

Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

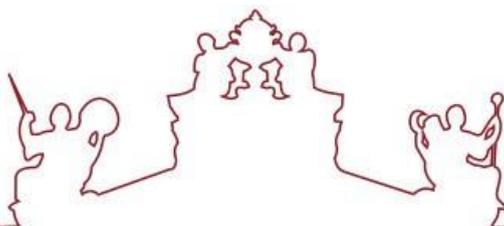
Relatório de Estágio

Enoturismo e sustentabilidade: o estudo de caso na Quinta da Plansel

Joana Rosado Ribeiro e Santos Nogueira

Orientador(es) / Áurea Rodrigues

Évora 2024



Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos

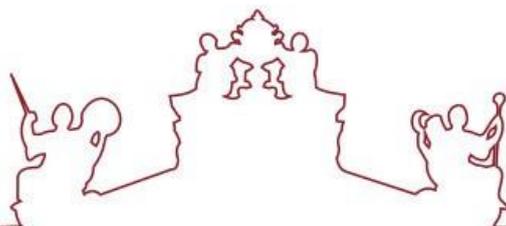
Relatório de Estágio

Enoturismo e sustentabilidade: o estudo de caso na Quinta da Plansel

Joana Rosado Ribeiro e Santos Nogueira

Orientador(es) / Áurea Rodrigues

Évora 2024



O relatório de estágio foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente / Joana Lima (Universidade de Évora)

Vogais / Jaime Serra (Universidade de Évora) (Arguente)
Áurea Rodrigues (Universidade de Évora) (Orientador)



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Este relatório não inclui as críticas e sugestões feitas pelo júri.



Agradecimentos

A elaboração do presente relatório de Estágio, bem como a própria realização do Estágio, não teria sido possível sem o apoio de algumas pessoas, às quais gostaria, desta forma, de prestar os meus agradecimentos.

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, e também à minha avó, por, de todas as formas, tornarem possível a minha integração no curso de Mestrado, por sempre marcarem presença em todo o meu percurso académico e por sempre me apoiarem nas minhas decisões tanto a nível académico como a nível pessoal. Após o grande esforço feito por todos, é bastante satisfatório chegar a este momento.

De seguida, não poderia deixar de agradecer à Professora Doutora Áurea Rodrigues que, mesmo após ter sido minha Professora Orientadora na Licenciatura, aceitou continuar este percurso comigo e apoiar-me e guiar-me na elaboração do presente relatório.

Quero também agradecer à Professora Doutora Noémi Marujo, por me ter acompanhado todos estes anos, de Licenciatura e Mestrado, dando sempre o apoio e incentivo necessário e por me proporcionar um percurso académico repleto de informação e conhecimento.

Agradeço às minhas supervisoras, Júlia Lindemann e Milena Linguíça por me darem a conhecer uma nova vertente do setor do Turismo, ainda que em crescimento, por me ajudarem nos momentos de incerteza, por me receberem de braços abertos, por me darem confiança para realizar as tarefas/atividades necessárias e por depositarem confiança em mim durante o Estágio, nunca esquecendo, logicamente, a fundadora da entidade acolhedora Engenheira Enóloga Dorina Lindemann, que sem o seu aval, nada disto teria sido possível.

Ainda nos agradecimentos em relação à entidade acolhedora, gostaria de agradecer a todos os elementos da equipa da Quinta da Plansel por me terem recebido de braços abertos, por me ajudarem sempre que necessário, por manterem um grande espírito de equipa e por me terem incluindo em momentos que, certamente, jamais irei esquecer.

Gostaria ainda de agradecer a todos os docentes do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos por me terem proporcionado, não só a mim, como a



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

todos os meus colegas, um percurso académico tão diversificado que, certamente, iremos levar esta experiência para além da nossa vida académica, crescendo não só a nível académico como também a nível pessoal e por nos prepararem para a vida profissional.

Finalmente, e nunca esquecendo os meus colegas, gostaria de agradecer às minhas colegas e amigas Natacha Soares e Leandra Grilo por todos os momentos, todos os sorrisos, todos os trabalhos realizados, pela ajuda e por todo o apoio que me deram em momentos mais difíceis. Obrigada por estarem presentes.

A todos, os meus sinceros agradecimentos!



Resumo

O Enoturismo está em constante evolução, tanto nacional quanto internacionalmente. A progressão desse tipo de turismo acompanha de perto a crescente importância da sustentabilidade no mundo contemporâneo. Este trabalho tem como objetivo explorar a interligação entre o Enoturismo e a Sustentabilidade, com foco na Quinta da Plansel, analisando como esses temas se manifestam nesta entidade específica. Inicialmente, foram analisados dados secundários por meio de revisão de artigos e estudos existentes, empregando uma metodologia qualitativa. Posteriormente, e com base na revisão bibliográfica recolhida, bem como na observação participada (durante o estágio), sugere-se um conjunto de programas e atividades, tendo por base a Economia das Experiências, estando estas centradas na temática da sustentabilidade. As sugestões apresentadas têm como objetivo a inovação de programas diversificados atendendo à oferta ao visitante. O estudo de caso tem como objetivo compreender a abordagem da Quinta da Plansel em relação à sustentabilidade no contexto do Enoturismo, bem como a resposta dos consumidores à introdução de produtos sustentáveis nesse segmento turístico.



Abstract

"Wine tourism and sustainability: the case study at Quinta da Plansel"

Wine tourism is constantly evolving, both nationally and internationally. The progression of this type of tourism closely follows the growing importance of sustainability in the contemporary world. This work aims to explore the interconnection between wine tourism and sustainability, focusing on Quinta da Plansel, analyzing how these themes manifest themselves in this specific entity. Initially, secondary data was analyzed by reviewing existing articles and studies, using a qualitative methodology. Subsequently, and based on the bibliographical review collected, as well as the observation (during the internship), a set of programs and activities is suggested, based on the Economy of Experiences, which are centered on the theme of sustainability. The suggestions presented aim to innovate diversified programs, considering the visitor offer. The case study aims to understand Quinta da Plansel's approach to sustainability in the context of wine tourism, as well as the response of consumers to the introduction of sustainable products in this tourist segment.



Índice Geral

Introdução.....	1
1. Fundamentação teórica.....	3
1.1. Enoturismo	3
1.2. Turismo Sustentável	6
1.3. Enoturismo Sustentável	7
1.3.1. Enoturismo Sustentável e os seus desafios.....	8
1.4. Perfil do enoturista	10
1.4.1. O perfil do enoturista – Economia de Experiências	11
1.4.2. Enoturismo sustentável com base na Economia das Experiências	14
2. Caracterização da Entidade Recetora do Estagiário.....	18
2.1. Localização.....	18
2.2. Breve Historial	18
2.3. Prémios e Certificações	20
2.4. Serviços/ produtos prestados pela Entidade Acolhedora.....	21
3. Desenvolvimento Sustentável na entidade Quinta da Plansel.....	23
4. Atividades Desenvolvidas durante o Estágio.....	25
4.1. Ideias e Sugestões	25
4.2. Primeira visita guiada e Prova	25
4.3. Conhecer os vinhos	25
4.4. Plano de Enoturismo e Marketing	25
4.5. Parcerias	26
4.6. Legislação para os apartamentos	26
4.7. Redes Sociais.....	26
4.8. Postais.....	26
4.9. Tradução de Documentos	27
4.10. Linha de Engarrafamento	27
4.11. Criação de Eventos.....	27
4.12. Presença em feiras/eventos de enoturismo	27
4.13. Criação de conteúdo – Plansel International Wine School.....	28
5. Contributos do Plano Curricular do Mestrado para cada atividade do Estágio.....	29
6. Análise e reflexão crítica	31



7. Conclusão	34
Referências Bibliográficas	37
Anexos	40



Índice de Figuras

Figura 1 - Economia das Experiências: Enoturismo.....	12
Figura 2 – Nuvem de Palavras relativa aos comentários do turista da Quinta da Plansel	33

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Programas/Atividades de Enoturismo atendendo à Economia das Experiências	13
Tabela 2 – Sugestão de atividades para o desenvolvimento de enoturismo sustentável... 15 e 16	
Tabela 3 - Contribuição de Unidades Curriculares	29 e 30

Índice de Anexos

Anexo 1 – Fotografia aérea da Quinta da Plansel... ..	40
Anexo 2 - Barricas “Quinta da Plansel”	41

Lista de Abreviaturas

CVRA - Comissão Vitivinícola Regional Alentejana

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIWI – *Pilzwiderstandsfähig*

PSVA - Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo

UÉ - Universidade de Évora

WSET – Wine & Spirit Education Trust



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Introdução

O presente relatório de estágio insere-se no âmbito da Unidade Curricular de Tese/Dissertação/Trabalho de Projeto/Estágio, no Mestrado de Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos da Universidade de Évora (UÉ), e visa dar a conhecer não só os aspetos abordados e atividades realizadas na entidade de acolhimento no decorrer do estágio, a experiência vivida, a aplicação dos conhecimentos aprendidos nas Unidades Curriculares ao longo dos 4 semestres, mas também abordar a questão da sustentabilidade no setor do Turismo, mais concretamente no Enoturismo.

O estágio realizou-se na Quinta da Plansel, em Montemor-o-Novo, tendo iniciado a 1 de fevereiro de 2023 e, finalizando, a 22 de maio de 2023, completando 560 horas (totais).

