

EnoTurLab: Desarrollo del laboratorio de catalogación y creación de experiencias enoturísticas

Tainá Bacellar Zaneti¹, Rafael Lavrador SantAnna² y Bianca Nathália Rodrigues Cabral³

¹University of Brasilia (UNB), Brasília, DF, Brazil

²Federal Institute of Brasília (IFB), Management Department, Brasília, DF, Brazil

³University of Brasilia (UNB), Brasília, DF, Brazil

Resumen. En las últimas décadas se ha producido un notable aumento del interés de los consumidores de vino, no solo por sus aspectos sensoriales, sino también por su método de elaboración, los elementos de su terroir y los aspectos socioculturales relacionados con cada botella. Esto ha impulsado dos grandes fenómenos: el primero está relacionado con la información sobre el propio vino y todas las tecnologías relacionadas con la trazabilidad y las tecnologías de la información; y el otro es el desplazamiento de estos consumidores a las regiones vitivinícolas para experimentar el mundo de la viticultura. En este escenario, el vino se convierte, además de bebida, en un producto cultural y turístico. Regiones tradicionalmente conocidas como productoras de vino, como Europa, y también regiones modernas, como Nueva Zelanda, han explorado, además de la producción de vino, su potencial turístico. El enoturismo, con el flujo de turistas a bodegas y experiencias enológicas, puede representar del 10 al 15% de los ingresos de las grandes bodegas y hasta el 75% de los ingresos de las pequeñas empresas. La expansión de la viticultura brasileña apalancó el desarrollo de diversas tecnologías de cultivo como el injerto, el riego por goteo, la doble poda y la cosecha de invierno que permitieron el cultivo de uvas en la región centro-oeste de Brasil, en el bioma del cerrado, la segunda sabana más grande del mundo, con clima desértico. En 2020, la capital de Brasil, Brasilia - Distrito Federal, entra en ese escenario, cuando diez agricultores comienzan a cultivar uvas para vino, se unen y proponen la creación de la primera bodega de la región: Vinícola Brasilia. Esta iniciativa marca el inicio de una propuesta empresarial para el Distrito Federal que puede incorporar a un sinnúmero de nuevos agricultores y nuevos emprendimientos en torno al enoturismo en la región. Este contexto generó algunas preguntas: ¿tiene el Distrito Federal potencial para desarrollar un enoturismo que aporte desarrollo regional? ¿Tiene el Distrito Federal la capacidad de absorber y crear nuevas experiencias enoturísticas para su región? Fue a la luz de estas preguntas que los investigadores propusieron un proyecto de investigación para la Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal - FAPDF con el siguiente objetivo general: observar experiencias de enoturismo rural en regiones ya consolidadas, con el objetivo de analizar el potencial del enoturismo del Distrito Federal. A partir del estudio del escenario global, se seleccionaron casos de notoriedad global para visitas técnicas, observación vivencial y entrevistas semiestructuradas con los principales actores del segmento, con el fin de traer elementos relevantes y adecuados para la identificación del potencial enoturístico del DF, así como el diseño de un proyecto de enoturismo para la región a partir del estudio de estas experiencias. Dada la metodología presentada, fue posible crear el primer laboratorio de experiencias de enoturismo en Brasil, el EnoTurLab. EnoTurLab nace de la metodología aplicada e innova en la forma de compartir los datos de investigación y sus propuestas, ya que comparte sus análisis, datos y medios en publicaciones en la red social Instagram, con el fin de democratizar la información para todos aquellos interesados en el enoturismo. Este artículo tiene como objetivo describir cómo ha sido la experiencia de EnoTurLab a partir de las visitas técnicas ya realizadas, a saber: Brasil; Tailandia; Italia; Uruguay; Nueva Zelanda; y Chile. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo compartir tres grandes temas: 1) La metodología de comunicación de EnoTurLab como tecnología social; 2) mostrar las categorías de enoturismo identificadas en la investigación de campo; 3) el escenario actual y proyecciones del enoturismo en el D.

1 Introducción

En las últimas décadas se ha producido un notable aumento del interés de los consumidores de vino, no solo por sus aspectos sensoriales, sino también por su método de elaboración, los elementos de su terroir y los aspectos socioculturales relacionados con cada botella. Esto ha impulsado dos grandes fenómenos: el primero está relacionado con la información sobre el propio vino y todas las tecnologías relacionadas con la trazabilidad y las tecnologías de la información; y el otro es el desplazamiento de estos consumidores a las regiones vitivinícolas para experimentar el mundo de la viticultura. En este escenario, el vino se convierte, además de bebida, en un producto cultural y turístico. Regiones tradicionalmente conocidas como productoras de vino, como Europa, y también regiones modernas, como Nueva Zelanda, han explorado, además de la producción de vino, su potencial turístico. El enoturismo, con el flujo de turistas a bodegas y experiencias enológicas, puede representar del 10 al 15% de los ingresos de las grandes bodegas y hasta el 75% de los ingresos de las pequeñas empresas.

La expansión de la viticultura brasileña apalancó el desarrollo de diversas tecnologías de cultivo como el injerto, el riego por goteo, la doble poda y la cosecha de invierno que permitieron el cultivo de uvas en la región centro-oeste de Brasil, en el bioma del cerrado, la segunda sabana más grande del mundo, con clima desértico. En 2020, la capital de Brasil, Brasilia - Distrito Federal, entra en ese escenario, cuando diez agricultores comienzan a cultivar uvas para vino, se unen y proponen la creación de la primera bodega de la región: Vinícola Brasília. Esta iniciativa marca el inicio de una propuesta empresarial para el Distrito Federal que puede incorporar a un sinnúmero de nuevos agricultores y emprendimientos en torno al enoturismo en la región.

Este contexto generó algunas preguntas: ¿tiene el Distrito Federal potencial para desarrollar un enoturismo que aporte desarrollo regional? ¿Tiene el Distrito Federal la capacidad de absorber y crear nuevas experiencias enoturísticas para su región? Fue a la luz de estas preguntas que los investigadores propusieron un proyecto de investigación para la Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal - FAPDF con el siguiente objetivo general: observar experiencias de enoturismo rural en regiones ya consolidadas, con el objetivo de analizar el potencial del enoturismo del Distrito Federal. A partir del estudio del escenario global, se seleccionaron casos de notoriedad global para visitas técnicas, observación vivencial y entrevistas semiestructuradas con los principales actores del segmento, con el fin de traer elementos relevantes y adecuados para la identificación del potencial enoturístico del DF, así como el diseño de un proyecto de enoturismo para la región a partir del estudio de estas experiencias.

