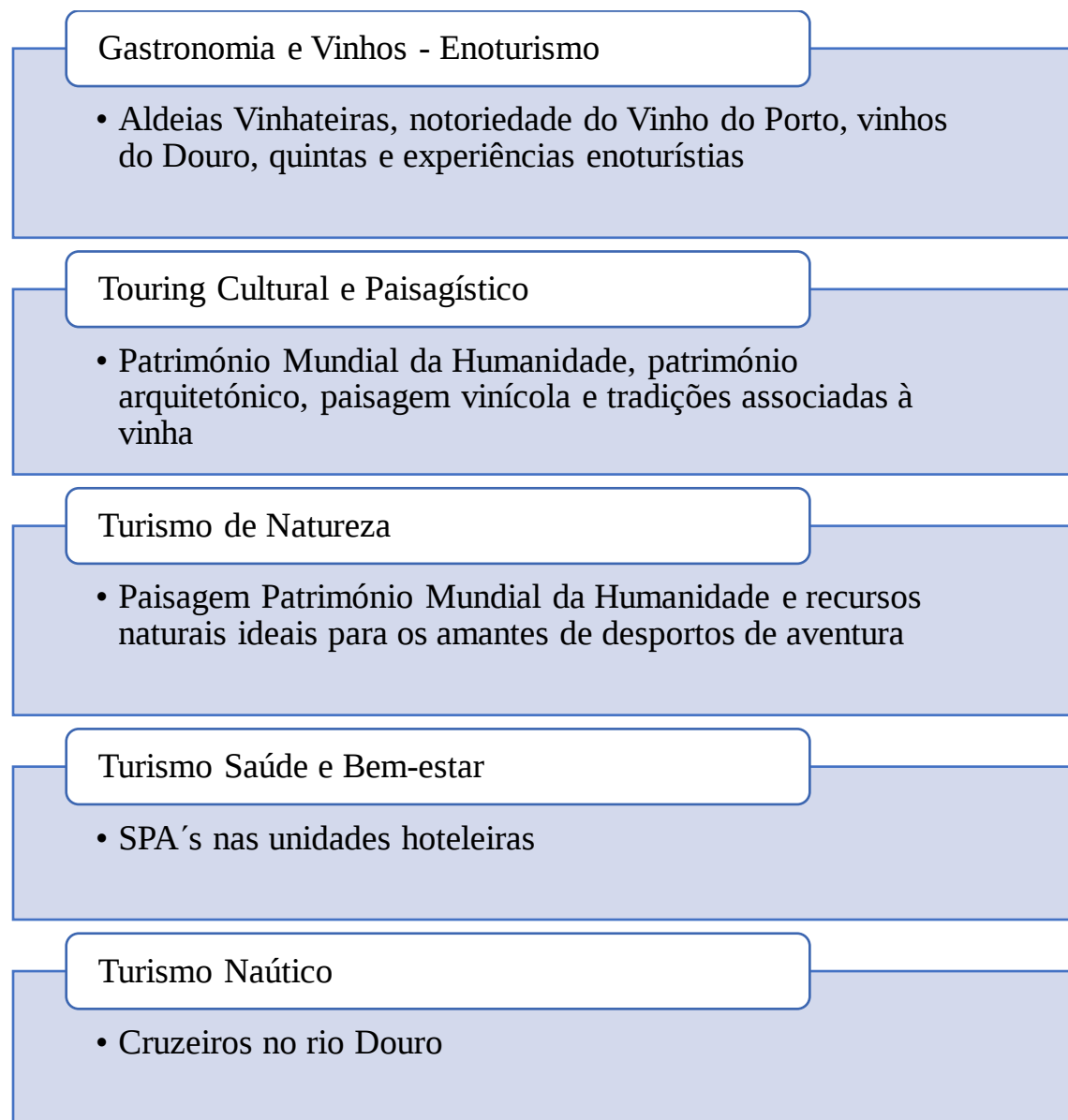
**Figura 6 - Recursos Turísticos da Região Demarcada do Douro**



*Fonte: Produção própria (baseada em CCDR-N, 2008, citado por Sousa et al., 2013, p.274 e Cunha, 2017, p.99)*

Com base nos recursos, a oferta turística desta região agrega os produtos Gastronomia e Vinhos – Enoturismo, Touring Cultural e Paisagístico, Turismo de Natureza, Turismo de Saúde e Bem-estar, Turismo Náutico, Turismo City/ Short Breaks (ver Figura 7) (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN), 2008).

**Figura 7 - Produtos Turísticos da Região Demarcada do Douro**



*Fonte: Produção própria (baseada em Cunha, 2017)*

Para além dos recursos turísticos mencionados, a Região Demarcada do Douro possui um vasto património cultural imaterial, de elevada importância e com grande potencial, rico em tradições e costumes (Sousa et al., 2013). Este usufrui também de uma “cultura muito própria e popular”, de tradições, do artesanato, de uma filosofia de vida e da personalidade simples e respeitosa do povo que habita nesta região (Douro Valley, s.d.), tendo a memória oral como meio de preservação e de transmissão, constituindo assim parte ativa da sua identidade cultural (Sousa et al., 2013).

Segundo Sequeira & Diniz (2014, p.11), a classificação da paisagem da região como Património da Humanidade gerou oportunidades para o setor turístico. A navegabilidade do rio Douro, com os cruzeiros, bem como a crescente oferta de alojamento de qualidade e serviços contribuíram para o aparecimento de novas ocasiões para o turismo mais massificado, quer para o mais seletivo. Para além disso, intensificaram-se as atividades turísticas como os cruzeiros fluviais, as quintas turísticas, o comboio histórico e a Rota do Vinho do Porto (Cunha, 2017).

Quanto ao alojamento, de acordo com os dados fornecidos pela base de dados online PORDATA (2019), a Região Demarcada do Douro, em 2018, detinha 118 alojamentos turísticos e com a capacidade de 5 044 camas. Além disso, estão registados na base de dados do Turismo de Portugal, IP (RNET) 192 empreendimentos turísticos na sub-região Douro.

Na sub-região do Douro existem 202 agentes de animação turística registados no portal RNAAT.

No que diz respeito à procura turística, esta caracteriza-se pelos dados estatísticos sobre o turismo na sub-região e dados acerca do perfil do turista que a visita.

Assim sendo, o número de dormidas, em 2018, na sub-região do Douro foi de 446 771 e estiveram hospedados nos alojamentos turísticos 294 696 hóspedes (PORDATA, 2019).

Tendo em conta a informação disponível na base de dados PORDATA (2019), em 2001, a proporção de hóspedes estrangeiros, em relação aos portugueses era de 19,4%, já em 2018 era de 39,5%. Estes valores traduzem num aumento de 20,1 p.p., ou seja, existe um aumento da procura por parte dos estrangeiros.

A estada média nos alojamentos turísticos, em 2017, na NUT III Douro foi de 1,5 noites, enquanto na região Norte foi de 1,8 e em Portugal 2,7. Esta comparação de valores indica uma incapacidade de fixar visitantes/turistas na região (PORDATA, 2019).

Em 2018, os alojamentos da região Norte obtiveram 560 283 000 € de proveitos totais e na sub-região Douro adquiriram 40 146 000 €, representando 7,2% dos proveitos da região (PORDATA, 2019).

Quanto ao perfil do turista, traçado pelo CCDRN (2011) no *Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro*, com base em dados obtidos entre março de 2010 e abril de 2011, cerca de 60% dos turistas que visitam a sub-região Douro são portugueses, tal como indica a Figura 8.

**Figura 8 - Origem do turista da Região Douro**



*Fonte: CCDRN (2011, p.11)*

O principal motivo da viagem até à sub-região é o lazer, recreio ou férias (68,5%), seguido da visita a familiares e amigos (18,6%) e negócios ou atividades profissionais (10,6%), sendo o automóvel o meio de transporte mais utilizado na deslocação.

Cerca de 55% dos turistas já realizaram quatro ou mais visitas à sub-região nos últimos 5 anos, onde quase metade opta por se hospedar em hotéis ou pousadas.

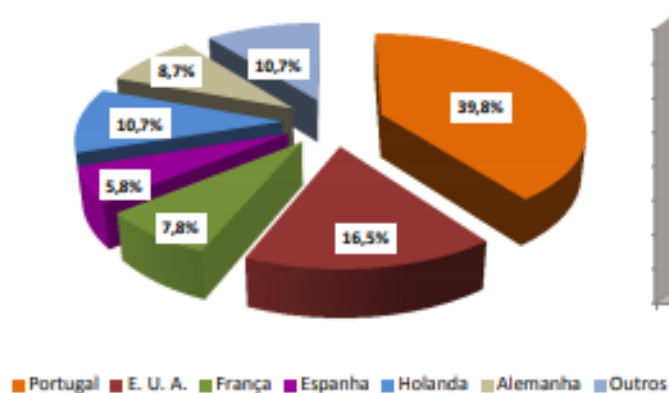
Mais de metade (60%) viajam em família, gastando em média, no máximo 50€ por dia (excluindo alojamento e viagem), e despendem a maior parte do tempo em visitas a locais históricos (31,8%) ou em atividades ligadas ao vinho e à gastronomia (16%).

Relativamente ao meio, através do qual tomaram conhecimento do Douro, deveu-se, principalmente, ao “passa a palavra” de familiares e amigos (30%), sucedido pela internet (25%).

A imagem que os turistas percecionam da sub-região do Douro é positiva, onde se destaca a simpatia das pessoas e a singularidade (cultural e paisagística) como os aspetos mais valorizados. Para além disso, a imagem está fortemente ligada ao vinho e vinhas e ao rio Douro, sendo um destino caracterizado pela sua tranquilidade.

Segundo dados baseados no estudo realizado pela associação Douro Alliance, no 2º semestre de 2013, com base na realidade turística dos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego, o número de turistas nacionais que visitam este eixo urbano diminuiu, passando de 60% em 2011 para 30,8% em 2013. No entanto, a nacionalidade portuguesa continua a ser a predominante.

**Figura 9 - Origem do turista do eixo urbano Vila Real, Peso da Régua e Lamego**



*Fonte: Associação Douro Alliance (2013)*

Note-se que em dois anos, a nacionalidade francesa perdeu relevância, enquanto que as nacionalidades americana e neerlandesa cresceram, face ao estudo mencionado do CCDRN de 2011.

Os turistas que visitam este eixo urbano caracterizam-se por, predominantemente, pertencerem à faixa etária dos 50 aos 65 anos, mais de metade possuírem o ensino superior (60%) e grande parte (84%) exercerem profissões do setor terciário. Os seus gastos diários, maioritariamente (66%) não ultrapassam os 149€ em estadia, alimentação e compras, porém é de salientar que os portugueses são quem mais gasta em valores entre 100€ a 149€ e os americanos nos gastos superiores de 300€.

Quanto às características da visita, o tempo de estada no território não ultrapassa os 3 dias em grande parte (85%) das visitas a este eixo urbano e apenas 6,7% dos inquiridos do estudo referem ter permanecido mais que 8 dias, ou seja, o território não é capaz de fornecer atrativos para o aumento da permanência dos turistas.

Além disso, os meios mais utilizados na organização da visita foram a internet, o email e uma agência ou um operador, onde os fatores que mais influenciaram a visita foram o património histórico (23,5%, o clima (14,3%) e a gastronomia (12,6%). É de salientar que 68% dos inquiridos neste estudo recorreram ao meio online para a organização da sua viagem.

A satisfação global dos turistas com as qualidades e as competências que o território oferece são muito positivas, sendo que 69% dos inquiridos demonstra vontade em regressar nos próximos dois anos. Para além disso, mais de metade afirmaram recomendar muito o destino e, consequentemente, fazer muitos comentários positivos ao mesmo. (Associação Douro Alliance, 2013, p. 17)

#### 4.1.2. História da Quinta da Avessada

A Quinta da Avessada, com 160 anos de história, foi deixada como herança ao Dr. Luís Barros, fazendo parte da sua família de produtores de Moscatel há seis gerações (Quinta da Avessada, s.d.).

O Dr. Luís Barros, herdeiro deste património familiar e com formação específica em Turismo, referiu em entrevista que, decidiu usufruir destes dois fatores à sua disposição para reaproveitar a sua herança. Ele, juntamente com a participação da família e dos habitantes de Favaios, transformou a quinta de família numa quinta de enoturismo, onde a oferta foca-se essencialmente na animação turística, destacando-se assim das demais.

O armazém centenário da quinta, local onde era produzido e envelhecido, noutros tempos, o Moscatel de Favaios, oriundo da casta Moscatel Galego Branco, predominante no planalto onde está inserida a Quinta, foi requalificado para fins turísticos e transformado na primeira Enoteca Interativa da Europa (Quinta da Avessada, s.d.).

#### 4.1.3. Oferta da Quinta da Avessada (inclui experiências enoturísticas e turísticas complementares)

A Quinta da Avessada assenta nas tradições locais, onde pretende dar a conhecê-las aos turistas que a visitam através das componentes educativa e criativa. Estas componentes permitem aliar a aprendizagem da cultura local, dos vinhos da região e de conceitos à diversão, com atividades interativas e lúdicas. Aqui os turistas, para além de observar, podem mesmo experienciar, criando assim memórias inesquecíveis.

A oferta da Quinta foca-se, sobretudo, na área da restauração e da animação turística, onde os turistas usufruem de atividades, programas e refeições que pretendem transmitir a ideia do que é tradicional. Esta dispõe de três salões, uma vista panorâmica, vinhas e da Enoteca para a realização das experiências enoturísticas onde dá a conhecer o processo de fabrico desde a colheita da uva até ao produto final, o licor regional.

O antigo armazém centenário, que é hoje a Enoteca, foi reconstruído pelo atual proprietário, Luís Barros, de forma a preservar o património arquitetónico e vitivinícola duriense. E é exatamente este testemunho que o proprietário pretende transmitir aos seus visitantes, de uma forma lúdica, mais interativa e educacional, através das suas atividades guiadas. A Enoteca é composta por duas salas:

- a sala dos lagares, aqui estão expostos os utensílios, os lagares, as prensas manuais, o esmagador e o balseiro, que eram utilizados na produção e armazenamento do Moscatel, bonecos animados que imitam o trabalho manual que era realizado e um vídeo explicativo;
- a sala de envelhecimento do Moscatel, onde estão guardados os moscatéis mais antigos da região nos tuneis e é dado a conhecer toda a herança de família, bem como os produtos da região do Douro, acompanhados pelas provas de vinho.

Como atividades a Quinta oferece:

#### **Figura 10 - Atividades da oferta turística da Quinta da Avessada**



*Fonte: Produção própria (baseada em Quinta da Avessada, s.d.)*

1

As provas são compostas por três vinhos: Moscatel de Favaios, vinho do Porto e vinho branco de mesa Favaios. Estas são sempre acompanhadas por um guia que explica a essência de cada vinho, bem como as suas características e diferenças. Por vezes estas provas são acompanhadas por produtos locais como o pão típico de Favaios e compotas (Figura 11).

**Figura 11 - Sala de prova de vinhos**



*Fonte: Produção Própria*

2

As visitas são sempre realizadas na presença de um guia de turismo da Quinta, com a função de acompanhar e envolver cenicamente o turista de forma divertida, desde o momento em que chega até à sua partida. Estas vão desde as provas de degustação, à representação de técnicas tradicionais através de robôs didáticos, até às visitas sensoriais com o guia. As visitas dividem-se em 3 momentos:

- A receção – onde os turistas são recebidos na receção da Quinta e levados até aos jardins para apreciar a vista sobre as vinhas, enquanto saboreiam a primeira prova de vinhos. É aqui que se inicia a visita realizando uma contextualização histórica e geográfica da Quinta e do Moscatel de Favaio;
- Os lagares – de seguida os turistas são encaminhados para a enoteca, começando pela parte dos lagares do armazém. Neste local é explicado o processo de fabrico do Moscatel, bem como as semelhanças e diferenças do vinho do Porto, acompanhado por um vídeo sobre a Região Demarcada do Douro e por robôs animados que simulam a pisa tradicional da uva e o transporte do vinho até aos balseiros;
- O armazenamento do Moscatel – na segunda sala da enoteca é possível testemunhar a herança da família de produtores do atual proprietário. Nesta parte são servidas as outras duas provas de vinho, ao mesmo tempo que é esclarecido

todo o funcionamento do envelhecimento do Moscatel, através de histórias engraçadas e factos interessantes, bem como a ligação da família a este (Figura 11).

3

As refeições proporcionadas são apelidadas de “sabores com História”, onde se pretende recriar uma refeição típica duriense, desde as entradas até às sobremesas, com produtos locais e regionais, acompanhadas por histórias que invocam a memória duriense e animam o momento, divulgando o património gastronómico e histórico do Alto Douro Vinhateiro àqueles que saboreiam esta maravilhosa refeição.

4

A Quinta arrenda os seus salões para a realização de eventos como encontros, conferências, casamentos, batizados e aniversários. Estes eventos são constituídos pela visita guiada à enoteca e pela refeição típica acompanhada pelas histórias (Figura 11).

5

Esta atividade apenas ocorre nos meses de setembro e outubro e pretende-se que os turistas aprendam e experienciem o trabalho árduo manual da vindima com séculos de tradição. Esta consiste em cortar as uvas das vinhas da Quinta, ao som da música da concertina e da pisa da uva nos lagares da Enoteca, do mesmo modo tradicional que os durienses vindimavam. Desta forma, a atividade proporciona aos turistas uma experiência enoturística autêntica (Figuras 12, 13, 14).

**Figura 12 e Figura 13 - Atividade Vindimas: apanha da uva tradicional na Quinta da Avessada**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 14 - Atividade Vindimas: Lagarada tradicional na Quinta da Avessada**



*Fonte: Produção própria*

6

*Tours* criadas pela Quinta da Avessada de forma a proporcionar aos seus visitantes uma viagem mais profunda e enriquecedora pelo vale do Douro vinhateiro, permitindo aos mesmos conhecer um pouco mais desta região através das experiências, das paisagens e do acompanhamento de um guia. Existem diversos percursos que passam por vários pontos emblemáticos da região e outros três pontos de interesse cultural da aldeia de Favaio (o

museu, as padarias artesanais e a adega cooperativa), além da visita e almoço na Quinta (Quinta da Avessada, s.d.) (Figura 15)

**Figura 15 - Padaria da D. Rosália**



*Fonte: Produção própria*

#### 4.1.4. Procura da Quinta da Avessada

A partir da observação participante e dos dados recolhidos pela empresa acolhedora, ocorrida durante o período de estágio de 3 meses, foi possível apurar o perfil do visitante da Quinta da Avessada.

A procura divide-se em dois grupos: o visitante proveniente dos grupos organizados através dos operadores turísticos que comercializam com a Quinta e o visitante que procura livremente a mesma a fim de experienciar o enoturismo da região.

No primeiro caso, os principais visitantes são, sobretudo, estrangeiros provenientes do Reino Unido, Estados Unidos da América, Alemanha e França, com uma idade média entre os 50 anos e os 70 anos. Maioritariamente são reformados e ocupam os seus tempos livres a viajar. Estes visitantes destacam-se pelo elevado poder de compra e têm uma enorme curiosidade pelos vinhos e pelo enoturismo em Portugal.

No segundo caso, ocorrido com menos frequência, os visitantes caracterizam-se por serem maioritariamente casais, famílias ou amigos, com nacionalidade portuguesa, francesa e inglesa e com idades entre os 8 anos e os 50 anos. O seu poder de compra é médio, com interesse em conhecer as potencialidades e a cultura da zona onde estão de visita/ hospedados (Favaio e RDD). A sua visita advém por recomendação de outros visitantes, por recomendação de colaboradores de serviços nas cidades ao redor ou pela procura na internet.