A motivação da escolha pela entidade anteriormente mencionada, para realizar o Estágio, passou por, a mesma, se localizar na minha área de residência, por ser uma entidade com reconhecimento a nível nacional e internacional e, pela possibilidade de adquirir novas competências numa área que, ainda hoje, está em crescimento a nível nacional como é o caso do Enoturismo. Considerando a escolha do tema do presente Relatório de Estágio, esta regeu-se pela intenção de adquirir mais conhecimento sobre o enoturismo, bem como conhecer e perceber as políticas e medidas sustentáveis já implementadas neste tipo de turismo, atendendo ao desenvolvimento sustentável e turismo sustentável e tendo em conta, ainda, que o tema “sustentabilidade” é presente e transversal relativamente a todas as atividades económicas, incluindo, naturalmente, o Turismo, atividade basilar na economia nacional, mas não só.

Os principais objetivos do estágio focaram-se, primeiramente, em conhecer, e aprender, aquilo que é o Enoturismo e como este se desenvolve, tanto a nível nacional, como a nível internacional e, essencialmente, analisar e apresentar como é que a entidade acolhedora cria uma ligação entre o Enoturismo e a Sustentabilidade. O momento seguinte passou por ficar a conhecer a história da entidade acolhedora, bem como a sua envolvência e influência no Enoturismo. Posteriormente, para além dos objetivos principais, pôs-se em prática aquelas que são as atividades disponibilizadas pela entidade acolhedora, entre visitas, provas, almoços, participação em feiras, entre outras atividades desenvolvidas.



O presente relatório de Estágio encontra-se dividido em três momentos. Primeiramente, será apresentada uma parte introdutória onde se poderá encontrar uma "Fundamentação Teórica", abordando o Enoturismo e a Sustentabilidade dentro do setor, bem como uma apresentação de uma proposta de sugestões de integração de novas atividades, na entidade acolhedora, no âmbito da temática da sustentabilidade.

De seguida, irá ser feita uma breve descrição da entidade acolhedora, a Quinta da Plansel, bem como uma caracterização da mesma, onde será possível verificar os serviços prestados pela entidade e ainda as atividades realizadas no decorrer do estágio.

De forma a concluir o relatório, será apresentada a "Análise e Reflexão Crítica", onde se poderão encontrar os contributos das Unidades Curriculares, do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos. Será ainda feita uma breve análise e reflexão relativamente aos aspetos positivos retirados do estágio e, finalmente, será apresentada uma breve conclusão como forma, resumida, de contextualizar todo o envolvente do presente relatório.

Para elaboração do presente relatório foi realizada uma pesquisa bibliográfica, recorrendo a uma metodologia qualitativa, obtendo dados secundários através de plataformas como a "SCOPUS" e "Science Direct". Por outro lado, e de forma a ser possível obter uma recolha de dados primários, para se dinamizar um conjunto de sugestões de inovação a nível do desenvolvimento de atividades turísticas, com a temática da sustentabilidade adjacente, recorreu-se a uma pesquisa empírica através de observação participada, com a realização das atividades no decorrer do estágio, onde posteriormente se efetuou uma análise dessa mesma informação recolhida.

A "observação participada ou participante" é uma abordagem de pesquisa utilizada em diversas disciplinas sociais, como antropologia, sociologia, educação e psicologia. Nesse método, o pesquisador não apenas observa os participantes de uma determinada comunidade ou contexto social, mas também participa ativamente das atividades e interações dentro desse ambiente (Fino, 2003). Essa abordagem procura proporcionar uma compreensão mais profunda e contextualizada do comportamento humano, das relações sociais e das dinâmicas culturais. Ao participar das atividades junto com os membros da comunidade estudada, o pesquisador pode ganhar uma perspetiva mais imersiva e empática, permitindo-lhe capturar nuances e insights que poderiam não ser evidentes apenas através da observação passiva (Pyo et al., 2023).



1. Fundamentação teórica

Segundo Karagiannis e Metexas (2020), o vinho tem marcado presença na vida do ser humano a datas que remontam já centenas e centenas de anos, tendo-se vindo a assistir a um crescimento favorável no que toca à procura de atividades proporcionadas pelo Enoturismo.

Tendo em conta o tipo de atividade turística da entidade onde decorreu o estágio, mais especificamente o Enoturismo, foram tidos em conta diversos aspetos como:

- Definição de Enoturismo;
- Turismo Sustentável;
- Enoturismo Sustentável: atendendo ainda àquilo que são também os seus desafios e possíveis soluções, com base em artigos científicos relativos ao tema em questão;
- Definição e/ou caracterização do perfil do enoturista, com base em dados secundários.

1.1. Enoturismo

O Enoturismo, é apresentado por Nave Laurett e Paço (2021), como a união entre a produção de vinho e o setor turístico (Carmichael, 2005). O enoturismo oferece, aos visitantes/turistas, experiências das mais diversas tipologias turísticas desde turismo criativo, turismo rural e ainda, aquando da realização de degustações de vinho e experienciar a participação na vindima (Nave et al., 2021; Hall et al., 2000), turismo sensorial, nomeadamente os sentidos: visão, olfato, paladar e, relativamente à experiência de participação na vindima, o tato.

Segundo os autores Agapito, Valle e Mendes (2017), existem diversas temáticas que advêm de experiências/informações sensoriais, sendo cada vez mais utilizadas como meio de divulgação das ofertas dos destinos vinícolas, promovendo e aumentando não só novas experiências para o turista, como também promovendo e aumentando a valorização do seu produto (Agapito, Valle & Mendes, 2017).

Filopoulos e Frittella (2019), defendem que, apesar de ainda ser necessário percorrer um longo caminho naquilo que é a recolha de informação relativamente ao enoturismo, e atendendo



àquilo que é a avaliação da Organização Mundial do Turismo (OMT) (2018), relativamente à evolução do Enoturismo, afirmam que, comparativamente, e a par, do Turismo Gastronómico, o Enoturismo tem apresentado uma grande evolução.

O Turismo e o produto, daquilo que é o vinho, segundo Nave et al. (2021), podem ser considerados como produtos diferenciadores, não só consoante a sua identidade regional, como também consoante a região onde estes se encontram. A capacidade que, uma área rural, tem para sustentar o enoturismo, reflete, em grande parte, aquilo que é na verdade o Enoturismo (Poitras & Donald, 2006). Cada região, atendendo à produção de vinho, é, automaticamente, conhecida e associada a uma tipologia de vinho, como por exemplo, a região do Alentejo que é essencialmente conhecida pela produção de vinhos mais encorpados, a região litoral oeste conhecida pela produção de vinhos mais frescos e com aromas cítricos e a região norte por vinhos com um teor alcoólico mais elevado como é o caso do vinho do Porto.

Segundo Kastenholtz et al. (2022), o enoturismo é um tipo de turismo que, geralmente, é organizado tendo em conta rotas de vinho, interligando a agricultura e a produção vinícola através da criação de atividades e experiências diferenciadoras. O Enoturismo pode ser considerado como sendo um instrumento de desenvolvimento regional, integrando o setor agrícola, setor vinícola e setor turístico (Karagiannis e Metaxas, 2020).

O Enoturismo, segundo Hall (1996), é definido pela realização de degustações de vinho bem como visitas guiadas às adegas, entre outras experiências como: eventos vitivinícolas e festivais, onde o turista tem a possibilidade de usufruir daquilo que é a experiência vitivinícola, como também os atributos da região onde esta (a adega) se insere (Inácio & Cavaco, 2010).

Thanh & Kirova (2018), dividem o enoturismo em três grandes níveis, nomeadamente:

- Nível Primário: gestão da vinha e produção de uva;
- Nível Secundário: produção de vinho;
- Nível Terciário: alojamentos, comercialização e restauração.

Para ampliar sua oferta, o enoturismo requer uma gama de serviços adicionais, tais como feiras, festivais e eventos dedicados à promoção do vinho. Além disso, é crucial contar com



uma equipa qualificada para assegurar não apenas a eficácia na venda e divulgação do produto, mas também para proporcionar uma experiência educativa aos visitantes (Karagiannis & Metaxas, 2020).

Um dos fatores que influenciam o enoturismo são as atividades e programas oferecidos por cada adega aos turistas. Cada vez mais, os turistas procuram se envolver no produto turístico e procuram por experiências únicas (Karagiannis & Metaxas, 2020).

O enoturismo, pode ser apresentado como uma estratégia de marketing de destinos, uma vez que, diversos destinos turísticos são essencialmente conhecidos pela sua qualidade relativamente à produção de vinho (Carvalho, Barroco e Antunes, 2017).

De facto, o enoturismo, em Portugal, tem sido um dos grandes tipos de turismo em crescimento a nível nacional, tanto na região do Douro, como também no Alentejo (Nave et al., 2021), contribuindo, em cota parte, para o crescimento económico nacional.

Para além de Portugal, outros grandes destinos onde o enoturismo se encontra em destaque são: França, Itália, Suíça, entre outros (Karagiannis e Metaxas, 2020), contudo, segundo Carvalho et al. (2017), Portugal ainda tem um longo caminho a percorrer de forma a conseguir igualar o desenvolvimento do Enoturismo a destinos como: Estados Unidos da América e França.

