



## ENOTURISMO SUSTENTÁVEL E NEGÓCIO DO VINHO



## ÍNDICE

O Que É uma Microcredencial?

**1. Duração**

**2. ECTS**

**3. Sinopse**

**4. Destinatários**

**5. Condições de Acesso**

**6. Pré-requisitos**

**7. Objetivos de Aprendizagem**

**8. Competências a Adquirir**

**9. Estrutura Curricular**

**10. Bibliografia**

**11. Metodologia**

**12. Avaliação**

**13. Docente**

**14. Coordenação Científica**

## O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

Segundo a Comissão Europeia<sup>1</sup>, “microcredenciais” são qualificações que certificam resultados de aprendizagens resultantes de cursos curtos ou de módulos, tendo em vista a requalificação e atualização profissional de cada um.

Estas qualificações podem ser obtidas pelos cidadãos com diversas modalidades de aprendizagem, presencial, a distância online ou mista.

Seja qual for o regime ou forma como são obtidas as qualificações, a Comissão Europeia vê nas microcredenciais uma oportunidade de aprendizagem flexível e inclusiva, no contexto dos sistemas de ensino e formação europeus e uma nova forma de acreditação adequada a diferentes necessidades.

Estas qualificações, por norma de curta duração, serão essencialmente úteis para quem pretende complementar o seu conhecimento e competências ou para quem pretende requalificar-se, procurando novas oportunidades no mercado de trabalho.

Na sua essência as microcredenciais assentam e dão resposta ao conceito e à prática de uma “aprendizagem ao longo da vida”.

**Palavras-chave:** Marketing do Vinho, Enoturismo, Sustentabilidade, Negócio Vitivinícola, Experiência Turística.

## 1. DURAÇÃO

N.º de semanas: 6

## 2. ECTS

Número de ECTS: 2 | 52 horas

## 3. SINOPSE

Portugal lidera o ranking mundial do consumo per capita de vinho e posiciona-se entre os dez maiores produtores, tanto em área cultivada como em volume e valor das exportações. Estes indicadores refletem não só a importância económica do setor vitivinícola, como também a sua valorização crescente no plano internacional. O vinho ocupa, em Portugal, um lugar central enquanto expressão cultural, identidade e património vivo, profundamente ligado à história, às paisagens e aos modos de vida das comunidades.

---

<sup>1</sup> Comissão Europeia, Uma abordagem europeia das Microcredenciais [online]. Disponível em: <<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9237-2022-INIT/en/pdf>> [citado em 24/09/2024].

Neste contexto, o enoturismo tem-se afirmado como alavanca de desenvolvimento sustentável, articulando produto, património e experiência. Através de provas de vinho, estadias em hotéis vínicos, experiências na vindima, iniciativas gastronómicas, visitas guiadas e eventos temáticos, promove-se uma oferta qualificada e diferenciadora, enraizada no território e capaz de responder a perfis de visitantes cada vez mais diversos e exigentes.

A adoção de uma gestão orientada por critérios ambientais, sociais e de boa governação (ESG) tem impulsionado modelos de negócio mais sustentáveis, resilientes e eticamente responsáveis. Casos de sucesso no contexto nacional demonstram o valor desta abordagem integrada, que conjuga qualidade, autenticidade e impacto positivo nos planos económico, social e ambiental. O enoturismo sustentável português emerge, assim, como um setor dinâmico e estratégico, com capacidade para gerar valor, reforçar a coesão social e projetar internacionalmente o património vínico do país.

## **4. DESTINATÁRIOS**

São destinatários desta microcredencial:

1. Participantes de qualquer área de formação técnica/científica que pretendam aprofundar o seu conhecimento nas áreas do enoturismo e negócio do vinho;
2. Discentes com ensino secundário completo (12.º ano) e universitários;
3. Profissionais que estejam direta ou indiretamente ligados a áreas do Turismo, ONG'S, Autarquias, Juntas de Freguesia, Associações, entre outras.

## **5. CONDIÇÕES DE ACESSO**

Este curso rege-se pelo Regulamento da oferta educativa da Universidade Aberta. Pode candidatar-se a este curso:

- a) Titulares que tenha obtido, no mínimo, o grau de ensino secundário completo (12.º ano de escolaridade) ou equivalente.
- b) Titulares de residência fiscal em Portugal, durante a frequência da formação.