Em ambos os casos, grande parte dos visitantes gostou da sua visita à Quinta da Avessada e admitiu recomendar a visita a outras pessoas. Neste sentido, os mesmos destacaram o acolhimento dos colaboradores, a paisagem e as atividades de animação turística.

Em ambos os dois grupos que compõe a procura, segundo os registos de reserva e a observação participante incluíram visitantes crianças dos 6 aos 12 anos, no entanto não foi possível apurar a quantidade em números.

#### 4.1.5. Principais Elementos Diferenciadores da Quinta da Avessada

De forma a identificar quais os elementos diferenciadores que a Quinta da Avessada proporciona aos seus visitantes, foi realizada uma breve análise à oferta enoturística das quintas de enoturismo da Região Demarcada do Douro.

A área geográfica da análise foi selecionada em função da região vitivinícola onde está situada a Quinta da Avessada e a sua concorrência, nomeadamente a Região Demarcada do Douro. Esta região insere-se nas catorze regiões demarcadas de produção de vinho em Portugal. A identificação das quintas localizadas nesta região deu-se por via do documento elaborado pela entidade Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R, denominado Mapa Enogastronómico – Norte de Portugal, em 2016.

A partir da breve pesquisa, elaborou-se uma tabela com as atividades/experiências enoturísticas, não incluindo o alojamento, que compõem a oferta das quintas de enoturismo (ver no Apêndice I). Estas foram identificadas, primeiramente, através do *website* oficial das mesmas, da página das redes sociais e Tripadvisor e, posteriormente quando não encontrada a informação, recorreu-se a outros *websites*, durante o mês de janeiro de 2020.

Após analisar a tabela, denota-se que as experiências realizadas pelas quintas usufruem dos recursos naturais e culturais ao seu dispor na região.

Por sua vez, observou-se que das sessenta e duas quintas de enoturismo que foi possível obter informações, apenas seis não incluem as atividades de prova de vinhos e visitas guiadas na sua oferta enoturística. Além disso, algumas destas quintas já incluem na sua oferta a observação da vindima, embora, apenas sete realizem, de facto, a experiência da vindima, com o corte e a pisa das uvas de forma tradicional pelos turistas.

De acordo com Pine e Gilmore (1998, p. 101), tal como os bens e serviços, também as experiências possuem qualidades distintas, características próprias e desafios que as tornam únicas e atrativas.

Assim como referido no Capítulo 3, na revisão da literatura, os enoturistas procuram cada vez mais experiências diversificadas e enriquecedoras para além da simples atividade da compra de vinho, sendo que captam melhor as características da região vinícola e os seus recursos e reconhecem a sua importância quando as vivenciam e não se limitam a observar (Cohen & Ben-Nun, 2009; Quadri-Felitti & Fiore, 2012; Santos et al., 2022; Vorobiova et al., 2020). Por isso, a economia de experiência é o modelo que melhor se aplica à cadeia de valor do enoturismo, quer na criação como na venda e prática das experiências enoturísticas, capaz de captar a sua essência holística (Quadri-Felitti & Fiore, 2012).

Portanto, optou-se por utilizar o modelo “The Four Realms of an Experience” (Pine & Gilmore, 1998) aplicado ao contexto enoturístico, segundo a perspetiva das autoras Quadri-Felitti e Fiore (2012), como guia para classificar e agrupar as experiências que constituem a oferta das quintas de enoturismo concorrentes, de forma a proceder ao estudo das mesmas, que se encontra apresentado na Figura 16.

No Capítulo 2.3.3 - análise de conteúdo, encontra-se a descrição do método de organização detalhado das atividades/experiências enoturísticas do modelo de Quadri-Felitti e Fiore (2012), segundo as quatro categorias da economia da experiência (educacional, entretenimento, estética e escapista) e as duas dimensões (a participação e a conexão do consumidor) com base em critérios de motivação e descrições baseados na investigação realizada acerca do enoturismo.

**Figura 16 - Agrupamento das experiências concorrentes segundo o modelo de Pine & Gilmore (1998) e de Quadri-Felitti e Fiore (2012)**

| Tipo           | Componentes                     | Experiências                                                                                                             |
|----------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Entretenimento | Absorção e Participação Passiva | Animações durante o almoço como cânticos tradicionais ou estórias centenárias (Quinta do Panascal e Morgadio da Calçada) |
|                |                                 | Programas, atendimento e acompanhamento personalizados (Quinta do Pôpa)                                                  |
|                |                                 | Atividades dog friendly (Quinta do Pôpa)                                                                                 |
|                |                                 | Spa móvel (Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo)                                                                        |
|                |                                 | Passeios de helicóptero (Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo)                                                          |
|                |                                 | Convívio com os trabalhadores da vinicultura (Quinta da Capela)                                                          |
|                |                                 | Eventos                                                                                                                  |
|                |                                 | Visita virtual às aos quartos, restaurante, loja e paisagem através do website (Quinta de La Rosa)                       |

|            |                               |                                                                                                                                                                                                    |
|------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Educatonal | Absorção e Participação Ativa | Workshops de enologia e acompanhamento do processo enológico – programa "enólogo por um dia" (Quinta do <del>Vallado</del> e Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo)                                |
|            |                               | Visitas à ala museológica com o espólio de instrumentos, utensílios e documentos que ilustram o percurso de uma família do Douro na atividade vinícola, com cenários autênticos (Casa dos Lagares) |
|            |                               | Visita educacional com áudio-tour (Quinta do Panascal)                                                                                                                                             |
|            |                               | Ajudar as cozinheiras a preparar as refeições (Morgadio da Calçada)                                                                                                                                |
|            |                               | Visitas ao laboratório da quinta (Quinta do Castro)                                                                                                                                                |
|            |                               | Prova de vinho biológico (Quinta do Infantado)                                                                                                                                                     |
|            |                               | Workshops de viticultura, de olivicultura, da história e gastronomia do Douro (Quinta das Tecedeiras e Quinta da Pacheca)                                                                          |
|            |                               | Workshops de enologia e gastronomia                                                                                                                                                                |
|            |                               | Visitas guiadas                                                                                                                                                                                    |
|            |                               | Prova de vinhos e de produtos locais e regionais                                                                                                                                                   |

|  |  |                                                                            |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Observação da vindima e produção dos vinhos                                |
|  |  | Observação das atividades agrícolas (incluindo viticultura e olivicultura) |
|  |  | Observação das atividades agrícolas (incluindo viticultura e olivicultura) |

|          |                                |                                                                                                                                                                                 |
|----------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estética | Imersão e Participação Passiva | Picnic e almoço no meio das vinhas com produtos regionais (Quinta do Silval, Quinta da Fonte do Milho e Quinta do Pôpa)                                                         |
|          |                                | Centro de visitas e espaços no meio das vinhas permitindo ao visitante se envolver no espírito duriense e sentir a calma da paisagem (Quinta da Fonte do Milho, Quinta do Pôpa) |
|          |                                | Passeios de barco, jipe e comboio                                                                                                                                               |
|          |                                | Circuitos pedestres                                                                                                                                                             |
|          |                                | Tours históricos pela região com guia e motorista                                                                                                                               |

|           |                              |                                                                                                                                       |
|-----------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Escapista | Imersão e Participação Ativa | Elaboração do próprio vinho, podendo ir desde o engarrafamento à rotulagem (Quinta do Portal e Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo) |
|           |                              | Associação de desportos de aventura e natureza com os recursos naturais do Douro (Quinta do Silval e Quinta do Portal)                |
|           |                              | Vindimar e lagarada                                                                                                                   |

*Fonte: Produção própria baseada em Pine e Gilmore (1998) e em Quadri-Felitti e Fiore (2012)*

Segundo a Figura 16, as experiências educativas são as mais empregues na oferta enoturística das quintas concorrentes, ou seja, estas optam mais por realizar atividades e experiências com a componente educativa, de forma a educar a mente dos seus visitantes com conteúdos relacionados com a vinicultura, a enologia, a olivicultura, a gastronomia, a cultura local e a história e o património da região, onde estes também podem experienciar uma vertente mais participativa em algumas delas, de forma a reter esses conhecimentos.

Por sua vez, as experiências escapista são as que envolvem de uma forma mais intensa e mais participativa o visitante (Sousa, 2012, p. 49) (tal como referido no Capítulo 3) nas atividades relacionadas com o contexto das quintas e da região, no entanto estas são as menos recorrentes. Estas atividades tiram um maior partido dos recursos à sua disposição e da cultura que está a vivenciar. Segundo Pine e Gilmore (1998, p. 104), o sucesso das empresas depende da criação de experiências memoráveis, e a qualidade destas está sujeita ao grau de envolvência dos cinco sentidos do ser humano nas mesmas. A categoria escapista é a que mais contribui para a experiência memorável, pois o turista não se limita a observar e a aprender, ele realmente “põe mãos à obra” e participa naquilo que observa e aprende, envolvendo-se profundamente na cultura local. Para além disso, estas atividades são interativas, lúdicas, divertidas, proporcionando aos visitantes a oportunidade de experienciar algo diferente do seu dia a dia.

Na Figura 16 é possível identificar algumas experiências/atividades diferentes como passeios de helicóptero, elaboração do próprio vinho desde o engarrafamento à rotulagem, ajuda na preparação de refeições com as cozinheiras locais, *spa* móvel, piquenique e almoço no meio das vinhas com produtos regionais, provas de vinho biológico e visita virtual aos quartos, restaurante, loja de vinho e paisagem através do *website*. As mesmas refletem um esforço em diversificar, um caminho para a evolução das atividades que envolvem o enoturismo e a região.

Pode-se depreender, pela Figura 16, que a experiência cultural autêntica é pouco oferecida pelas quintas de enoturismo e dessa forma pouco executada pelos visitantes. Segundo Pine e Gilmore (1998) e Quadri-Felitti e Fiore (2012), autores do modelo em análise, o fator autenticidade incluído na realização das experiências torna-se relevante na medida em que, perduram mais tempo na memória e tornam-se únicas, recordando as características da região que compõe as experiências realizadas, em especial da Quinta da Avessada e dos momentos que experienciaram. Por conseguinte, esta inclusão funciona como fator atrativo num destino enoturístico para os visitantes e contribui para o desenvolvimento de vários setores do mesmo (Aramendia et al., 2021; Kastenholz et al., 2022; Santos, et al., 2022).

Por fim, pode concluir-se que algumas quintas de enoturismo concorrentes estão a apostar em experiências diferentes e memoráveis associadas à cultura local, que vão para além das provas de vinho e vistas guiadas, capazes de satisfazer várias necessidades pessoais dos visitantes.

Tendo por base a análise anteriormente realizada e o modelo de Pine & Gilmore (1998, p. 101) e o artigo de Quadri-Felitti & Fiore (2012), foi possível compreender, que a Quinta da Avessada apresenta as componentes entretenimento, educacional e de evasão nas suas atividades, que lhe permite acrescentar valor à sua oferta, além do acompanhamento personalizado. Estas estão presentes em certos elementos e pormenores das suas atividades, como por exemplo indica a seguinte Figura 17.

### **Figura 17 - Experiências e elementos diferenciadores da Quinta da Avessada**

## Entretenimento

- As histórias e factos interessantes contados ao longo das visitas e das refeições tornam estes momentos mais divertidos e interessantes, proporcionando os momentos de aprendizagem mais animados

## Educacional

- A participação da comunidade local nas atividades permite ao turista conhecer a realidade daquilo que lhes é transmitido, tendo assim a oportunidade de conviver com os locais e aprender um pouco mais das suas tradições e culturas
- A Enoteca interativa proporciona uma aprendizagem mais lúdica acerca dos processos vitivinícolas, através de representações etnográficas, com recurso a robôs que demonstram a pisa tradicional da uva e com a interação do guia turístico. Para além disso, nos meses de setembro e outubro, a sala dos lagares da Enoteca transforma-se num verdadeiro museu vivo, onde o turista pode observar outros turistas a pisar as uvas que anteriormente cortaram ou até mesmo ele próprio as pisar, tendo assim uma experiência realista de um método tradicional. Na sala de envelhecimento é possível despertar os cinco sentidos com o cheiro do Moscatel a envelhecer na madeira, o sabor com as provas de vinho, a visão ao observar as relíquias expostas, o tato com o toque nas paredes xistosas e nos tuneis e a audição com a explicação fornecida pelo guia, proporcionando uma experiência sensorial interessante

## Escapista

- A atividade da vindima permite que o turista possa realmente experienciar o trabalho necessário a fazer nesta época, através do corte das uvas e da pisa. Com esta experiência o turista não só aprende como também faz, e isso é muito importante para a captação daquilo que observa e para a criação de memórias. Assim, o turista não está só a ver ou a tirar fotos, mas está sim a colocar “as mãos na massa”, tendo uma experiência real de uma atividade económica e cultural com séculos de tradição, recordando para sempre esses momentos

## Acompanhamento personalizado

- Desde a chegada até à partida do turista este é sempre acompanhado por um guia turístico, quer seja na sua visita à quinta ou nas tours. Este acompanhamento possibilita um contacto direto e personalizado, dando espaço para que o turista e o guia, ao longo de um dia, possam interagir mais e partilhar conhecimentos, permitindo obter momentos mais descontraídos e menos formais
- A colocação do cliente/turista em primeiro lugar e a atenção dada ao mesmo ao surpreendê-lo com pequenas ofertas como pequenos lanches com petiscos e iguarias locais, provas de Espumante de Favaio e oferta de garrafas de vinho especiais

*Fonte: Produção própria*

Com base na revisão da literatura, que se encontra no Capítulo 3, é possível identificar a presença do produto vinícola e a envolvimento com os recursos da região, essenciais para a criação das experiências enoturísticas diversificadas e autênticas (Agapito et al., 2014; Carvalho et al., 2021; Kastenholz et al., 2022), através dos elementos tangíveis e intangíveis tais como, as uvas, o vinho, as vinhas, a adega, produtos gastronómicos locais, a tradição, a memória transmitida através dos locais e a atmosfera criada pelos elementos da quinta.

A genuinidade está, também, presente nas dimensões destacadas em cima, entretenimento, educacional e escapista. Nomeadamente, na transmissão de conhecimentos e da identidade local pela participação da comunidade local nas atividades, comunicação das tradições e o envolvimento dos turistas na realização das mesmas por via das atividades imersivas e na utilização dos recursos e património da região envolvente para a realização das experiências.

Destaca-se o envolvimento da comunidade local, quer na execução das atividades e funcionalidades da Quinta da Avessada, quer na transmissão do quotidiano, das tradições e da memória identitária, relevantes para que o visitante possa conhecer a realidade e envolver-se profundamente na cultura, contribuindo para a memorização e compreensão da importância da preservação dos recursos locais (Aramendia et al., 2021; Carvalho et al., 2021; Santos, et al., 2022).

Durante a realização das experiências enoturísticas que compõe a oferta, é utilizada a técnica *storytelling*, para comunicar as tradições e aprendizagens e acrescentar um elemento místico durante as experiências, permite envolver o visitante na cultura, incitar sensações de entusiasmo ao criar uma atmosfera ideal para o usufruto das mesmas e gerar experiências mais ricas e inesquecíveis (Carvalho et al., 2021; Santos et al., 2022).

Os elementos sensoriais permitem a captação das características únicas presentes nos recursos tangíveis e intangíveis locais, e permitem estabelecer um vínculo emocional entre a cultura local, a empresa e o visitante, através dos cinco sentidos humanos (Agapito et al., 2017; Esau & Senese, 2022; Santos et al., 2019), onde estão incluídos na oferta da Quinta da Avessada por via de todas as atividades da oferta enoturística da Quinta da Avessada.

As experiências memoráveis e com um atendimento personalizado são capazes de “agarrar” o consumidor, e por sua vez, revelam-se eficazes na obtenção de vantagem competitiva (tal como referido no Capítulo 3 - revisão de literatura), segundo os autores Pine & Gilmore (1999), e Quadri-

Felitti & Fiore (2012), permitindo que a Quinta da Avessada se destaque das restantes quintas de enoturismo no Vale do Douro.

Estes elementos diferenciadores permitem à Quinta da Avessada destacar-se das demais e apresentar uma oferta diversificada, sensorial, educativa, singular, imersiva, inesquecível e mais autêntica, contribuindo assim para uma maior atração de visitantes, desenvolvimento local e valorização dos atributos da região.

No entanto, as quintas enoturísticas concorrentes estão gradualmente a melhorar a qualidade e a variedade da sua oferta, proporcionando experiências enoturísticas mais similares às da Avessada, como é possível verificar na Tabela 1, por conseguinte, a concorrência está cada vez mais forte e direta.

#### 4.2. Funções e Atividades Desempenhadas (principais e complementares)

Durante o Estágio realizado, a principal função desempenhada pela autora foi a de guia de turismo, no departamento de Turismo, com as seguintes tarefas, organizadas por atividades:

**Figura 18 - Tarefas e Atividades Desempenhadas Durante o Estágio**

##### **Vindimas**

- Preparar a atividade das vindimas na sua época (setembro e outubro), que consistia em colocar os baldes, tesouras e chapéus prontos para os turistas os utilizar, preparar o lagar e os baldes de água e colocar toalhas lavadas prontas a serem utilizadas
- Acompanhar e realizar a atividade da vindima e lagarada com os turistas, onde é necessário levar os turistas até às vinhas para os ensinar a cortar as uvas, para depois serem eles a experimentar e encherem os baldes. De seguida acompanhá-los até à enoteca onde tem um lagar com uvas para o turista pisar, onde lhes é ensinado como o fazer ao som da concertina e lhes é fornecido toalhas e uma bacia com água para lavarem os pés

##### **Visitas Guiadas**

- Acompanhar os grupos de turistas desde a sua chegada até ao momento de despedida. Os grupos de turistas poderiam ir desde 2 até 200 pessoas;
- Receber os grupos de turistas com um sorriso e bater de palmas ao som de músicas tradicionais de concertina
- Realizar visitas guiadas na Quinta da Avessada e na aldeia de Favaios
- Acompanhar os grupos de turistas na padaria da Dona Rosália, um dos locais do percurso turístico da aldeia de Favaios, mais especificamente realizar visitas guiadas, esclarecer dúvidas, interagir com os turistas, dar a provar o pão típico e o moscatel de Favaios e preparar a mesa de um lanche típico português (pão, queijo, doce, manteiga e moscatel)
- Limpeza e manutenção da enoteca

### **Refeições Típicas e Eventos**

- Contar histórias e explicar os pratos, ao longo do almoço ou jantar do grupo de turistas, como parte da animação dada ao turista que realiza uma refeição tradicional na Quinta
- Servir aguardente no final das refeições dos grupos de turistas, em jeito de agradecimento pela sua presença por parte do departamento de turismo da Quinta

### **Provas**

- Preparar as visitas dos turistas à Quinta da Avessada, nomeadamente, das três provas de vinho, onde consiste em colocar copos de prova consoante o número de turistas e de provas, eleger o tipo de vinho a utilizar na prova e servi-lo aos turistas
- Preparar pequenas ofertas como lanches e provas de vinhos especiais

### **Vendas**

- Atender o público e vender produtos na loja de vinhos do Douro
- Repor o stock de vinhos da loja
- Limpeza e manutenção da loja

*Fonte: Produção própria*

No decorrer desta função foram realizadas outras atividades e tarefas relacionadas direta e indiretamente, em resultado, também, da necessidade de ajudar os colegas de trabalho de outros departamentos, realizando tarefas complementares, de forma que todo o serviço prestado ao turista decorresse da melhor maneira. As atividades complementares realizadas, passaram, também, por servir à mesa, preparar lanches e receções dos grupos, lavagem e secagem de copos e manutenção e limpeza dos espaços.

