



# Vitivinicultura y enoturismo en Vale dos Vinhedos, Brasil: un estudio de gobernanza

*Viticulture and Wine Tourism in Vale dos Vinhedos, Brazil: A Governance Study*

Luis Felipe García-Rodea, Humberto Thomé-Ortiz y  
Pedro de Alcântara Bittencourt César<sup>1</sup>

## Resumen

Los procesos de gobernanza territorial en la región vitivinícola de Vale dos Vinhedos, Rio Grande del Sur, Brasil, ha estado caracterizada por la generación de redes colaborativas de las empresas vitivinícolas y dependencias gubernamentales, así como asociaciones de productores. Es por ello que el presente artículo tiene como objetivo identificar la manera en que los procesos de gobernanza han influido en el desarrollo vitivinícola y turístico de esta zona productora. En este sentido, se destaca que las agroindustrias enológicas han procurado que la cadena productiva del vino, desde la producción hasta la comercialización, sean distinguidas por la calidad y certificación de sus procesos. Tales características han llevado a consolidar una producción en la cual reluce una variedad de productos y servicios, fomentando estrategias de valorización, donde la presencia de productos con Denominación de Origen (DO) ha permitido que esta zona vitivinícola se posicione como una de las más importantes de América.

**Palabras clave:** gobernanza, producción de vino, vino, turismo.

## Abstract

Territorial governance processes in the Vale dos Vinhedos wine region, Rio Grande do Sul, Brazil, has been characterized by the generation of collaborative networks of wine companies, government agencies, as well as producer associations. That is why this article aims to identify the way in which governance processes have influenced the development of wine and tourism in this oenological region. In this sense, it is highlighted that the oenological agroindustries have ensured that the wine production chain, from production to marketing, are distinguished by the quality and certification of their processes. These characteristics have led to the consolidation of a production where a variety of products and services stand out, promoting valorization strategies, where the presence of products with Denomination of Origin (DO) has allowed this wine-growing area to position itself as one of the most important of America.

**Keywords:** governance, wine production, wine, tourism.

RECIBIDO: 18/11/2021 · ACEPTADO: 24/04/2022 · PUBLICADO: 01/09/2022

---

<sup>1</sup> Luis Felipe García-Rodea: Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México, ORCID 0000-0001-8820-7716, f.grodea@gmail.com; Humberto Thomé-Ortiz: Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México, ORCID 0000-0002-6714-3490, hthomeo@uaemex.mx; Pedro de Alcântara Bittencourt César: Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil, ORCID 0000-0001-6096-9209, pabcesar@ucs.br

## Introducción

La vitivinicultura brasileña se ha caracterizado por un arraigo histórico y cultural, desde sus inicios hasta la actualidad. Como parte del proceso histórico del desarrollo vitivinícola de Brasil, Wurz *et al.* (2017) refieren que las primeras cepas cultivadas en este país tienen origen europeo a causa de la llegada de los colonizadores portugueses en 1532. Al respecto, Falcade (2011) menciona que, entre el siglo XVI y XVIII, la vitivinicultura brasileña se introdujo por el litoral donde ingresaron los portugueses. A partir de ese momento, fueron cultivadas vides en los estados de Sao Paulo, Pernambuco y Bahía; y del lado continental por los españoles, quienes iniciaron sus plantaciones en Paraná y Rio Grande do Sul; ambos cultivos tenían la finalidad de establecer un consumo propio y también con fines eucarísticos.

Posteriormente, para el siglo XIX, Wurz *et al.* (2017) mencionan que arriban grupos de inmigrantes italianos que, en conjunto con las políticas inmigratorias del gobierno brasileño, permitieron que se estableciera una configuración territorial muy particular y de gran relevancia, confirmando una organización de la vida económica y social en el plano local, fomentando con ello la actividad vitivinícola, la cual ha pasado por un proceso de invención de la tradición, a través las conmemoraciones que vinculan el cultivo de uva y la producción de vino de forma tradicional, hasta llegar a un contexto de actividad empresarial moderna y competitiva.

De acuerdo con Baratieri y Fontes (2010) la actividad vitivinícola después de la inmigración italiana, a partir de 1875, inicia con pequeñas áreas de producción en distintos puntos del territorio nacional con la instalación de migrantes italianos a Rio Grande do Sul, quienes llevaban consigo la cultura de la uva y el hábito del consumo de vino, mismos que han conformado un patrimonio cultural en la región. Wurs *et al.* (2017) indican que la uva introducida por los italianos era un varietal híbrido de *vitis labrusca* y *vitis vinifera* denominado “Isabel”.

Este varietal, de acuerdo con César (2019), ha sido representativo dentro de la vitivinicultura brasileña, iniciando con él la producción de vino para fines eucarísticos, así como para el consumo de los habitantes de las zonas rurales. Con el paso del tiempo, derivado de las leyes enfocadas en la defensa del mercado, la producción y manutención del cultivo de uva Isabel se ve afectado, haciendo que, de forma rápida, se reemplazaran los varietales de uva europea, estableciendo las bases para el desarrollo de la región y la elaboración de vinos comerciales con varietales más competitivas.

Al respecto, Falcade (2011) indica que ante estos escenarios de diversificación de las varietales de uva y de producción de vino, los procesos vitivinícolas se fueron ampliando a otros estados como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sao Paulo, Paraná y Espírito Santo, en donde los inmigrantes italianos se asentaron y en donde la influencia cultural fue mayor.

La producción de vinos en Brasil es la tercera más importante de América del Sur, después de Argentina y Chile. En el 2018 su producción ascendió a 310 millones de litros y la superficie cultivada de vides ocupó 82,000 hectáreas. Lo anterior, coloca a Brasil como el quinceavo productor de vino en el mundo y como el sexto más importante en el Nuevo Mundo del Vino (De Oliveira, 2019).

De los asentamientos italianos establecidos en Brasil, el estado que tiene mayor representatividad en la producción de vino, es Rio Grande do Sul, el cual elabora cerca del 90% del vino nacional, lo que se ve reflejado en que aproximadamente el 57% del área plantada con vides está localizada en este estado. Dichas características han hecho que el sector vitivinícola haya evolucionado en términos de tecnología, expansión espacial y calidad del producto (De Oliveira, 2019).