O Enoturismo, sendo um tipo de turismo em grande evolução, contribui para o desenvolvimento local e regional onde cada adega está inserida. Sendo, o Enoturismo, um tipo de turismo, estará não só a contribuir para o desenvolvimento local, como também para o desenvolvimento sustentável e para o turismo sustentável, através de medidas implementadas por cada adega, como é o caso da entidade acolhedora que se tornou na primeira adega em Portugal a produzir castas "PIWI", que será apresentado no ponto "3. Desenvolvimento Sustentável na entidade Quinta da Plansel".



1.2. Turismo Sustentável

Segundo Boff (2017), abordando o conceito da "Sustentabilidade", em termos ecológicos, é possível definir este conceito como sendo a capacidade que o Planeta Terra, bem como nós, seres humanos, temos para com a preservação de um ecossistema, (Boff, 2017), tendo em conta gerações futuras.

O Turismo Sustentável, desde o seu surgimento, orienta-se pelos objetivos para o Desenvolvimento Sustentável estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Segundo Montella (2017), é considerado um conceito multissetorial e multidisciplinar, abrangendo não só as dimensões ambientais, mas também as económicas e sociais. De acordo com Trigo e Silva (2022), o Turismo Sustentável, sempre em consonância com o desenvolvimento sustentável, é um meio para preservar o ambiente natural, destacando o enoturismo como um dos principais impulsionadores do bem-estar económico e da integridade ambiental circundante.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2017), o Turismo Sustentável é definido como uma modalidade de turismo que considera os impactos atuais e futuros, tanto a nível ambiental como económico e social, visando proteger as necessidades das populações locais e dos turistas. Tanto o Turismo Sustentável quanto o Desenvolvimento Sustentável, conforme argumentado por Huetting e Reijnders (2004), devem ser orientados pela preservação dos ecossistemas e dos recursos naturais.

Um dos grandes tópicos, considerando o Turismo Sustentável, é o conceito de "Governança". Este conceito recente, atendendo à área do turismo, insere-se no turismo sustentável considerando o planeamento turístico, podendo ser considerado um conceito interativo e colaborativo (Fernandos e Eusébio, 2014).

O conceito de "Governança" procura atender aos requisitos e objetivos para o desenvolvimento do turismo sustentável, incorporando em si atores locais e o próprio destino, procurando evitar a delapidação dos recursos que o destino oferece (Fernandos e Eusébio, 2014).



1.3. Enoturismo Sustentável

Tanto a nível nacional quanto internacional, tem-se observado um aumento na procura por atividades de enoturismo (Karagiannis & Metaxas, 2020). Com uma oferta diversificada de experiências para os turistas, o enoturismo é considerado um dos tipos de turismo com grande potencial, alinhado com o Turismo Sustentável. Uma das realidades atuais mais marcantes na produção vinícola é o agravamento do aquecimento global, que, de acordo com Trigo e Silva (2022), tem gerado grande incerteza e preocupação entre os produtores de vinho (Cichelli et al., 2016; Dibari et al., 2019; Santos et al., 2013).

O enoturismo tem vindo a evoluir naquilo que se entende por Turismo Sustentável, e até mesmo produção de vinho sustentável, criando diversas medidas mais economicamente sustentáveis e, logicamente, a nível ambiental, criando ainda selos de certificação sustentável (Nave et al., 2021) e, atualmente, através da criação e do surgimento de castas PIWI, que irão ser abordadas mais à frente neste relatório.

Em 1992, foi criado um programa vinícola sustentável, na Califórnia, tendo em vista ser não só um programa sustentável como também um programa educativo onde o turista iria adquirir competências tendo em conta os ecossistemas vitivinícolas, especialmente em relação à utilização de pesticidas. Anos mais tarde, esse mesmo programa, e após receber parecer positivo tanto por parte de agricultores e/ou viticultores, como por produtores de vinho, tornou-se num programa sustentável certificado, conhecido como “Lodi Rules Sustainable Certification Program” (Baiano, 2021).

Segundo Nave et al. (2021), e atendendo àquilo que é a Declaração da Geórgia, baseando na Organização Mundial do Turismo (OMT), o enoturismo contribui a vários níveis, tais como:

- Criação de oportunidades nos destinos rurais subdesenvolvidos;
- Desenvolvimento económico, social e regional;
- Criação e apresentação de produtos inovadores;
- Promoção do Turismo Sustentável e do património regional;



- Contribuição para a proteção e preservação do seu meio ambiente envolvente e recursos naturais.

Em Portugal, a Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA), é pioneira na criação de programas com visão sustentável no Enoturismo.

Em 2013, criou o Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo (PSVA), em parceria com a Universidade de Évora (UÉ), que tem o objetivo de todas as adegas membro do programa PSVA, tenham acesso a ferramentas de avaliação e informações sustentáveis relativamente ao seu processo de desenvolvimento atendendo à produção vinícola (Vinhos do Alentejo, 2023). A Comissão Vitivinícola Regional Alentejana cria também incentivos, aquando do PSVA, a todas as adegas membro do programa, visando uma produção de uva mais sustentável, bem como toda a restante produção vinícola, integrando três diferentes setores, sendo eles a Adega, a Viticultura e a Viticultura & Adega. O Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo conta, atualmente, com mais de 600 (seiscentos) membros, sendo que, para ser considerado membro do programa em questão, cada adega, ou cada produtor, terá de cumprir 171 critérios (Vinhos do Alentejo, 2023).

1.3.1. Enoturismo Sustentável e os seus desafios

Atualmente, observa-se um crescente interesse por serviços e produtos turísticos mais sustentáveis. Considerando que o Turismo é um setor altamente influenciado pelas tendências da procura turística, conforme aponta Montella (2017), há um grande interesse em dinamizar mais ofertas turísticas sustentáveis (Filopoulos, 2019; Karagiannis & Metexas, 2020; Kastenholz et al., 2022). Um fator crucial é o controle dos recursos naturais, e o enoturismo sustentável, conforme destacado por Poitras e Donald (2006), deve abordar os três pilares fundamentais para um desenvolvimento turístico sustentável:

- Pilar social;
- Pilar Económico;
- Pilar Ambiental

Considerando os três pilares mencionados anteriormente, Alonso et al. (2022) destacam diversos tipos de sustentabilidade que podem ser desenvolvidos no enoturismo, tais como:



- Sustentabilidade Social, através da implementação de projetos e planos educativos, proporcionando oportunidades de emprego e promovendo a melhoria das qualificações profissionais;
- Sustentabilidade Económica, assegurando uma gestão eficaz da empresa;
- Sustentabilidade Ambiental, reduzindo o uso de pesticidas nas vinhas e, possivelmente, eliminando sua utilização;
- Sustentabilidade Cultural, mantendo uma ligação sólida com as raízes culturais da região onde a vinha e a adega estão localizadas.

Trigo e Silva (2022), defendem que, a dimensão da Sustentabilidade Económica, a longo prazo, é uma das dimensões de sustentabilidade mais importantes, relativamente à abordagem no setor turístico, visto que é nesta dimensão que se tem de ter em especial atenção não só a paisagem envolvente da região onde se insere o serviço e/ou produto turístico, bem como a valorização do património cultural da região.

Uma das potenciais soluções para o crescimento de um Enoturismo Sustentável, e segundo Karagiannis e Metaxas (2020), passa pela certificação sustentável e/ou ambiental de uma adega, ou produtor vinícola. Recorrendo a algumas investigações, os autores defendem que, na verdade, o facto de uma entidade ser detentora de um selo de certificação sustentável e/ou ambiental, ou até mesmo prémios certificados neste âmbito, irá contribuir não só para um melhor e maior reconhecimento, tanto entre empresas como entre indivíduos, como também servirá como um incentivo para as próprias entidades.



1.4. Perfil do enoturista

Tal como qualquer setor e/ou tipo de turismo, o enoturismo move-se pelas motivações e desejos do turista.

Apesar do elevado crescimento, não só a nível nacional, como também a nível nacional daquilo que é o enoturismo, e a procura deste mesmo tipo de turismo, não é ainda possível estabelecer uma denominação, ou designação exata, daquilo que é o perfil do enoturista.

De forma a ser possível abordar aquilo que é o perfil e caracterização de um turista, neste caso enoturista, é necessário compreender e entender aquilo que são as motivações do enoturista, ou seja, é necessário compreender os “Fatores Push” e os “Fatores Pull”.

Os “Fatores Push” encontram-se ligados à parte mais emocional do turista, ou seja ao que leva a que, o turista, tome a decisão de usufruir de um certo serviço e/ou produto, como por exemplo o *status* de um determinado serviço/produto, a aprendizagem que o turista poderá obter usufruindo desse mesmo serviço/produto, entre outros.

Os “Fatores Pull” referem-se aos atributos e características de cada destino, serviço e/ou produto, ou seja, a história do destino, a gastronomia que o turista poderá encontrar nesse mesmo destino, bem como o estilo de vida e a cultura da população do destino, entre outros.

Certamente o maior interesse, e o maior fator "Push", será a possibilidade de realizar uma degustação de vinho, ou seja, o produto principal. Fatores "Push" são aqueles que, segundo Dann (1981), levam a que o turista tome a decisão de realizar a viagem. Contudo, a história de cada adega também tem peso na decisão do turista ainda que, desta forma, se reflita mais nos fatores "Pull", sendo que, os fatores "Pull", são aqueles que comparativamente a outro destino, fazem com que o turista opte por visitar um local ao invés de outro (Dann, 1981).