Dada la metodología presentada, fue posible crear el primer laboratorio de experiencias de enoturismo en Brasil, el EnoTurLab. EnoTurLab nace de la metodología aplicada e innova en la forma de compartir los datos de investigación y sus propuestas, ya que comparte sus análisis, datos y medios en publicaciones en la red social

Instagram, con el fin de democratizar la información para todos aquellos interesados en el enoturismo. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo describir cómo ha sido la experiencia de EnoTurLab a partir de las visitas técnicas ya realizadas, a saber: Brasil; Tailandia; Italia; Uruguay; Nueva Zelanda; y Chile. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo compartir tres grandes temas: 1) La metodología de comunicación de EnoTurLab como tecnología social; 2) las categorías de enoturismo identificadas en la investigación de campo; 3) el escenario actual y proyecciones del enoturismo en el DF;

2 Metodología

EnoTurLab es un proyecto financiado por la Fundación de Amparo a la Investigación del Distrito Federal (FAPDF), con el apoyo del Instituto Federal de Brasilia, y consiste en un laboratorio de observación y creación de experiencias de enoturismo con el objetivo de desarrollar el enoturismo en el Distrito Federal. Para catalogar las experiencias se realizan visitas técnicas y entrevistas semiestructuradas a actores involucrados en la cadena del enoturismo, tales como: agricultores, enólogos, enoturistas, funcionarios de gobierno, empresarios y representantes estatales. Además de capturar imágenes, videos y otros documentos.

Las entrevistas y experiencias están catalogadas y analizadas en más de 25 categorías de análisis a partir de materiales audiovisuales. Estas categorías muestran la pluralidad de experiencias de enoturismo que existen en el mundo y que pueden adaptarse al escenario de Brasilia. Luego de las visitas técnicas, se realiza una sistematización de los datos utilizando la metodología de análisis de contenido. Posteriormente, estos análisis se transforman en material audiovisual y la divulgación se realiza a través de publicaciones en la plataforma de Instagram. La intención de este método es democratizar la información y hacerla fácil, gratuita y simultánea para todos. Y que quede abierto como un gran libro abierto para la consulta de todos los que busquen este tipo de información.

Las categorías se entregan en los siguientes formatos: fotos; videos cortos de hasta un minuto; videos largos de hasta 7 minutos; guías, que son un compilado de información y fotos sobre una región estudiada; pastillas, que son extractos de las entrevistas; Finalmente, en cada publicación, se hace un análisis de la categoría y se hace una reflexión sobre cómo podría adaptarse al escenario de Brasilia.

3 Enoturismo: concepto, categorías de experiencias Y tendencias

3.1 ¿Qué es el enoturismo?

El turismo se presenta como un pilar económico importante en muchos países y como uno de los principales pilares de la economía mundial (Beni, 2003; Valduga, 2007). El movimiento de personas en busca de

vivir experiencias, descubrir culturas y destinos alcanza a más de 670 millones de turistas anualmente, según datos de la Organización Mundial del Turismo - OMT. Las motivaciones para hacer turismo son múltiples y pueden estar relacionadas con el turismo cultural, de lujo, de experiencias, de naturaleza, religioso, entre otros. Independientemente de la motivación, lo que se nota es que cada región turística aprovecha sus recursos naturales y culturales para potenciarlos como atractivos para el turismo, organizarse con equipamiento y estructura turística, utilizando sus recursos endógenos, pudiendo así, además de crear un entorno fértil para el turismo, generar desarrollo local.

Desde esta perspectiva, actualmente, un tipo de turismo que ha crecido y destacado es el enoturismo. Regiones tradicionalmente conocidas como productoras de vino, como Europa, y también regiones insólitas, como Nueva Zelanda, han explorado, además de la producción de vino, su potencial turístico. Valduga (2007, p.16) define el enoturismo como: “un segmento del fenómeno turístico, que supone el desplazamiento de personas, motivado por las propiedades organolépticas y por todo el contexto de cata y elaboración del vino, así como la apreciación de las tradiciones, cultura, gastronomía, paisajes y tipicidad de las regiones productoras de uva y vino”. Como indica el nombre del concepto, ENO - TURISMO es un turismo relacionado con el vino y el universo vitivinícola y sus experiencias, tales como: visitas a viñedos, zonas de elaboración de uvas y vinos, degustaciones y eventos como ferias, exposiciones y festivales. La literatura señala que el inicio del Enoturismo se da en el siglo XIX, sin embargo, es en las últimas décadas cuando se consolida como una actividad relevante para las regiones vitivinícolas. Se trata de un fenómeno dotado de subjetividad, como argumenta Gimenes (2012), cuyo principal atractivo es el vino, desde su elaboración hasta la degustación, pero también en otros elementos culturales y sensoriales, como el paisaje y la gastronomía local. Actualmente, se muestra como una fuerte tendencia incorporada a la cadena vitivinícola. Por lo tanto, se ha mostrado como un importante incremento para las bodegas y como una herramienta de desarrollo para las regiones vitivinícolas.

Al fin y al cabo, hay todo un tipo de turismo y estructuras que complementan al enoturismo, como la gastronomía, el transporte y el hotelería que agitan a un territorio en su conjunto. Es interesante señalar que, con el afianzamiento del enoturismo y su creciente popularidad, con la mayor diversificación del perfil del enoturista y su constante aparición en los medios de comunicación, las experiencias enoturísticas han ido más allá del ámbito de la visita a la bodega y la degustación y bebida. de otras fuentes, como el cine, la gastronomía, las artes plásticas, el turismo de aventura y de naturaleza. La creación de experiencias enoturísticas variadas, innovadoras y personalizadas nace tanto de la demanda de los propios enoturistas, como de los creadores de contenidos digitales, bodegueros y agencias de turismo. Es a partir de este hervidero de experiencias alrededor del mundo que EnoTurLab propone catalogarlas y traerlas aquí a la plataforma de Instagram con el fin de inspirar a

las personas que quieran desarrollar el enoturismo en el Distrito Federal.