La región más característica de producción vitivinícola de Rio Grande do Sul, es Vale dos Vinhedos, la cual está localizada en la Sierra Gaucha (Sousa *et al.*, 2013) y abarca territorialmente los municipios de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul y Garibaldi (César, 2019). Dicha región está integrada por un área de 81 km<sup>2</sup>, la cual concentra vinícolas, hoteles, restaurantes y empresas de turismo, mismas que están vinculadas a la Asociación de Productores de Vinos Finos de Vale dos Vinhedos (APROVALE) y está integrada por cerca de 13 mil minifundios con un área media de viñedo de aproximadamente 2 hectáreas, caracterizadas por tener una mano de obra familiar. Aunque existen viñedos con grandes extensiones territoriales, los sistemas de herencias han repercutido en que las propiedades vayan disminuyendo su extensión de producción y se evidencia, al mismo tiempo, un incremento en las empresas (Gabardo y Valduga, 2019).

Con el paso del tiempo, la producción vitivinícola de Vale dos Vinhedos se fue consolidando, y con ello se generó una diversificación de cultivos de varietales, y se implementaron procesos de calidad en la plantación de uvas, así como en la elaboración de vinos, hecho que derivó en la búsqueda de una Identificación Geográfica (IG)<sup>1</sup> en la región, iniciando el proceso legal y obteniendo la primera IG en el año de 2002 y la segunda en 2010 (Falcade, 2011).

De acuerdo con Gabardo y Valduga (2019), a partir del reconocimiento como IG, la región de Vale dos Vinhedos obtuvo la Denominación de Origen (DO)<sup>2</sup> en el año de 2012, constituyéndose como la primera DO de vinos de Brasil. Este proceso ha influido directamente en la determinación de cualidades y características de los vinos brasileños (Falcade, 2011). En el caso de Brasil, el organismo responsable de regular y crear normas para los procesos de certificación de productos regionales, es el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), el cual establece criterios de aprobación en el proceso de certificación de la región, la diversidad de uvas producidas y la abundancia por hectárea, así como los atributos químicos y organolépticos del vino, los precios, las particularidades del clima y suelo de la región, además del tiempo de envejecimiento del vino en barricas de roble (Sousa *et al.*, 2013).

---

1 Una Identificación Geográfica tiene como finalidad proteger los productos que se originan en ella, así como su denominación, garantizando la autenticidad de origen y la calidad de los productos. Las IG se establecen en una región o espacio geográfico, reconocido legalmente a partir de la comprobación de criterios exigidos por ley. En el caso del Nuevo Mundo del Vino, las IG son recientes (Falcade, 2011).

2 Sánchez *et al.* (2017) indican que las DO adoptan el topónimo o nombre geográfico de la región vitivinícola con una larga tradición productora, cuidadosamente delimitada y con características climáticas y edáficas homogéneas en toda su extensión. Cada DO está gestionada por un consejo regulador que cumple con tres funciones principales: garantizar la calidad mínima homogénea para los vinos con etiqueta de DO, promocionar vinos en mercados domésticos e internacionales e impedir el uso fraudulento de la DO por parte de los productores o distribuidores.

Los vinos de la DO Vale dos Vinhedos poseen características de calidad que son debidas al medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos, aunado al saber colectivo de producción e identidad regional. Al desarrollarse como una IG, se presenta una nueva forma de producción vitivinícola que se ha materializado en una Regulación del Uso de la DO Vale dos Vinhedos, la cual fomenta que los vinos se coloquen en el mercado, así como el apoyo para que los productores se constituyan, siendo el mecanismo de representación la APROVALE (EMBRAPA, 2013).

La consolidación de Vale dos Vinhedos como una IG permitió que la industria vitivinícola fortaleciera sus regulaciones internas y externas en torno a la producción de vino, al cultivo de vides y el cuidado patrimonial; estas acciones contribuyeron también al aumento de la afluencia turística, contemplando mejoras en la infraestructura de acceso, señalización turística e inversiones en el área de turismo, lo cual propició un aumento en el flujo de turistas, haciendo que actualmente la región sea reconocida como la principal ruta enoturística de Brasil (Sousa *et al.*, 2013). A partir de estas consideraciones, el objetivo del estudio fue identificar cómo los procesos de gobernanza han influido en el desarrollo vitivinícola y turístico en el Vale dos Vinhedos.

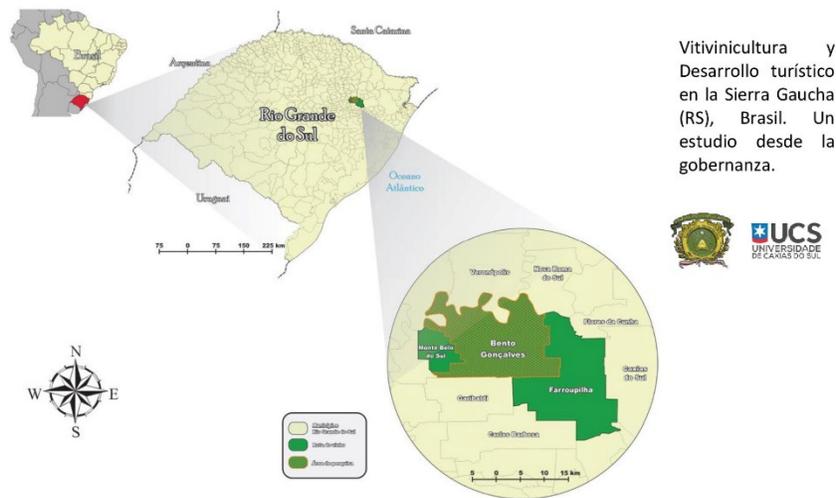
## Metodología

Dado el carácter incipiente de la investigación sobre vitivinicultura y enoturismo en el denominado Nuevo Mundo del Vino (García-Rodea *et al.*, 2022), esta investigación se ha diseñado bajo el enfoque del estudio de caso múltiple (Stake, 2000), a través del cual es posible generar constructos teóricos y abstracciones sobre fenómenos emergentes. Para ello, fueron seleccionados 6 casos representativos de un territorio circunscrito dentro de la primera Denominación de Origen de vinos en Brasil (Vale dos Vinhedos) (Figura 1). La representatividad de dichas unidades de estudio se determinó en función del prestigio territorial de sus etiquetas, de su participación relevante en la actividad enoturística y de su presencia dentro de los grupos organizados de productores locales.