### 4.3. Considerações Finais sobre o Estágio

Neste capítulo pretende-se sintetizar e refletir acerca das atividades, das funções e das tarefas desempenhadas pela autora do presente trabalho, durante a realização do estágio, que contribuíram para a sua evolução profissional e pessoal.

#### 4.3.1. Análise Crítica das Atividades Desenvolvidas

O Estágio, realizado ao longo de três meses intensos na Quinta da Avessada, em Favaios, no centro da Região Demarcada do Douro, partiu de uma escolha profissional e pessoal. Ao nível profissional, baseou-se no interesse pela área da animação turística e pelo segmento do enoturismo e em específico, pelo enveredar numa futura carreira relacionada com as experiências turísticas. Ao nível pessoal, deveu-se à vontade de sair da zona de conforto e encarar esta opção como um desafio às capacidades.

A antecipação de um desafio desta natureza, quer a nível profissional, quer pessoal, acarreta grandes expectativas e responsabilidades. Esta experiência transformou-se numa oportunidade de aprendizagem prática de toda a formação académica adquirida ao longo da licenciatura de Turismo e do mestrado em Turismo, Inovação e Desenvolvimento e permitiu conhecer a realidade das empresas turísticas, dos destinos e dos turistas.

Durante o Estágio, foi possível observar e compreender que o setor turístico funciona como um sistema, onde vários elementos interdependentes fazem parte do produto ou serviço turístico oferecido ao turista. Cada um desses elementos, bem como a sua coordenação são essenciais para garantir a satisfação do turista. No funcionamento organizacional da empresa onde foi realizado o estágio, observou-se essa mesma situação de interdependência, ou seja, cada departamento é importante para o serviço prestado, mas estes dependem uns dos outros, desde a cozinha às reservas, e que necessitam de trabalhar em conjunto, para que seja prestado o melhor serviço ao cliente.

Para além disso, conseguiu-se compreender a realidade turística da região Demarcada do Douro, tal como a potencialidade turística das aldeias desta região, em específico da aldeia de Favaios. Esta, através da sua herança cultural, modos de vida, recursos históricos e naturais, cria oportunidades e possibilita o desenvolvimento rural. Em 2008, o vale do Douro foi considerado

um destino de excelência pela Organização Mundial de Turismo (OMT) e eleito o 16º destino mundial para o Turismo Sustentável. A existência de dois patrimónios mundiais neste território, atribuídos pela UNESCO reforça o forte potencial de desenvolvimento que o mesmo possui, nomeadamente o desenvolvimento turístico, cultural e paisagístico (Comunidade Intermunicipal do Douro, 2015, p. 41).

Analisando as atividades desenvolvidas, as vindimas são a experiência mais divertida e criativa, que envolve os turistas, os guias e a população local num momento educativo e de convívio. Aqui, a autora teve de ser capaz de transmitir a técnica manual do corte da uva e a tradicional pisa a pé aos visitantes, onde são os próprios que colocam estes mesmos conhecimentos transmitidos em prática. Toda esta atividade envolve muita música e dinâmica entre o guia e visitantes, onde este incutiu o espírito das vindimas, para que de uma forma descontraída pudessem assimilar as técnicas e tradições durienses. O material necessário para dar resposta ao elevado número de turistas que realizavam esta atividade, era por vezes escasso, como por exemplo, falta de tesouras e baldes para cortar as uvas, e toalhas para depois poderem secar os pés. Sendo que quando ocorria estes casos de falta de material alguns turistas não tinham a oportunidade de participar na atividade ou utilizavam várias pessoas a mesma toalha já molhada por outros. Para além disso, devido à enorme afluência de turistas na época de maior procura, a organização das reservas dos grupos foi um grande desafio, tendo como consequência a desordem nos horários das atividades, onde em alguns casos, a única solução era a colocação em simultâneo de vários grupos de visitantes na realização desta atividade exigindo um empenho redobrado dos guias, incluindo da autora, para manter a qualidade e personalização da visita.

As visitas guiadas na quinta correspondem à atividade mais educativa, que requereu a aprendizagem de conhecimento técnico acerca dos métodos de produção de vinho, da colheita, de armazenamento, de envelhecimento, de distinção de castas e de marcas de vinho e acerca das tradições locais e familiares dos proprietários da Quinta. Já as visitas guiadas na padaria solicitam outro tipo de conhecimento e preparação das mesmas, dado se tratar de uma padaria centenária, onde o guia explicou o processo tradicional de fabrico do pão de Favaio, enquanto estabeleceu uma conexão com a dona padeira, e por fim deu a provar o pão e produtos regionais dispostos na mesa, anteriormente preparados. Além disso, os conhecimentos acerca da padaria, dos utensílios

e da padeira também eram importantes no esclarecimento das questões dos visitantes ao observarem o local onde se encontravam.

Quanto às provas de vinho era necessário existir uma certa sensibilidade olfativa, gustativa e visual, aliada à aprendizagem acerca das características dos vinhos em prova, e ter a capacidade de transmitir este mesmo conhecimento e sensibilidade aos visitantes.

As refeições típicas apelavam ao lado mais criativo e “teatral” do guia, pois exigiu que este fosse capaz de envolver cenicamente os visitantes, de forma que acessem ao seu imaginário e se transportassem para os tempos em que as histórias eram contadas, desfrutando de um momento mais descontraído e engraçado.

A realização de eventos focava-se no evento em si e na gastronomia, no entanto era sempre realizada uma visita guiada de forma a transmitir alguma aprendizagem e conhecimento acerca da quinta, da família, das tradições e do processo de fabrico do moscatel. Esta atividade pretendia aproveitar a bela paisagem que rodeia a quinta e o espaço da mesma.

As atividades conexas aos programas da Douro Best (empresa pertencente à Quinta) eram as menos efetuadas pela autora, pois estes programas requeriam guias com experiência em condução neste território e os mesmos já estavam definidos. No entanto, sempre que era necessária ajuda, quer nas visitas quer na preparação das mesmas, a autora dispunha-se a auxiliar. Numa nota mais crítica, os turistas que compravam os programas da Douro Best deveriam ter um tratamento mais privilegiado e diferenciado, dado que pagavam mais que outros grupos de operadoras e que usufruíam de programas semelhantes.

O estágio revelou ser um enorme desafio pelo elevado número de horas necessárias para dar resposta à grande afluência de turistas, sendo que o mesmo foi realizado na época alta. Esta experiência demonstrou à autora que realmente é importante ter uma boa capacidade mental e física para que se consiga dar resposta à crescente procura em épocas de maior afluência. Numa outra perspetiva, é de reconhecer que esta é a realidade atual do setor turístico para quem nele trabalha e ensinou que é necessário existir um grande esforço e gestão do tempo pessoal, pois em Turismo é necessária uma grande flexibilidade em relação aos horários de trabalho.

Além disso, tendo em conta a procura existente, não houve oportunidade para que o estágio passasse também pelo departamento de reservas das visitas guiadas, das refeições típicas para

grupos, das atividades da vindima e da lagarada e dos percursos turísticos da empresa pertencente à Quinta denominada Douro Best.

Em nota de sugestão, era também útil que a Quinta oferecesse uma semana de formação, incluindo um workshop de vinhos aos novos colaboradores, dado que, para a realização de visitas bem como o serviço de mesa, é necessário possuir conhecimentos acerca dos vinhos da região, da sua composição e modo de fabrico. Desta forma, poderia também transmitir mais conhecimento acerca da região incluindo as suas atividades e as suas tradições, para se difundir essa mesma aprendizagem aos visitantes, além da formação acerca do funcionamento da Quinta, dos seus produtos expostos e para venda.

Em síntese, todas as funções e tarefas executadas, desde as mais simples, como por exemplo lavar copos, até às mais complexas, como explicar o processo de vinificação do Moscatel, foram igualmente importantes na aprendizagem profissional e no progresso pessoal, nomeadamente, na perceção de como funciona uma empresa de animação turística focada no enoturismo, contribuindo para o desenvolvimento das qualidades pessoais e profissionais. Por conseguinte, este estágio revelou ser uma experiência enriquecedora a nível profissional e pessoal.

#### 4.3.2. Contribuição para o desenvolvimento pessoal e profissional

Todas as funções e atividades principais e complementares desempenhadas contribuíram para o desenvolvimento profissional e pessoal.

A principal função realizada teve um papel importante na aprendizagem prática da profissão de guia de turismo, a qual um dia a autora deste relatório pretende exercer. Nesta ótica, foi possível adquirir experiências reais de como lidar com um turista, como por exemplo:

- Conseguir identificar quais as suas características, necessidades, desejos e expectativas que contribuem para a prestação de um melhor serviço ao mesmo;
- Estabelecer relações com diferentes culturas, idiomas, formas de estar, idades e expectativas, desenvolvendo assim uma certa sensibilidade para com quem nos estamos a dirigir;
- Desenvolver a capacidade de falar e orientar grupos, que podiam ser de 2 pessoas ou chegar mesmo até 100 pessoas, durante as visitas guiadas à enoteca e na atividade das vindimas;

- Ter a capacidade de animar um turista ao longo de um dia inteiro;
- Compreender o funcionamento e a relação dos operadores turísticos e clientes com a Quinta da Avessada;
- Aprender a gerir os horários, especificidades e pedidos das operadoras turísticas e dos clientes;
- Aprender que a qualidade e a diferenciação irão sempre ser os fatores-chave para manter o turista/cliente.

Quanto às atividades e tarefas desempenhadas, estas permitiram compreender o trabalho que é necessário fazer, tanto de *back-office* como de *front-office*, para que seja prestado um bom serviço ao turista na área da animação turística.

Para além disso, foi possível perceber que o trabalho de equipa é essencial quando um serviço depende de vários departamentos, e que todos eles são igualmente importantes para o sucesso do serviço oferecido. Assim sendo, é importante que todos os colaboradores dos vários departamentos se entrem ajudem nas suas funções para que nada falte ou falhe ao turista.

Na perspetiva pessoal, este estágio proporcionou um crescimento interior, onde foram melhoradas algumas qualidades como a responsabilidade, o espírito de liderança, a organização, a eficiência, a cooperação, o respeito, a adaptabilidade, o dinamismo, a persistência e a independência. Foram, também, adquiridas novas aptidões, tais como a criatividade, a comunicação, a sociabilização, a gestão do esforço mental, o espírito de equipa, a capacidade de relacionamento mais abrangente, a proatividade, a gestão e resolução de situações, através das funções desempenhadas e pelo facto de:

- Viver durante três meses numa região diferente, longe da residência habitual e numa pousada da juventude;
- Interagir e conviver com pessoas de diferentes idades, culturas, formas de estar e de trabalhar;
- Realizar diferentes tarefas desde as mais simples às mais complexas, como lavar o chão ou explicar ao turista os diferentes tipos de vinho;
- Ter de gerir as horas de trabalho com as horas de tempo livre e descanso, dado que era realizada uma média de 15h de trabalho por dia;

- Ajudar os outros departamentos, envolvidos no serviço oferecido ao turista, nas suas tarefas diárias;
- Animar os turistas, dado que a oferta da Quinta passa pela animação turística, onde em várias ocasiões nas atividades realizadas tem de se aliar a diversão ao conhecimento. Determinados grupos de visitantes passam muitas horas na Quinta e o guia tem de ser capaz de os entreter;
- Resolver problemas em determinadas situações, nomeadamente, quando o acompanhamento de grupos, quer seja na Quinta ou em Favaio, era feito de forma autónoma, de ser a própria autora a saber solucionar da melhor maneira possível;
- Organizar tarefas e pessoas para que fosse prestado o melhor serviço e na hora certa, de forma rápida e eficaz.

Toda esta experiência permitiu adquirir bases seguras, perspetivas diferentes e aprendizagens que serão muito úteis numa carreira profissional futura, seja ela como guia de turismo ou uma outra no setor turístico. Pessoalmente, este estágio possibilitou o enriquecimento interior e o amadurecimento, sendo muito importante para o dia a dia e para a vida futura.

## **5. Parte II – Guide Book | Propostas para a Utilização das Emoções e Sentidos na Comunicação do Enoturismo**

O presente capítulo tem como objetivo apresentar o *Guide Book*, em particular, a sua finalidade, a sua estrutura, e o seu conteúdo. Durante a realização do estágio e no decorrer da observação participante, a autora reconheceu a dificuldade dos enoturistas em saber quais são as experiências enoturísticas constituintes da oferta da Quinta da Avessada e quais as características identitárias da região, para além de identificar a falta de uma estratégia de marketing diferenciadora. A autora depreendeu, da mesma forma, a importância de transmitir a informação aos visitantes de forma apelativa e eficaz, priorizando o envolvimento dos sentidos humanos e das emoções como condutores da comunicação e da experiência. Adicionalmente, reconheceu a relevância do envolvimento dos visitantes crianças nas experiências enoturísticas e tudo o que as compõe, adaptando os conteúdos e a comunicação. Com base na entrevista semiestruturada realizada ao empregador da empresa acolhedora, Dr. Luís Barros, este identificou a necessidade de estabelecer um vínculo emocional e duradouro com os visitantes e criar um elemento de recordação da visita para lhes oferecer, sendo que, funcionaria também como forma de promoção. Na análise de conteúdo, a autora detetou os elementos diferenciadores que a entidade acolhedora dispõe e que podem ser reforçados, de uma forma autêntica, holística e memorável. Através destas técnicas foi possível encontrar as necessidades às quais se pretende que a proposta do presente *Guide Book* responda, dando origem às finalidades que se encontram na Figura 19.

**Figura 19 - Finalidades do *Guide Book***

### **Apresentação das atividades e experiências enoturísticas integrantes da oferta da Quinta da Avessada**

- Descrição de forma diferenciada, através dos sentidos humanos e das emoções das características das atividades integrantes da oferta enoturística

### **Identificação e valorização dos recursos da região enoturística envolvente**

- Preservação para memória futura dos elementos identitários da aldeia vinícola Favaios
- Incentivo à sustentabilidade da atividade turística e à preservação dos recursos da região enoturística

### **Criação de conteúdo para integrar a comunicação online e offline**

- Apresentação de conteúdo para incluir como identificação e promoção da oferta enoturística da Quinta da Avessada no website e nas redes sociais
- Fomentar a interação, não só dos utilizadores do website e redes sociais como dos visitantes da Quinta
- Elemento de recordação da visita, pode também servir divulgação como "passa-palavra" e publicação nas redes sociais por parte dos visitantes

### **Vínculo emocional entre a Quinta da Avessada e os seus visitantes**

- Utilização dos cinco sentidos humanos para melhor captar a essência das experiências enoturísticas, criando uma conexão emocional profunda entre empresa e o visitante e enriquecendo a experiência enoturística para o visitante

### **Criação de conteúdo para crianças**

- Captação da atenção das crianças e incentivo à participação em determinadas atividades enoturísticas
- Incentivo à compreensão e subconsequente valorização e preservação dos recursos da região
- Incentivo ao interesse futuro no mundo dos vinhos através do enoturismo
- Uma ideia a desenvolver mais tarde poderá ser a apresentação do livro em palestras escolares para mostrar a região e abordar estes temas. As crianças poderão vir a ser os enoturistas do futuro.

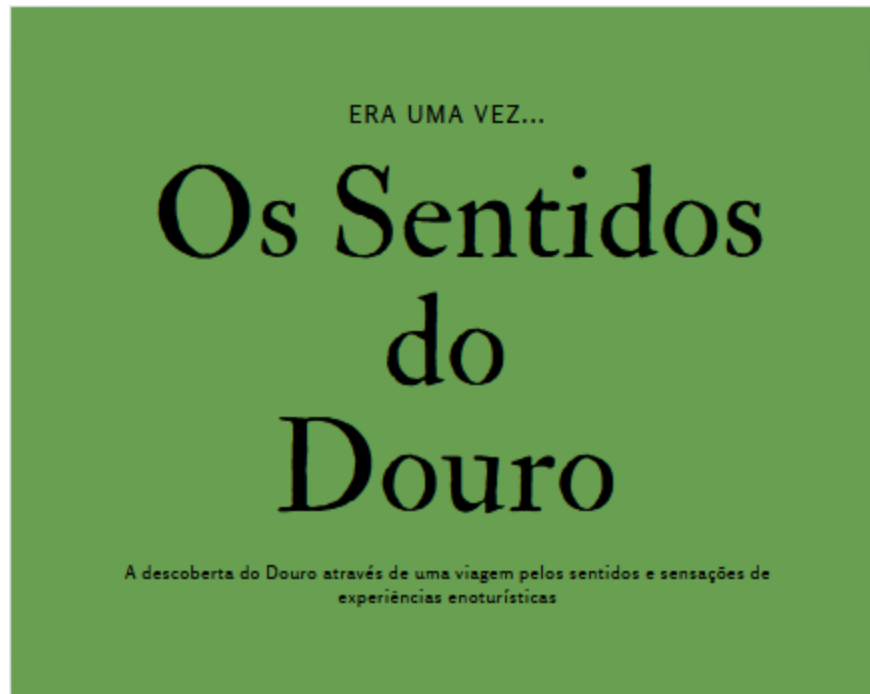
Em relação ao conteúdo, esta proposta assenta na ideia de criar um mapa sensorial, onde o visitante é guiado, pela via da técnica *storytelling*, através dos cinco sentidos humanos, das sensações e das emoções, pelas diferentes atividades que compõe as experiências enoturísticas integrantes da oferta da Quinta da Avessada, incluindo os recursos tangíveis e intangíveis da região Demarcada do Douro envolvidos nas mesmas.

O *Book* é constituído por histórias baseadas nas experiências que a autora viveu ao longo do período do estágio, e onde foi capaz de reconhecer particularidades sensoriais, características identitárias e pormenores culturais, que lhe provocaram intensas e variadas sensações, que fazem parte da sua memória (indo ao encontro da revisão da literatura, no Capítulo 2). Essas experiências estiveram na origem do seu desempenho na função de guia turística das atividades enoturísticas na Quinta da Avessada, na aldeia de Favaios e na região Demarcada do Douro, em conjunto com a sua convivência com os colegas da empresa acolhedora e os agentes locais.

No apêndice II e III encontram-se as histórias que constituem a base para o *Guide Book* dos adultos e das crianças respetivamente. Estas histórias foram enviadas para análise de Maria José Santos, sócia-fundadora e responsável por uma agência de comunicação com forte aposta também na comunicação digital, com o intuito de identificar a pertinência e adequação das mesmas para a comunicação em meios digitais. A sua opinião fundamentadamente positiva valida o conteúdo que constitui a base das presentes propostas de *Guide Book*.

De seguida, da Figura 20 à Figura 28, está representada a proposta de *Guide Book* para os adultos. Por forma a que o capítulo não fique muito extenso, remete-se para o Apêndice IV, a apresentação completa da proposta.