3.2 Categorías de experiencias observadas y catalogadas

Cuando comenzamos la investigación, pensamos en cómo, metodológicamente, podríamos enumerar las experiencias de enoturismo en todo el mundo. Luego, en base a la metodología elegida para el análisis de los datos de la investigación, el análisis de contenido (Bardin, 1977), definimos que crearíamos una categoría para cada experiencia encontrada. Hecho esto, en base a nuestra revisión bibliográfica y campo de investigación con las visitas técnicas, enumeramos al menos 25 categorías principales de experiencias enoturísticas, finalmente creamos un concepto para cada una y comenzamos a catalogar cada una de las observadas en las visitas técnicas. Para cada una de estas categorías, creamos un destacado en las historias de Instagram que incluye el nombre de la categoría, el concepto y las experiencias observadas y vividas durante las visitas técnicas. Cada una de estas categorías se enumera y describe a continuación.

Categorías observadas:

Eventos: contenido relacionado con Eventos (espacio para eventos, fiestas, bodas, eventos corporativos, ferias) para cada ubicación.

HighTech: contenidos relacionados con las Tecnologías en Enoturismo (por ejemplo, realidad virtual para ver el terroir (suelo) y las vides en diferentes estaciones); fotos editadas (fotos tomadas en fondo verde y editado con la viña en el momento de la vendimia); Wineday: contenidos relacionados con Wineday en las bodegas (paquete de experiencia): (ej: llegada, visita al viñedo, degustación, comida, contemplación) - se pueden publicar carretes que muestren la experiencia completa;

Aventura: contenidos relacionados con la aventura y las experiencias enológicas (4x4; senderos; caballo; bicicleta);

Vendimia: contenidos relacionados con la vendimia (cosecha, elaboración de la uva, pisado, festividades);

Transporte: contenidos relacionados con las experiencias enoturísticas que implican/son el centro de la actividad (globo; tren; barco; autobús; tuktuk);

Gastronomía: restaurantes, maridajes y clases - contenidos relacionados con experiencias enogastronómicas (ej: restaurante bodega; restaurante que sirve comidas armonizadas); cenas armonizadas; picnics; comidas en bodegas;

Naturaleza: experiencia que aúna la contemplación y la convivencia en la naturaleza local con degustaciones enogastronómicas con vinos de la tierra.

Winebar: contenidos relacionados con la tendencia de bares con snacks; taburetes y lo que se denominan bares especializados en vinos (diferentes a los restaurantes);

Catas diferenciadas: contenidos relacionados con los distintos tipos de servicio de cata, como visitas a

bodegas, cata a ciegas, en restaurantes, en clases, en eventos de vino;

Visita: contenidos relacionados con las visitas a bodegas (modalidades; etapas);

Ferías: experiencia en la que la bodega acoge una feria para los agricultores de la zona, que permite al turista descubrir, degustar y comprar diversos productos de la zona, escuchar música, conocer gente local, probar la gastronomía y beber vinos de la bodega;

Cult y Arte: contenidos relacionados con actividades culturales como cine, teatro, exposiciones, moda;

Música: experiencias relacionadas con la música como protagonista de la experiencia enoturística. Pueden ser conciertos en bodega o tener la música como tema/branding principal de la empresa;

Transfers: contenidos relacionados con los servicios de transporte que permiten el desplazamiento del enoturista.

Paisaje: contenido relacionado con los aspectos más destacados del paisaje natural (elementos de la naturaleza, relieve, vegetación, clima) que son el centro de la experiencia.

TurismoS: contenido relacionado con el turismo complementario (cultural; de naturaleza; rural (olivos; comida local); deportivo) disponible en la región enoturística, que no necesariamente tiene que ver directamente con la viticultura;

Aspectos del Terroir: contenidos relacionados con los principales elementos que resaltan las características de la región, incorporando elementos del paisaje, socio-biodiversidad, así como del paisaje cultural (religión, creencias, ritos, festividades, dialectos) de cada región, y cómo influye esto en la sensorialidad del vino.

Cultura local: contenidos relacionados con el enoturismo en la región y sus principales características, historia, experiencias y público. Hostelería: se destacan los establecimientos hoteleros que incorporan en su esencia insumos enoturísticos y vitivinícolas (spa; restaurante; bodegas; viñedos propios).

SPA: experiencias relacionadas con una variedad de servicios destinados a mejorar la salud, la belleza y la relajación a través de tratamientos de cuidado personal, como masajes y tratamientos faciales elaborados con cosméticos a base de uva, generalmente ubicados en bodegas u hoteles del vino.

Kids: experiencias pensadas para niños, como una forma de incluir a las familias en el enoturismo.

Enoturismo Urbano: experiencias realizadas en grandes ciudades, alejadas de las bodegas, pero que acercan al enoturista al contexto de la viticultura y el enoturismo, y les anima a viajar para vivir el enoturismo en regiones vitivinícolas;

Sostenibilidad: experiencia relacionada con la comunicación de las bodegas en relación a la sostenibilidad ambiental como marca y filosofía de empresa. Suele explicarse durante la visita o degustación. Está relacionado principalmente con viñedos orgánicos o energías limpias.

Arquitectura: Experiencias relacionadas con bodegas que buscan tener proyectos arquitectónicos como diferencial de su empresa.

Espacios del vino: esta es una categoría que creamos para albergar espacios urbanos como tiendas y vinotecas que ofrecen experiencias enológicas locales/regionales en grandes centros urbanos y que de alguna manera "transportan" al cliente a la región enoturística.

Bodegas Urbanas: son bodegas ubicadas dentro del perímetro urbano de las ciudades. Pueden o no tener sus propios viñedos, pero tienen sus propias áreas de producción en las ciudades. Proporcionan una experiencia interesante combinada con otras experiencias en la ciudad.

4 Casos estudiados

El proyecto realizó visitas técnicas para realizar investigaciones en lugares de Brasil, en Brasilia (DF), São Roque (SP), Pinto Bandeira, Canela, Flores da Cunha y Vale dos Vinhedos (en RS), Valle de São Francisco (PE/ BA), São Joaquim (SC) y en otros países como Tailandia, Chile, Italia, Uruguay y Nueva Zelanda. A continuación, se describirá cada caso.