Cabe aclarar que fueron excluidos del estudio ejemplos relevantes de producción vitivinícola con enfoque cooperativo, debido a que el foco del presente análisis se centró exclusivamente en las unidades de producción de capital privado y con una estructura empresarial sólida, toda vez que en este tipo de empresas es donde más claramente se puede apreciar la interfaz entre enoturismo y vitivinicultura. Se seleccionaron bodegas de tamaño pequeño, mediano y grande con lo que se buscó identificar patrones de similitud y diferencia, entre las principales tipologías de agroindustria vitivinícola presentes en el territorio. Para identificar la forma en la cual se han desarrollado los procesos de gobernanza en la zona de estudio, la aproximación cualitativa del estudio de caso constituye un lugar privilegiado para identificar los fenómenos y estructuras sociales que intervienen en dicho proceso. Así mismo, Stake (2000) menciona que este tipo de investigaciones involucran una serie de pasos, donde se toma como base la identificación de diversos eventos en un contexto real, que dan pauta a establecer mecanismos enfocados a generar una recopilación de datos empíricos que sirvan de base para una fundamentación teórica.

Las unidades de estudio fueron determinadas con base en un muestreo aleatorio por conveniencia, con la finalidad de identificar las características de cada bodega, así como las interacciones que derivan de las particularidades de sus procesos de gobernanza territorial. La información obtenida de las diferentes bodegas estudiadas fue contrastada y verificada por criterio de saturación, lo que significa que la indagación sobre las categorías de análisis involucradas en el estudio se detuvo en el momento en que los datos se repetían o no permitían encontrar nuevos hallazgos.

**Figura 1.** Mapa de la zona de estudio  
*Figure 1. Map of the study area*



Fuente: archivo propio. Source: own file.

Con la intención de generar un análisis comparativo, se tomaron como referencia seis empresas, considerando aquellas que tuvieran una intensa conexión entre la producción vitivinícola y el turismo (Tabla 1).

**Tabla 1.** Unidades de estudio analizadas  
*Table 1. Study units analyzed*

| Número de entrevista | Posición de la persona entrevistada | Nombre de la bodega entrevistada | Tamaño de la bodega |
|----------------------|-------------------------------------|----------------------------------|---------------------|
| 1                    | Propietario                         | Casa Valduga                     | Grande              |
| 2                    | Propietario                         | Miolo                            | Grande              |
| 3                    | Propietaria                         | Larentis                         | Mediana             |
| 4                    | Gerente                             | Pizzato                          | Mediana             |
| 5                    | Propietario                         | Videiras Carraro                 | Pequeña             |
| 6                    | Propietaria                         | Lidio Carraro                    | Pequeña             |

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

Durante el periodo comprendido entre mayo de 2019 y noviembre de 2021 se aplicaron entrevistas semiestructuradas (N=6) a los dueños o encargados de las bodegas. El guión utilizado en la entrevista semiestructurada se basó en dos categorías de análisis. La primera categoría estudió los procesos de gobernanza del territorio vitivinícola, dentro de la cual se abordó: (i) la consolidación de la agroindustria vitivinícola en el territorio y (ii) los procesos de asociatividad en la conformación del territorio enológico. La segunda categoría se refirió al proceso de turistificación de la producción vitivinícola enfocándose en: (i) la articulación del sector vitivinícola y turístico y (ii) la turistificación como proceso de valorización del vino. Lo anterior refleja que el diseño de la investigación debía abordar, simultáneamente, el problema central de la gobernanza en dos formas paralelas de apropiación del territorio: la agroindustrial y la enoturística (Tabla 2). Los participantes del estudio expresaron abiertamente su voluntad de participar en la investigación mediante una carta de consentimiento informado.

**Tabla 2.** Categorías de análisis y parámetros de las entrevistas

*Table 2. Analysis categories and interview parameters*

| <b>Categoría de análisis</b>                | <b>Criterios</b>                                  | <b>Parámetros</b>  |
|---|---|--|
| 1. Procesos de gobernanza vitivinícola      | 1.1 Consolidación vitivinícola territorial        | 1.1.1 Trayectoria y evolución de la bodega<br>1.1.2 Innovación<br>1.1.3 Desarrollo de capacidades<br>1.1.4 Calidad<br>1.1.5 Volumen de producción                                |
|   | 1.2 Asociatividad                                 | 1.2.1 Integración empresa-Estado<br>1.2.2 Pertenencia a asociaciones regionales y locales<br>1.2.3 Desarrollo de proyectos conjuntos<br>1.2.4 Desarrollo conjunto de I+D         |
| 2. Procesos de turistificación vitivinícola | 2.1 Interfaz agroindustria vitivinícola y turismo | 2.1.1 Trayectoria y evolución en el enoturismo<br>2.1.2 Participación en la ruta turística<br>2.1.3 Oferta de productos y servicios turísticos<br>2.1.4 Nivel de especialización |
|   | 2.2 Valorización                                  | 2.2.1 Promoción de la cultura enológica del territorio<br>2.2.2 Diversificación de mercados<br>2.2.3 Plataformas de exhibición   |

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

En otro sentido, se recurrió a la observación, a través de guías estructuradas, con la intención de contrastar los datos derivados de las entrevistas. Dichas guías de observación cumplieron una función complementaria en el proceso de recolección de datos, puesto que permitieron fortalecer aspectos contextuales y no verbales que suelen soslayarse dentro de las entrevistas. En este sentido fueron observados los siguientes aspectos: (i) Oferta turística y gastronómica (productos y servicios); (ii) Percepción de la calidad (servicio, instalaciones, personalización); (iii) Distintivos de calidad (sellos y certificaciones); (iv) Plataformas y dinámicas de comercialización, y (v) Estrategias de diferenciación y diversificación. Las observaciones fueron consignadas en un diario de campo y mediante registro fotográfico.