## **6. PRÉ-REQUISITOS**

Tratando-se de um curso de ensino a distância na modalidade de e-learning, a sua frequência exige que as/os candidatas/os tenham acesso a computador com ligação à Internet e possuam conhecimentos de informática, na ótica do utilizador. É também recomendável a competência de leitura de textos noutros idiomas.

## 7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

1. Compreender o papel do vinho como património cultural, económico e social em contexto nacional e internacional.
2. Conhecer a estrutura, dinâmica e principais indicadores do setor vitivinícola em Portugal.
3. Identificar princípios e práticas de sustentabilidade e de gestão ESG aplicáveis ao negócio do vinho e ao enoturismo.
4. Analisar o perfil, as motivações e a jornada do enoturista, reconhecendo os fatores que influenciam a sua experiência.
5. Explorar tendências emergentes no consumo de vinho e no enoturismo sustentável, com enfase na inovação e parcerias intersetoriais.

## 8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

- a) Interpretar dados e indicadores sobre produção, consumo e exportação de vinho, aplicando-os à análise do setor;
- b) Avaliar modelos de negócio e práticas sustentáveis no contexto vitivinícola e enoturístico;
- c) Conceber experiências de enoturismo adaptadas a diferentes perfis de consumidores, com base em ferramentas como o Customer Journey Mapping;
- d) Integrar parcerias intersetoriais para desenvolver propostas de valor sustentáveis e diferenciadoras no enoturismo.

## 9. ESTRUTURA CURRICULAR

### MÓDULO 1 (SEMANA 1) | INTRODUÇÃO AO MUNDO DO VINHO

#### **Sinopse:**

Esta semana oferece uma base introdutória acessível para todos os participantes, independentemente da sua familiaridade com o setor.

#### **Conteúdos:**

- O vinho como símbolo cultural, social e económico;
- O Velho e o Novo Mundo do Vinho;
- Tipos de vinho;
- Castas nacionais e internacionais.

## **MÓDULO 2 (SEMANA 2) | CADEIA DE VALOR E ESTRUTURA DO SETOR VITIVINÍCOLA**

### **Sinopse:**

Foco na estrutura económica e institucional do setor do vinho em Portugal, com recurso a dados estatísticos e análise da cadeia de valor, desde a produção à distribuição.

### **Conteúdos:**

- Snapshot do setor: área, produção, consumo, exportações;
- Cadeia de valor do setor vitivinícola;
- Organizações e entidades reguladoras;
- Denominações de origem (DOP, IGP) e certificações.

## **MÓDULO 3 (SEMANAS 3 E 4) | SUSTENTABILIDADE E PRINCÍPIOS ESG NO SETOR DO VINHO**

### **Sinopse:**

Aborda a integração de práticas sustentáveis no negócio do vinho e no enoturismo, com enfoque nos princípios ESG (fatores ambientais, sociais e de governação) e em casos de sucesso nacionais.

### **Conteúdos:**

- Resiliência e sustentabilidade no setor vitivinícola;
- Gestão ESG aplicados à viticultura e ao turismo;
- Certificações e indicadores de sustentabilidade;
- Exemplos e boas práticas;
- A comunicação institucional das práticas sustentáveis.

## **MÓDULO 4 (SEMANA 5) | A EXPERIÊNCIA DO ENOTURISTA**

### **Sinopse:**

Este módulo centra-se na vivência do enoturista enquanto protagonista de uma experiência cultural, sensorial e emocional ligada ao mundo do vinho. Analisa-se a jornada do visitante — desde a decisão de visita até à recordação pós-experiência.

### **Conteúdos:**

- Tipologias de experiências enoturísticas;
- Segmentação do enoturista;
- Ocasiões de consumo;
- Aplicação do Customer Journey Mapping (CJM) na construção de experiências personalizadas.

## MÓDULO 5 (SEMANA 6) | TENDÊNCIAS NO NEGÓCIO DO VINHO E ENOTURISMO SUSTENTÁVEL

### **Sinopse:**

Este módulo explora tendências emergentes no setor do vinho e enoturismo sustentável, como a procura por vinhos com baixo teor alcoólico, a influência da Geração Z e o reforço das estratégias digitais. Destaca-se ainda o papel das parcerias intersetoriais na criação de propostas inovadoras, autênticas e sustentáveis.