- **Brasil:**
- **Serra Gaúcha**

La región de Serra Gaúcha está ubicada en el extremo sur de Brasil, en el estado de Rio Grande do Sul. La región se caracteriza por tener una fuerte influencia italiana y alemana, debido a la ocupación de inmigrantes de estos países a finales del siglo XIX, por lo que la cultura del vino se implantó fuertemente en esta región, siendo el principal representante productivo de la viticultura en Brasil. La región vitivinícola está compuesta por los municipios de Pinto Bandeira (RS), Canela (RS), Flores da Cunha (RS), Vale dos Vinhedos (RS). Vale do Vinhedos es el corazón de la producción de vino en Brasil, con más de 700 bodegas, lo que representa el 90% del número total de bodegas del país. Fue el primer lugar en Brasil en recibir una indicación geográfica. Pinto Bandeira es la primera ciudad brasileña en recibir una Indicación Geográfica para la producción de vinos espumosos.

En cuanto al enoturismo, hasta hace 10 años el enoturismo se limitaba a visitas y degustaciones gratuitas en bodegas. Con el tiempo, aparecieron nuevas formas de enoturismo, como el jardín del vino, los picnics, los hoteles y los spas de vino. Durante la pandemia del COVID-19 se produjo un auténtico boom tanto del consumo de vino como del turismo enogastronómico. Hoy, la región cuenta con más de 100 experiencias diferentes vendidas en la plataforma de enoturismo Wine Locals, una empresa brasileña que es una plataforma para "encontrar y comprar experiencias en el mundo del vino, ya sea en la bodega, en la ciudad o en casa". (Locales del Vino, s/d).

Categorías observadas en Serra Gaúcha: Paisaje, Picnic, Terroir, Hightech, Gastronomía; Vino Hotel; balneario del vino; Diferentes degustaciones; Bodegas Urbanas; Jardín del Vino; Transporte;

- **Valle de San Francisco (PE/BA)**

Es una región productora de vinos ligeros y tranquilos, con una gran producción de vinos jóvenes y espumosos y que pronto contará con la primera Indicación de Origen de Vinos Tropicales del mundo. La región tiene 300 días de sol al año, sin inviernos rigurosos y con poca lluvia. Todo esto combinado con la poda y el riego por goteo da como resultado grandes cosechas y exportaciones. Con una combinación de terroir favorable y tecnología, la región logra, a través de ciclos inducidos, producir uvas para vino durante todo el año. Un solo viñedo produce 2 cosechas al año. Poder mirar el árbol de Mandacaru entre los viñedos, descubrir y bañarse en el río São Francisco y ver las distintas etapas de la uva en un solo día, son solo algunas de las experiencias en esta increíble región. La producción de vinos finos está ubicada en el eje Petrolina/Juazeiro. Los tintos que destacan en la región son el Syrah y el Cabernet Sauvignon, mientras que los blancos son el Moscatel, Chardonnay y Sauvignon Blanc.

Categorías observadas en el Valle de São Francisco: Paisaje; terroir; Alta tecnología; Gastronomía (maridaje con platos de la cultura local).

Vinicola Rio Sol - Vinícola Rio Sol, ubicada en Lagoa Grande, Pernambuco, pertenece a Global Wines (Portugal) y produce, en sus 120 hectáreas, cerca de 2 millones de botellas, entre vinos y espumantes, distribuidas por todo Brasil.

Bianchetti - Adega Bianchetti, también ubicada en Lagoa Grande, transformó, en 2004, todo su cultivo de uvas convencionales a orgánicas. El gran desafío de producir de forma natural, sin pesticidas ni productos químicos, le otorga a Bianchetti una amplia gama de productos de calidad.

Terra Nova - Vinícola Terranova pertenece al grupo Miolo y hace 21 años que elabora vinos en el interior de Bahía. Son 200 hectáreas de área sembrada, bañadas por Velho Chico. Además, cuenta con una variada línea de espumantes, para todos los gustos.

Vapor do Vinho - Esta es una experiencia esencial que está lejos de lo convencional. Vapor do Vinho es un tour de vinos que respira la cultura del interior. El barco navega por el río São Francisco con mucha música, buena comida, visita a Terra Nova (con degustación), además de una parada para un baño en Velho Chico.

- **São Joaquim (SC) - Serra Catarinense**

São Joaquim es la región más fría y de mayor altitud en el sur de Brasil, entre 900 y 1400 m de altitud. Su elevado

terroir da lugar a vinos más frescos y con mayor acidez. Las uvas blancas, por ejemplo, se adaptaron muy bien a la región fría y elevada. Toda la producción de la comarca es de uva *vitis vinifera*. Uno de los blancos que mejor adaptación tuvo fue el Sauvignon Blanc y de uva tinta Sangiovese. En la zona el invierno llega antes, por lo que la maduración lenta genera una graduación alcohólica armoniosa y su terroir, pedregoso y mineral, da como resultado vinos con mucha presencia e identidad. En 2021, la región obtuvo el registro de la Indicación de Origen Vinos de Altura de Santa Catarina.

Categorías observadas en São Joaquim: Paisaje; terroir; Armonización; Espacios del Vino; Culto y Arte; Naturaleza.

Villa Francioni - La bodega pionera en la región, trae la tradición de la viticultura y fomenta la cultura, con una Galería de Arte en un amplio espacio de producción, degustación y apreciación. Edson, enólogo de Villa Francioni, nos presentó cada parte de este largo viaje y finalizamos con una degustación de vinos famosos de la bodega.

Leone di Venezia - A 1280 metros de altitud, las uvas, todas italianas, son cultivadas con métodos que rescatan la tradición, con mínima interferencia en los procesos, no son estabilizadas ni filtradas. El rescate italiano está presente en todos los rincones de la bodega.

- **Otros países:**
- **Tailandia**

Tailandia tiene cuatro regiones productoras de vino principales: Khao Yai (norte de Bangkok, a 2,5 h de distancia) Norte de Tailandia (norte de Bangkok, a 800 km) Hua Hin Hills (sureste de Bangkok, a 3 h de distancia) Pattaya (sur de Bangkok, a 3 horas de distancia) . Los vinos tailandeses se consideran vinos tropicales. Y hay un grupo de cooperación entre Brasil y Tailandia que ha estado trabajando juntos para clasificar esta tipología. La temporada de cosecha va de enero a marzo y las principales uvas que se producen en el país son Chenin Blanc y Shiraz.

Categorías observadas en Tailandia: Gastronomía, Naturaleza, Paisajes;

GranMonte - En la región del Valle de Khao Yai, la bodega GranMonte comenzó en 1999 con la producción de vinos. Actualmente, además de cultivar uvas y producir vinos finos y espumosos, la bodega cuenta con posada, restaurante, tienda y diversos eventos, como degustación de vinos y quesos locales. Vale la pena señalar que la enóloga de la compañía, Nikki Lohitnavy, es la primera mujer enóloga en Tailandia.