## Resultados y discusión

El término gobernanza se ha equiparado por muchos años con gobierno, aunque desde la teoría de la gobernanza, este tiene una naturaleza integral en donde se incluyen acciones directivas de las autoridades políticas, así como a las estructuras sociales y sus procesos económicos y organizativos. De esta forma, el término gobernanza ha sido utilizado desde diversas perspectivas, la primera se enfoca en indicar una nueva forma de gobernar, que es diferente a los modelos de control jerárquico, aplicando una lógica cooperativa en la cual diversos actores sociales conforman redes colaborativas de índole privada y pública (Maynts, 2005).

Por otra parte Gereffi *et al.* (2005) refieren que a nivel global los procesos económicos han cambiado de forma significativa, especialmente en las áreas de comercio internacional y de organización industrial. Ello ha significado que se modifiquen no solo los ingresos económicos de las empresas, sino también la estructura de las mismas, de tal forma que la perspectiva de análisis de la gobernanza se ha modificado, consolidándose así como una herramienta para la planeación, diseño y estructuración de políticas eficaces, relacionadas con la modernización industrial, el desarrollo económico, la creación de empleo y la mitigación de la pobreza.

De acuerdo con Maynts (2005), otra forma de entender la gobernanza es desde una perspectiva más amplia, abordando los modos de coordinar acciones individuales o formas básicas de orden social, no solo desde una jerarquía sino desde la forma pura del mercado. Esta concepción se generó a partir de la década de 1970 bajo la premisa del desarrollo de las políticas como un objeto de análisis empírico para su implementación en ámbitos sociales y económicos.

Es por ello que se deben establecer relaciones adecuadas a partir del desarrollo y consolidación de estructuras que faciliten la comunicación y coordinación de acciones que favorezcan a las empresas y a los territorios, mediante parámetros que permitan evaluar el cumplimiento de estrategias multisectoriales para la articulación entre aspectos sociales, mercantiles y redes de trabajo (Humphrey y Schmitz, 2001).

Para lograr estos procesos organizativos, Mayntz (2005) establece que es importante considerar los siguientes atributos:

- **Problemas.** Se identifican a partir de una construcción social, haciendo énfasis en las acciones que se van a abordar en los territorios, para procurar una solución desde las instituciones o desde los entes privados.
- **Actores.** Son aquellos sujetos o colectividades con intereses particulares y con poder para movilizar recursos, bienes y servicios, a través de una relación social con pautas administrativas.
- **Puntos nodales.** Son aquellos espacios físicos o virtuales en donde se identifican problemáticas, formas de pensamiento, procesos o actores sociales que son considerados para establecer una adecuada gobernanza.

- Normas. Es la construcción de acuerdos para regular el comportamiento de las personas o grupos sociales en una determinada área, considerando diferentes grados de formalidad y son el reflejo de las condiciones económicas, culturales y de las relaciones sociales.
- Procesos. Es la identificación de los procesos históricos de consolidación de la gobernanza, aspecto fundamental para comprender cómo se han establecido las interacciones entre los actores sociales y el desarrollo de nuevas reglas como resultado de la participación y transformación de conflictos.

Aún cuando se identifican estos abordajes para que la gobernanza en los territorios sea adecuada, Humphrey y Schmitz (2001) establecen que estos procesos son también un sistema de errores y aciertos en torno a políticas públicas y acciones civiles que están orientadas al desarrollo local. Es por ello que se debe valorar cómo se originan y a quién benefician las perspectivas de gobernanza, así como el papel que los productores locales y las instancias de gobierno tienen para generar incidencia social en una escala territorial.

De acuerdo con Glückler *et al.* (2019), estas características toman en cuenta la diversidad de los territorios y sus múltiples relaciones, en conjunto con las interdependencias multiescalares, lo cual representa un desafío, puesto que se trata de concentrar soluciones a riesgos compartidos colectivamente y que son impuestos por factores medioambientales, sociales y económicos.

En el contexto agroalimentario, la industria vitivinícola también se ha adaptado a los retos que enfrenta la globalización de las regiones productoras de uva y vino, teniendo implicaciones territoriales en sus sistemas de gobernanza. En este sentido, Gwynne (2006) indica que esto se da, debido al establecimiento de un sistema continuo más estrecho, que está relacionado con la operación de los mercados, en donde se presentan coordinaciones verticales, las cuales regularmente se desarrollan en mercados de contacto directo como el caso de productos agroalimentarios, haciendo más complicado el establecimiento de reglas claras en la relación entre productor y consumidor.

Clapp y Fuchs (2009) señalan que actualmente tenemos un sistema agroalimentario integrado de forma global, lo cual repercute en todas las regiones del mundo, debido a la volatilidad de los precios de los alimentos, de tal forma que la gobernanza puede generar opciones de desarrollo para procurar que los impactos no sean mayores en las regiones productoras. En este sentido, las acciones emprendidas desde la academia, el gobierno y las iniciativas privadas se configuran como una alternativa de valorización en la agroindustria.

Los procesos de gobernanza en el sistema agroalimentario, están orientados a proporcionar cierto grado de regulación para poner en marcha protecciones frente a posibles consecuencias socioeconómicas y ecológicas negativas, en el contexto de la globalización. En este sentido, las reglas establecidas coadyuvan en el gobierno de las corporaciones y en el establecimiento de normativas para regir las actividades de producción y comercialización, aspecto que se ve reflejado en los mecanismos gubernamentales e intergubernamentales (Clapp y Fuchs, 2009). Estos andamiajes territoriales permiten establecer mecanismos de valorización de los agroalimentos, a partir del establecimiento de normas de calidad, así como la inclusión de procesos de anclaje territorial que benefician, en muchos casos, a los productores locales.

## Procesos de gobernanza territorial

Los procesos de desarrollo social y territorial en Vale dos Vinhedos se han fortalecido con el paso del tiempo, debido al arraigo cultural, al saber-hacer, a los procesos tradicionales de cultivo, así como a las constantes innovaciones que las empresas de la región realizan para estar presentes en el mercado. Ante ello, Clapp y Fuchs (2009) indican que uno de los elementos que se deben destacar del sector vitivinícola del territorio es que esta región se ha consolidado gracias al diseño e implementación de estrategias organizativas.