Segundo Carvalho et al. (2017), o enoturista, como sendo um turista com altos rendimentos, é um turista que não apresenta preocupações relativamente aos respetivos valores de consumo do produto e/ou serviço.



Recorrendo à “The South Australian Tourism Commission” (1997), Costa (2008), define o perfil do enoturista como sendo um turista com um alto nível de escolaridade, com altos rendimentos e, maioritariamente, casais sem filhos.

Examinando dados adquiridos em entrevistas a produtores e gestores de vinho, Hall e Macionis (1998), caracterizam o enoturista, nomeadamente, em três categorias: turistas curiosos; amantes de vinho e interessados em vinho (Serrenho e Águas, 2006).

De acordo com Alonso et al. (2022), o turista do segmento turístico em questão, o enoturismo, é geralmente um turista com altos rendimentos e que, de certa forma, procura fugir àquilo que é o turismo de massas.

O enoturista, caracteriza-se ainda por ser um tipo de turista que valoriza não só aquilo que é a gastronomia, como também toda a experiência envolvente que poderá adquirir para além da degustação de vinho (Carvalho et al., 2017). O enoturista prioriza principalmente três aspetos fundamentais: a qualidade da receção pelos funcionários, a experiência de degustação de vinhos e a oportunidade de participar na produção do próprio vinho ou sentir um senso de pertencimento (Thanh & Kirova, 2018).

1.4.1. O perfil do enoturista – Economia de Experiências

Tal como em qualquer tipo de turismo, toda a experiência adquirida pelo consumidor insere-se num elevado patamar de importância aquando da análise e caracterização do perfil do turista, permitindo perceber, e analisar, o tipo de experiências que o turista procura (Kastenholz et al., 2022).

Conforme discutido previamente, independentemente do perfil de cada visitante, há um fator universal: todo turista é impulsionado por motivações de viagem. Essas motivações variam de acordo com o tipo e segmento turístico em questão, como é o caso do enoturismo. Segundo Costa (2008), pode-se afirmar que os enoturistas são principalmente motivados por:

- *Aprendizagem*: os turistas procuram oportunidades para entender não apenas a história da adega, mas também todo o processo de produção de vinho;
- *Experiência*: eles procuram vivenciar momentos únicos, para mais tarde

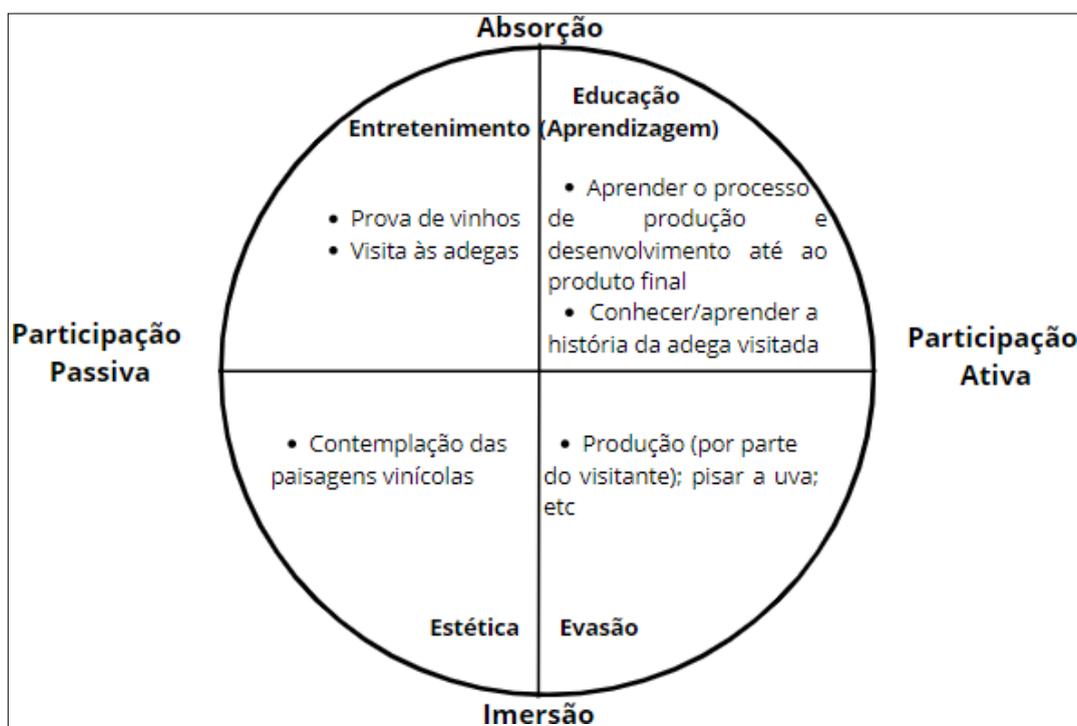


recordar, seja através de degustações de vinho ou participação na colheita das uvas;

- *Lazer*: os turistas procuram escapar da rotina diária;
- *Observação*: eles são atraídos para o enoturismo principalmente pelas belas paisagens vinícolas.

Considerando a "Economia das Experiências", que divide as experiências turísticas em quatro dimensões: Absorção, Imersão, Participação Passiva e Participação Ativa, bem como em quatro tipos de experiências: Entretenimento, Educação/Aprendizagem, Estética e Evasão (Pine & Gilmore, 1999), foi possível recriar o modelo com base em experiências de enoturismo (Figura 1).

Figura 1. Economia das Experiências: Enoturismo



Fonte: Adaptado de Pine e Gilmore (1999)

A nível do tipo de experiência de “Entretenimento”, é possível afirmar que alguns exemplos dessas mesmas experiências se encontram as visitas às adegas, bem como as degustações/provas de vinho (Figura 1.).

Atendendo àquilo que é a experiência de “Educação/Aprendizagem”, é possível afirmar que a



aprendizagem do processo de produção do vinho e todo o processo de desenvolvimento até ao produto final, bem como o turista ficar a conhecer a história de cada adega, marcam uma grande posição relativamente à experiência anteriormente mencionada (Figura 1.).

Relativamente à experiência “Estética”, a contemplação das vinhas enquanto paisagens envolventes de cada adega, e todo o ambiente rural envolvente, encontra-se em destaque nesta mesma experiência (Figura 1.).

A possibilidade, que algumas adegas oferecem ao turista para que este tenha a própria experiência de produzir vinho, nomeadamente integrar-se na tarefa mais cobiçada que é a vindima e/ou a pisa da uva, torna-se numa importante experiência de “Evasão” (Figura 1.).

Tabela 1 - Programas/Atividades de Enoturismo atendendo à Economia das Experiências

Quadrante	Entretenimento	Educação	Estética	Evasão
Tipologia de programa/atividade de Enoturismo	Visita à adega, enxertia e galeria de arte	Visita à adega, enxertia e galeria de arte	Visita à adega, enxertia e galeria de arte	Provas de vinho
	Provas de vinho	Provas de vinho	Piquenique com vinho	Pisa da uva (excecionalmente)
	Wine & Dine	Plansel International Wine School		
	Piquenique com vinho			
	Um dia na Plansel			

Fonte: Adaptado de Pine e Gilmore (1999)



Com base na Tabela 1, e nos programas/atividades de enoturismo possíveis de realizar na entidade acolhedora, Quinta da Plansel, é possível identificar atividades/programas de enoturismo em cada um dos quadrantes da Economia das Experiências.

Relativamente ao primeiro quadrante, “Entretenimento”, neste é possível identificar todos os programas de enoturismo da entidade acolhedora, tais como: a visita guiada à adega, enxertia e galeria de arte; provas de vinho; “Wine & Dine”; “Piquenique com vinho” e “Um dia na Plansel”.

No segundo quadrante da Economia das Experiências, “Educação” (ou Aprendizagem), a identificação de programas/atividades apresenta-se mais restrita, focando-se apenas em atividades como: a visita guiada à adega, enxertia e galeria de arte; provas de vinho e, evidentemente, a Plansel International Wine School, onde o consumidor irá adquirir um maior nível de conhecimento daquilo que é o mundo do vinho.

Tendo em conta o terceiro quadrante, “Estética”, é possível salientar três programas/atividades, tais como: a visita à adega; “Piquenique com vinho” e “Um dia na Plansel”.

Finalmente, no quarto quadrante, “Evasão”, destacam-se atividades como: provas de vinho e a pisa da uva, programa este que se realiza excepcionalmente.

1.4.2. Enoturismo sustentável com base na Economia das Experiências

De forma a contribuir para o desenvolvimento de enoturismo sustentável, na entidade acolhedora, e com base na Economia das Experiências anteriormente apresentada, foi elaborada uma Economia das Experiências com vista a alavancar o enoturismo sustentável da entidade.

Atendendo à Participação Passiva, ou seja, que medidas é que a entidade toma no sentido de desenvolver o enoturismo sustentável. Neste caso, a entidade acolhedora foi a primeira adega em Portugal a criar uma casta PIWI, ou seja, uma casta auto resistente aos próprios fungos, não sendo necessário pulverizar a vinha, onde esta casta de encontra, com quaisquer químicos.