PB Valley - Al noreste de Bangkok, en Khao Yai Valley, la bodega PB Valley inició sus actividades en 1989. La propiedad cuenta con producción de uvas y otras frutas,

mucho bosque nativo y la visita constante de animales nativos, como el tucán, símbolo de la empresa. La bodega cuenta con bicicletas, carritos de golf, tienda, restaurante y degustación.

Monsoon Valley - fundada en 2001, la bodega tropical está ubicada en las colinas de Hua Hin, al sureste de Bangkok. La bodega es un complejo enoturístico, que incluye la producción de uvas para vino, un recorrido en carrito de golf por la propiedad, un restaurante con comida tailandesa e internacional, con posibilidad de maridar con los vinos de la empresa. Además, la bodega tiene un gran atractivo por la naturaleza local con un santuario de elefantes y senderos por el bosque nativo.

- **Chile**

El enoturismo en Chile es reconocido, principalmente, por sus exuberantes paisajes, indispensables para que la experiencia sea única y por ser un destino muy popular para el enoturismo. Chile, en su extensión, presenta grandes variaciones de latitud y relieve. Los principales Valles de Chile son: Casablanca (con gran impacto en los vinos blancos), Aconcagua (norte de Santiago), Colchagua, Maule, Rapel, Maipo, Curicó (Sur de Santiago, conocido en Chile como Valle Central - donde se encuentran algunos de los principales bodegas chilenas) y Limari (en el extremo norte de Chile). En el Valle del Maipo, región de grandes etiquetas en el país, el destaque es para el Cabernet Sauvignon. Esta región está conformada por tres grandes áreas: Alto Maipo, Maipo Central y Maipo Bajo. Todos estos paisajes interfieren directamente en los diferentes terroirs del país., en Alto Maipo hay días soleados y noches frías, el aire frío que viene de los Andes, junto con un suelo pedregoso, esto contribuye a la lenta maduración del Cabernet Sauvignon, por ejemplo, lo que le da al vino una riqueza de aromas. y taninos desarrollados.

Categorías observadas en Chile: Paisaje; terruño; Transporte; Bodega Urbana; Alta tecnología; Gastronomía.

Concha Y Toro - Reconocida mundialmente, la viña Concha Y Toro exporta vino a más de 100 países del mundo, con un gran consumo de sus vinos en Brasil. La bodega cuenta con varios recorridos (divididos en niveles de complejidad de comprensión de los vinos y número de actividades en la experiencia) y todos con posibilidad de tres idiomas (inglés, español y portugués). El famoso Casillero del Diablo se presenta en bodega, con un momento especial e inusual en el recorrido.

Viña Santa Rita - Fundada hace más de 135 años, Viña Santa Rita surge con una propuesta para elaborar vinos diferentes a los que ya se producen en Chile. Está ubicado en una hermosa y extensa área que cuenta con restaurante, cafetería, un hotel en medio de los viñedos y hasta un museo (El Museo Andino 'Fundación Clara Vial' - abierto para visitas y con entrada libre). Son varios recorridos en un rico espacio que concilia el conocimiento del terroir con la cultura andina.

Viña Aquitania - Viña Aquitania tiene una propuesta de vinos de alta calidad con un recorrido íntimo y completo. Se encuentra dentro de la ciudad de Santiago. Entre edificios y asfalto, es posible visualizar las bellezas de la bodega con un escenario único al degustar sus famosas etiquetas. En sus 30 años de historia, la bodega boutique sigue elaborando unas pocas botellas al año, pero con una calidad excepcional.

Experiencia de Enoturismo en Embalse El Yeso - Entendiendo el enoturismo en Chile como una experiencia de paisajes exuberantes, visitamos Embalse el Yeso a través de la agencia "Aprendí a Viajar no Chile". La experiencia incluye un viaje al Embalse y finaliza con un picnic con vino chileno.

- **Italia**

En total hay 20 regiones vitivinícolas en Italia, una gran extensión con, principalmente, pequeñas bodegas de tradición familiar, donde el propio propietario es el responsable de la experiencia del visitante en el lugar. Es posible ver paisajes de producción de vino/vino en todo el país. La búsqueda de bodegas en Italia se hace, la mayoría de las veces, porque se sabe que el vino es bueno, por lo tanto, el foco está en el vino y el visitante va a degustarlo. Durante la visita técnica se observó que las catas se realizan casi siempre en comidas al aire libre, principalmente en verano. La apelación al paisaje es una señal de identidad del enoturismo en el país. EnoTurLab visitó las regiones de: Valpolicella (vino Amarone); Prosecco (uso de la uva Glera en la producción de prosecco); Chianti (con énfasis en Arquitectura y Arte combinado con experiencias de enoturismo); y Toscana (con énfasis en el Terroir, los vinos Supertoscánicos, la uva Barbera y el paisaje de un gran desierto). Existe una tradición en varias bodegas italianas en la que el visitante realiza la vendimia junto a los bodegueros. Los turistas intercambian su mano de obra, como en un sistema de trueque, y de ahí reciben el derecho a alojamiento y alimentación en el lugar.

Categorías observadas en Italia: Arquitectura; Paisaje; terruño; Transporte; Vino Hoteles; Espacios del Vino; Calidad del Vino; Regiones Vitivinícolas; Ferias y eventos; Clases de cocina armonizada.

Región de Valpolicella: Se realizaron visitas a las bodegas Marion y Amarone Dal Forno. Destacamos las técnicas de elaboración del vino, que se podrán comprobar durante la visita a las bodegas. En Valpolicella existen varios Caminos del Vino, que configuran y desarrollan el enoturismo en la comarca.

Prosecco Región: Bodega Le Manzane: Con un gran espacio donde hay un Hotel en medio del viñedo y un restaurante que sirve vinos locales por copa. La bodega también ofrece una experiencia Beauty Day, con productos estéticos elaborados con la uva Glera. Además, cuentan con un proyecto de cosecha benéfica para recaudar fondos para causas sociales; PER: Degustación

de queso y aceite de oliva maridada con vinos de la tierra; Moretvini: Bodega que realiza la actividad de vendimia con turistas/temporeros, con el intercambio de mano de obra por alimentación y alojamiento; Masseto: Bodega que realiza experiencias en verano, con catas de maridaje, comedor al aire libre, con vinos locales y vinos espumosos.