Una de las características más importantes que se presenta en esta región es que se tiene un contraste en la producción de vinos; por una parte, existen productores enfocados en la elaboración de jugo y vinos coloniales o de mesa, y también productores de vinos finos bajo el sello de la DO (Gabardo y Valduga, 2019). Estos aspectos han estado presentes en la configuración socioeconómica del territorio, generando así una articulación entre los consumidores, la agroindustria, las instituciones de gobierno y la academia.

La mayor parte de sus empresas han iniciado como productores locales de vino y se han consolidado como productores orientados a mercados dinámicos debido a los cambios en el consumo y comercialización del vino. En sus inicios, algunas vinícolas se orientaron exclusivamente a la producción de vinos y con el transcurso del tiempo incorporaron la actividad turística.

Estas acciones permitieron que las empresas vitivinícolas aumentaran la superficie de cultivo y el volumen de producción de vino. Para ello, algunas instituciones como el Banco de Brasil ofrecían cursos que iniciaban en el proceso de producción de vino (entrevista personal). La consolidación de la agroindustria vitivinícola en la región representó un reto, puesto que como menciona Baratieri y Fontes (2010) y Falcade (2011) los constantes cambios sociales, políticos y regulatorios retrasaron el funcionamiento adecuado de la misma.

Tomando como base los argumentos de Mayntz (2005), el proceso de gobernanza en la región de Vale dos Vinhedos se ha fortalecido, debido a que los productores han sabido identificar los problemas internos en sus empresas, así como los externos que están presentes en el territorio, trabajando bajo esquemas de redes de colaboración.

Estos aspectos han partido de la identificación de puntos nodales orientados a dar solución a problemáticas locales y a establecer procesos productivos enfocados en brindar calidad, mediante el diseño de estrategias de gobernanza entre los sectores público y privado. Con respecto al establecimiento de normas, Watanabe *et al.* (2016) indican que la vitivinicultura brasileña a partir del Mercosur y del aumento de las tasas de impuestos, ha tenido que adaptar sus normas, formas de colaboración y comercialización, orillando a los productores a tomar nuevas decisiones y emprender diferentes estrategias, así como a construir acuerdos de regulación de la actividad.

Lo anterior se ha regulado mediante la Ley No. 7678,<sup>3</sup> la cual establece aspectos legales sobre la producción, circulación y comercialización de vino, así como los derivados de uva y vino, la cual se ha reformado a través de la Ley No. 10970 (Presidencia de la República de Brasil, 2004), la cual establece las clasificaciones de vino brasileño, las aproximaciones de cantidad alcohólica en vinos, así como una apertura para que el viticultor pueda elaborar y embotellar los vinos y derivados en instalaciones de terceros mediante un contrato de servicios.

La Ley No. 12959 (Presidencia de la República de Brasil, 2014) establece algunas modificaciones a la Ley No. 7678, con la finalidad de tipificar el vino producido por emprendimientos familiares rurales, así como establecer los requisitos y límites para la producción y comercialización del vino y definir las directrices para el registro y fiscalización del establecimiento del productor.

Estos procesos históricos han ido consolidando la gobernanza del Vale dos Vinhedos y han permitido la comprensión sobre cómo es que se han establecido las interacciones entre los actores sociales, así como el desarrollo de reglas y normativas como resultado de la participación y valorización del vino de la región. En este tenor en el año de 1995 se funda la Asociación de Productores de Vinos Finos de Vale dos Vinhedos (APROVALE) con la finalidad de promover la actividad vitivinícola y la integración del enoturismo a la región, teniendo como base la noción de brindar calidad en todos los productos en donde esté presente la Indicación Geográfica, así como mejorar los mecanismos de gestión (APROVALE, 2021).

De acuerdo con APROVALE (2021), la visión que se ha tenido desde el inicio de la asociación es fomentar la promoción institucional, las investigaciones científicas, así como tener una entidad fortalecida con asociados comprometidos en el desarrollo colectivo de Vale dos Vinhedos, a partir de una consolidación económica viable y sostenible, para lo cual se han integrado vinícolas, restaurantes y agroindustrias, entre otras empresas.

Este hecho ha permitido la consolidación de la región de Vale dos Vinhedos como un referente de producción vitivinícola de América del Sur, aumentando el número de etiquetas de vinos para satisfacer la demanda nacional e internacional. Dicho aspecto está más presente en las grandes empresas vitivinícolas, puesto que han identificado nichos de mercado, las motivaciones de consumo y han trabajado en la certificación de sus procesos de calidad, como es el caso de la vinícola Miolo, que es un referente por ser una de las pocas empresas en la región con certificación ISO 22000, la cual es una norma a nivel internacional que garantiza la inocuidad de los alimentos (entrevista personal).

---

3 La Ley No. 7678 establece las características de producción y comercialización de vino y los derivados de uva y vino, integrando elementos regulatorios de libre tránsito por el país, así como la consideración de características organolépticas o sensoriales que deben cumplir los vinos brasileños a partir de evaluaciones físico-químicas. También indica la forma en que los productores de vino deben elaborar dicha bebida, considerando sus características culturales, históricas y sociales; dicho aspecto fortalece el cultivo y la producción de vino nacional. Igualmente, establece las características de etiquetado del vino (Presidencia de la República de Brasil, 1988).

Aunado a estos procesos de certificación, la vinícola Miolo ha apostado por tener una producción de vino enfocada más a la calidad, que a la cantidad del producto; es por ello que, a partir de un análisis exhaustivo de políticas públicas, de tipos de suelo, de métodos de vinificación y de variaciones climáticas, ha optado por establecer microparcelamiento de los viñedos para lograr una viticultura de precisión, en donde los lotes de producción se van seleccionando de acuerdo a las variaciones de humedad, tipo de suelo y otros factores (Miwa, 2021).

Por su parte, la vinícola Valduga, desde finales del siglo XX ha apostado por la mejora continua en los procesos de producción, siembra de vides y venta de vinos con mayor cobertura de mercado, aunado a una gran trayectoria de investigación dentro de EM-BRAPA,<sup>4</sup> lo cual le ha permitido tener una reconversión de los viñedos con una mejor uva y enfocando la producción hacia una mayor calidad (entrevista personal).

Un ejemplo paradigmático de la articulación entre los diferentes actores del territorio y del establecimiento de procesos de gobernanza en torno a la agroindustria es la construcción social y territorial de la calidad que expresan los vinos espumantes de Vale dos Vinhedos, a través de los cuales se ha desarrollado la noción de *terroir* y se ha contribuido a la mejora de la reputación de los vinos brasileños (Pereira *et al.*, 2020).