Atendendo à Participação Ativa, ou seja, o que é que a entidade poderá oferecer ao turista, são apresentadas diversas sugestões de desenvolvimento para o enoturismo sustentável, tais como, nomeadamente:

- Criar pequenas palestras educativas, ou pequenos seminários, não só a amantes de vinho e profissionais da área, como também a estudantes, onde se realça a importância das castas PIWI e como se pode contribuir, enquanto indivíduo, para o crescimento da produção, e respetivo consumo, deste tipo de castas;
- Criar degustações (provas) de vinho proveniente de castas sustentáveis (castas PIWI) e vinho biológico;
- Criar de workshops onde se iriam apresentar, ao turista, formas de:
 - Reutilização de rolhas, de vinho, como por exemplo: criar porta-chaves, bases para painéis, pequenos vasos decorativos, entre outros;
 - Como reutilizar garrafas, de vinho, como por exemplo: usar as garrafas como candeeiros, utilizar as garrafas como jarras decorativas, entre outros;
- Criação de programas que promovam não só a temática da sustentabilidade como também promovam o bem-estar pessoal.

Tabela 2 - Sugestão de atividades para o desenvolvimento de enoturismo sustentável

Quadrante	Entretenimento	Educação	Estética	Evasão
Tipologia de atividade de Enoturismo Sustentável	Degustação (prova) de vinho proveniente de castas sustentáveis e/ou vinho biológico, destacando os benefícios ambientais dessas mesmas práticas	Visita à adega e enxertia, destacando as práticas sustentáveis tais como: compostagem, conservação de água, uso de energias renováveis	Caminhada, e visita, às vinhas onde é feita uma produção vinícola sustentável e toda a sua envolvência de beleza natural e a diversidade biológica	Degustação (prova) de vinho proveniente de castas sustentáveis e/ou vinho biológico, destacando os benefícios ambientais dessas mesmas práticas



	Experiência de vindima participativa: onde o visitante ajuda na vindima da uva e aprende sobre as práticas sustentáveis	Workshop de enologia sustentável, onde o visitante aprende as respetivas técnicas de vinificação que contribuem para minimizar o impacto ambiental	Piquenique com vinho proveniente de castas sustentáveis e/ou vinho biológico	Estadias em alojamentos sustentáveis, ou que utilizem energias renováveis e práticas de turismo responsável
		Palestras com especialistas, na temática da sustentabilidade, onde serão abordados temas sobre a conservação da biodiversidade, gestão de resíduos e responsabilidade social	Sessões de meditação entre as vinhas, no meio ambiente, promovendo não só o bem-estar pessoal como também uma conexão com o meio ambiente	Programas de Wine & Dine em espaços exteriores, em contacto com a natureza, apresentando alimentos orgânicos, produtos locais e vinho biológico e/ou proveniente de castas sustentáveis (castas PIWI)

Fonte: Adaptado de Pine e Gilmore (1999)

Com base na Tabela 2, é possível identificar atividades/programas de enoturismo sustentável sugeridos à entidade acolhedora, em cada um dos quadrantes da Economia das Experiências.

Considerando o primeiro quadrante, “Entretenimento”, são indicados/as programas e/ou atividades, como a visita à adega e enxertia e ainda a degustação (prova) de vinho proveniente



de castas sustentáveis e/ou vinho biológico e ainda proporcionar uma experiência de vindima ao turista, onde irá aprender as práticas sustentáveis aplicadas na vindima.

No segundo quadrante da Economia das Experiências, “Educação”, apresenta-se novamente a visita à adega e enxertia, juntamente com a realização de palestras e seminários com especialistas na temática da sustentabilidade e realização de workshops de enologia sustentável.

Relativamente ao terceiro quadrante, “Estética”, destacam-se dois programas e/ou atividades, tais como caminhadas nas vinhas, visita à adega e enxertia e a realização do programa de piquenique com vinho proveniente de castas sustentáveis e/ou vinho biológico, bem como sessões de meditação, promovendo o bem-estar pessoal e uma conexão com o meio ambiente.

Finalmente, no quarto quadrante, “Evasão”, encontram-se atividades como a degustação (prova) de vinho proveniente de castas sustentáveis e/ou vinho biológico, promover estadias em alojamentos sustentáveis, ou que utilizem energias renováveis e preservem o meio ambiente, finalmente, a realização de workshops.

É ainda de realçar que, todas as sugestões anteriormente apresentadas teriam por base o desenvolvimento e o crescimento das castas PIWI não só na entidade em questão mas que, futuramente, as mesmas possam ser desenvolvidas por outras adegas em Portugal.



2. Caracterização da Entidade Recetora do Estagiário

2.1. Localização

A Quinta da Plansel localiza-se, no distrito de Évora, em Montemor-o-Novo, na Quinta S. Jorge, Estrada Municipal 537 Porto das Lãs, 7050-203 Montemor-o-Novo, tendo proximidade ao Rio Almansor e ao Castelo de Montemor-o-Novo.

Ver Anexo 1 e Anexo 2.

2.2. Breve Historial

A história da Quinta da Plansel remete para a década de 1960, aquando de um acidente náutico no porto de Cascais onde, num veleiro, seguia um jovem alemão, Jörg Böhm.

Jörg Böhm, juntamente com os seus colegas, viram-se forçados a ficar em Portugal até conseguirem reaver todos os materiais necessários para regressar à Alemanha e, durante esse período em que permaneceram em Portugal, Böhm ficou rendido àquilo que Portugal tinha para oferecer, desde a sua gastronomia, paisagens, mas especialmente a enorme variedade de castas possíveis de encontrar no território português, sendo que, grande parte das variedades apenas existem em Portugal.

Este seu grande interesse pelas castas tem influência da sua família, que já estaria ligada ao mundo dos vinhos segundo dados que datam o século XI. Contudo, somente a partir do século XVIII é que se veio a notar a grande influência da família Böhm no setor do enoturismo, tornando-se num dos grandes, e principais, distribuidores e importadores de vinho da Alemanha (Adega Plansel, 2020).

Anos mais tarde, por volta de 1975, Jörg Böhm regressou a Portugal onde comprou um terreno no Alentejo, dando início ao seu grande projeto "Viveiros Plansel", onde inicialmente se produziam palmeiras, plantas ornamentais, oliveiras e enxertos de bacelos. Atualmente apenas se produzem oliveiras e enxertos de bacelos (Adega Plansel, 2020).

A produção de enxertos de bacelos advém da existência de um pequeno fungo/bactéria que se encontravam nas raízes americanas importadas para a América, a Filoxera, que destruíra todas as raízes/varas na Europa. Após muitos anos de investigação e de experiências foi então iniciado



o processo de enxertia, colocando o garfo e o porta-enxerto em contacto. Os Viveiros Plansel foram, de facto, um dos grandes impulsionadores da enxertia em Portugal.

Anualmente, os Viveiros Plansel, produzem cerca de 1 milhão de baceiros.

Já no início da década de 1990, Dorina Lindemann-Böhm, filha de Jörg Böhm, licenciada em enologia na Universidade de Geisenheim, na Alemanha, veio para Portugal ajudar o seu pai com o seu projeto dos Viveiros Plansel. Em 1993, Dorina Lindemann, juntamente com o engenheiro Paulo Laureano, na Adega Experimental da Mitra, Universidade de Évora, produziu o seu primeiro vinho (Adega Plansel, 2020), descobrindo assim a sua grandepaixão.

Anos mais tarde, e aproveitando também as vinhas já existentes, interligadas aos Viveiros Plansel, iniciou o seu próprio projeto de produção de vinho e, em 1997, juntamente com um grupo de mulheres, Dorina Lindemann, fundou a Quinta da Plansel enquanto adega.

A Quinta da Plansel, foi a primeira adega no Alentejo a produzir espumante e foi também a grande impulsionadora das monocastas em Portugal (vinhos com apenas uma variedade de casta), focando-se em utilizar e produzir vinho com apenas castas portuguesas.

Atualmente Dorina Lindemann, conta com a ajuda das suas duas filhas, Júlia Lindemann, no Departamento de Marketing e Luísa Lindemann, no Departamento de Enologia e, futuramente, gestão da empresa, e também com o apoio do seu colega, Engenheiro Enólogo Carlos Ramos.

Em termos de produção anual, são produzidos entre 400.000L a 500.000L por ano, sendo distribuídos pelas diferentes gamas: Marquês de Montemor, Plansel, DL, Family Estate e Especialidades, destacando-se pelo seu trabalho com as três castas: Touriga Nacional, Touriga Franca e Tinta Barroca.

A Quinta da Plansel tem ainda em atenção aquilo que são as necessidades de entreajuda entre adegas e produtores de vinho, sendo que, colabora também na ajuda de produção e/ou engarrafamento de outros produtores.

O nome “Plansel” remete para: **Plantas Selecionadas**, devido ao primeiro projeto, Viveiros Plansel, onde Jörg Böhm selecionou determinadas plantas para iniciar o seu projeto, e



também devido a todo o seu trabalho posto em prática em termos de investigações e experiências que permite aos produtores, hoje em dia, conseguirem fazer uma produção/plantação de variedades de castas oriundas do Norte do país, e até mesmo castas que apenas se encontravam nos arquipélagos, na região do Alentejo, passando ainda por um trabalho rigoroso no que toca à adaptação de castas a novos solos e climas.