Región de Chianti: Bodega Antinori: El espacio tiene una relación entre Arquitectura, Arte y producción de vino. Con visita guiada, cata de vinos, restaurante propio y tienda de artículos; Villa Campomagno - Resort&SPA: El hotel cuenta dentro de su recinto con una bodega con vista a los viñedos, además de restaurante y experiencia de visita guiada y maridaje; En la región de Chianti también hay experiencias como un paseo en vespa por las bodegas de la región, un vuelo en globo aerostático y una clase de cocina con maridaje con vinos locales.

Región Toscana: Capanna Di Cencioni: Bodega con experiencia de degustación, Hotel y visita al proceso de cosecha y elaboración; Castelo Banfi: La Bodega tiene varios tipos de degustaciones y también tiene, en su espacio, un Emporium (tienda), un espacio para eventos, un restaurante, un Winebar (al aire libre, con vistas al paisaje natural) y un Hotel, con signatura de Relais Et Chateau; Mason: Destaca el terroir, que se diferencia de otras regiones.

- **Uruguay**

La experiencia del enoturismo en Uruguay ya comienza al inicio del viaje, donde es posible ver este atractivo, por el vino uruguayo, en el aeropuerto, en taxis, transfers y en diversos anuncios publicitarios de la región. Muchos restaurantes incluso tienen una lista de vinos con solo etiquetas uruguayas. Si bien no existen muchos paisajes vitivinícolas en el sentido común, es decir, relacionados con las vides, Uruguay se compone de un paisaje que deja claro su terroir. Todo lo que está impreso en la gastronomía y arquitectura local está lleno de historia. Cueros, pastos, leche, ganado vacuno y ovino conforman el paisaje pampeano, que configura la identidad del país y, en consecuencia, de los vinos.

Categorías observadas en Uruguay: Paisaje; Gastronomía; Transporte; Vino Hotel; Armonización; Juegos de vino; terruño; Experiencias (Caballo).

Sacromonte - Sacromonte es una bodega y cuenta con un hotel tipo Wine Lodge, en una zona de rica arquitectura, donde han recibido premios. Ofrecen experiencias como: visita guiada, maridaje en el restaurante y cabalgatas por los viñedos y la comunidad. Tienen una propuesta de conexión con la naturaleza y comensalidad. Además, trabajan con principios de sostenibilidad, utilizando energías renovables, gastronomía local, reducción de ruido y transporte en vehículos de energías renovables.

Bouza - Bouza es una bodega boutique que ofrece diversas experiencias al visitante, como Visitas Guiadas,

un restaurante con servicio de maridaje e incluso un Museo de coches antiguos. Su ubicación es muy cercana a Montevideo, casi como una bodega urbana, y es completa en cuanto a servicios para el turista.

Experiencia WineBus - WineBus es una empresa que recoge turistas en un punto específico de Montevideo y los lleva por un día a una bodega, ideal para largas distancias. La visita tuvo lugar en la bodega Fripp, donde los visitantes fueron recibidos con un DJ, juegos de vino y servicio de vinoteca abierta.

Experiencia Shishabus: en el Shisha Bus, la experiencia del visitante comienza dentro del autobús. El vehículo cuenta con una estructura de restaurante montada, que se adapta según el evento. Una experiencia enogastronómica que se escapa de lo convencional y atribuye otra imagen a las horas que pasamos dentro de un transporte para llegar al destino final.

- **Nueva Zelanda**

La experiencia del enoturismo en Nueva Zelanda tiene aspectos que la convierten en un destino único, como por ejemplo, el paisaje costero que se funde con los viñedos. En los aeropuertos, es posible encontrar Winebars con etiquetas locales. El vino está directamente relacionado con el país, donde es posible encontrar varios Winebars a lo largo de las regiones y Winestations tanto en bodegas como en otros atractivos. Casi todas las bodegas de Nueva Zelanda tienen su propio restaurante. Además, existe un gran atractivo para la música y los eventos al aire libre. Muchos de ellos cuentan con anfiteatros, escenarios y áreas dedicadas exclusivamente a eventos. La naturaleza exuberante es parte del atractivo del enoturismo e incluso existen empresas de bicicletas que realizan recorridos grupales para visitar las bodegas, aunando servicios y haciendo que la visita sea memorable, con identidad. El vino, muy consumido por todos en Nueva Zelanda, se vende principalmente en botellas de rosca, vinos jóvenes combinados con mariscos. En nuestro análisis, destacamos las estrategias de comunicación para promover el enoturismo en el país. Nueva Zelanda tiene una web institucional muy bien comunicada y preparada para el turista, además, ya en el vuelo (como por ejemplo el vuelo de Santiago a Nueva Zelanda) hay un atractivo promocional del destino como gran productor de vinos y de experiencias enoturísticas.

Categorías observadas en Nueva Zelanda: paisaje; Gastronomía; Transporte (Bicicleta, Remolque y Autocaravana); Vino Hotel; Maridaje (ingredientes locales); terruño; Spa; Deportes; Sostenibilidad; Mercado de uvas; Planificación de viajes (sitio web institucional).

Región de Hawke's Bay - Bodega Mission Estate: La bodega está ubicada en un área donde solía haber una iglesia, por lo que tiene una arquitectura hermosa. Cuenta con restaurante propio y maridaje con platos elaborados con ingredientes locales; Bodega Church Road: la bodega tiene una fuerte relación con la música y la aporta a las experiencias que ofrece. Cuenta con un espacio para

eventos, principalmente conciertos; Crab Farm: Bodega con restaurante propio y espacio para música en vivo; Black Barn - La Bodega Black Barn tiene una estructura completa para turistas, con restaurante, winebar, feria de productores locales, hotel, cancha de tenis, tienda y estructura con escenario para espectáculos; Craggy Range - La bodega tiene una fuerte relación con la sustentabilidad y cuenta con un invernadero donde cultivan los alimentos que sirven en su restaurante; Elephant Hill - Bodega con un hermoso paisaje de viñedos junto al mar.