Las medianas empresas vitivinícolas han tratado de diseñar estrategias de mejora continua en la producción de vinos, así como de incorporarse a asociaciones como APROVALE para posicionar sus empresas. Estas acciones han permitido que empresas como Larentis y Pizzato incrementen, de manera paulatina, su producción vitivinícola de calidad, cumpliendo los parámetros para obtener vinos con Denominación de Origen.

Bajo esta premisa, en la actualidad, la calidad es fundamental para el éxito de las empresas (entrevista personal); por ello, las medianas empresas vitivinícolas de Vale dos Vinhedos se han esforzado por ofrecer productos con el menor de los defectos, puesto que los controles de producción y supervisión se han visto fortalecidos.

De acuerdo con Clapp y Fuchs (2009) los procesos de análisis del papel de la agroindustria en la gobernanza agroalimentaria, deben considerar aspectos instrumentales, estructurales y discursivos del poder de las organizaciones, los cuales ponen énfasis en las reglas de autorregulación de las actividades públicas y privadas, así como establecer esfuerzos en la formulación de políticas públicas y normas sociales. Para ello, la integración de las empresas familiares en los procesos socioeconómicos de Vale dos Vinhedos ha permitido una mejor estructuración de las políticas públicas, así como de los procesos de desarrollo territorial.

Con respecto a las pequeñas empresas la oferta se ha ido diversificando y se han establecido agroindustrias familiares de producción tradicional de vino en pequeña escala. En estos procesos, la percepción de calidad que tienen las pequeñas empresas vitivinícolas está enfocada en una atención personalizada, así como en elaborar vinos de gran calidad

---

4 Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria).

y personalidad única, que destaquen la pureza de la uva y la expresión del *terroir* (entrevista personal).

Aún cuando los esfuerzos de las pequeñas agroindustrias se han enfocado en diversificar su oferta vinícola, la pequeña producción no ha permitido una gran apertura de mercados, aunque resaltan como un aspecto de valor, la tradición con la que producen el vino y algunas de estas empresas han considerado generar una producción de vino tendiente a lo orgánico y la tradición, siguiendo el arraigo histórico de los inmigrantes italianos.

Considerando esta diversidad en la consolidación de distintos niveles de empresas dentro de Vale dos Vinhedos, se resalta que los procesos de gobernanza territorial han propiciado un nuevo modelo de regulación, el cual es mencionado por Mayntz (2005) haciendo hincapié en que, a partir de ello, se propicia un cambio de perspectivas de gobierno *top-down* (de arriba hacia abajo) así como *bottom-up* (de abajo hacia arriba). Estas características se visualizan en la región de Vale dos Vinhedos, puesto que el sector público y privado han establecido estrategias colaborativas para generar una mayor valorización de los productos vitivinícolas.

Los procesos participativos en las asociaciones vitivinícolas han propiciado que este tipo de perspectivas engloben a diversos actores sociales, agroindustrias, empresas de hospedaje y restauración, así como agencias de viajes y el desarrollo inmobiliario. Con base en ello, se ha establecido una integración equitativa entre perspectivas *top-down* y *bottom-down*, puesto que las decisiones legales y administrativas de Vale dos Vinhedos está representada por estos actores locales, los cuales han establecido mecanismos de desarrollo territorial para que la región sea reconocida a gran escala.

Lo anterior ha hecho posible que se fortalezca el mercado interno y el consumo de vino brasileño, aunque también algunas empresas de esta región han optado por exportar su producto. Esto ha sido posible debido a la coordinación con dependencias como el Instituto Brasileño del Vino (IBRAVIN) y la Unión Brasileña de Vitivinicultura (UVIBRA), quienes han apoyado en procesos de asesoría para la exportación de vino, puesto que exportar vino brasileño es difícil por diversos aspectos de índole legal. Actualmente, el vino brasileño tiene presencia en más de 17 países.

Este aspecto es constatado por Monticelli *et al.* (2016) quienes mencionan que, si bien Brasil es un país cuya comercialización de vinos se realiza mayormente a nivel nacional, en los últimos años la región ha tenido una internacionalización, puesto que sus productos están siendo importados a países como Chile, Argentina, Portugal e Italia.

Los procesos de gobernanza en la región de Vale dos Vinhedos no solo han reforzado aspectos legales, políticos y sociales en torno a la vitivinicultura, sino que también han permitido que se detonen actividades complementarias que han fortalecido la economía local. Un ejemplo de ello es el enoturismo, que se ha ido incorporando y profesionalizando a partir de la década de 1990.

## Desarrollo turístico

Las estrategias de valorización del vino que se han desarrollado a partir de los procesos de gobernanza en la región de Vale dos Vinhedos, han jugado un papel relevante en el desarrollo socioeconómico del territorio, generando con ello procesos de articulación de esfuerzos mediante redes para fortalecer tanto al sector vitivinícola como al turístico.

Un ejemplo de esta consolidación de la agroindustria vitivinícola es la incorporación de la actividad turística como un mecanismo de promoción del territorio (Tabla 3). De esta forma, las vinícolas de la región han visto al turismo como una alternativa de comercialización y difusión de la cultura enológica. Aunque este proceso de tercerización económica ha sido gradual, también ha hecho que Vale dos Vinhedos se vaya posicionando como un referente turístico a nivel nacional.

**Tabla 3.** Articulación del sector vitivinícola y turístico

*Table 3. Articulation of the wine and tourism sector*

| Vinícola         | Inicio de operaciones | Incorporación del turismo | Pertenencia a alguna asociación  |
|------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------------|
| Valduga          | 1976                  | 1990                      | Miembro fundador de APROVALE     |
| Miolo            | 1897                  | 2000                      | Miembro fundador de APROVALE     |
| Larentis         | 2000                  | 2002                      | Miembro de APROVALE              |
| Pizzato          | 1999                  | 2002                      | Miembro de APROVALE y de SEBRAE* |
| Videiras Carraro | 2016                  | 2016                      | Ninguna                          |
| Lidio Carraro    | 2001                  | 2004                      | Miembro de APROVALE              |

\*SEBRAE: Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas. Fuente: elaboración propia en base a entrevistas. \*SEBRAE: Brazilian Micro and Small Business Support Service. Source: own elaboration based on interviews.