**Figura 20 - Página nº1 do *Guide Book* (primeira folha)**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 21 - Página nº2 do *Guide Book* (terceira folha)**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 22 - Página nº3 do *Guide Book* (folha esquerda do livro)**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 23 - Página nº4 do *Guide Book* (folha direita do livro)**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 24 - Página nº5 do *Guide Book* (folha esquerda do livro)**



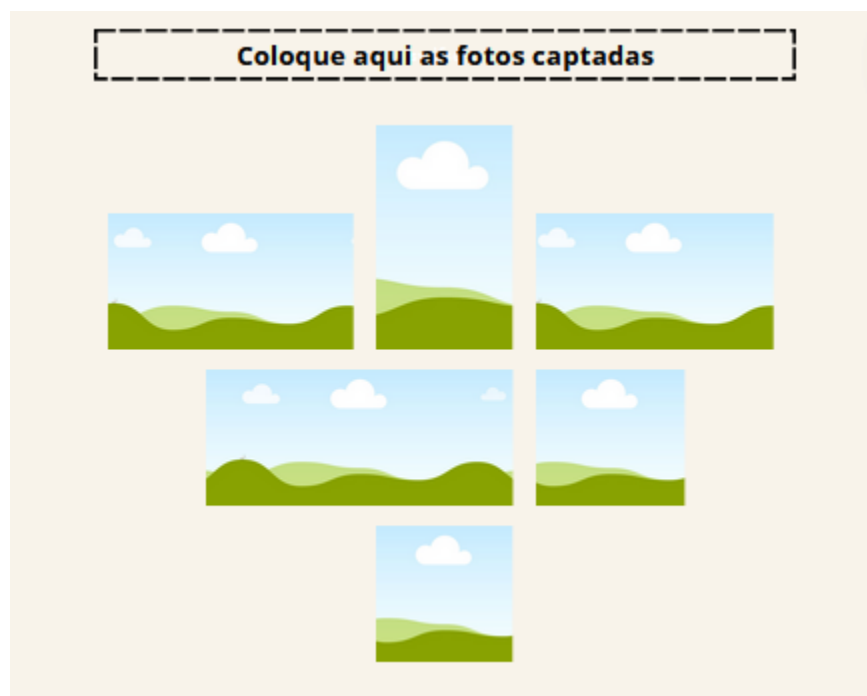
Fonte: Produção própria

Figura 25 - Página nº6 do *Guide Book* (folha direita do livro)



Fonte: Produção própria

**Figura 26 - Página nº14 do *Guide Book* (folha esquerda do livro)**



*Fonte: Produção própria*

**Figura 27 - Página nº15 do *Guide Book* (folha direita do livro)**

**Descreva a sua Experiência Enoturística**

Escreva aqui a emoção que sentiu

Escreva aqui os sentidos que utilizou

Escreva aqui a(s) atividade(s)

Envolva-se e escreva aqui a sua experiência

*Fonte: Produção própria*

**Figura 28 - Página nº16 do *Guide Book* (folha esquerda do livro)**

| LISTA DAS FONTES DAS IMAGENS                                                                   |                                                                                                |                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>IMAGEM 1   PÁGINA 2</b><br>Fonte: Produção feita por Isabel                                 | <b>IMAGEM 7   PÁGINA 3</b><br>Fonte: Revista Evasões<br>Data de Publicação: 18-08-2023         | <b>IMAGEM 13   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa |
| <b>IMAGEM 2   PÁGINA 2</b><br>Fonte: website Wine-Locals<br>Data da consulta: 30-08-2024       | <b>IMAGEM 8   PÁGINA 3</b><br>Fonte: website Quinta da Avesada<br>Data da consulta: 23-08-2024 | <b>IMAGEM 14   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa |
| <b>IMAGEM 3   PÁGINA 2</b><br>Fonte: website Quinta da Pacheca<br>Data da consulta: 30-08-2024 | <b>IMAGEM 9   PÁGINA 3</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa                                 | <b>IMAGEM 15   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Produção própria          |
| <b>IMAGEM 4   PÁGINA 2</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa                                 | <b>IMAGEM 10   PÁGINA 3</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa                                | <b>IMAGEM 16   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa |
| <b>IMAGEM 5   PÁGINA 2</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa                                 | <b>IMAGEM 11   PÁGINA 3</b><br>Fonte: Revista Evasões<br>Data de Publicação: 18-08-2023        | <b>IMAGEM 17   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa |
| <b>IMAGEM 6   PÁGINA 3</b><br>Fonte: Produção própria                                          | <b>IMAGEM 12   PÁGINA 5</b><br>Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa                                | <b>IMAGEM 18   PÁGINA 7</b><br>Fonte: Produção própria          |

*Fonte: Produção própria*

Nos slides que correspondem à Figura 21, pretende-se que o leitor identifique os cinco sentidos, segundo os elementos identitários da RDD em forma de socalcos.

Nas Figuras 22 e 24 estão imagens que retratam os elementos que o leitor é capaz de identificar nas histórias (na sua folha do lado direito, como demonstram as Figuras 23 e 25) e que revelam os elementos tangíveis característicos da RDD.

As Figuras 26 e 27 demonstra a intenção de incentivar à atenção e criatividade do visitante, envolvendo-o na finalização do *Guide Book*, colocando a sua história acerca do que experienciou nas atividades, o que sentiu e que sentidos utilizou para esse efeito. Para além disso, seria dada uma máquina fotográfica, de fotografia instantânea, a cada grupo de visitantes para que captassem do ponto de vista visual a atividades e os elementos intangíveis que a compões. Desta forma, o visitante sente-se parte integrante da experiência, envolvido com o ambiente e cultura que o rodeia, tornando a experiência mais memorável e imersiva. Ao mesmo tempo, esta atividade é de tal forma

intensa e pessoal que poderá levar o visitante a partilhá-la com os mais próximos e nas suas redes sociais, partindo também da empresa ou entidade incentivar o visitante a que o faça. Para além disso, o visitante poderá guardar o *Book* como recordação e recomendação física da experiência a outras pessoas curiosas.

No caso do *Guide Book* das crianças, este seria similar à exceção das fotografias que seriam mais simples e os seus elementos mais evidentes, bem como as histórias (apresentadas no Apêndice III) colocadas são adaptadas e desta forma, aumentam a compreensão das mesmas. Da mesma maneira, a atividade de captação da fotografia é ajustada para incentivar as crianças a desenhar os elementos que lhes despertou a atenção durante a visita.

O restante *Book* encontra-se no Apêndice IV.

Este *Book* pretende servir como modelo de aplicação por parte de outras quintas de enoturismo e pelas entidades responsáveis pela gestão de regiões enoturísticas. Uma das aplicações deste modelo poderia ser, por exemplo, incluir no plano estratégico de marketing de uma organização de gestão de território, um mapa sensorial similar acerca dos recursos e potencialidades da região em causa, para os dar conhecer a empresas, comunidade e possíveis visitantes.

Por fim, existe a intenção de produzir fisicamente o *Guide Book* aqui apresentado e de executar um teste prático, no entanto, até ao momento, ainda não houve oportunidade para tal. Este teste iria permitir identificar o feedback dos visitantes, descobrir possíveis erros, identificar se as finalidades da sua criação (mencionadas acima) são executadas e realizar ajustes.

## **6. Conclusão, limitações e recomendações para trabalhos futuros**

O enoturismo engloba o produto vinícola, os recursos tangíveis e intangíveis de uma região enoturística e o apelo ao destino para a criação de atividades. As experiências enoturísticas são compostas por atividades enoturísticas, que vão além da simples degustação de vinhos ou visita às adegas, pela participação do enoturista nas mesmas, pela inclusão do fator genuinidade e pela utilização dos cinco sentidos, onde o enoturista consegue captar as características distintas da região, se sentir parte da identidade que observa e se envolver, criando um vínculo emocional com o destino e os seus componentes. Estes são os aspetos que transformam uma atividade numa experiência enoturística.

Portanto, o sucesso da experiência enoturística depende: da sua originalidade, da sua segmentação, da sua personalização, da sua capacidade de entretenimento, da sua excecionalidade, da sua envolvência com as características tangíveis e intangíveis do local como um todo, da sua promoção para a criação de conexões com os enoturistas e os locais, da inclusão de emoção e de elementos sensoriais, da participação do enoturista e da sua capacidade de se tornar inesquecível e memorável.

Através do modelo de economia de experiência aplicado ao enoturismo, é possível identificar os recursos e potencialidades de uma região vinícola, bem como conjugá-los a fim de criar experiências mais genuínas, diversificadas e holísticas. Com a utilização deste modelo as entidades do destino e as empresas estão mais capacitadas para potencializar e gerir a região vinícola, e produzir uma promoção mais eficaz da região.

A conjugação desse conhecimento com a utilização de um dos componentes fundamentais das experiências enoturísticas, os elementos sensoriais como os cinco sentidos humanos, no usufruto das mesmas e na sua comunicação contribui para uma estratégia de promoção dinâmica e sensorial, onde cada detalhe é aproveitado e intensificado, contribuindo para a captação de atenção e para a recordação. Esta estratégia, o marketing sensorial, estabelece empatia entre a oferta e o interessado, potencializa os atributos da região, reforça a identidade da marca vinícola, alcança o interessado e fideliza o enoturista.

O contributo deste relatório para o futuro do setor turístico está na demonstração da capacidade do fator humano em superar a introdução competitiva da inteligência artificial neste setor, como é o

caso da utilização do Chat GPT, diminuindo assim a tendência de substituição dos técnicos profissionais qualificados. O lado humano do técnico de turismo está presente na sua capacidade em captar as necessidades e expectativas do visitante e em captar o ambiente, cultura e sensações dos recursos que o destino possui, transmitindo-os ao turista através da comunicação emocional e da provocação de sensações ao turista, pré, durante e após visita, obtendo a satisfação deste. A tecnologia, nos dias de hoje, ainda não é capaz de ter sensibilidade e de conseguir transmitir ao ser humano.

A revisão de literatura, a imersão cultural e a observação participante (decorrente da realização do estágio) e as entrevistas permitiram reconhecer a relevância da comunicação sensorial e emocional para o usufruto e promoção das experiências enoturísticas no geral e em específico para a empresa acolhedora. A junção deste conhecimento permitiu identificar o objetivo principal orientador do presente relatório, a criação de um *Book* para apresentação e promoção das atividades turísticas da Quinta da Avessada, através da partilha dos sentidos e emoções.

O estágio realizado na Quinta da Avessada, localizada em Favaios, na Região Demarcada do Douro, foi fundamental para compreender a importância de preservar a autenticidade local, bem como identificar as necessidades da empresa acolhedora. O facto de esta região possuir vinho, o rio Douro, paisagem singular, segurança, tranquilidade e bem-estar, património histórico, cultural e arquitetónico e território Património da Humanidade como recursos, permite à Quinta da Avessada proporcionar experiências enoturísticas diversificadas, sensoriais e inesquecíveis, que estão comunicadas no *Guide Book*. A participação da comunidade local nas atividades, o envolvimento dos visitantes com a cultura e a comunicação através da técnica *storytelling* são os elementos que distingue e destaca a empresa acolhedora da concorrência e capta visitantes.

A realização do estágio foi, definitivamente, a etapa do processo de desenvolvimento do presente relatório mais desafiante e difícil. Dado que, a autora não se limitou a observar de forma participativa, mas desempenhou também determinadas tarefas específicas exigentes durante o desempenho da função de guia de turismo e habitou na realidade quotidiana da região, que se veio a verificar árdua. Numa perspetiva positiva, o desafio da realização do estágio contribuiu também para a evolução profissional e pessoal da autora, que de outra forma não seria tão enriquecedora e construtiva para o seu futuro.

Em futuros estágios implementados na Quinta da Avessada, com base na sua experiência prática, a autora considera útil, para o melhor desempenho da função de guia de turismo na empresa acolhedora, a oferta de formação acerca do processo e prova do vinho, da história e cultura da região, funcionamento da empresa e da comunicação com o visitante. Além disso, a autora sugere que seja dada a possibilidade aos futuros estagiários de desempenharem funções de gestão e planeamento, a fim de compreenderem a preparação logística necessária ao bom funcionamento da empresa acolhedora, com as seguintes tarefas: gestão do sistema de reservas, gestão das reservas em função do desempenho dos outros departamentos, planeamento das atividades da semana, da época e do ano, planeamento dos programas e atividades, promoção das atividades e programas da oferta enoturística da empresa, estabelecimento de contacto com os operadores turísticos e com os clientes e gestão dos pedidos e expectativas dos mesmos.

Para futuros trabalhos, a autora recomenda uma análise de conteúdo detalhada e atual da oferta enoturística na Região Demarcada do Douro, a fim de identificar as experiências enoturísticas que se oferecem, o que têm em comum e o que há de diferente, especialmente numa era pós-Covid-19, onde as empresas foram obrigadas a reinventar-se para atrair visitantes, numa altura sem contacto ou presença física. Inclusive, propõe-se a realização de questionários específicos aos visitantes da empresa e da região, com questões relacionadas, não só com a obtenção das características dos mesmos, mas também com a sua interação com os recursos da região, a existência de um vínculo emocional com os agentes locais e com as experiências enoturísticas, e sugestões de melhoria da gestão territorial e da oferta.

Por último, a autora almeja, com este relatório, partilhar a sua experiência e promover esta região, dado que permaneceu no seu coração e memória, e ficaria desiludida se estes lugares perdessem a sua genuinidade. Com esta aventura compreendeu ainda mais a importância de os salvar e terá sempre isso em mente ao longo da sua carreira futura enquanto técnica de turismo. Assim sendo, pretende-se lembrar as entidades públicas e privadas das potencialidades que os territórios rurais têm, e que estão esquecidos, e então contribuir para um melhor conhecimento e desenvolvimento das mesmas, pela via da valorização e da sustentabilidade do turismo, com a aposta no enoturismo.

## 7. Referências Bibliográficas

- Agapito, D. L., Mendes, J. d., Valle, P. S., & Almeida, H. (2014). Um contributo do marketing sensorial para o marketing da experiência turística rural. *Pasos - Revista de Turismo y patrimonio Cultural*, 12(3), 611-621.
- Agapito, D., Pinto, P., & Mendes, J. (2017). Tourists' memories, sensory impressions and loyalty: In loco and post-visit study in Southwest Portugal. *Tourism Management*, 108-118.
- Alcântara, R. (2017). Governança como Modelo de Gestão dos Territórios: Um Olhar sobre o Douro Vinhateiro. *Finisterra*, 52, 129-148.
- Almeida, P. J. (2003). *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Almeida, P. J. (2004). A Gestão da Animação Turística como Sustenção do Aumento das Taxas de Ocupação. *Turismo & Desenvolvimento*, 1(2), 23-30.
- Aramendia, G. Z., Ruíz, E. C., & Nieto, C. H. (2021). Digitalization of the wine tourism experience: a literature review and practical applications. *Doxa Comunicacion*, 257-283.
- Aramendia, G. Z., Ruíz, E. C., & Nieto, C. H. (2021). Digitalization of the wine tourism experience: a literature review and practical applications. *Doxa Comunicación*(33), 1-27.
- Associação Douro Alliance. (2013). *Perfil do Turista do Território Douro Alliance - Vila Real, Peso da Régua e Lamego*. Douro: Associação Douro Alliance.
- ATA - Associação de Turismo de Aldeia. (s.d.). *ATA - Associação de Turismo de Aldeia*. Obtido em 05 de 01 de 2020, de Aldeias de Portugal: <https://www.turismodealdeia.com/PT/ata.php>
- Barroco, C., Amaro, S., & Antunes, J. (2010). A Importância das Tecnologias de Informação e Comunicação no Desenvolvimento das Rotas dos Vinhos Portugueses. *Congresso Internacional de Turismo* (pp. 21-30). ISCET: Revista Percursos e Ideias.
- Batista, E. C., Matos, L. A., & Nascimento, A. B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38.

- Bebes.Comes. (23 de setembro de 2019). *Quinta do Cume*. Obtido de Bebes.Comes: <https://bebespontocomes.pt/2019/09/23/quinta-do-cume/>
- Bengtsson, M. (2016). How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis. *NursingPlus Open*, 8-14.
- Bento, A. V. (2012). Como fazer uma revisão da literatura: Considerações teóricas e práticas. *Revista JA (Associação Académica da Universidade da Madeira)*, 42-44.
- Black, J. A., & Champion, D. J. (1976). *Methods and Issues in Social Research*. Nova Iorque: Wiley.
- Blumberg, B. F., Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. Reino Unido: McGraw-Hill Education.
- Brambilla, A. (2015). *Cultura e Enoturismo: um estudo na Região Demarcada do Douro*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Bruwer, J., Prayag, G., & Disegna, M. (2018). Why wine tourists visit cellar doors: Segmenting motivation and destination image. *International Journal of Tourism Research*, 355-366.
- Buhalis, D., & Karatay, N. (2022). Mixed Reality (MR) for Generation Z in Cultural Heritage Tourism Towards Metaverse. *Proceedings of the ENTER 2022 eTourism Conference* (pp. 16-27). s.l.: Springer.
- Câmara Municipal de Alijó. (s.d.). *Freguesias*. Obtido em 05 de 01 de 2020, de Município Alijó: <http://www.cm-alijo.pt/pagina/68>
- Câmara Municipal de Alijó. (s.d.). *Freguesias - Favaios*. Obtido em 21 de 09 de 2023, de Município de Alijó: <https://www.cm-alijo.pt/municipio/freguesias/poi-17/favaios>
- Câmara Municipal de São João da Pesqueira. (2015). *Mapa Enoturismo/ Quintas e Adegas - S. João da Pesqueira - Douro*. São João da Pesqueira: Município de São João da Pesqueira.
- Câmara Municipal de Tabuaço. (s.d.). *Enoturismo - Adegas e Quintas Visitáveis*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Câmara Municipal de Tabuaço: <https://www.cm-tabuaco.pt/index.php?info=YTo0OntzOjQ6Im1lbnUiO3M6MzoiY2FtIjtzOjM6Im1pZCI>

7YToyOntpOjA7czozOiIzMzEiO2k6MTtzOjM6IjU5NSI7fXM6MzoiY2lkIjtzOjM6IjU5NSI7czoxMzoidmVyc2FvX3RhYmVsYSI7czo2OiJvbmxpbmUiO30=

- Camayd, Y. R., & Freire, E. E. (2020). Estratégias Metodológica de Investigação nas Ciências Sociais. *Revista CONRADO*, 65-73.
- Campo, R., Reinoso-Carvalho, F., & Rosato, P. (2021). Wine Experiences: A Review from a Multisensory Perspective. *Applied Sciences*, 1-18.
- Campos, A. K. (2012). *O Alvarinho como produto impulsionador do enoturismo em Monção*. Braga: Universidade do Minho.
- Cardoso, M. (04 de fevereiro de 2019). *Economia - Família Champalimaud regressa ao Douro*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Expresso: <https://expresso.pt/economia/2019-02-04-Familia-Champalimaud-regressa-ao-Douro>
- Carmo, H., & Ferreira, M. M. (2008). *Metodologia da Investigação - Guia para Auto-Aprendizagem* (2ª ed.). Lisboa: Universidade Aberta.
- Carvalho, C. S. (2020). *Experiências Enoturísticas: Propostas Para A Quinta Da Aversada, Enoteca Douro*. Viana do Castelo: IPVC.
- Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2021). Interaction as a Central Element of Co-Creative Wine Tourism Experiences - Evidence from Bairrada, a Portuguese Wine-Producing Region. *Sustainability*, 1-20.
- Carvalho, P., & Alves, L. (02 de maio de 2017). Animação Turística, Inovação e Criatividade no Desenvolvimento Rural - o Caso das Aldeias do Xisto. *Animação Turística, Inovação e Criatividade no Desenvolvimento Rural - o Caso das Aldeias do Xisto*, pp. 171-179.
- Casa de Gouvães. (s.d.). *Programas*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Casa de Gouvães: <https://www.casadegouvaes.com/programas>
- Casa de Mateus. (s.d.). *Marcação de Visitas*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Fundação da Casa de Mateus: <http://www.casademateus.com/visitas-enoturismo/marcacoes-de-visitas/>
- Casa De Santo António de Britiande. (s.d.). *Atividades*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Casa De Santo António de Britiande: <https://www.casasantoantonibritiande.com/pt/atividades>

- Casa do Bucleiro. (s.d.). *Serviços*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Casa do Bucleiro: <http://www.casadobucleiro.pt/?fbclid=IwAR2zkajc3reIQVLm2xVfmSZWZB3Y5C3F09eMCBzEJpb1OcQSskOlhC97Nds>
- CEE. (1988). The future of rural society. *Comission communication transmitted to the Council and to the European Parliament*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*(23), 311-319.
- Chizzotti, A. (2018). *Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais*. São Paulo: Cortez.
- Cho, J. Y., & Lee, E.-H. (2014). Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative. *The Qualitative Report*, 1-20.
- CoaParque. (s.d.). *Visita Conjunta Ervamoira*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de CoaParque: <https://arte-coa.pt/visitas/quinta-de-ervamoira/>
- Cohen, E., & Ben-Nun, L. (2009). The important dimensions of wine tourism experience from potential visitors` perception. *Tourism and Hospitality Research*, 20-31.
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN). (2008). *Plano de Ação para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal*. Douro: CCDRN.
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN). (2008). *Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013*. Douro: Estrutura e Missão do Douro.
- Comunidade Intermunicipal do Douro. (2015). *Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020) - Relatório Final*. Douro: Comuniade Intermunicipal do Douro.
- Consoli, D. (2010). *A New Concept of Marketing: The Emotional Marketing*. Itália: University of Urbino.
- Correia, M. (2009). A Observação Participante Enquanto Técnica de Investigação. *Pensar Enfermagem*, 30-36.