Región de Marlborough - Experiencia WineCruise - Paseo en barco con degustación de sauvignon blanc maridado con salmón y mejillones de concha verde. La experiencia también incluye una visita a bodegas por la mañana y, poco después, un paseo por el mar; Cloudy Bay - Bodega con experiencias al aire libre, bar de vinos y restaurante; Lawson's Dry Hills - Experiencia íntima donde el visitante es recibido por el propietario. Tienen principios de sustentabilidad en la experiencia de la bodega en su totalidad; Framingham - The Winery combina la experiencia de degustación con la música, siempre realizando eventos con conciertos; Allan Scott - Bodega familiar que cuenta con una WineStation, que permite al turista degustar varias etiquetas mientras camina por los jardines y viñedos.

Queenstown - Mont Dificultt: ubicado en un lugar alto, con vista al monte. Dificultad. Tienen una experiencia de degustación autoguiada con grandes tablas de fiambres, frutas y miel, todo de producción local; Gibbston Valley - A Wine Hotel, con un restaurante y una cueva en forma de túnel dentro de las montañas. También dispone de restaurante y zona de spa; Wet Jacket - Bodega con degustación y vistas a la naturaleza; Vinos Peregrinos - Bodega con experiencia de degustación en el sótano, además de una arquitectura sorprendente y un sendero que conduce al río.

Isla Waiheke - La isla Waiheke es una isla a 45 minutos de Auckland, el trayecto se realiza en barco y en este puerto hay varias vinotecas con vinos locales. Ki-Maha: restaurante y bodega frente al mar; Man o War - El paisaje de la bodega mira al mar, con el viñedo en la montaña y en la costa. Tiene espacio para eventos y una pequeña capilla para bodas. Además del restaurante, cuenta con asadores para uso en la playa. Al finalizar es posible adquirir camisetas y accesorios de la bodega. Un punto interesante de análisis fue en relación al equipo, con pasantes de varios países; Mudbrick - Bodega con restaurante, viñedo y deck con vista al mar.

5 Consideraciones para brasíla: un horizonte para la creación de un destino enoturístico

La historia de Brasil con la viticultura prácticamente comenzó con la llegada de los portugueses a América, pero podemos decir que en la década de 2000 hubo una

consolidación de la viticultura brasileña en la Serra Gaúcha y con la expansión de la cultura a diferentes regiones de Brasil, como es el caso del Valle del Río São Francisco. Sin embargo, un hito importante ocurrió en 2002, cuando Vale dos Vinhedos, una región marcada por la cultura italiana, ganó la Indicación de Origen, un hito importante para el agronegocio nacional y para toda la viticultura brasileña (Ibravin 2019).

Este crecimiento de la viticultura brasileña gana nuevos capítulos, cuando, gracias al desarrollo de nuevas tecnologías para la producción de uvas en climas tropicales. La producción de vinos finos en el “nuevo mundo” abrió un mundo de posibilidades antes impensables en lo que se refiere a la producción de vino. Vinos tropicales, como es el caso de Tailandia, vinos de altura, como es el caso de Bolivia y vinos del sertão, como es el caso del Valle de São Francisco, en el noreste semiárido de Brasil, demuestran que con tecnología y dedicación es posible adaptar la producción y explorar lo mejor de cada terroir. Fue con el desarrollo de estas tecnologías que fue posible alcanzar la nueva frontera del vino: el Cerrado, la sabana más biodiversa del mundo, con sus veranos lluviosos, inviernos extremadamente secos, tierra roja y árboles torcidos, se ha mostrado ser un nuevo y potencial terroir. El cerrado, región centro-oeste de Brasil, donde se encuentra el Distrito Federal, tiene algunas ventajas en la producción de vinos finos. La amplitud térmica, días calurosos y noches frías, le permite tener dos cosechas anuales, con la técnica de doble poda. Se sacrifica una de las cosechas, para que la uva se recoja en la segunda cosecha, en invierno. Su terroir es apto para el cultivo, ya que posee un clima seco y amplitud térmica ideal para la maduración de la uva, con días calurosos y noches frías, realizando un ciclo completo de maduración, dando como resultado uvas sanas. Estas características, combinadas con la tecnología, principalmente orientada al riego, hacen posible la producción de uvas vitiviníferas en el bioma. Estos vinos se denominan vinos de invierno gracias a este tipo de doble poda y a esta vendimia “fuera de temporada”, realizada precisamente en el invierno seco. La uva destacada en el Distrito Federal, y en otros países como Nueva Zelanda, es la Shiraz y ha se muestra como una variedad que refleja las principales características del terroir del cerrado.

En el año 2020, el Distrito Federal entra en ese escenario, cuando diez agricultores, muchos de ellos descendientes de la inmigración italiana, se unen en el PAD-DF, una región rural de la capital brasileña, y proponen la creación de la primera bodega en Brasilia, Vinícola Brasilia. Esta propuesta apunta al inicio de una propuesta empresarial para el Distrito Federal, que puede incorporar un sinnúmero de nuevos agricultores y nuevos emprendimientos en torno al enoturismo en la región (Metropoles, 2020).

La iniciativa de iniciar un proyecto dirigido a la vitivinicultura y enoturismo en el Distrito Federal puede apalancar el desarrollo regional, incluyendo nuevos pequeños agricultores, ya que la vitivinicultura no requiere grandes extensiones de tierra, además de desarrollar toda una cadena de enoturismo y gastronomía,

ya que Brasilia Es el tercer centro gastronómico más grande de Brasil (Seturdf, 2020).

Con el fin de entender la mejor manera de desarrollar el enoturismo en el Distrito Federal, el Gobierno del Distrito Federal creó el Grupo de Trabajo de Turismo Enogastronómico, que está siendo coordinado por la Secretaría de Turismo del DF. Esto demuestra la relevancia del estudio y cuán necesaria es la investigación para el desarrollo del sector en la región.

¡Hay muchas experiencias de enoturismo en todo el mundo! ¿Y qué encontramos en el escenario del Distrito Federal? Como explicamos anteriormente, el terroir de los vinos del altiplano central se caracteriza principalmente por la doble poda y la vendimia invernal. La producción de uvas para vino en el DF comenzó en la década de 1990, pero fue a partir de 2010 que la producción despegó en nuestra plaza, inspirada en los casos de éxito del vecino Cocalzinho - GO. En 2018, un grupo de 10 productores de uva de vino se unieron para formar la bodega brasilia. A partir de esto, algunas de estas 10 viñas y otras que no están en este proyecto, comenzaron a estructurarse para ofrecer experiencias de enoturismo. Algunos destaques son: la estructura de hoteles, gastronomía y vinos en villa triacca eco inn; la jornada del vino con derecho a cata, visita a los viñedos y observación del pastoreo de los corderos de ercoara; y la experiencia enogastronómica en Casa Vitor; Ya existen muchas estructuras, vinos y viñedos en el Distrito Federal y alrededores, a saber: **Girassol; Pirineus; Quarteto; Marchese; Irmãs Alvim; Califórnia; Lacustre; Lorangi; Oma Sena; Vinícola Brasília; Horus; Monte Alvor.**

Nuestra investigación de campo abordó las 4 bodegas más estructuradas para el enoturismo en la capital, a saber: Villa Triacca, Ercoara, Casa Vitor y Vinhedo Lacustre, las cuales serán descritas a continuación.