Un elemento que ha permitido la consolidación del turismo es que desde las políticas públicas se ha optado por una apertura internacional que “con el proceso de liberación de documentos internacionales como la visa, la llegada de turistas extranjeros aumentó en la región considerablemente” (entrevista personal). Las bodegas entrevistadas coinciden en que aun cuando la mayor parte de personas que visita Vale dos Vinhedos son turistas nacionales, ha habido un aumento de visitas internacionales de turistas provenientes de países como Estados Unidos, Italia, Alemania, Argentina, Paraguay y Marruecos.

Estos procesos de turistificación de Vale dos Vinhedos ha sido también un mecanismo de valorización del vino como un alimento tradicional, y como un elemento distintivo de la región debido a su alto arraigo cultural. Estos aspectos han permitido que las actividades que giran en torno a la producción de vino no se centren únicamente en su elaboración, sino en la incorporación de experiencias enológicas.

En este sentido, el primer complejo turístico de Brasil inserto en el espacio vitivinícola fue Casa Valduga, en donde se inician los recorridos guiados de forma incipiente en la década de 1990 como actividad complementaria que permitía mayor reconocimiento de sus vinos (entrevista personal). Este hecho ha generado que las vinícolas de la región se capaciten de forma constante en temas de enología, servicios, formación de sommeliers y procesos administrativos tanto a nivel nacional como internacional.

Gereffi *et al.* (2005), indican que esos mecanismos de coordinación son explícitos y permiten contrastar las relaciones generadas a partir de redes de trabajo, las cuales pueden ser impulsadas por los productores, o generando redes de impulso en las organizaciones industriales.

Los procesos de vinculación turística con el territorio han generado puntos de observación, que deberán tomarse en cuenta a partir de procesos de gestión entre la iniciativa privada y los gobiernos locales, estatal y federal puesto que, de acuerdo con Gabardo y Valduga (2019), el crecimiento turístico en la zona representa también amenazas al paisaje debido a la especulación inmobiliaria y ocupaciones irregulares de las poblaciones marginales.

Es por ello que Humphrey y Schmitz (2001) establecen que existen implicaciones en el desarrollo de una gobernanza adecuada en los territorios. Ello es, debido a que no solamente se conjugan aspectos normativos, sino sociales, económicos y políticos que influyen en la planificación de los territorios, y en el caso vitivinícola, representan una influencia en la valorización del vino.

Humphrey y Schmitz (2001) indican que estos procesos de gobernanza, han ido en aumento a nivel global en diversas regiones y actividades, permitiendo que se originen cambios comerciales tanto en países desarrollados como emergentes; es por ello que las marcas juegan un papel cada vez más importante en las estrategias empresariales enfocadas hacia el consumidor, modificando sus modelos de negocio.

Este aspecto ha repercutido de forma positiva en la integración de actividades ofrecidas al turista dentro de las vinícolas, incorporando maridajes, catas de vino, pic-nic en los viñedos, visitas guiadas, armonizaciones con quesos y embutidos, desarrollo de exposiciones y eventos artísticos, así como el diseño de recorridos agroturísticos en donde el turista pueda podar las vides y coleccionar uvas. Estos procesos de diversificación en las actividades turísticas, han hecho que las vinícolas atraigan más turistas a la región.

Aun cuando este fenómeno social de turistificación se está presenciando en Vale dos Vinhedos, existen posturas encontradas entre las vinícolas de la región, puesto que están aquellas que prefieren un turismo masificado y, por otra parte, las que han optado por recibir grupos más pequeños para brindar una atención de calidad y así tener turistas que aprecien más la cultura del vino.

Aunado a ello, las grandes empresas vitivinícolas han optado, con base en la identificación de los segmentos de mercado de los turistas, profundizar las acciones comerciales no solamente en las empresas, sino que han identificado otros puntos turísticos de Brasil con la finalidad de comercializar el producto y establecer acciones de marketing para atraer a más turistas a la región productora.

Existen planes para seguir consolidando la industria vitivinícola, tomando en cuenta las formas de consumo de los turistas, puesto que algunas de las empresas tienen planes de abrir salas de vino especializadas, en donde la oferta vinícola será únicamente de una variedad para que los turistas y consumidores de vino puedan hacer análisis comparativos entre vinos del mismo tipo. Este hecho marca una pauta en cómo la industria vitivinícola brasileña ha tomado en cuenta los mecanismos de investigación y fortalecido dichos resultados en una mejora constante.

Otro hecho identificado es que, tanto en las pequeñas empresas vitivinícolas, como en las grandes, la especialización entre los trabajadores ha sido constante. Resultado de ello es que con el paso del tiempo, cada vez existen más enólogos enfocados en los procesos productivos, así como sommeliers que brindan una información más precisa sobre los tipos de vino a los turistas, y hacen que la experiencia en la visita sea cada vez mejor.

Con base en estos resultados, es posible hacer un análisis sobre la importancia de los procesos de gobernanza en los territorios. En el caso brasileño de Vale dos Vinhedos, estas acciones han estado ligadas estrechamente a la configuración socioeconómica y cultural de la región, de tal forma que tanto en los vínculos sociales, políticos y comerciales, las empresas, así como los organismos públicos y las asociaciones independientes, han jugado un papel relevante. Estas características se visualizan también en el desarrollo turístico de la zona, haciendo el consumo de vino cada vez más rentable.

Glückler *et al.* (2019) hacen hincapié en que si la gobernanza está enfocada a establecer una coordinación intencionada de acción colectiva, tanto de colectivos como actores independientes, se debe incorporar forzosamente el concepto de redes, puesto que permite comprender cómo funciona la coordinación real propiciada por las personas, quienes crean y mantienen estos lazos mediante el intercambio de información, aprendizaje, ayuda mutua, trabajo en conjunto y la negociación de decisiones adecuadas.