Uma pequena curiosidade a ter em atenção é o facto de, em 2005, Jörg Böhm, recebeu o título de “Comendador de Mérito Agrícola”, atribuído pelo Presidente da República, na altura, Jorge Sampaio.

2.3. Prémios e Certificações

A entidade acolhedora, Quinta da Plansel, destaca-se não só pela sua produção de vinho e pela sua história, como também pelas diversas premiações de qualidade e ainda uma certificação de renome mundial.

Atendendo às premiações, todos os anos a entidade acolhedora recebe prémios e/ou medalhas de qualidade, através da sua participação em concursos internacionais de vinho, nomeadamente: Mundus Vini, Decanter World Wine Awards, International Wine Challenge, Selection Genuss, entre outros.

A certificação mundial anteriormente mencionada é referente à certificação WSET (Wine & Spirit Education Trust).

A Wine & Spirit Education Trust é um centro de qualificação mundial de vinhos, destilados/licores e saquês, sendo considerado o maior do mundo (Wine & Spirit Education Trust, 2023).

De forma a dar um maior conhecimento daquilo que é o mundo do vinho, desde a sua produção até mesmo à degustação, a WSET fornece cursos de aprendizagem para profissionais da área e/ou entusiastas. Atualmente encontram-se disponíveis cursos de: Sake - nível 1 e nível 3; Espirituosos - nível 1, nível 2 e nível 3; Vinho - nível 1, nível 2, nível 3 e nível 4 (Wine & Spirit Education Trust, 2023).



A certificação WSET encontra-se implementada na Plansel International Wine School, garantindo uma aprendizagem de confiança, rigor e reconhecimento mundial.

2.4. Serviços/ produtos prestados pela Entidade Acolhedora

Atendendo aos serviços/produtos prestados pela entidade acolhedora, Quinta da Plansel, encontram-se: a vindima; visitas; provas de vinho; Wine & Dine - almoços e jantares; Piquenique; Um dia na Plansel; Alojamento e ainda a Plansel International Wine School e participação em feiras e eventos de enoturismo.

Relativamente à vindima, esta inicia-se na primeira ou segunda semana de agosto, contudo, no presente ano, a vindima teve início na segunda ou terceira semana de agosto, onde 60% do processo da vindima é manual e os restantes 40% com ajuda de maquinaria própria. É de realçar que, as castas/vinhas destinadas para os vinhos de gama topo, como por exemplo: Family Estate e Plansel Grande Escolha, a sua vindima é feita totalmente manual, de forma que se selecione as melhores uvas.

A vindima decorre nos 75 hectares (de vinha) da Quinta da Plansel, em que 70% corresponde a uva para vinho tinto, 20% corresponde a uva para vinho branco e 10% corresponde a uva para vinho rosé, frisante, espumante e vinhos doces.

As visitas realizam-se na adega, onde os visitantes/turistas ficam a conhecer todo o processo de produção do vinho, bem como a história da adega, visitando também os Viveiros Plansel, mais concretamente a enxertia, onde é dado a conhecer o processo de enxertia e finalmente a galeria de arte do Sr. Jörg Böhm.

As provas de vinho variam entre um e quatro vinhos, podendo ser vinhos tintos, brancos, rosés, frisantes ou espumantes.

Indo de encontro àquilo que é o Wine & Dine, ou seja, almoço e/ou jantar, inclui a visita à adega, enxertia e galeria de arte, seguindo-se então a refeição. Para esta modalidade é possível escolher entre três menus disponibilizados, tendo em conta que em qualquer um dos menus está sempre incluída a visita à adega e, pelo menos, uma prova de vinho.

É também possível realizar um piquenique, onde, para além do vinho e do piquenique, está também incluída uma visita à adega.

A modalidade "Um dia na Plansel" abrange todo um leque de atividades, desde uma caminhada pelas vinhas até à Capela de St^a Margarida, com uma prova de vinhos brancos, uma visita à adega, enxertia e galeria de arte e também um dos menus do programa Wine & Dine.

Para além deste grande leque de oferta de atividades, a Quinta da Plansel têm ainda disponíveis dois apartamentos, o Apartamento Arinto e o Apartamento Alicante, que se encontram junto à Capela de St^a Margarida e apresentam uma paisagem deslumbrante para as vinhas e para o Castelo de Montemor-o-Novo.

Ainda como oferta de serviços/produtos, para quem tenha interesse ou curiosidade em aprender mais sobre o mundo dos vinhos, pode inscrever-se na Plansel International Wine School que, contando com a certificação da WSET (Wine & Spirit Education Trust), foi considerada a melhor escola de vinhos 2022/2023.

A Quinta da Plansel, anualmente, participa em diversas feiras e eventos de enoturismo, visando promover o seu produto, a sua história e o vinho alentejano.

Para além de todos estes serviços/produtos prestados pela Quinta da Plansel, a entidade tem também parcerias com diferentes adegas onde realiza uma pequena prestação de serviços entre ambos. Por exemplo, uma adega que não tenha a estrutura necessária para engarrafar o seu próprio vinho, ou que não tenha as condições necessárias para um envelhecimento adequado do vinho, podem entregar as suas uvas e/ou o vinho já em estado líquido aos enólogos da Quinta da Plansel e, a entidade, irá realizar o serviço necessário da respetiva adega, ajudando-se mutuamente.



3. Desenvolvimento Sustentável na entidade Quinta da Plansel

Atendendo àquilo que são as intenções, e previsões para a criação e desenvolvimento sustentável, não só no tipo de turismo abordado, neste caso o Enoturismo, como também na indústria vinícola, a Quinta da Plansel, mais propriamente a Viveiros Plansel, desenvolveram uma casta PIWI, ou seja uma casta resistente a fungos, sendo pioneira da investigação de castas em Portugal.

A Engenheira Enóloga Dorina Lindemann, juntamente com o seu pai Jörg Böhm, desenvolveram uma casta “PIWI” em Portugal, através do cruzamento de variedades de castas e após longas investigações (Plansel-Viveiros, 2020).

A casta Defensor é única em Portugal, e no mundo, e é um grande marco para a viticultura.

A denominação “PIWI” vem da abreviatura da expressão alemã "Pilzwiderstandsfähig" que, traduzindo, significa "resistente a fungos".

Este tipo de castas, as castas “PIWI”, começaram a surgir na Alemanha mas, atualmente, já se encontram um pouco por toda a Europa. Destacam-se por ser tolerante e resistente ao míldio, oídio e botrytis, sendo mais eficientes e apresentam uma maior qualidade enológica.

As doenças, e/ou, fungos, anteriormente mencionados caracterizam-se, e identificam-se, da seguinte forma:

- Míldio: fungo que se desenvolve no interior das folhas da videira; apresenta manchas na parte superior da folha da videira propagando-se na parte inferior criando manchas com cor mais branca e em casos extremos pode levar à queda da folha;
- Oídio: na parte superior das folhas surgem manchas de cor acinzentada e/ou as folhas começam a perder a cor; nos bagos começa a criar uma camada de poeira branca, levando ao apodrecimento.
- Botrytis: na folha da videira cria manchas de tons castanhos, de forma irregular; nos bagos, e após a fase do pintor (quando a uva ganha a tonalidade roxa), a botrytis é associada à traça-da-uva e apresenta bolor.

Para a criação de uma casta PIWI são necessários vários anos de investigação, passando pelo cruzamento entre uma casta progenitor, que possa garantir a qualidade agronómica e enológica, e outro progenitor para garantir a resistência.

Estas variedades de castas apresentam inúmeras vantagens, tais como, por exemplo:

- uma redução de 80% na aplicação de produtos fitofarmacêuticos, comparando à aplicação aquando das castas que não sejam castas PIWI;
- redução na emissão de gases com efeito de estufa;
- diminuição da poluição dos solos, da água e do ar;
- redução nos custos de produção na vinha.

Atualmente, e comparando com os restantes países europeus, Portugal é o único país a colocar barreiras tanto na produção, como na utilização de castas PIWI.



4. Atividades Desenvolvidas durante o Estágio

4.1. Ideias e Sugestões

A primeira atividade a realizar na entidade acolhedora foi elaborar uma lista de ideias e sugestões a desenvolver na Quinta da Plansel. Desta forma a entidade acolhedora demonstrou interesse na partilha de ideias como por exemplo: ideias para eventos; ideias para publicações ou promoções para o Dia de S. Valentim, Carnaval, Dia da Mulher, Dia do Pai, Páscoa, entre outras datas a celebrar.

4.2. Primeira visita guiada e Prova

Logo no primeiro dia de Estágio tive a possibilidade de acompanhar uma visita e uma prova, com uma das supervisoras, onde foi possível observar toda a envolvência e contacto com o visitante para mais tarde pôr em prática.

4.3. Conhecer os vinhos

Esta atividade limitou-se a estudar e conhecer os vinhos da Quinta da Plansel para que, posteriormente, aquando da realização de provas de vinho, ser possível informar o visitante/cliente da estrutura e notas de cada vinho.