- Correia, M. d. (2009). A Observação Participante Enquanto Técnica de Investigação. *Pensar Enfermagem*, 13(2), 30-36.
- Costa, A. A. (2014). *Perfil e Motivações do Enoturista do Pólo de Turismo do Douro*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Costa, A., & Kastenholz, E. (2009). O Enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas. *15º Congresso da APDR* (pp. 1489-1508). Cabo Verde: Instituto J. Piaget.
- Costa, W. F., Tito, A. L., Brumatti, P. N., & Alexandre, M. L. (2018). Uso de Instrumentos de Coleta de Dados em Pesquisa Qualitativa: Um estudo em Produções Científicas de Turismo. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica*, 20(1), 2-28.
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática* (2ª ed.). Coimbra: Almedina.
- Crescitelli, E., Oliveira, É. C., & Barreto, I. F. (2007). A Internet como Fonte Informacional para o SIM: os Processos de Captação e as Formas de Avaliação. *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*, 347-1775.
- Cristóvão, A., Medeiros, V., & Melides, R. (2010). Aldeias Vinhateiras: Requalificação Urbana, Turismo E Desenvolvimento Local no Douro. *PASOS - Revista de Turismo y Património Cultural*, 8, 519-528. doi:10.25145/j.pasos.2010.08.045
- Croft. (s.d.). *Quinta da Roêda*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Croft - Family Port Shippers: <http://croftport.com/pt/visite-nos/quinta-da-roeda-douro/>
- Cunha, M. J. (2012). Animação, tradição e cultura como fatores de preservação da memória e desenvolvimento rural. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1347-1356.
- Cunha, R. M. (2017). *Marketing e Enoturismo: Propostas para a Quinta da Avesada, Favaíes*. Viana do Castelo: Instituto Politécnico de Viana do Castelo.
- Cunha, R. M. (2017). *Marketing e Enoturismo: Propostas para a Quinta da Avesada, Favaíes*. Viana do Castelo: Instituto Politécnico de Viana do Castelo.
- Curtale, R. (2018). Analyzing children's impact on parents' tourist choices. *Young Consumers*.

- D'Origem. (s.d.). *Lagar de Azeite*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de D'Origem: <http://dorigem.pt/lagar-de-azeite/>
- Decawine. (s.d.). *Quinta da Nossa Senhora do Loreto*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de D'Eça Douro: <http://www.decawine.com/PT/quinta/>
- Decreto-Lei n.º 186/15. (2015, 3 de setembro). D.R. I Série. 172 (15-09-03) 6947.
- Decreto-Lei N.º 95/13. (2013, 19 de junho). D.R. I Série. 138 (13-07-19) 4191.
- Decreto-Lei N.º 108/09. (2009, 15 de maio). D.R. I Série. 94 (09-05-15) 3035.
- Diário da República. (3 de agosto de 2009). *Legislação*. Obtido de Diário da República Eletrónico - DRE: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/493025/details/maximized>
- Douro Valley. (s.d.). *Património e Cultura*. Obtido em 10 de 04 de 2020, de Douro Valley: [http://www.dourovalley.com/patrimonio\\_cultura](http://www.dourovalley.com/patrimonio_cultura)
- Duan, B., Arcodia, C., Ma, E., & Hsiao, A. (2018). Understanding wine tourism in China using an integrated product-level and experience economy framework. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 949-960.
- Durberry, & Ramesh. (2018). *Research Methods for Tourism Students*. Nova Iorque: Routledge.
- ENOTUR. (s.d.). *Quinta do Monte Travesso*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de ENOTUR - Adegas & Quintas de Portugal: <http://www.enotur.pt/pt/cellars/quinta-do-monte-travesso>
- Esau, D., & Senese, D. M. (2022). The sensory experience of wine tourism: Creating memorable associations with a wine destination. *Food Quality and Preference*, 1-7.
- Essência do Vinho. (s.d.). *Eventos*. Obtido em 13 de 02 de 2024, de Essência do Vinho: <https://www.essenciadovinho.com/>
- Esteves, E. (2015). *Animação Turística como Fator de Eleição de um Destino - Perspectiva do Visitante*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Esteves, E., Fernandes, P., & Cardoso, C. (2013). Animação Turística como Fator Implícito da Procura Turística. *Tourism & Management Studies*, 87-92.

- Eustice, C., McCole, D., & Ruddy, M. (2019). The impact of different product messages on wine tourists' willingness to pay: A non-hypothetical experiment. *Tourism Management*, 242-248.
- Facebook. (s.d.). *Mãos & Irmãos - R4*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Facebook: [https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page_internal)
- Favaios. (s.d.). *Geografia*. Obtido em 21 de 09 de 2023, de Favaios: <https://favaios.com.pt/favaios/#geography>
- Favaios, Aldeia Vinhateira. (21 de 09 de 2023). *Sobre Favaios*. Obtido de Favaios, Aldeia Vinhateira: <https://favaios.com.pt/>
- Favios. (s.d.). *Cultura de Favaios*. Obtido em 22 de 09 de 2023, de Favaios: <https://favaios.com.pt/favaios/cultura/>
- Fonseca Porto. (s.d.). *Quinta do Panascal*. Obtido em 10 de janeiro de 2020, de Fonseca Porto: <http://www.fonseca.pt/pt/visite-nos/>
- Fonseca, C. (18 de 08 de 2023). *Roteiros - Alijó, no Alto Douro Vinhateiro: cenários de filme com pessoas reais*. Obtido em 30 de 08 de 2024, de Evasões: <https://www.evasoes.pt/roteiros/alijo-no-alto-douro-vinhateiro-cenarios-de-filme-com-pessoas-reais/1064025/>
- Fragulho. (2020). *Eventos e Casa dos Lagares - Espólito*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Fragulho - Casa dos Lagares: <https://www.fragulho.pt/eventos->
- Gil, A. C. (s.d.).
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6ª ed.). São Paulo: Atlas .
- Gómez, M., Pratt, M. A., & Molina, A. (2018). Wine tourism research: a systematic review of 20 vintages from 1995 to 2014. *Current Issues in Tourism*, 1-39.
- Google Maps. (21 de 09 de 2023). *Quinta da Avesada, Favaios*. Obtido de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Enoteca+da+Quinta+da+Avesada/@41.2601717,-7.6126532,10.58z/data=!4m6!3m5!1s0xd3b43c32c07d4e7:0xcaf107e60c8ff191!8m2!3d41.2499262!4d-7.4961197!16s%2Fg%2F11c3k9w9fd?entry=ttu>

- Google Maps. (s.d.). *Place - Enoteca da Quinta da Avessada*. Obtido em 21 de 09 de 2023, de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Enoteca+da+Quinta+da+Avessada>
- Google Maps. (s.d.). *Place-Favaios*. Obtido em 27 de 01 de 2020, de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Favaios>
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2008). Chapter 1 - Food events, festivals and farmers' markets: An introduction. Em C. M. Hall, & L. Sharples, *Food and Wine Festivals and Events Around the World* (pp. 1-22). Butterworth-Heinemann.
- Herdade do Freixo. (s.d.). *Enoturismo - visitas e provas guiadas*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Herdade do Freixo: <http://www.herdadedofreixo.pt/enoturismo/visitas-e-provas-guiadas/>
- Hogg, T., & Rebelo, J. (2017). *Rumo Estratégico para o Setor dos Vinhos do Porto e Douro*. Porto: IVDP; UTAD.
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Sage Journals*, 1277-1288.
- INE. (2019). *Instituto Nacional de Estatística - Anuário Estatístico da Região Norte : 2018*. Lisboa: INE. Obtido de www: <url:<https://www.ine.pt/xurl/pub/410498016>>
- Jelínková, D., Tučková, Z., & Jerigová, Z. (2017). Market segment of families with children: a new stimulus for modern Czech spa industry? *Journal of International Studies*, 158-169.
- Jiménez-Marín, G., Bellido-Peréz, E., & López-Cortés, Á. (2019). Marketing Sensorial: el concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta. *Vivat Academia - Revista de Comunicación*(148), 121-147.
- Jornal i. (12 de maio de 2013). *Lavradores de Feitoria: Um projeto que cresce com muita qualidade*. Obtido de Jornal i: <https://ionline.sapo.pt/349298>
- Junta de Freguesia de Favaios. (22 de 09 de 2023). *Cultura de Favaios*. Obtido de Favaios - Aldeia Vinhateira: <https://favaios.com.pt/favaios/cultura/>
- Kawulich, B. B. (2005). Participant Observation as a Data Collection Method. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 6(2), 1-28.

- Lavradores de Feitoria. (s.d.). *Quintas*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Lavradores de Feitoria: <https://www.lavradoresdefeitoria.pt/pt/quintas/>
- Limite da Região Demarcada do Douro*. (s.d.). Obtido em 29 de 12 de 2019, de Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto. I.P.: <https://www.ivdp.pt/consumidor/limite-da-regiao-demarcada-do-douro>
- Lopes, H. T. (2016). *O turismo como alavanca do desenvolvimento de áreas rurais: o caso de estudo do município de Boticas*. Braga: Universidade do Minho - Instituto de Ciências Sociais.
- Machado, C. I. (2010). *Vulnerabilidade da Região Demarcada do Douro às alterações climáticas e efeitos sobre o ciclo vegetativo da videira: O caso do Moscatel Galego*. Braga: Universidade do Minho - Instituto de Ciências Sociais.
- Malerba, R. C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2023). Family-friendly wine tourism? A debate with evidence from three Portuguese wine routes. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 251-275.
- Malhotra, N. K. (2019). *Pesquisa de Marketing - Uma orientação aplicada* (7ª ed.). (R. S. Menezes, Trad.) Porto Alegre: bookman.
- Marco-Lajara, B., Martínez-Falcó, J., Millan-Tudela, L. A., & Sánchez-García, E. (2023). Analysis of the structure of scientific knowledge on wine tourism: A bibliometric analysis. *Heliyon*, 1-15.
- Martins, J., Gonçalves, R., Branco, F., Barbosa, L., Melo, M., & Bessa, M. (2017). A multisensory virtual experience model for thematic tourism: A Port wine tourism application proposal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 103-109.
- Marujo, N. (2012). A Observação Participante na Investigação em Turismo. *TURyDES - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 1-10.
- Minayo, M. C., & Costa, A. P. (2018). Fundamentos Teóricos das Técnicas de Investigação Qualitativa. *Revista Lusófona de Educação*, 139-153.

- Ministério da Economia e da Inovação. (2009, 15 de maio). *Decreto-Lei n.º 108/2009*. D.R. I série. 94 (09-05-15) 3035.
- Miranda, R. J. (2009). *Qual a relação entre o pensamento crítico e a aprendizagem de conteúdos de ciências por via experimental?: um estudo no 1º Ciclo*. Lisboa: Universidade de Lisboa.
- Mónico, L. S., Alferes, V. R., Castro, P. A., & Parreira, P. M. (04 de julho de 2017). A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. *Atas - Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, 3, pp. 724-733.
- Mónico, L. S., Alferes, V. R., Castro, P. A., & Parreira, P. M. (2017). A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. *Investigação Qualitativa em Ciências Sociais* (pp. 724-733). 6º Congresso Ibero-Americano en Investigación Cualitativa: Atas CIAIQ.
- Monte São Sebastião. (s.d.). *Quartos*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Monte São Sebastião: <https://www.montesaosebastiao.pt/copia-a-quinta>
- Moreira, C. (2012). Lazer, animação turística e desenvolvimento local. Em R. Jacinto, *Patrimónios, Territórios e Turismo Cultural: Recursos, Estratégias e Práticas* (Vol. 19, pp. 77-101). Guarda e Lisboa: Âncora Editora.
- Morgadio da Calçada. (s.d.). *Experiências*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Morgadio da Calçada: <http://www.morgadiodacalcada.com/experiencias/#encontros-empresariais>
- Município de Alijó. (21 de 09 de 2023). *Favaios*. Obtido de CM Alijó - Território de Origem Demarcada: <https://www.cm-alijo.pt/municipio/freguesias/poi-17/favaios>
- ONAT. (2013). *Projeto de Regulamento - observatório Nacional das Atividades de Animação Turística*. Peniche: Instituto Politécnico de Leiria.
- ONAT. (s.d.). *Missão*. Obtido em 12 de julho de 2020, de ONAT - Observatório Nacional das Atividades de Animação Turística: <https://onat.ipleiria.pt/o-observatorio/missao/>
- Pelegrín-Borondo, J., Olarte-Pascual, C., & Oruezabala, G. (2020). Wine tourism and purchase intention: a measure of emotions according to the PANAS scale. *Journal of Wine Research*, 101-123.

- Pereiro, X., Azevedo, P., Bento, R., Martins, H., Sousa, N., Silva, R., & Bernardo, E. (2020). *Turismo e Hospitalidade no Alojamento Turístico do Douro*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Pina, H. (2017). Será a Inovação a Chave para o Desenvolvimento da Região Demarcada do Douro? *XI Congresso da Geografia Portuguesa - As Dimensões e a Responsabilidade Social da Geografia* (pp. 431-435). Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 97-105.
- Pinto, M. J. (2016). *O Papel da Animação na Oferta Turística da Cidade do Peso da Régua*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Ponsignon, F., & Holmqvist, J. (2023). A framework for designing visitor experiences in branded tourist attractions: Insights from a luxury Cognac brand. *Journal of Vacation Marketing*, 1-14.
- PORDATA. (18 de setembro de 2019). *Dormidas nos alojamentos turísticos: total e por tipo de alojamento*. Obtido em 03 de janeiro de 2019, de PORDATA - Base de Dados Portugal Contemporâneo:  
<https://www.pordata.pt/Municipios/Dormidas+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total+e+por+tipo+de+alojamento-748>
- PORDATA. (26 de Novembro de 2019). *Estada média nos alojamentos turísticos: total, residentes em Portugal e residentes no estrangeiro*. Obtido em 03 de janeiro de 2019, de PORDATA - Base de Dados Portugal Contemporâneo:  
<https://www.pordata.pt/Municipios/Estada+m%c3%a9dia+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total++residentes+em+Portugal+e+residentes+no+estrangeiro-758>
- PORDATA. (18 de setembro de 2019). *Proveitos totais dos alojamentos turísticos: total e por tipo de alojamento*. Obtido em 03 de janeiro de 2020, de PORDATA - Base de Dados Portugal Contemporâneo:  
<https://www.pordata.pt/Municipios/Proveitos+totais+dos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total+e+por+tipo+de+alojamento-769>

Pordata. (s.d.). *Municípios*. Obtido em 30 de 12 de 2019, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Subtema/Municipios/Alojamentos+Tur%c3%adsticos-360>

Portugal by wine. (s.d.). *Quinta de Maritávora - Visita & Prova de Vinhos*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Portugal by wine: [https://www.portugalbywine.com/pt/experiencias/info/quinta-de-maritavora-visita-prova-de-vinhos\\_1388/](https://www.portugalbywine.com/pt/experiencias/info/quinta-de-maritavora-visita-prova-de-vinhos_1388/)

Quadri-Felitti, D., & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 3-15.

Quinta da Avessada. (s.d.). *A Quinta*. Obtido em 13 de 12 de 2019, de Avessada Enoteca: <https://enotecadouro.com/a-quinta/>

Quinta da Avessada. (s.d.). *A Quinta*. Obtido em 12 de 12 de 2019, de Avessada Enoteca: <https://enotecadouro.com/>

Quinta da Avessada. (s.d.). *Douro Best Tour*. Obtido em 12 de 12 de 2019, de Avessada Enoteca: <https://enotecadouro.com/produto/visita-guiada-quinta-da-avessada/>

Quinta da Avessada. (s.d.). *Enoteca*. Obtido em 13 de 12 de 2019, de Avessada Enoteca: <https://enotecadouro.com/enoteca/>

Quinta da Avessada. (s.d.). *Gastronomia*. Obtido em 23 de 08 de 2024, de Avessada Enoteca: <https://enotecadouro.com/gastronomia/>

Quinta da Fonte do Milho. (s.d.). *Salal de Provas*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta da Fonte do Milho: <https://quintadafontedomilho.pt/sala-de-provas/>

Quinta da Foz. (s.d.). *Quem somos - Enoturismo*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta da Foz: <http://www.quintadafoz.pt/qdf/pt/who-we-are.html>

Quinta da Marka. (s.d.). *Quinta da Marka*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta da Marka: <https://www.quintadamarkadouro.com/pt-pt>

Quinta da Pacheca. (s.d.). *Harvest Experiences*. Obtido em 30 de 08 de 2024, de <https://quintadapacheca.com/pages/harvest-experiences>

Quinta da Pacheca. (s.d.). *Quinta da Pacheca*. Obtido em 10 de janeiro de 2020, de Quinta da Pacheca: <https://quintadapacheca.com/>

Quinta da Padrela. (s.d.). *Turismo - Atividades*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta da Padrela: <http://www.quintadapadrela.com/turismo/>

Quinta da Pedra Alta. (s.d.). *Enoturismo*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Quinta da Pedra Alta: [http://www.qpa.pt/pt/\\_enoturismo](http://www.qpa.pt/pt/_enoturismo)

Quinta da Rede. (s.d.). *Facebook - Quinta da Rede*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Facebook - Quinta da Rede: <https://www.facebook.com/quintadarede/photos/a.1641688306160176/2176979589297709/?type=3&theater>

Quinta da Terrincha. (s.d.). *Turismo*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta da Terrincha: <http://www.quintadaterrincha.pt/turismo.php>

Quinta de La Rosa. (s.d.). *Visits*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta de La Rosa: <https://www.quintadelarosa.com/content/visits>

Quinta do Barreiro. (s.d.). *A Quinta*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Barreiro: <https://quintadobarreiro.pt/a-quinta/>

Quinta do Beijo. (s.d.). *Experiências*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Beijo: <https://www.quintadobeijo.pt/#Atividades>

Quinta do Castro. (s.d.). *Enoturismo*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Castro: <https://quintadocrasto.pt/enoturismo/>

Quinta do Couquinho. (s.d.). *A Quinta*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Couquinho: <http://www.quintadocouquinho.com/pt/a-quinta>