### **Conteúdos:**

- Novos perfis de consumo: Geração Z, consumidores conscientes, vinhos de baixo teor alcoólico;
- Tendências em enoturismo sustentável: circularidade, regeneração, inclusão;
- Estratégias phygital (física + digital);
- Parcerias com setores complementares: gastronomia, cultura, arte, wellness, cruzeiros, desporto.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Brochado, A. & Oliveira-Brochado, F. (2018). Brand equity in the Portuguese vinho verde "green wine" market. *International Journal of Wine Business Research*. 30, 2-18.
- Brochado, A., Mike Troilo, Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2019). Dimensions of wine hotel experiences shared online. *International Journal of Wine Business Research*. 32 (1), 59-77.
- Brochado, A., Rodrigues, H. & Sara Vaz Mendes (2024). Message in a Bottle: Generation Y and Wine Purchase Occasions' Perceived Risks and Information Sources. In Javier Martínez-Falcó; Bartolomé Marco-Lajara; Eduardo Sánchez-García; Luis A. Millán-Tudela; (Ed.), *Strategic Management in the Wine Tourism Industry*. (pp. 91-111). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Brochado, A., Silva, R. & LaPlaca, P. (2015). 'Assessing brand personality associations of top of mind wine brands'. *International Journal of Wine Business Research*. 27 (2), 125-14.
- Brochado, A., Stoleiu, O. & Lupu, C. (2021). Wine tourism: a multisensory experience. *Current Issues in Tourism*. 24(5), 597-615.
- International Organisation of Vine and Wine. (2024). World wine production outlook: First estimates 2024 [PDF]. OIV. [https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV\\_2024\\_World\\_Wine\\_Production\\_Outlook\\_1.pdf](https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV_2024_World_Wine_Production_Outlook_1.pdf)
- International Organisation of Vine and Wine. (2025). State of the world vine and wine sector in 2024 [PDF]. OIV. [https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV-State\\_of\\_the\\_World\\_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf](https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV-State_of_the_World_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf)

Rodrigues, P., Brochado, A., Sousa, A., Borges, A. P. & Barbosa, I. (2023). What's on the menu? How celebrity chef brands create happiness. *European Journal of Marketing*. 57 (9), 2513-2543.

Szolnoki, G., Stelter, A.-C., Tafel, M., Ridoff, N., & Nilsson, C. (2022). Sustainable wine tourism – A global survey [Technical report]. Geisenheim University. [https://www.winetourism.com/files/2022/01/Presentation\\_sustainable\\_wine\\_tourism\\_Geisen\\_heim\\_winetourismcom.pdf](https://www.winetourism.com/files/2022/01/Presentation_sustainable_wine_tourism_Geisen_heim_winetourismcom.pdf)

## 11. METODOLOGIA

Este curso será lecionado em português. As atividades de ensino-aprendizagem são realizadas em regime de ensino a distância, em ambiente completamente virtual com recurso a uma plataforma de *e-learning*. O curso é antecedido por **um módulo inicial de Ambientação Online** com a duração de uma semana, com o objetivo de permitir que as/os estudantes se familiarizem com o ambiente de trabalho da PlataformAbERTA da Universidade Aberta e adquiram competências fundamentais de comunicação online e competências sociais necessárias à construção de uma comunidade de aprendizagem virtual.

Nesta microcredencial é adotado o Modelo Pedagógico Virtual da Universidade Aberta, o qual se orienta pelos seguintes princípios:

- **Ensino centrado no estudante**, o que significa que ele é ativo e responsável pela construção de conhecimento.
- **Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem** (conteúdos e atividades), o que significa a ausência de imperativos temporais ou espaciais. Este princípio concretiza-se na primazia da comunicação assíncrona, o que permite a não-coincidência de espaço e não-coincidência de tempo, já que a comunicação e a interação se processam à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, refletir, dialogar e interagir.
- **Ensino baseado na interação diversificada quer entre estudante-docente quer entre estudante-estudante, quer ainda entre o estudante e os recursos**. Este princípio concretiza-se em dispositivos de comunicação variados que o docente planeia e concebe de acordo com a sua estratégia pedagógica.
- **Ensino promotor de inclusão digital**, entendida como a facilitação da utilização das Tecnologias de Informação e da Comunicação, como também o desenvolvimento de competências para a análise e produção de informação digital.

Estes princípios são implementados com recurso a dois elementos fundamentais no processo de aprendizagem:

A TURMA VIRTUAL – A/O estudante integra uma turma virtual onde têm acesso as/os professoras/es do curso e as/os restantes estudantes. As atividades de aprendizagem ocorrem neste espaço e são realizadas online, agregando uma série de recursos, distribuídos por diversos momentos de trabalho coletivo e pela interação entre professor(a)-estudante e estudante-estudante. A comunicação é essencialmente assíncrona e, por isso, baseada na escrita. No processo de aprendizagem, e quando se justifique, podem ainda ser utilizados instrumentos de comunicação síncrona, como a videoconferência, com recurso à plataforma Colibri.