4.4. Plano de Enoturismo e Marketing

De forma a ser possível ter uma melhor perceção do consumidor, foi feito um plano de enoturismo e de marketing, onde se encontram tópicos como:

- Quem consome o produto?;
- Onde?;
- Quando?;
- Como?;
- O que influência a decisão de compra do produto?;
- A nacionalidade do turista que visita a Quinta da Plansel;



- Faixa etária, género e plataforma de reservas utilizada pelo turista, motivações;

4.5. Parcerias

Esta atividade centrou-se em reunir informação de agências turísticas com as quais a entidade acolhedora já teria relações de parcerias e também procurar novas agências para criar parcerias, tanto a nível nacional como a nível internacional.

4.6. Legislação para os apartamentos

Tendo conhecimento na área e, tendo tido Unidades Curriculares na Licenciatura de Turismo relativas ao alojamento e legislação dos diversos tipos de alojamento existentes, foi-me solicitado que criasse um pequeno documento com todas as legislações necessárias para os apartamentos da Quinta da Plansel (termo informalmente utilizado pelos colaboradores da entidade) de forma a corresponder a todas as leis e informações necessárias para o bom funcionamento das Casas de Campo, atendendo à legislação de Turismo em Espaço Rural.

4.7. Redes Sociais

Após iniciar o Estágio, uma das primeiras informações que me foi chegada foi a vontade de crescimento relativamente às redes sociais da entidade acolhedora, nomeadamente a rede social Instagram. Neste sentido uma das grandes tarefas a realizar é, realmente, a criação de publicações, fotos e vídeos de forma a dinamizar mais as redes sociais da Quinta da Plansel, conseguindo captar mais público, de diferentes faixas etárias e diferentes países.

4.8. Postais

Visto que a Quinta da Plansel é visitada por um grande leque de nacionalidades, pensou-se em criar diversos postais a celebrar diferentes momentos como:

Aniversário; Dia da Mãe; Dia do Pai; a própria visita à adega; e também criar vouchers de oferta. Desta forma o cliente pode comprar não só o produto principal, o vinho, como também pode adquirir postais de oferta.



4.9. Tradução de Documentos

A Quinta da Plansel recebe não só turistas de diversas nacionalidades como também recebe estagiários de diversas nacionalidades e, como tal, havia necessidade de traduzir alguns documentos em diferentes idiomas, essencialmente, português, inglês e alemão.

Como, neste caso, tenho conhecimentos nos três idiomas mencionados, efetuei a tradução dos documentos necessários para que, futuramente, os estagiários que integrem a Quinta da Plansel possam ter os mesmos acessos às informações que todos os estagiários anteriores.

4.10. Linha de Engarrafamento

Durante o Estágio realizei diversas tarefas, desde visitas guiadas, provas de vinho, até mesmo ajudar na linha de engarrafamento. Sempre que necessário, ajudava os meus colegas a realizar o engarrafamento do vinho, mais concretamente a colocar as garrafas dentro das caixas que, posteriormente, seguiam para o armazém ou para a respetiva transportadora.

4.11. Criação de Eventos

A entidade acolhedora, deu liberdade aos estagiários para criarem um evento que, não só apresentasse os vinhos da Quinta da Plansel, como também proporcionasse um bom momento de ligação entre a entidade e os seus clientes.

Desta forma, juntamente com outro estagiário, foi elaborado um plano e programa para o evento “White & Rosé Wine Party”. Desde vinho, música, gastronomia local e entretenimento para as crianças, foi possível criar um evento com bastante animação e é de realçar que, este evento, foi o primeiro evento aberto ao público, alguma vez feito na Quinta da Plansel, depositando assim, a entidade, total confiança nos estagiários para a realização do mesmo.

4.12. Presença em feiras/eventos de enoturismo

Visto que, a Quinta da Plansel, é uma entidade de renome nacional e internacional, foi possível marcar presença em alguns eventos relacionados com o enoturismo, ou mesmo de reconhecimento pelos produtores locais, em Montemor-o-Novo. Foi-me proporcionada a experiência de estar presente num evento, de certa forma de alta importância, em Montemor-o-Novo, a representar a entidade acolhedora, onde o propósito central passava por apresentar os

vinhos da Quinta da Plansel, em especial a grande novidade “Plansel Alicante Bouschet – Novos Caminhos”.

4.13. Criação de conteúdo – Plansel International Wine School

A entidade de acolhimento, Quinta da Plansel, para além da sua adega, e espaço de viveiros, conta ainda com a Plansel International Wine School, uma escola de aprendizagem sobre o mundo do vinho, onde profissionais da área e/ou apenas curiosos e amantes de vinho podem ficar a conhecer o enorme e diverso mundo dos vinhos.

De forma a publicitar mais a Plansel International Wine School, foi-me solicitado fazer diversos conteúdos para, posteriormente, publicar nas redes sociais, nomeadamente Instagram e Facebook.

5. Contributos do Plano Curricular do Mestrado para cada atividade do Estágio

Após ter sido concluído o 1º Semestre, 2º Semestre e 3º Semestre, foram obtidos conhecimentos e capacidades suficientes que ajudaram no desenvolver de diversas atividades e tarefas no decorrer do Estágio Curricular.

Atendendo àquilo que foram as capacidades obtidas em diversas Unidades Curriculares, no decorrer do curso de Mestrado em Turismo de Desenvolvimento de Destinos e Produtos, realçam-se, na Tabela 1, as seguintes Unidades Curriculares, bem como os tópicos lecionados, que permitiram um melhor desenvolvimento e realização no cumprimento de tarefas no decorrer do Estágio Curricular:

Tabela 3 - Contribuição de Unidades Curriculares

Unidade Curricular	Tópicos lecionados	Tarefa(s) desempenhada(s) no estágio
Teorias e Métodos de Investigação em Turismo	Metodologias de investigação; Estrutura de um relatório.	Composição do relatório de estágio
Marketing de Destinos e Produtos	Conhecimento do mercado; Tipo de clientes; Marketing Digital	Redes Sociais; Criação de novas parcerias
Turismo Sustentável e Desenvolvimento de Destinos	Estratégia Turismo 2027; 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas	Divulgar e dar a conhecer os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas; Ideias e sugestões com uma visão mais sustentável
Tendências da Procura Turística	A procura turística e novos produtos turísticos	Conhecer o tipo/perfil do turista que visita a entidade



Turismo Cultural e Paisagístico	Economia de Experiências; Tipos de Turismo	Elaboração de uma Economia de Experiências relativa ao Enoturismo; Motivações
---------------------------------	---	---

Fonte: Elaboração própria

De forma geral, todas as Unidades Curriculares lecionadas no decorrer do curso de Mestrado, contribuíram para o desenvolvimento do presente estágio apresentado, contudo, as UC's anteriormente mencionadas na Tabela 1, foram aquelas que mais se destacaram.



6. Análise e reflexão crítica

No decorrer do Estágio Curricular, na entidade da Quinta da Plansel, e tendo em conta que, anteriormente não tinha qualquer conhecimento aprofundado relativamente ao àquilo que é o Enoturismo, é possível afirmar que, atualmente, foram obtidos conhecimentos e capacidades, não só teóricas como também capacidades práticas relativamente às atividades e tarefas ligadas ao Enoturismo e a toda a sua envolvência.

Ao longo do curso de Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos, na Universidade de Évora, houve, de facto, algumas Unidades Curriculares que se destacaram no cumprimento de objetivos e tarefas no decorrer do Estágio Curricular, sendo elas: Teorias e Métodos de Investigação em Turismo, Marketing de Destinos e Produtos, Turismo Sustentável e Desenvolvimento de Destinos, Tendências da Procura Turística e Turismo Cultural e Paisagístico.

Aquando do primeiro contacto com a entidade, fui sempre bem recebida, tendo tido a oportunidade, mesmo antes de iniciar o Estágio Curricular, de realizar uma visita guiada à adega e a todo o seu espaço envolvente, ficando desde logo a conhecer a equipa com que iria ter a oportunidade de trabalhar durante todo o período de estágio.

De facto, o Enoturismo vai muito para lá daquilo que são as visitas a adegas e degustações de vinho, desde pequenos e grandes eventos de enoturismo não só a nível nacional como também a nível mundial, a parcerias com grandes empresas a nível mundial que dão a oportunidade a pessoas de outros países de conhecer o nosso produto, neste caso um vinho português produzido com o rigor alemão e com a expressividade portuguesa, entre muitos outros eventos e fatores que elevam o Enoturismo a um patamar de alto reconhecimento e, certamente, *status*.

Para além de realizar visitas guiadas à adega, e espaços envolventes, tive ainda a oportunidade de presenciar e fazer parte de toda a produção de vinho, desde realizar uma pequena vindima, ajudar alguns colegas em tarefas a cumprir relativamente ao processo de fermentação e testes de maturação, ajudar também no engarrafamento, marcar presença em feiras e eventos, entre tantas outras experiências que, certamente, jamais esquecerei.

Tendo ainda em atenção o impacto que a pandemia da Covid-19 teve no setor turístico, mais concretamente no enoturismo em Portugal, e desde o primeiro momento de contacto com a



entidade, foi-me informado que, atendendo ao turista português houve uma crescente evolução na procura pelo Enoturismo no período pós-pandemia.

De forma a ser possível analisar os pontos fortes e pontos a melhorar, no decorrer do estágio, e tal como se poderá analisar de seguida, foi elaborada uma pequena análise SWOT.