Quinta do Granjal. (s.d.). *Quinta do Granjal*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de DUVINUM - Quinta do Granjal - Douro Superior: <https://www.quintadogranjal.pt/quintas>

Quinta do Granjal. (s.d.). *Quinta do Granjal*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Duvinvn - Quinta do Granjal Douro Superior: <https://www.quintadogranjal.pt/quintas>

Quinta do Infantado. (s.d.). *Turismo - Programas*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Infantado: <https://quintadoinfantado.com/turismo/>

Quinta do Jalloto. (s.d.). *Quinta do Jalloto*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Jalloto: <http://quintadojalloto.pt/>

Quinta do Medronheiro. (s.d.). *Atividades*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Medronheiro: <https://www.quintadomedronheiro.pt/atividades/>

Quinta do Passadouro. (s.d.). *Quinta do Passadouro*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Passadouro: <http://www.quintadopassadouro.com/>

Quinta do Pégo. (s.d.). *A Quinta*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Pégo: <https://quintadopego.com/pt-pt/douro-region/>

Quinta do Pôpa. (s.d.). *Visite-nos*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Pôpa: <http://www.quintadopopa.com/pt/visitar-provar-vinhos-douro/>

Quinta do Portal. (s.d.). *Enoturismo - Visitas e Provas*. Obtido em 11 de janeiro de 2020, de Quinta do Portal - Douro Valley Portugal: <http://www.quintadoportal.com/>

Quinta do Silval. (s.d.). Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Quinta do Silval Family Estates: <http://www.quintadosilval.pt/pacotes-turisticos/>

Quinta do Vale Meão. (s.d.). *Visite-nos*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta do Vale Meão: <https://www.quintadovalemeao.pt/visite-nos>

Quinta do Vallado. (s.d.). *Enoturismo*. Obtido em 10 de janeiro de 2020, de Quinta do Vallado: <https://www.quintadovallado.com/pt/enoturismo/>

Quinta Nova da Nossa Senhora do Carmo. (s.d.). *Enoturismo e Atividades*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Quinta Nova da Nossa Senhora do Carmo: <https://www.quintanova.com/>

Quinta Vila Maior. (s.d.). *Visitas à Quinta e prova de vinhos*. Obtido de Quinta Vila Maior: <http://quintavilamaior.com/visitas/>

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

- Rachão, S. A., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2021). Food-and-wine experiences towards co-creation in tourism. *Tourism Review*, 1050-1066.
- Rainoldi, M., Winckel, A. V., Yu, J., & Neuhofer, B. (2022). Video Game Experiential Marketing in Tourism: Designing for Experiences. *Proceedings of the ENTER 2022 eTourism Conference* (pp. 3-6). s.l.: Springer.
- Ramos, P., Santos, V. R., & Almeida, N. (2018). Main challenges, trends and opportunities for wine tourism in Portugal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 680-687.
- Raposeira. (s.d.). *Contactos - Horários de visitas e provas*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Raposeira: <https://cavesdaraposeira.com/contactos/>
- Real Companhia Velha. (2014). *Quinta das Carvalhas*. Obtido em 10 de janeiro de 2020, de Real Companhia Velha: <https://www.realcompanhiavelha.pt/pages/quintas/4>
- Resende, R. (2016). Técnica de Investigação Qualitativa: ETCI. *Journal of Sport Pedagogy & Research*, 50-57.
- Sá, P., Costa, A. P., & Moreira, A. (2021). *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: recolha de dados* (Vol. 2). Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Santos, A. S. (2018). *Enoturismo no Alto Douro Vinhateiro*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., & Santos-Pavón, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 718-730.
- Santos, V., Caldeira, A., Santos, E., Oliveira, S., & Ramos, P. (2019). Wine Tourism Experience in the Tejo Region: The influence of sensory impressions on post-visit behaviour intentions. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 54-75.
- Santos, V., Dias, A., Ramos, P., Madeira, A., & Sousa, B. (2022). The influence of wine storytelling on the global wine tourism experience. *Wine Economics and Policy*, 11, 3-13.
- Santos, V., Ramos, P., Almeida, N., & Santos-Pavón, E. (2020). Developing a Wine Experience Scale: A New Strategy to Measure Holistic Behaviour of Wine Tourists. *Sustainability*, 1-16.

- Santos, V., Sousa, B., Ramos, P., & Valeri, M. (2021). Emotions and involvement in tourism settings. *Current Issues in Tourism*, 1526-1531.
- Secret Spot Wines. (s.d.). *Turismo - Quinta da Faísca*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Secret Spot Wines - Hand Crafted Wines from the Douro Valley: <http://www.secretspotwines.com/pt/turismo.php>
- Sequeira, T., & Diniz, F. (9 de outubro de 2014). *Análise Estratégica do Setor do Vinho do Porto*. Obtido em 28 de dezembro de 2019, de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/266635857\\_ANALISE ESTRATEGICA\\_DO\\_SECTOR\\_DO\\_VINHO\\_DO\\_PORTO](https://www.researchgate.net/publication/266635857_ANALISE ESTRATEGICA_DO_SECTOR_DO_VINHO_DO_PORTO)
- Sigala, M. (janeiro de 2019). Wine Tourists with Children: A Constrained-Based Approach for Untapping a Latent Wine Tourism Market Segment: Theory, Practice, and Cases. *Management and Marketing of Wine Tourism Business*, pp. 101-126.
- Simões, O. (2008). Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinho. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 269-279.
- Singh, P., Chung, J., & Choi, J.-G. (2017). Dimensioning and Revealing Perceived Travel Experiences of International Residents in Korea by Using Semi-Structured Interviews. *Global Business and Finance Review*, 22, 101-118.
- Soares, J. O. (2018). *O consumidor do enoturismo: Análise na perspectiva do marketing experiencial e a relação com os meios digitais*. Porto: ISCAP.
- Sogrape. (s.d.). *Quinta do Seixo - Sandeman*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Sogrape: <https://winetourism.sogrape.com/pt/visite/quinta-do-seixo-sandeman>
- Solares de Portugal. (s.d.). *Quinta da Veiga - Caraterísticas*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Solares de Portugal: <https://www.solaresdeportugal.pt/pt/solares-de-portugal/131>
- Sousa, A. J. (2012). *Os recursos naturais e parques eólicos na experiência turística rural*. Aveiro: Universidade de Aveiro.

- Sousa, C., Monte, A. P., & Fernandes, P. O. (2013). Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, Após a Classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO. *III Congrso Internacional de urismo* (pp. 261-289). Barcelos: ESG/IPCA.
- Symington. (s.d.). *Quinta do Bonfim*. Obtido em 12 de janeiro de 2020, de Symington Family Estates: <https://pt.symington.com/visit/quinta-do-bonfim/3>
- Tan, W. (2018). *Research methods: a pratical guide for students and researchers*. Singapura: World Scientific.
- Terras de Baco. (s.d.). *Atividades*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Terras de Baco: <https://www.terracosdebaco.com/regiao-de-carrazeda/>
- Time Out. (17 de março de 2019). *Quinta das Azeleiras*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Time Out: <https://www.timeout.pt/porto/pt/viagens/quinta-das-azeleiras>
- Tripadvisor. (s.d.). *Quinta da Ervamoira*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Tripadvisor: [https://www.tripadvisor.pt/Attraction\\_Review-g1379167-d12517628-Reviews-Quinta\\_da\\_Ervamoira-Vila\\_Nova\\_de\\_Foz\\_Coa\\_Guarda\\_District\\_Central\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.pt/Attraction_Review-g1379167-d12517628-Reviews-Quinta_da_Ervamoira-Vila_Nova_de_Foz_Coa_Guarda_District_Central_Portugal.html)
- Tripadvisor. (s.d.). *Quinta dos Espinheiros*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Tripadvisor: [https://www.tripadvisor.com.br/VacationRentalReview-g3931986-d8559059-Quinta\\_dos\\_Espinheiros-Provesende\\_Vila\\_Real\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.br/VacationRentalReview-g3931986-d8559059-Quinta_dos_Espinheiros-Provesende_Vila_Real_District_Northern_Portugal.html)
- Tripadvisor. (s.d.). *Quinta Santa Eufemia*. Obtido em 13 de janeiro de 2020, de Tripadvisor: [https://www.tripadvisor.pt/Attraction\\_Review-g189175-d1186870-Reviews-Quinta\\_Santa\\_Eufemia-Lamego\\_Viseu\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.pt/Attraction_Review-g189175-d1186870-Reviews-Quinta_Santa_Eufemia-Lamego_Viseu_District_Northern_Portugal.html)
- Turismo de Portugal I.P. (2019). *Programa de Ação para o Enoturismo 2019-2021*. Lisboa: Turismo de Portugal I.P.
- Turismo de Portugal, I.P. (2017). *Estratégia Turismo 2027*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- Turismo de Portugal, I.P. (2020). *Animação Turística em Portugal - 2018 - Inquérito à Caracterização da Atividade e à Procura Turística*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- Turismo de Portugal, I.P. (s.d.). *Agentes de Animação Turística - Animação Turística*. Obtido em 19 de maio de 2020, de Turismo de Portugal - Business:

[http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear\\_Iniciar/Como\\_comecar/Agentes\\_Animacao\\_Turistica/Paginas/default.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Como_comecar/Agentes_Animacao_Turistica/Paginas/default.aspx)

Turismo de Portugal, I.P. (s.d.). *Registo Nacional de Agentes de Animação Turística*. Obtido em 19 de maio de 2020, de Registo Nacional de Turismo: <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAAT/ConsultaRegisto.aspx?FiltroVisivel=True>

Turismo de Portugal, I.P. (s.d.). *Registo Nacional de Agentes de Animação Turística*. Obtido em 17 de junho de 2020, de Turismo de Portugal: [http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear\\_Iniciar/Licenciamento\\_Registo\\_da\\_Atividade/Agentes\\_Animacao\\_Turistica/Paginas/default.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Licenciamento_Registo_da_Atividade/Agentes_Animacao_Turistica/Paginas/default.aspx)

UNESCO. (s.d.). *Alto Douro Wine Region*. Obtido em 29 de 12 de 2019, de UNESCO World Heritage Centre : <http://whc.unesco.org/en/list/1046>

Vallegre. (s.d.). *Quintas*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Vallegre Porto & Douro Wines: [http://www.vallegre.pt/pt/quintas/quintas\\_122](http://www.vallegre.pt/pt/quintas/quintas_122)

Veal, A. J. (2017). *Research Methods for Leisure and Tourism*. Reino Unido: Pearson.

Vieira de Sousa. (s.d.). *Enoturismo*. Obtido em 14 de janeiro de 2020, de Vieira de Sousa - Port & Douro Wines: <https://www.vieiradesousa.com/pt/winetourism>

Vieira, M. R. (2023). *Competitividade dos Destinos Turísticos: A Perspetiva dos Municípios da Região Centro de Portugal*. Peniche: Politécnico de Leiria.

Vivadouro. (28 de 07 de 2021). *Sociedade*. Obtido de Viva Douro: <https://www.vivadouro.org/noticias/censos-2021-douro-perde-21114-habitantes>

Vorobiova, N., Pinto, P., Pintassilgo, P., & Lavandoski, J. (2020). Motivations of tourists in wine regions: the case of La Rioja, Spain. *International Journal of Wine Business Research*, 353-371.

Wine Locals. (s.d.). *Vinícolas em Gramado e Canela*. Obtido em 30 de 08 de 2024, de Wine Locals: <https://www.wine-locals.com/conteudo/vinicolas-em-gramado-e-canela>

Wine Villages. (s.d.). *Favaíós*. Obtido em 05 de 01 de 2020, de Wine Villages: <https://www.winevillages.pt/favaios/>



## 8. Apêndices

### Apêndice I – Tabela com as Atividades/Experiências das Quintas de Enoturismo Concorrentes

**Tabela 1 - Atividades/ Experiências das Quintas de Enoturismo Concorrentes**

| Quintas                                                             | Atividades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quinta das<br/>Carvalhas</b><br>(Pinhão) <sup>1</sup>            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prova de vinhos temáticas</li><li>• Passeios pedestres</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Quinta da<br/>Pacheca</b><br>(Lamego) <sup>2</sup>               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prova de vinhos</li><li>• Visita guiada</li><li>• Picnic</li><li>• Workshop cozinha</li><li>• Eventos</li></ul>                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Quinta do<br/>Panascal</b><br>(Valença do<br>Douro) <sup>3</sup> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prova de vinhos</li><li>• Visita educacional com áudio-tour</li><li>• Centro de visitas</li><li>• Observação da vindima</li><li>• Eventos</li><li>• Passeios de barco</li><li>• Animações de almoço (cânticos tradicionais ou histórias)</li><li>• Workshops de vinho do Porto</li><li>• Canoagem, jogos tradicionais e BTT</li></ul> |

<sup>1</sup> Informação disponível em <https://www.realcompanhiavelha.pt/pages/quintas/4> , acedido a 10 de janeiro de 2020

<sup>2</sup> Informação disponível em <https://quintadapacheca.com/> , acedido a 10 de janeiro de 2020

<sup>3</sup> Informação disponível em <http://www.fonseca.pt/pt/visite-nos/> , acedido a 10 de janeiro de 2020

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quinta do Vallado</b> (Peso da Régua) <sup>4</sup>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Workshops de enologia</li> <li>• <i>Blending</i> e viticultura</li> <li>• Refeições</li> </ul>                                                                                                                            |
| <b>Quinta do Portal</b> (Sabrosa) <sup>5</sup>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Vindimas e tarefas vinícolas</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Elaboração do próprio vinho (só para grupos)</li> <li>• Atividades de desporto de aventura</li> <li>• Eventos</li> </ul>                                                          |
| <b>Quinta da Faísca</b> (Favaios) <sup>6</sup>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas às vinhas, adega e nave de barricas</li> <li>• Refeições</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| <b>Casa dos Lagares</b> (Cheires - Sanfins do Douro) <sup>7</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova comentada dos vinhos da quinta</li> <li>• Visitas à adega e ala museológica (espólio de instrumentos, utensílios e documentos que ilustram o percurso de uma família do Douro na atividade vinícola, com cenários autênticos)</li> <li>• Observação da vindima</li> </ul> |
| <b>D'Origem</b> (Pinhão) <sup>8</sup>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visita à adega e ao museu do azeite (lagar de azeite)</li> </ul>                                                                                                                                                                                     |
| <b>Quinta da Pedra Alta</b> (Soutelinho – Alijó) <sup>9</sup>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas à quinta</li> <li>• Refeições</li> </ul>                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Quinta da Roêda</b> (Pinhão) <sup>10</sup>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Provas de vinhos realizadas no centro de visitas</li> <li>• Visitas guiadas pela quinta e vinha</li> <li>• Pisa das uvas nos lagares</li> </ul>                                                                                                                                 |
| <b>Quinta Do Bonfim</b> (Pinhão) <sup>11</sup>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação dos lagares mecânicos nas vindimas</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Provas de vinhos</li> <li>• Eventos</li> <li>• Passeios pelas vinhas</li> <li>• Picnic (cesta tradicional com produtos regionais)</li> </ul>                                                |

<sup>4</sup> Informação disponível em <https://www.quintadovallado.com/pt/enoturismo/>, acedido a 10 de janeiro de 2020

<sup>5</sup> Informação disponível em <http://www.quintadoportal.com/>, acedido a 11 de janeiro de 2020.

<sup>6</sup> Informação disponível em <http://www.secretspotwines.com/pt/turismo.php>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

<sup>7</sup> Informação disponível em <https://www.fragulho.pt/casa-dos-lagares>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

<sup>8</sup> Informação disponível em <http://dorigem.pt/>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

<sup>9</sup> Informação disponível em <http://www.qpa.pt/pt/enoturismo>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

<sup>10</sup> Informação disponível em <http://croftport.com/pt/visite-nos/quinta-da-roeda-douro/>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

<sup>11</sup> Informação disponível em <https://pt.symington.com/visit/quinta-do-bonfim/3> e <https://www.casadegouvaes.com/programas>, acedido a 12 de janeiro de 2020.

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quinta do Jalloto</b><br>(Pinhão) <sup>12</sup>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Provas de vinho</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Quinta do Passadouro</b><br>(Pinhão) <sup>13</sup>                                 | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Quinta do Silval</b><br>(Pinhão) <sup>14</sup>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escapadinha romântica – mimos que incluem picnic, uma viagem de barco no Douro e jantar no restaurante da quinta</li> <li>• Escapadinha Relaxante – prova de vinhos e tapas, picnic e percursos pedestres</li> <li>• Escapadinha Gastronómica – duas refeições com pratos e produtos típicos durienses e picnic na vinha</li> <li>• Escapadinha “1 Day at the Quinta” – visita guiada à vinha, adega e lagar e a pisa da uva</li> <li>• Escapadinha Aventura – atividades de desportos de aventura</li> </ul> |
| <b>Quinta da Foz</b><br>(Sabrosa) <sup>15</sup>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Eventos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Terraços de Baco</b><br>– Quinta da Capela<br>(Carrazeda de Ansiães) <sup>16</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Observação da lagarada e convívio</li> <li>• Passeios pedestres</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Herdade do Freixo</b><br>(Freixo de Espada à Cinta) <sup>17</sup>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Picnic</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Quinta de Maritávora</b><br>(Freixo de Espada à Cinta) <sup>18</sup>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas às vinhas e adega</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Casa de Santo António Britiande</b><br>(Lamego) <sup>19</sup>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Prova de especialidades regionais</li> <li>• Refeições à lareira (confeccionados em forno de lenha)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

<sup>12</sup> Informação disponível em <http://quintadojalloto.pt/> e <https://www.tripadvisor.pt/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>13</sup> Informação disponível em <http://www.quintadopassadouro.com/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>14</sup> Informação disponível em <http://www.quintadosilval.pt/pacotes-turisticos/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>15</sup> Informação disponível em <http://www.quintadafoz.pt/qdf/pt/who-we-are.html>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>16</sup> Informação disponível em <https://www.terracosdebaco.com/regiao-de-carrazeda/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>17</sup> Informação disponível em <http://www.herdadedofreixo.pt/enoturismo/visitas-e-provas-guiadas/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>18</sup> Informação disponível em [https://www.portugalbywine.com/pt/experiencias/info/quinta-de-maritavora-visita-prova-de-vinhos\\_1388/](https://www.portugalbywine.com/pt/experiencias/info/quinta-de-maritavora-visita-prova-de-vinhos_1388/), acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>19</sup> Informação disponível em <https://www.casasantoniobritiande.com/pt/atividades>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Refeições junto à piscina (picnic)</li> <li>• Circuitos pedestres e de bicicleta</li> <li>• Apanha da amêndoa, cereja, framboesa, maçã e pera</li> <li>• Eventos</li> </ul> |
| <b>Caves da Raposeira</b><br>(Lamego) <sup>20</sup>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> </ul>                                                                                                                       |
| <b>Quinta de Santa Eufémia</b><br>(Lamego) <sup>21</sup>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> </ul>                                                                                                                       |
| <b>Quinta da Barca</b><br>(Mesão Frio) <sup>22</sup>          | *Falta de informação online                                                                                                                                                                                          |
| <b>Quinta da Rede</b><br>(Mesão Frio) <sup>23</sup>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos</li> <li>• Circuitos pela quinta</li> </ul>                                                                                                                         |
| <b>Quinta do Côtto</b><br>(Mesão Frio) <sup>24</sup>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas (novos projetos para um futuro próximo)</li> </ul>                                                                                                          |
| <b>Quinta Monte São Sebastião</b><br>(Murça) <sup>25</sup>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação dos trabalhos agrícolas</li> <li>• Percursos pedestres</li> </ul>                                                                                                |
| <b>Quinta da Terrincha</b> (Torre de Moncorvo) <sup>26</sup>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas às instalações</li> <li>• Eventos</li> <li>• Percursos pedestres</li> </ul>                                                              |
| <b>Quinta de Vila Maior</b> (Torre de Moncorvo) <sup>27</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> </ul>                                                                                                                       |
| <b>Quinta das Aveleiras</b> (Torre de Moncorvo) <sup>28</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Prova de produtos locais</li> <li>• Observação das atividades de viticultura e olivicultura</li> </ul>                                           |
| <b>Morgadio da Calçada</b><br>(Sabrosa) <sup>29</sup>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de degustação</li> <li>• Visitar as vinhas</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Prova de vinhos</li> </ul>                                                          |