O CONTRATO DE APRENDIZAGEM – O/A professor(a) de cada unidade curricular propõe à turma um contrato de aprendizagem, no qual está definido um percurso de trabalho para o semestre letivo, apoiando-se na autoaprendizagem e na aprendizagem colaborativa entre estudantes. Com base nos materiais de aprendizagem disponibilizados ou indicados na bibliografia, o/a professor(a) da unidade curricular organiza e delimita os períodos de autoaprendizagem e reflexão individual, os quais são seguidos pela realização de atividades e períodos de interação diversificada na turma virtual.

## 12. AVALIAÇÃO

Esta microcredencial adota o modelo de avaliação contínua, sendo a classificação final dos formandos o resultado do trabalho desenvolvido ao longo do curso, nomeadamente, a participação ativa nos fóruns e a realização de atividades de avaliação propostas. Assim, a avaliação decorrerá da participação efetiva nas atividades formativas de caráter individual (leitura dos recursos disponibilizados, trabalhos escritos) e nas atividades formativas de caráter colaborativo (interação entre os formandos e docentes, partilha de leituras e conhecimentos, participação nos fóruns de discussão).

Espera-se ainda que os formandos apresentem um trabalho final individual acerca do tema abordado na formação. A classificação final resulta, como tal, da avaliação dos seguintes elementos e critérios:

- Presença e participação nas atividades propostas – 30%;
- Trabalho final – 70%.

Assim, a avaliação final do módulo é atribuída pela média simples numa escala de 0 a 10 valores. A classificação final do curso traduz a média da avaliação obtida nos módulos, expressa na escala de 0 a 20 valores. A conclusão da formação com aproveitamento está sujeita à obtenção de uma nota final igual ou superior a 9,5 valores.

## 13. DOCENTE

### ANA BROCHADO

Ana Brochado é Professora Catedrática na Universidade Aberta. Anteriormente, desempenhou funções docentes em várias instituições portuguesas, nomeadamente o ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, o IST – Instituto Superior Técnico, a Porto Business School e a FEP – Faculdade de Economia da Universidade do Porto. A nível internacional, lecionou em instituições como a Pforzheim University (Alemanha), EM Strasbourg Business School, Montpellier Business School, iaelyon School of Management (França), Kyungpook National University (Coreia do Sul) e a University of Electronic Science and Technology of China. Foi Vice-Dean for Admistrative Affairs e Vice-Dean for Faculty no ISCTE. Foi membro do Conselho Geral e do Conselho Científico e coordenou o doutoramento em Gestão do Turismo no ISCTE. É licenciada em Economia, mestre em Métodos Quantitativos, doutorada em Gestão e possui agregação em Marketing. É investigadora no DINAMIA'CET – Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território. É autora ou coautora de mais de 100 publicações em revistas científicas internacionais de referência, contribuiu com mais de 40 capítulos de livros e realizou mais de 200 apresentações em conferências internacionais em todo o mundo. O seu trabalho conta com mais de 4.700 citações. Integrou a Stanford/Elsevier Top 2% Scientists List nos anos de 2022, 2023 e 2024.

Ana Brochado é economista conselheira. Exerceu funções como Economista Sénior na Autoridade da Concorrência (AdC) e na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM). Foi igualmente membro do Conselho Estratégico do Compete2020, na qualidade de especialista em métodos de avaliação de políticas públicas. Colaborou ainda com a Direção-Geral da Concorrência (DG COMP) da Comissão Europeia. Atualmente, é Presidente da Direção Regional do Centro e Alentejo (DRCA) da Ordem dos Economistas. Organiza eventos empresariais, conferências, programas de formação executiva e visitas técnicas a empresas, além de publicar regularmente artigos de opinião na imprensa nacional. Fora do mundo académico e da economia, encontra ritmo no acordeão, energia no desporto e inspiração nas viagens e na descoberta de novos vinhos.