Atendendo às "Forças" da entidade, destacam-se a qualidade do produto, neste caso tanto as visitas como as degustações e o próprio vinho; a relação preço qualidade, apontado por diversos turistas e/ou clientes aquando da compra do serviço e/ou produto; o reconhecimento da adega a nível europeu que, de certa forma, capta a atenção de diversos turistas que, mais tarde, realizam visitas e degustações de vinho e, nunca esquecendo, a imagem e demonstração da evolução da presença feminina no que toca à gestão e organização de empresas na indústria vitivinícola. Atendendo aos pilares da sustentabilidade, anteriormente mencionados, Pilar Económico, Pilar Ambiental e Pilar Social, considera-se que, o Pilar Ambiental está a ser plenamente abordado e explorado e, por conseguinte, o Pilar Económico está também a ser explorado de forma positiva, considerando a redução de custos, a título de exemplo, aquando da utilização de pesticidas e produtos fitofarmacêuticos.

Relativamente às "Oportunidades a curto prazo", ou seja pontos a melhorar, destacam-se a comunicação e divulgação de informação, bem como, atendendo aos pilares da sustentabilidade, anteriormente mencionados, Pilar Económico, Pilar Ambiental e Pilar Social, realça-se a necessidade de a entidade acolhedora, poder e dever, ainda, desenvolver, precisamente, o Pilar Social, continuando a apostar de forma mais efetiva na criação de melhores condições de laboração aos seus colaboradores.

Em relação às "Oportunidades a longo prazo", apresenta-se o desenvolvimento das castas PIWI em Portugal.

Finalmente, atendendo àquilo que são as "Ameaças", apontam-se não só a concorrência do setor, ou seja, as ofertas e desenvolvimentos de outras adegas, como também a sazonalidade, uma vez que entre os meses de Julho e Agosto, se sentiu uma grande quebra relativamente à procura e realização de visitas e degustações de vinho.

Atendendo àquilo que é o turista que visita a Quinta da Plansel, e às visitas e degustações de vinho realizadas, foi possível elaborar uma nuvem de palavras através dos comentários

recolhidos no “Livro de elogios” disponibilizado na loja da adega.

A nuvem de palavras anteriormente mencionada poderá ser encontrada na Figura 2.

Figura 2 - Nuvem de Palavras relativa aos comentários do turista da Quinta da Plansel



Fonte: elaboração própria

Ao analisar a Figura 2, é possível verificar que as três palavras em destaque são “Simpatia”, “Atenção” e “Prontidão”. Todos os comentários recebidos realçam não só a experiência do turista aquando da realização de visitas e/ou degustações de vinho à adega, como também atendem àquilo que é o atendimento aquando da aquisição/compra de vinho na loja da adega, estando assim relacionado com o atendimento recebido tanto por parte do staff de venda como por parte do staff de armazém, visto que este último, o staff de armazém, é quem entrega o vinho ao cliente e/ou turista.



7. Conclusão

Após concluir o período de Estágio Curricular, na entidade da Quinta da Plansel, uma adega em Montemor-o-Novo, posso afirmar que os objetivos esperados foram realizados com sucesso.

O principal objetivo, aquando da realização do estágio anteriormente mencionado, passava por, não caracterizar a entidade, bem como o perfil do turista que procura e visita a Quinta da Plansel, nunca esquecendo a harmonização com a sustentabilidade.

Ao realizar o presente estágio, senti que, todos os conhecimentos, e capacidades, adquiridos no decorrer do curso de Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos, foram postos à prova, dando-me margem e capacidade para resolver problemas e ultrapassar obstáculos que, por sua vez, foram surgindo.

É seguro dizer que, não só todos os conhecimentos adquiridos nas Unidades Curriculares do curso de Mestrado foram essenciais para a realização de tarefas, como também adquiri novas capacidades e conhecimentos que, certamente, irei ter oportunidade de pôr em prática no futuro.

Atendendo àquilo que foi a experiência no decorrer do Estágio Curricular, esta correspondeu à expectativa, podendo ainda afirmar que ultrapassou as expectativas pois, jamais teria equacionado, um dia, mesmo no decorrer do estágio, ter a oportunidade de contribuir na própria produção de vinho, bem como em criar contactos dentro do Enoturismo que, futuramente, irão ser essenciais para o meu percurso profissional.

De forma geral, o Estágio Curricular, na entidade da Quinta da Plansel, foi bastante satisfatório, tendo ainda surgido a oportunidade, e convite por parte da entidade acolhedora, de realizar um Estágio Profissional na entidade, integrando-me ainda mais na grande equipa da Quinta da Plansel.

Logicamente, houve dias de muita correria e com alguns obstáculos e percalços, contudo, foram esses mesmos obstáculos que me permitiram crescer não só a nível académico como, também, e essencialmente, a nível pessoal.

Relativamente ao tema em questão, o Enoturismo em harmonia com a Sustentabilidade, creio que ainda há um longo caminho a percorrer, não só em termos teóricos, ou seja nas investigações e redações de artigos relativos ao tema, como também em termos práticos, atendendo àquilo que é a produção de castas PIWI em Portugal, bem como na criação de incentivos sustentáveis a agricultores, viticultores e produtores.

De forma conclusiva, gostaria de deixar uma pequena sugestão, ao próprio curso de Mestrado, para que, futuramente, seja possível, aos mestrandos, terem contacto direto e experienciarem aquilo que são as diversas oportunidades nos diversos tipos de turismo pois, certamente, irão encontrar novos mundos e novas oportunidades que jamais teriam equacionado.



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS



Referências Bibliográficas

Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2017). Tourists, memories, sensory impressions, and loyalty: In loco and post-visit study in southwest Portugal. *Tourism Management*, 58, 108–118. doi: 10.1016/j.tourman.2016.10.015

Baiano, A. (2021). An overview on sustainability in the wine production chain. *Beverages*, 7(1), 15.

Boff, L. (2017). *Sustentabilidade: o que é-o que não é*. Editora Vozes Limitada.

Carvalho, L., Barroco, C., & Antunes, J. (2017). Análise do perfil e das principais motivações do Enoturista na Região Vitivinícola do Dão. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 871-881.

da Silva Costa, P. A. (2008). *Análise do Perfil do Enoturista da Região Demarcada do Dão* (Doctoral dissertation, Universidade de Aveiro (Portugal)).

Dann, GM (1981). Motivação turística uma avaliação. *Anais de pesquisa em turismo*, 8 (2), 187-219.

Duarte Alonso, A., Bressan, A., Kiat Kok, S., & O'Brien, S. (2022). Filling up the sustainability glass: wineries' initiatives towards sustainable wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 512-526.

Fernandes, S. M. N., & de Aguiar Eusébio, M. C. (2014). Governança para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(21/22), 249-261.

Fino, C. N. (2003). FAQs, etnografia e observação participante, SEE – *Revista Europeia de Etnografia da Educação*, 3, 95-105.

Filopoulos, S., & Frittella, N. (2019). Designing sustainable and responsible wine tourism experiences. In BIO Web of Conferences (Vol. 12, p. 03006). EDP Sciences.

Huetting, R., & Reijnders, L. (2004). Broad sustainability contra sustainability: the proper construction of sustainability indicators. *Ecological economics*, 50(3-4), 249-260.

Inácio, A. I., & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2 (13/14), 761-769.

Karagiannis, D., & Metaxas, T. (2020). Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese. *Sustainability*, 12(12), 5223. MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/su12125223>

Kastenholz, E.; Cunha, D.; Eletxigerra, A.; Carvalho, M.; Silva, I. (2022). The Experience Economy in a Wine Destination—Analysing Visitor Reviews. *Sustainability* 2022, 14, 9308. <https://doi.org/10.3390/su14159308>

Montella, M. M. (2017). Wine tourism and sustainability: A review. *Sustainability*, 9(1), 113.

Nave, A.; Laurett, R. & Paço, A. (2021). Relation between antecedents, barriers and consequences of sustainable practices in the wine tourism sector. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100584>

Pine, J. e Gilmore, J. (1999): “The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage”. Harvard Business School Press, Boston.

Plansel-Viveiros (2020). Notícias, Casta Defensor, disponível em: <https://plansel.com/viveiros/noticias/casta-defensor/> Acedido a: 05/06/2023

Poitras, L., & Donald, G. (2006). Sustainable wine tourism: The host community perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 425-448.

Quinta da Plansel. (2020). Sobre nós - A História Lindemann-Böhm. Acedido em: 30/05/2023, de <https://www.plansel.com/lindemann>

Serrenho, M., & Águas, P. (2006). O perfil do enoturista. *Revista da ESGHT-UAlg*, 15, 21-30.

Thanh, T. V., & Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30–37. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.10.008

Trigo, A., & Silva, P. (2022). Sustainable development directions for wine tourism in Douro wine region, Portugal. *Sustainability*, 14(7), 3949.

UNWTO (World Tourism Organization) (2017). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Published online version: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419401>

Vinhos do Alentejo (2023). *Sustentabilidade*, disponível em: <https://sustentabilidade.vinhosdoalentejo.pt/> Acedido em: 24/05/2023

Wine & Spirit Education Trust. (2023). WSET Global Home - About Us - What We Do. Acedido em: 19/12/2023, de <https://www.wsetglobal.com/about-us/what-we-do/>

Anexos

Anexo 1 – Fotografia aérea da Quinta da Plansel



Fonte: Quinta da Plansel

Anexo 2 – Barricas “Quinta da Plansel”



Fonte: Quinta da Plansel