<sup>20</sup> Informação disponível em <https://cavesdaraposeira.com/contactos/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>21</sup> Informação disponível em [https://www.tripadvisor.pt/Attraction\\_Review-g189175-d1186870-Reviews-Quinta\\_Santa\\_Eufemia-Lamego\\_Viseu\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.pt/Attraction_Review-g189175-d1186870-Reviews-Quinta_Santa_Eufemia-Lamego_Viseu_District_Northern_Portugal.html), acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>22</sup> Informação disponível em <http://www.quintadabarca.com/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>23</sup> Informação disponível em <https://www.facebook.com/quintadarede>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>24</sup> Informação disponível em <https://expresso.pt/economia/2019-02-04-Familia-Champalimaud-regressa-ao-Douro>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>25</sup> Informação disponível em <https://www.montesaosebastiao.pt/copia-a-quinta>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>26</sup> Informação disponível em <http://www.quintadatterrincha.pt/turismo.php>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>27</sup> Informação disponível em <http://quintavilamaior.com/visitas/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>28</sup> Informação disponível em <https://www.timeout.pt/porto/pt/viagens/quinta-das-aveleiras>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>29</sup> Informação disponível em <http://www.morgadiodacalcada.com/experiencias/#>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajudar as cozinheiras a preparar o jantar</li> <li>• Contar histórias centenárias durante as refeições</li> <li>• Refeições típicas</li> <li>• Eventos (conferências – negócios)</li> </ul>                                                                                      |
| <b>Quinta da Cavadinha</b><br>(Sabrosa) <sup>30</sup>           | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Quinta da Marka</b> (Covas do Douro – Sabrosa) <sup>31</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiza passeios de barco e comboio</li> <li>• Oferta de almoço a bordo nestes passeios</li> <li>• Prova de vinhos</li> </ul>                                                                                                                                                   |
| <b>Quinta da Veiga</b><br>(Sabrosa) <sup>32</sup>               | *Falta de informação no website <ul style="list-style-type: none"> <li>• Provas de vinho</li> <li>• Percursos pedestres</li> </ul>                                                                                                                                                                                        |
| <b>Quinta de La Rosa</b> (Pinhão) <sup>33</sup>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas (vinhas, processo de fabrico, instalações)</li> <li>• Prova de vinhos com produtos regionais</li> <li>• Visita virtual aos quartos, restaurante, loja de vinhos e paisagem, através do website</li> <li>• Eventos</li> <li>• Refeições no restaurante</li> </ul> |
| <b>Quinta do Beijo</b><br>(Sabrosa) <sup>34</sup>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Observação da pisa da uva</li> </ul>                                                                                                                                                                                       |
| <b>Casa do Bucheiro</b><br>(Celeirós do Douro) <sup>35</sup>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas (incluem o museu de família)</li> <li>• Almoço típico duriense na casa com 9 gerações</li> </ul>                                                                                                                                                                 |
| <b>Quinta do Crasto</b><br>(Sabrosa) <sup>36</sup>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos comentada</li> <li>• Visita guiada às instalações, cave, adegas, vinha principal (onde são explicadas as técnicas de cultivo) e laboratório</li> <li>• Refeições</li> <li>• Passeios de barco</li> </ul>                                                         |

<sup>30</sup> Informação disponível em <https://www.symington.com/vineyard/quinta-da-cavadinha>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>31</sup> Informação disponível em <https://www.quintadamarkadouro.com/pt-pt>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>32</sup> Informação disponível em <https://www.solaresdeportugal.pt/pt/solares-de-portugal/131>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>33</sup> Informação disponível em <https://www.quintadelarosa.com/content/visits>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>34</sup> Informação disponível em <https://www.quintadobeijo.pt/#Atividades>, acedido a 13 de janeiro de 2020

<sup>35</sup> Informação disponível em <http://www.casadobucheiro.pt/?fbclid=IwAR2zkajc3reIQVLm2xVfmSZWZB3Y5C3F09eMCBzEJpb1OcQSskO lhC97Nds>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>36</sup> Informação disponível em <https://quintadocrasto.pt/enoturismo/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

|                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quinta do Cume</b><br>(Sabrosa) <sup>37</sup>                            | <p>*Falta de informação no website</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos acompanhado com produtos locais</li> <li>• Visitas guiadas (incluindo às vinhas)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Quinta do Fojo</b><br>(Pinhão) <sup>38</sup>                             | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Quinta do Infantado</b><br>(Pinhão) <sup>39</sup>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa D. Margarida – workshop de fabrico e envelhecimento de vinhos com prova (inclui prova de vinho biológico)</li> <li>• Programa Infante – degustação de vinhos e comida (almoço regional) proporcionando um alargado conhecimento da quinta e dos seus vinhos</li> <li>• Programa Vindima – visitas, provas, almoço, vindimar e pisar as uvas</li> </ul>                                                                                            |
| <b>Quinta do Isaac</b><br>(Covas do Douro) <sup>40</sup>                    | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Quinta dos Espinheiros</b><br>(Provesende) <sup>41</sup>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas às instalações onde se produz o vinho</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Quinta da Fonte do Milho</b><br>(Provesende – Sabrosa) <sup>42</sup>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos acompanhada com produtos regionais</li> <li>• Prova de azeites e pastas de azeitona acompanhado com o pão tradicional local</li> <li>• Picnic na vinha</li> <li>• Almoços no meio da vinha</li> </ul> <p>*As provas são realizadas num espaço no centro das vinhas, de forma a que o visitante possa se envolver no espírito duriense, sinta calma e observe a paisagem</p>                                                                |
| <b>Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo</b> (Covas do Douro) <sup>43</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas à adega e sala de barricas</li> <li>• Programa “1 dia na vinha” – formação e apanha da uva, almoço e prova de vinhos (grupos)</li> <li>• Programa “Enólogo por um dia” – acompanhar o processo enológico e criar o seu próprio vinho (<i>blending</i>, engarrafamento, arrolhamento e rotulagem, possibilidade de levar o vinho) (grupos)</li> <li>• Cursos de vinho (grupos)</li> <li>• Circuitos pedestres</li> </ul> |

<sup>37</sup> Informação disponível em <https://bebespontocomes.pt/2019/09/23/quinta-do-cume/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>38</sup> Informação disponível em <http://www.quintadofojo.pt/pt-pt/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>39</sup> Informação disponível em <https://quintadoinfantado.com/turismo/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>40</sup> Informação disponível em <http://quintadoisaac.pt/site/front-page-2/>, acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>41</sup> Informação disponível em [https://www.tripadvisor.com.br/VacationRentalReview-g3931986-d8559059-Quinta\\_dos\\_Espinheiros-Provesende\\_Vila\\_Real\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.br/VacationRentalReview-g3931986-d8559059-Quinta_dos_Espinheiros-Provesende_Vila_Real_District_Northern_Portugal.html), acedido a 13 de janeiro de 2020.

<sup>42</sup> Informação disponível em <https://quintadafontedomilho.pt/sala-de-provas/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>43</sup> Informação disponível em <https://www.quintanova.com/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitar outras quintas (grupos)</li> <li>• Picnic</li> <li>• Passeios de barco, comboio, jipe e helicóptero</li> <li>• “Winery Restaurant” – projeto gastronómico com um restaurante, onde se privilegia os produtos locais e com uma carta que apela às emoções, sempre acompanhada pelos melhores vinhos</li> <li>• Tours históricos pela região visitando pontos de interesse com guia e motorista</li> <li>• Spa móvel</li> <li>• Eventos</li> </ul> |
| <b>Quinta da Fonte – Vieira de Sousa</b> (Celeirós) <sup>44</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Quinta D. Doroteia</b> (Casais do Douro) <sup>45</sup>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Participação nas vindimas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Quinta da Esteveira</b> (S. João da Pesqueira) <sup>46</sup>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Quinta da Fonte Nova</b> (Soutelo do Douro) <sup>47</sup>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Participação nas vindimas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Quinta da Mata Maceda</b> (S. João da Pesqueira) <sup>48</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visita à quinta</li> <li>• Observação das vindimas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Quinta das Tecedeiras</b> (S. João da Pesqueira) <sup>49</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Refeições</li> <li>• Passeios de jeep e barco</li> <li>• Workshops de viticultura, olivicultura, História e gastronomia do Douro</li> <li>• Picnic</li> <li>• Caminhadas com guia</li> </ul>                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Quinta S. José</b> (Ervedosa do Douro) <sup>50</sup>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas</li> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Participação nas vindimas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

<sup>44</sup> Informação disponível em <https://www.vieiradesousa.com/pt/winetourism>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>45</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>46</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>47</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>48</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>49</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>50</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Quinta do Cadão</b><br>(S. João da Pesqueira) <sup>51</sup>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Prova de vinhos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Quinta do Penedo do Salto</b><br>(Soutelo do Douro) <sup>52</sup>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Quinta do Pessegueiro</b><br>(Soutelo do Douro) <sup>53</sup>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Eventos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Quinta do Vale do Pereiro</b><br>(Ervedosa do Douro) <sup>54</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas (adeiga e caves)</li> <li>• Provas de vinho</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Quinta da Padrela</b><br>(Tabuaço) <sup>55</sup>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaço para o jogo tradicional da petanca</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Provas de vinho acompanhadas por um enólogo</li> <li>• Participação na colheita da uva e vinificações, acompanhados por um enólogo</li> <li>• Passeios pedestres, de bicicleta e barco</li> <li>• Refeições</li> </ul>                                                                                                                                               |
| <b>Quinta do Pégo</b><br>(Valença do Douro) <sup>56</sup>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas guiadas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Quinta do Pôpa</b><br>(Tabuaço) <sup>57</sup>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas (inclui a parte ativa da produção, os locais e a história da quinta e do território)</li> <li>• Provas de vinho com enólogo</li> <li>• Picnic entre as vinhas (cabaz fornecido)</li> <li>• “Wine Brunch” – <i>brunch</i> acompanhado com os vinhos da quinta (grupos)</li> <li>• Almoço vínico (com vários pratos típicos durienses)</li> </ul> <p>*em todos os programas é permitido animais e com acompanhamento personalizado</p> |

<sup>51</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>52</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>53</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>54</sup> Informação disponível em <https://www.sjpesqueira.pt/p/enoturismo>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>55</sup> Informação disponível em <http://www.quintadapadrela.com/turismo/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>56</sup> Informação disponível em <https://quintadopego.com/pt-pt/douro-region/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>57</sup> Informação disponível em <http://www.quintadopopa.com/pt/visitar-provar-vinhos-douro/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.



|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quinta do Vale Meão</b> (Vila Nova de Foz Côa) <sup>65</sup>                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas (vinhas, adega e armazém)</li> <li>• Prova de vinhos</li> </ul>                                                                                         |
| <b>Quinta do Barreiro de Cima</b> (Vila Real) <sup>66</sup>                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| <b>Decawine - Quinta Nossa Senhora do Loreto</b> (Sabrosa) <sup>67</sup>                                                                             | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                         |
| <b>Vallegre -Quinta da Vista Alegre, Quinta de Valle Longo, Quinta da Lameira</b> (Pinhão, Tabuaço, S <sup>a</sup> Marta de Penaguião) <sup>68</sup> | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                         |
| <b>Quinta do Granjal</b> (Vila Flor) <sup>69</sup>                                                                                                   | *Falta de informação no website e online                                                                                                                                                                         |
| <b>Quinta da Canameira</b> (Vila Nova de Foz Côa) <sup>70</sup>                                                                                      | *Falta de informação online, sem website e redes sociais                                                                                                                                                         |
| <b>Quintas R4 Vinhos Douro Family</b> (Mesão Frio)                                                                                                   | *O website oficial não funciona <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos</li> <li>• Visitas</li> </ul>                                                                                           |
| <b>Quinta do Medronheiro – Lavradores da Feitoria</b> (Dão) <sup>71</sup>                                                                            | *Falta de informação no website dos Lavradores da Feitoria <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prova de vinhos com um enólogo (mínimo 8 pessoas)</li> <li>• Passeios pedestres</li> <li>• Picnic</li> </ul> |

<sup>65</sup> Informação disponível em <https://www.quintadovalemeao.pt/visite-nos>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>66</sup> Informação disponível em <https://quintadobarreiro.pt/a-quinta/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>67</sup> Informação disponível em <http://www.decawine.com/PT/quinta/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>68</sup> Informação disponível em [http://www.vallegre.pt/pt/quintas/quintas\\_122](http://www.vallegre.pt/pt/quintas/quintas_122), acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>69</sup> Informação disponível em <https://www.quintadogranjal.pt/quintas>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>70</sup> Informação disponível em <https://www.r4vinhos.com/> e [https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page_internal), acedido a 14 de janeiro de 2020.

<sup>71</sup> Informação disponível em <https://www.lavradoresdefeitoria.pt/pt/quintas/> e <https://www.quintadomedronheiro.pt/actividades/>, acedido a 14 de janeiro de 2020.

**Nota:** Não foi incluído nesta tabela e que consta no documento Mapa Enogastronómico – Norte de Portugal (2016):

- as quintas que oferecem apenas alojamento turístico;
- as quintas que se dedicam apenas à produção;
- as adegas;
- todas as outras empresas que não pertençam à categoria de quintas enoturísticas.

Casa dos Cantoneiros – Facebook - provas e vinho e serviço da promoção, divulgação e venda dos principais produtos regionais produzidos no concelho de Carraceda de Ansiães.

<https://www.cm-carrazedadeansiaes.pt/pages/440>

R4 VINHOS DOURO FAMILY - <https://www.r4vinhos.com/> e <https://www.publico.pt/2012/03/02/p3/noticia/r4-os-quatro-jovens-irmaos-que-escolheram-o-vinho-1831031> - [https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/R4DouroFamily/services/?ref=page_internal) (provas e visitas)

Caves de Murça - <https://cavesdemurca.pt/> - adega cooperativa

Casal dos Cadaias – falta de informação no website e online <https://www.facebook.com/casadedonelo> - <http://casadedonelo.pt/a-casa/>

Lavradores da Feitoria - <https://www.lavradoresdefeitoria.pt/pt/quintas/> - <https://ionline.sapo.pt/349298> irá nascer o futuro centro de vinificação e espaço de enoturismo da Lavradores de Feitoria na Quinta do Medronheiro.

Quinta do Couquinho (**Torre de Moncorvo**) – apenas produção <http://www.quintadocouquinho.com/pt/a-quinta> e [https://www.facebook.com/pg/VinhoQuintaDoCouquinho/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/VinhoQuintaDoCouquinho/about/?ref=page_internal)

Quinta do Palame - apenas alojamento <https://quintadopalame.com/sobre/>

Quinta da Ribeira de Lodões – website não funciona - <https://www.quintadelodoes.pt/a-quinta/> e apenas produção \*falta de informação online [https://www.facebook.com/pg/Quinta-da-Ribeira-de-Lod%C3%B5es-146359582212801/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Quinta-da-Ribeira-de-Lod%C3%B5es-146359582212801/about/?ref=page_internal)

CARM – falta de informação no website e online (só produção) <https://www.carm.pt/pt/quintas/> E <http://revistabusinessportugal.pt/carm-dedicacao-distincao-e-inovacao-os-melhores-vinhos-e-azeites/>

DOVRVM – wine bar <http://www.dourum.pt/experience/restaurante.php>

Quinta da Sequeira – apenas produção \*falta de informação no website e online <http://quintadasequeira.com/presentation/?lang=pt>

Quinta da Zaralhôa – apenas produção \*falta de informação no website e online  
[https://www.facebook.com/pg/quinta.dazaralhoa/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/quinta.dazaralhoa/about/?ref=page_internal) e  
[http://www.quintadazaralhoa.com/?fbclid=IwAR1P0WI5TKra\\_byyf5KWoMRqKyb6mKskE8hXYcKrE0pw9WLBQlo9QBXx27U](http://www.quintadazaralhoa.com/?fbclid=IwAR1P0WI5TKra_byyf5KWoMRqKyb6mKskE8hXYcKrE0pw9WLBQlo9QBXx27U)

## Apêndice II – Histórias para os adultos que compõe o Guide Book

|                                                              |
|--------------------------------------------------------------|
| Tour pelos trilhos da Região Demarcada do Douro (Douro Best) |
| <b>Visão</b>                                                 |
| Tranquilidade                                                |

Estávamos em outubro, num ano que agora parece tão distante, tantas foram as recentes mudanças para todos nós. Era de manhã, e o dia tinha nascido tranquilo, mesmo depois de muitas horas de trabalho, que caracterizavam os meus dias, a minha nova realidade. Na volta matinal pelo vale do Douro, para ir buscar os colaboradores da Quinta, olhava pela janela, ainda meia ensonada, e contemplava uma vista digna de um quadro de artista. Uma paisagem coberta de acastanhados, alaranjados e avermelhados refletidos nas folhagens da videira. Dava por mim a “ver” e a sentir uma energia positiva e poética, de que nas coisas mais simples e naturais da vida posso encontrar a alegria e a vontade para começar um novo dia.

O Douro faz-nos pensar em belas paisagens naturais trabalhadas pelo Homem ao longo de séculos. Esta é uma união nítida de amor, de respeito e de dedicação, que devemos manter para que nunca se perca esta beleza única e a determinação das suas “gentes”.

|                              |
|------------------------------|
| <i>Tour à aldeia Favaios</i> |
| <b>Olfato</b>                |
| Nostalgia                    |

Ao longo de três meses convivi com o cheiro de carvalho a arder nos fornos antigos com 100 anos de História, trazendo insistentemente à memória e ao coração a lembrança de uma manhã de Natal. Vi todos os dias a D. Rosália amassar com força e entusiasmo a massa que mais tarde daria o famoso pão de “quatro cantos” de Favaios. Este pão é especial, não só pela tradição da sua confeção, como também pelo seu sabor. O pão feito pelas mãos da D. Rosália, absorve a intensidade da lenha queimada nos fornos antigos, a dedicação de quem o faz e as muitas histórias que são partilhadas. Em cada tijolo do forno perdura o cheiro da lenha, que aqueceu e alimentou famílias durienses,

que, ainda hoje, todos os dias vão à padaria da D. Rosália buscar o seu pão. Os visitantes, nacionais e estrangeiros, que atualmente a frequentam, dizem que este é um sabor único, natural e genuíno como o Douro!

|             |
|-------------|
| Vindima     |
| <b>Tato</b> |
| Alegria     |

Com a tesoura na mão e o balde na outra, mergulhamos na cultura duriense. Inspirada pelos durienses, ensinei os visitantes a vindimar de forma tradicional, com as mãos e com a força dos braços.

Ao som da concertina, marca-se o ritmo de trabalho, entramos nas fileiras da vinha, agarramos delicadamente um cacho de uva com uma mão, e com a outra, cortamos. Conseguimos sentir as uvas quentes do toque do sol de setembro e vemos escorrer o seu sumo quente e doce, que deixa as nossas mãos colantes.