Villa Triacca: La posada Villa Triacca es pionera en hospedaje en la región de PAD-DF desde 2011, siendo una de las bodegas que componen la bodega Brasilia, combinando agroturismo con viticultura, gastronomía y hospedaje. Las 5 hectáreas de viñedo demuestran el éxito de la técnica de la doble poda, o poda invertida, para la producción de uva en el invierno de Brasilia, siendo posible encontrar en su extensión las variedades tintas Syrah, Marcelan, Tempranillo, Cabernet Franc, Sangiovese, Garnacha, y los blancos Sauvignon Blanc y Viognier. Se realiza semanalmente un recorrido por el viñedo, incluyendo la degustación de los vinos finos de invierno, además de la experiencia del Picnic en la Villa con opciones de vino o espumoso. El restaurante armoniza los vinos con algunos insumos producidos por Villa Triacca y otros productores de la región, valorando así la producción y el conocimiento local.

Casa Vitor: brinda a los visitantes una experiencia íntima, cómoda y a la luz de la luna. En medio de la naturaleza y las bellezas del medio rural, la actividad propone una degustación de sus vinos de invierno al aire libre, armonizando con platos recién hechos y adaptables a todos los públicos.

Ercoara Cordeiro e Vinhos: La bodega Ercoara Cordeiro e Vinho es una de las 10 bodegas que componen Vinicola Brasilia. Ercoara fue la primera bodega en recibirnos y Rodrigo, socio de la empresa, fue nuestro primer entrevistado. La propiedad tiene más de 20 años y se utiliza para producir ovejas. En 2017, los socios se unieron para sumar una nueva vocación a la finca: cultivar uvas para la producción de vino. Poco a poco, comenzaron a estructurarse para ofrecer experiencias de enoturismo. Desde el primer año operan con casa llena y lista de espera, lo que nos abre los ojos a la demanda reprimida y al potencial de crecimiento de este tipo de actividad en el DF. La bodega ofrece una maqueta de Wineday, que comienza con una conversación sobre la historia del lugar; luego una visita a la viña; seguido de un almuerzo a base de cordero y otros alimentos locales, como frutas del cerrado, maridado con vinos de invierno y música en vivo. Todo eso en un espacio arquitectónico que se inspira en la tierra roja rica en hierro, aprovecha los materiales locales, como la piedra Tapiocanga, y la vista del cerrado nativo, realizando las características del terroir de la región. Finalmente, expresando el ADN de la propiedad, los turistas del vino observan el pastoreo de las ovejas.

Vinhedo Lacustre: Vinhedo Lacustre está ubicado en MI do Lago Norte, con una vista privilegiada del plan maestro y los alrededores. Es el viñedo más antiguo del DF, diseñado por un médico hace más de 12 años, y en los últimos 3 años el enólogo Carlos Sanabria ha transformado el lugar para la producción de vinos finos naturales. La propiedad cuenta con viñedo, estructura para la producción de vino y actividades ecoturísticas y un bistró que ofrece comidas armonizadas en fechas predefinidas. Y es por esta vista y ubicación del viñedo que Lacustre puede ser considerada una Bodega Urbana.

6 Consideraciones finales

La historia de la viticultura es milenaria y, con el paso del tiempo, el interés cultural por el vino se ha convertido también en un atractivo turístico. En países que se consideran modernos en el mundo del vino, el enoturismo juega un papel fundamental en la perpetuación y desarrollo de estos nuevos destinos.

Con observación de campo en 13 localizaciones diferentes, entre el viejo y el nuevo mundo, entre vinos tropicales, de invierno y tradicionales, catalogamos más de 25 categorías diferentes de enoturismo que complementan y enriquecen la cadena productiva del vino.

En Brasil, el contexto de la pandemia del COVID-19 asociado a startups enfocadas al desarrollo del enoturismo, provocó que el número de experiencias enoturísticas y enoturistas tuviera un salto nunca antes visto. Este fenómeno se extendió por todo Brasil, incluida Brasilia, la capital del país. A pesar de no ser considerada un destino turístico, la capital de Brasil se ha consolidado como un importante exponente del futuro de la viticultura

brasileña y cuenta con el enoturismo como elemento fundamental de la renta de la propiedad.

A pesar de contar ya con más de 16 viñedos y bodegas, la región del Distrito Federal y alrededores aún necesitan una gran inversión en infraestructura pública, como vías de acceso, así como privada, con más estructuras, como restaurantes, hoteles, en los propios viñedos. Además, urge una fuerte comunicación para difundir las actividades existentes con el fin de fortalecer y hacer crecer el flujo de enoturistas, haciendo crecer el sector. Finalmente, cabe mencionar la importancia de iniciativas como EnoTurLab, que propone investigar cómo las experiencias del sector enoturístico mundial pueden ser aplicadas al escenario del Distrito Federal.

Bibliografía

1. Bardin, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977
2. Gimenes, Maria Henriqueta Sperandio Garcia; Camila Bizinelli; Franciele Cristina Manosso. Enoturismo e atividades complementares: estratégias para a maximização da experiência turística. Anais do IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo
3. Metropoles. Brasília ganhará primeira vinícola com rótulos 100% produzidos na capital. Disponível em: <https://www.metropoles.com/gastronomia/beber/brasil-ganhar-primeira-vinicola-com-rotulos-100-produzidos-na-capital> Acesso em 20 de agosto de 2020
4. Seturdf. Turismo reúne setor gastronômico para criar soluções integradas. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2020/05/12/turismo-reune-setor-gastronomico-para-criar-solucoes-integradas/> Acesso em 10 de janeiro de 2021
5. Valduga, V. O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos. 151 f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul. (UCS). Caxias do Sul. 2007