**CIENCIA ID** | [731D-BB08-9078](#)

**ORCID** | [0000-0002-8917-2575](#)

## 14. COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

### JOSÉ ANTÓNIO FERREIRA PORFÍRIO

Professor Associado da UAb; Diretor do Departamento de Ciências Sociais e Gestão da mesma universidade; Co-coordenador do grupo Gestão, Empreendedorismo e Governance para o Desenvolvimento do Centro de Estudos Globais da UAb. É licenciado, desde 1990, em Organização e Gestão de Empresas pelo ISEG onde obteve também, em 1993, o grau de Mestre em Matemática Aplicada à Economia e à Gestão. Em 2005 doutorou-se em Gestão, na Especialidade de Estratégia, pela Universidade Aberta. É consultor das Nações Unidas no programa TrainForTrade, da UNCTAD, para formação em Comércio Internacional. Na UAb lecionou várias Unidades Curriculares da área da Gestão Financeira, da Gestão Estratégica e da Integração Europeia. Desde 2005 é responsável pelas disciplinas da área de Estratégia do Mestrado em Gestão/MBA, tendo sido coordenador deste Mestrado de 2007 até 2009. Para além da atividade docente, tem desenvolvido investigação na área da Estratégia, dos Sistemas de Informação e do Desenvolvimento Regional, com várias publicações sobre estes assuntos. Até 2008 exerceu várias funções como consultor e quadro em empresas do sector financeiro, industrial, imobiliário e de formação.

**CIENCIA ID** | [691A-62DE-BF75](#)

**ORCID** | [0000-0001-9551-9531](#)

### ANTÓNIO EDUARDO MARTINS

Doutorado em Gestão/Comportamento Organizacional pela Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UL). É licenciado e mestre em Gestão pelo Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE). É ainda Mestre em Economia pela Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Concluiu estudos de pós-graduação em Relações Internacionais no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UTL) e em Estudos Europeus no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Professor do Ensino Superior Público de nível universitário. Especialista em Gestão do Conhecimento, Gestão Estratégica, Planeamento e Economia Financeira. Experiência profissional como Administrador, Diretor Executivo, Diretor Financeiro, Diretor de Recursos Humanos e Diretor de Estratégia e Planeamento. Investigador nas áreas da Gestão Estratégica, Capital Intelectual e Gestão do Conhecimento, Turismo, Recursos Humanos e Contabilidade. Publicou vários artigos em revistas científicas e é autor de publicações nas áreas de gestão de recursos humanos, finanças e contabilidade.

**CIENCIA ID** | [6E13-2B87-A246](#)

**ORCID** | [0000-0002-0830-7483](#)

## **ANA BROCHADO**

Ana Brochado é Professora Catedrática na Universidade Aberta. Anteriormente, desempenhou funções docentes em várias instituições portuguesas, nomeadamente o ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, o IST – Instituto Superior Técnico, a Porto Business School e a FEP – Faculdade de Economia da Universidade do Porto. A nível internacional, lecionou em instituições como a Pforzheim University (Alemanha), EM Strasbourg Business School, Montpellier Business School, iaelyon School of Management (França), Kyungpook National University (Coreia do Sul) e a University of Electronic Science and Technology of China. Foi Vice-Dean for Admistrative Affairs e Vice-Dean for Faculty no ISCTE. Foi membro do Conselho Geral e do Conselho Científico e coordenou o doutoramento em Gestão do Turismo no ISCTE. É licenciada em Economia, mestre em Métodos Quantitativos, doutorada em Gestão e possui agregação em Marketing. É investigadora no DINAMIA'CET – Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território. É autora ou coautora de mais de 100 publicações em revistas científicas internacionais de referência, contribuiu com mais de 40 capítulos de livros e realizou mais de 200 apresentações em conferências internacionais em todo o mundo. O seu trabalho conta com mais de 4.700 citações. Integrou a Stanford/Elsevier Top 2% Scientists List nos anos de 2022, 2023 e 2024.

Ana Brochado é economista conselheira. Exerceu funções como Economista Sénior na Autoridade da Concorrência (AdC) e na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM). Foi igualmente membro do Conselho Estratégico do Compete2020, na qualidade de especialista em métodos de avaliação de políticas públicas. Colaborou ainda com a Direção-Geral da Concorrência (DG COMP) da Comissão Europeia. Atualmente, é Presidente da Direção Regional do Centro e Alentejo (DRCA) da Ordem dos Economistas. Organiza eventos empresariais, conferências, programas de formação executiva e visitas técnicas a empresas, além de publicar regularmente artigos de opinião na imprensa nacional. Fora do mundo académico e da economia, encontra ritmo no acordeão, energia no desporto e inspiração nas viagens e na descoberta de novos vinhos.

**CIENCIA ID |** [731D-BB08-9078](#)

**ORCID |** [0000-0002-8917-2575](#)