Conversa-se, canta-se, alimenta-se a alma, desfrutando de uma tarde bem divertida, partilhada com a família e/ou com os amigos. A vindima faz parte da tradição deste povo, perdido no tempo, onde ainda está bem presente esta alma e memória duriense, e ainda, hoje é o sustento de muitas famílias desta região.

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| Interação com a comunidade local |         |
| <b>Audição</b>                   |         |
| Tristeza                         | Orgulho |

Ao longo dos três meses que vivi em Favaios, no Douro, trabalhei e convivi com muitas pessoas. Cada pessoa com uma história de vida diferente, marcadas pela ruralidade, mas todas elas tinham em comum o testemunho da dura vida do Douro.

Dos jovens, ouve-se o sentimento de falta de apoio e de oportunidade para viverem na sua terra, conservando e valorizando os seus dons e recursos.

Dos mais velhos, era perceptível no seu olhar e sorriso amargurado as saudades de um tempo mais vivo e caloroso. Com as aldeias repletas com as suas gentes, a família estava presente e trabalhava no mesmo ofício. Tempo em que a palavra “comunidade” dava sentido ao seu significado, onde alegremente se aproveitava aquilo que a natureza lhes dava e criavam algo simples, mas com valor. Sem se darem conta construíram um passado e um futuro únicos, que é só deles e que sem dúvida é o que representa o Douro, as suas gentes.

E é com as saudades sempre presentes, que partilham agora, orgulhosamente, as aventuras de outros tempos, a inocência, a simplicidade e as dificuldades aos visitantes desta região. É uma forma de manter viva a memória dos seus antepassados e de deixar a sua marca na história escrita pelos admiráveis vales que desenharam a bela paisagem da Região Demarcada do Douro.

|                 |
|-----------------|
| Prova de Vinhos |
| <b>Paladar</b>  |
| Alegria         |

Com orgulho, abro as grandes portas da sala de provas para os meus convidados e depressa oiço “uau”. Os olhos iluminam-se e o nariz apura-se, sente-se no ar o peso da antiguidade e da História amadurecida nas pipas há mais de 100 anos. É então naquela sala húmida, decorada com os vinhos mais saborosos de toda a região, que se cria o cenário perfeito para o melhor espetáculo de todos, a prova.

Cuidadosamente, porque sinto o orgulho que este gesto representa, sirvo três licores aos turistas. Alegro-me ao ver os seus sorrisos naquele momento de luz em que passam a compreender a dedicação necessária de quem trabalha, para a transformação da uva em vinho. Em cada gota que humidifica os lábios, que inunda a língua e aquece o corpo, conseguem imaginar a devoção das gentes do Douro a plantar a videira certa, o sol a

dar-lhe cor, a chuva a apagar-lhe a sede, a terra a dar-lhe sabor, até às mãos que a colhem e os pés que a pisam. São, então, agora capazes de sentir a felicidade que resulta da união entre a natureza e a ciência, que possibilitam este momento de prazer.

### Apêndice III – Histórias para as crianças que compõe o Guide Book

|                                                              |
|--------------------------------------------------------------|
| Tour pelos trilhos da Região Demarcada do Douro (Douro Best) |
| <b>Visão</b>                                                 |
| Tranquilidade                                                |

Era outubro, e estávamos numa manhã calma no Douro. As vindimas já tinham terminado. Bem cedinho, entrei na carrinha para ir buscar os meus amigos trabalhadores da Quinta. Eu estava muito cansada, pois trabalhava muitas horas por dia. Encostei a cabeça na janela da carrinha, e de repente, fui surpreendida pelas deslumbrantes cores de outono: o castanho, o laranja e o vermelho das folhas das videiras. Estas cores vivas dançavam ao sopro do vento e fizeram-me recordar os desfiles de Carnaval. Dava por mim a “ver” e a sentir uma energia positiva e inspiradora de que nas coisas mais simples e naturais da vida, posso encontrar a alegria e a vontade para começar um novo dia.

O Douro tem lindas paisagens, um rio azul refrescante, vales em forma de escada carregados de uvas saborosas. Este lugar cheio de vida é fruto da relação de amor que existe entre os seus habitantes e a natureza. Temos de cuidar bem destes lugares para que nunca percam a sua beleza e magia!

|                              |
|------------------------------|
| <i>Tour à aldeia Favaios</i> |
| <b>Olfato</b>                |
| Nostalgia                    |

Durante três meses convivi com o cheiro de carvalho, que é uma árvore, a arder nos fornos antigos com 100 anos de História, trazendo à memória e ao coração a lembrança de uma manhã de Natal. Vi todos os dias a D. Rosália amassar com força e entusiasmo a massa que mais tarde daria o famoso pão de quatro cantos de Favaios. Este pão é especial, porque é feito com a dedicação das mãos da D. Rosália, ao som das muitas histórias que ela conta e tem apenas quatro ingredientes naturais. Os atuais visitantes desta padaria, vindos de todos os cantos do mundo, dizem que este sabor é diferente, simples, mas muito delicioso, melhor que todos os outros pães que já provaram. Sabe ao Douro, dizem eles! Em cada tijolo antigo do forno podemos imaginar as inúmeras

vezes que aqueceu e alimentou as famílias desta aldeia, que, ainda hoje, todos os dias vão à padaria da D. Rosália buscar o seu pão.

|             |
|-------------|
| Vindima     |
| <b>Tato</b> |
| Alegria     |

Com a tesoura numa mão e o balde na outra, mergulhamos na cultura do Douro, as vindimas! Inspirada nos habitantes e trabalhadores deste lugar tão especial, ensinei os visitantes a vindimar da mesma forma que eles o fazem, com as mãos e com a força dos braços.

Ao som da concertina, marca-se o ritmo de trabalho, entramos nas fileiras da vinha, agarramos delicadamente um cacho de uva com uma mão e com a outra cortamos com a tesoura de vindimar. Conseguimos sentir as uvas quentes com o calor do sol de setembro e vemos escorrer o seu sumo quente e doce, que deixa as nossas mãos pegajosas e os dedos a colar.

Conversa-se, canta-se, alimenta-se a alma, com uma tarde bem divertida partilhada com a família e/ou com os amigos. A vindima faz parte da memória deste povo, perdido no tempo, onde ainda mantêm viva esta lembrança mágica, que ainda hoje é o trabalho e a vida de muitas famílias desta região.

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| Interação com a comunidade local |         |
| <b>Audição</b>                   |         |
| Tristeza                         | Orgulho |

Ao longo dos três meses que vivi em Favaios, uma antiga aldeia no Douro, trabalhei com muitas pessoas. Cada uma com uma história diferente para contar, algumas tinham histórias felizes outras tinham histórias mais tristes e ainda havia algumas com histórias misteriosas, mas todas elas tinham uma coisa em comum: a vida dura do Douro.

Os jovens diziam-me que não tinham oportunidades para viverem na sua terra, porque há poucos empregos, não conseguiam aproveitar o seu melhor e cuidar dela para que

os seus filhos e os visitantes pudessem explorar e ver as coisas maravilhosas que o Douro tem para oferecer às pessoas.

Os mais velhos contavam-me as saudades que tinham de um tempo mais vivo, com as aldeias cheias de habitantes, em que a família estava toda presente e trabalhavam todos juntos na mesma profissão. Neste tempo as pessoas eram mais alegres e aproveitavam aquilo que a natureza lhes dava. Através dela eram capazes de criar algo simples, mas com muito valor, e sem se darem conta construía um passado e um futuro especiais, que é só deles e que sem dúvida é o que representa o Douro: o seu povo.

E é com as saudades sempre presentes, que partilham agora, orgulhosamente, as aventuras de outros tempos aos visitantes desta região. É uma forma de manter viva a memória dos seus antepassados e de deixar a sua marca na história escrita pelos admiráveis vales que desenham a bela paisagem da Região Demarcada do Douro.

|                 |
|-----------------|
| Prova de Vinhos |
| <b>Paladar</b>  |
| Alegria         |

Com orgulho, abro as grandes portas da sala de provas de vinho para os meus convidados e depressa oiço “uau”. Os olhos iluminam-se e o nariz apura-se, sente-se a história guardada nas pipas de madeira há mais de 100 anos. É naquela sala húmida, decorada com os vinhos mais saborosos de toda a região, que se cria o ambiente perfeito para o melhor espetáculo de todos: a prova dos vinhos.

Cuidadosamente, e com orgulho, sirvo diferentes licores aos turistas e alegro-me ao ver os seus sorrisos a deliciarem-se com aquelas doces bebidas portuguesas. Em cada gota que molha os lábios, que refresca a língua e aquece o corpo, conseguem imaginar os habitantes do Douro a plantar a videira certa, o sol a dar-lhe cor, a chuva a apagar-lhe a sede, a terra a dar-lhe sabor, até às mãos que a colhem e os pés que a pisam. Esta deliciosa sensação é o resultado do processo da transformação da uva em vinho. Depois de participar nesta aventura são capazes de sentir a alegria e o prazer da união que existe entre a natureza e a ciência, que possibilitam este momento de felicidade.

ERA UMA VEZ...

# Os Sentidos do Douro

A descoberta do Douro através de uma viagem pelos sentidos e sensações de  
experiências enoturísticas



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



**Olfato**

**Nostalgia**

## **Tour pela aldeia de Favaios**

*Ao longo de três meses convivi com o cheiro de carvalho a arder nos fornos antigos com 100 anos de História, trazendo insistentemente à memória e ao coração a lembrança de uma manhã de Natal. Vi todos os dias a D. Rosália amassar com força e entusiasmo a massa que mais tarde daria o famoso pão de “quatro cantos” de Favaios. Este pão é especial, não só pela tradição da sua confeção, como também pelo seu sabor. O pão feito pelas mãos da D. Rosália, absorve a intensidade da lenha queimada nos fornos antigos, a dedicação de quem o faz e as muitas histórias que são partilhadas.*

*Em cada tijolo do forno perdura o cheiro da lenha, que aqueceu e alimentou famílias durienses, que, ainda hoje, todos os dias vão à padaria da D. Rosália buscar o seu pão. Os visitantes, nacionais e estrangeiros, que atualmente a frequentam, dizem que este é um sabor único, natural e genuíno como o Douro!*



12



13



14



15



16



17



## Tato Alegria Vindima



*Com a tesoura na mão e o balde na outra, mergulhamos na cultura duriense. Inspirada pelos durienses, ensinei os visitantes a vindimar de forma tradicional, com as mãos e com a força dos braços.*

*Ao som da concertina, marca-se o ritmo de trabalho, entramos nas fileiras da vinha, agarramos delicadamente um cacho de uva com uma mão, e com a outra, cortamos. Conseguimos sentir as uvas quentes do toque do sol de setembro e vemos escorrer o seu sumo quente e doce, que deixa as nossas mãos colantes.*

*Conversa-se, canta-se, alimenta-se a alma, desfrutando de uma tarde bem divertida, partilhada com a família e/ou com os amigos. A vindima faz parte da tradição deste povo, perdido no tempo, onde ainda está bem presente esta alma e memória duriense, e ainda, hoje é o sustento de muitas famílias desta região.*



18



19



20



21



22



23



## Audição

Tristeza

Orgulho

### Interação com a Comunidade Local

*Ao longo dos três meses que vivi em Favaíais, no Douro, trabalhei e convivi com muitas pessoas. Cada pessoa com uma história de vida diferente, marcadas pela ruralidade, mas todas elas tinham em comum o testemunho da dura vida do Douro.*

*Dos jovens, ouve-se o sentimento de falta de apoio e de oportunidade para viverem na sua terra, conservando e valorizando os seus dons e recursos.*

*Dos mais velhos, era perceptível no seu olhar e sorriso amargurado as saudades de um tempo mais vivo e caloroso. Com as aldeias repletas com as suas gentes, a família estava presente e trabalhava no mesmo ofício. Tempo em que a palavra "comunidade" dava sentido ao seu significado, onde alegremente se aproveitava aquilo que a natureza lhes dava e criavam algo simples, mas com valor. Sem se darem conta construíram um passado e um futuro únicos, que é só deles e que sem dúvida é o que representa o Douro, as suas gentes.*

*E é com as saudades sempre presentes, que partilham agora, orgulhosamente, as aventuras de outros tempos, a inocência, a simplicidade e as dificuldades aos visitantes desta região. É uma forma de manter viva a memória dos seus antepassados e de deixar a sua marca na história escrita pelos admiráveis vales que desenharam a bela paisagem da Região Demarcada do Douro.*







**Paladar**

**Alegria**

## Prova de Vinhos

*Com orgulho, abro as grandes portas da sala de provas para os meus convidados e depressa oiço “uau”. Os olhos iluminam-se e o nariz apura-se, sente-se no ar o peso da antiguidade e da História amadurecida nas pipas há mais de 100 anos. É então naquela sala húmida, decorada com os vinhos mais saborosos de toda a região, que se cria o cenário perfeito para o melhor espetáculo de todos, a prova.*

*Cuidadosamente, porque sinto o orgulho que este gesto representa, sirvo três licores aos turistas. Alegro-me ao ver os seus sorrisos naquele momento de luz em que passam a compreender a dedicação necessária de quem trabalha, para a transformação da uva em vinho.*

*Em cada gota que humidifica os lábios, que inunda a língua e aquece o corpo, conseguem imaginar a devoção das gentes do Douro a plantar a videira certa, o sol a dar-lhe cor, a chuva a apagar-lhe a sede, a terra a dar-lhe sabor, até às mãos que a colhem e os pés que a pisam. São, então, agora capazes de sentir a felicidade que resulta da união entre a natureza e a ciência, que possibilitam este momento de prazer.*

2



30



31



32



33



34



35



# Visão

## Tranquilidade



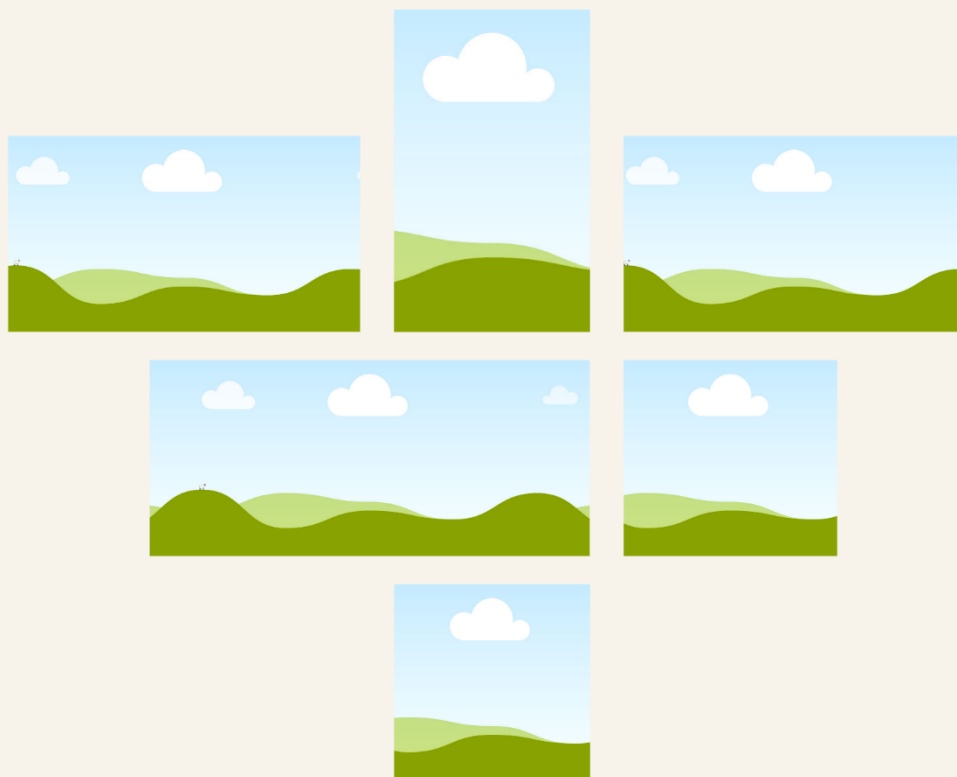
### Tour pelos trilhos da RDD

*Estávamos em outubro, num ano que agora parece tão distante, tantas foram as recentes mudanças para todos nós. Era de manhã, e o dia tinha nascido tranquilo, mesmo depois de muitas horas de trabalho, que caracterizavam os meus dias, a minha nova realidade. Na volta matinal pelo vale do Douro, para ir buscar os colaboradores da Quinta, olhava pela janela, ainda meia ensonada, e contemplava uma vista digna de um quadro de artista. Uma paisagem coberta de acastanhados, alaranjados e avermelhados refletidos nas folhagens da videira. Dava por mim a “ver” e a sentir uma energia positiva e poética, de que nas coisas mais simples e naturais da vida posso encontrar a alegria e a vontade para começar um novo dia.*

*O Douro faz-nos pensar em belas paisagens naturais trabalhadas pelo Homem ao longo de séculos. Esta é uma união nítida de amor, de respeito e de dedicação, que devemos manter para que nunca se perca esta beleza única e a determinação das suas “gentes”.*

1

**Coloque aqui as fotos captadas**



## **Descreva a sua Experiência Enoturística**

**Escreva aqui a emoção  
que sentiu**

**Escreva aqui os sentidos  
que utilizou**

**Escreva aqui a(s)  
atividade(s)**

**Envolva-se  
e escreva  
aqui a sua experiência**

# LISTA DAS FONTES DAS IMAGENS

## IMAGEM 1 | PÁGINA 2

Fonte: Produção feita por Isabel

## IMAGEM 2 | PÁGINA 2

Fonte: website Wine-Locals  
Data da consulta: 30-08-2024

## IMAGEM 3 | PÁGINA 2

Fonte: website Quinta da Pacheca  
Data da consulta: 30-09-2024

## IMAGEM 4 | PÁGINA 2

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 5 | PÁGINA 2

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 6 | PÁGINA 3

Fonte: Produção própria

## IMAGEM 7 | PÁGINA 3

Fonte: Revista Evasões  
Data de Publicação: 18-08-2023

## IMAGEM 8 | PÁGINA 3

Fonte: website Quinta da Avesada  
Data da consulta: 23-08-2024

## IMAGEM 9 | PÁGINA 3

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 10 | PÁGINA 3

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 11 | PÁGINA 3

Fonte: Revista Evasões  
Data de Publicação: 18-08-2023

## IMAGEM 12 | PÁGINA 5

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 13 | PÁGINA 5

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 14 | PÁGINA 5

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 15 | PÁGINA 5

Fonte: Produção própria

## IMAGEM 16 | PÁGINA 5

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 17 | PÁGINA 5

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## IMAGEM 18 | PÁGINA 7

Fonte: Produção própria

# LISTA DAS FONTES DAS IMAGENS

---

## **IMAGEM 19 | PÁGINA 7**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 20 | PÁGINA 7**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 21 | PÁGINA 7**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 22 | PÁGINA 7**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 23 | PÁGINA 7**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 24 | PÁGINA 9**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 25 | PÁGINA 9**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 26 | PÁGINA 9**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 27 | PÁGINA 9**

Fonte: Produção própria

## **IMAGEM 28 | PÁGINA 9**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 29 | PÁGINA 9**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 30 | PÁGINA 11**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 31 | PÁGINA 11**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 32 | PÁGINA 11**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 33 | PÁGINA 11**

Fonte: Produção feita por Isabel

## **IMAGEM 34 | PÁGINA 11**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa

## **IMAGEM 35 | PÁGINA 11**

Fonte: Instagram: Quinta do Pôpa