## Conclusiones

Los procesos de gobernanza en las agroindustrias vitivinícolas conllevan una tarea compleja, puesto que se debe estimular el asociativismo entre diversos actores sociales con la finalidad de establecer un modelo de gestión del territorio, así como de innovación y protección de los productos agroalimentarios. En el caso de Vale dos Vinhedos, la aplicación de estos mecanismos ha conducido al desarrollo de un modelo de gestión enoturística en pequeña escala y orientado a exaltar los atributos del terruño. Es posible inferir que las estrategias de gobernanza orientan una visión del territorio que conjuga aspectos biológicos, culturales, económicos y etnológicos, a través de los cuales se proyecta una imagen hacia los mercados turísticos y de consumidores de vino.

Al ser una región con Indicación Geográfica, la articulación de los actores sociales, las dependencias y los esfuerzos de las mismas deben enfocarse en consolidar una oferta nacional e internacional cuya finalidad sea orientar acciones en beneficio de la agroindustria vitivinícola y el desarrollo territorial. Es por ello que estos procesos deberían incorporar a la totalidad de las empresas vitivinícolas para disminuir las desigualdades entre las mismas, de acuerdo al tamaño de mercado que tengan.

Con base en ello, las iniciativas que surjan a partir de la identificación de necesidades empresariales, de los consumidores y del territorio, tendrán un papel importante en la generación de sinergias para transitar hacia el desarrollo territorial bajo principios de sustentabilidad, sin afectar los recursos naturales y culturales de la región.

Al ser la gobernanza un proceso social, queda en evidencia que aún con los esfuerzos que se han realizado en la región de Vale dos Vinhedos, siguen estando presentes procesos competitivos entre las alianzas intermunicipales y empresariales, que derivan en un individualismo. Este hecho hace que el diseño y promoción de las políticas públicas no incorporen totalmente estos procesos de asociativismo entre los municipios que integran la región vitivinícola.

Un reto que presenta esta zona productora de vino, es que a partir del consumo cada vez más globalizado, los procesos de producción y comercialización se están tornando masivos, situación que puede afectar el paisaje y el entorno, al expandirse la zona urbana hacia el contexto rural y, con ello, la construcción de más zonas residenciales que afecten la esencia histórica, cultural y social. Con base en ello, se tendrán que diseñar nuevas líneas de estudio que identifiquen los procesos de desarrollo territorial y las nuevas relaciones urbano-rurales que han surgido en este caso de estudio.

### **Agradecimientos**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), México. A la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad de Caxias do Sul. A los dueños y encargados de las vinícolas Valduga, Miolo, Pizzato, Larentis, Lidio Carraro y Videiras Carraro por su disposición para el desarrollo de las entrevistas.

### **Bibliografía**

- APROVALE (2021). *Vale dos Vinhedos*. Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos APROVALE. Em <https://www.valedosvinhedos.com.br/> (consultado 22/07/2022).
- Baratieri, Fontes, R. (2010). “O turismo e a produção de vinhos finos na região de São Joaquim (SC): Notas preliminares”. Em *Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul, 9 y 10 de julio de 2010.
- César, P.A.B. (2019). “Procesos de transformaciones territoriales del Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – Brasil”. *Estudios y perspectivas en turismo* 28(2019): 354-371.
- Clapp, J. y Fuchs, D. (2009). “Agrifood corporations, global governance and sustainability: A framework for analysis”. En Clapp, J. y Fuchs, D. *Corporate Power in Global Agrifood Governance*. Londres, MIT Press: 1-25. DOI <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262012751.003.0001>
- De Oliveira, A.; De Barros, L.; Carvalho, D. y Lopes, M. (2019). “Behind the Wine Glass: Values that Guide Consumption in Minas Gerais – Brazil”. *British Food Journal* 121(10): 2477-2489.

- EMBRAPA (2013). *O regulamento de uso da denominação de origem Vale dos Vinhedos. Vinhos finos, tranquilos e espumantes*. Brasília, Embrapa Uva e Vinho.
- Falcade, I. (2011). *A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo do Sul (Brasil)*. Tesis de doctorado. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Gabardo, W. y Valduga, V. (2019). “Los sistemas culturales y el paisaje del viñedo brasileño. Recursos para el enoturismo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 28(3): 759-779.
- García-Rodea, L.; Thomé-Ortiz, H.; Espinoza-Ortega, A. y César, P.A. (2022). “Viculture and Tourism in the New World of Wine: a literature review from the American continent”. *Wine Economics and Policy* 11(1): 127-140.
- Gereffi, G.; Humphrey, J. y Sturgeon, T. (2005). “The Governance of Global Value Chains”. *Review of International Political Economy* 12(1): 78-104. DOI <https://doi.org/10.1080/09692290500049805>
- Glückler, J.; Rehner, J. y Handke, M. (2019). “Gobernanza, redes y territorio”. *Revista de Geografía Norte Grande* 74: 5-20. DOI <https://doi.org/10.4067/s0718-34022019000300005>
- Gwynne, R. (2006). “Governance and the Wine Commodity Chain: Upstream and Downstream Strategies in New Zealand and Chilean wine firms”. *Asia Pacific Viewpoint* 47(3): 181-195. DOI <https://doi.org/10.1111/j.1467-8373.2006.00321.x>
- Humphrey, J. y Schmitz, H. (2001). “Governance in Global Value Chains”. *IDS Bulletin* 32(3): 19-29. DOI <https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2001.mp32003003.x>
- Mayntz, R. (2005). “Nuevos desafíos de la teoría de la gobernanza”. En Cerrillo, A. *La Gobernanza hoy: 10 textos de referencia*. Madrid, Instituto Nacional de Administración Pública: 83-98.
- Miwa, M. (2021). “A aposta da vinícola Miolo no ‘menos é mais’”. *Neofeed*. En <https://neofeed.com.br/blog/home/a-aposta-da-vinicola-miolo-no-menos-e-mais/> (consultado 22/07/2022).
- Monticelli, J.; Lapuente, I. y Vasconcellos, S. (2016). “Coopetition and Institutions: A Strategy for Brazilian Wineries Facing Internationalization”. *International Journal of Wine Business Research* 30(1): 74-95. DOI <https://doi.org/10.1108/ijwbr-08-2016-0028>
- Pereira, G.; Zanús, M.; Ribeiro, L.; dos Santos, M. y Peregrino, I. (2020). “Panorama da produção e mercado nacional de vinhos espumantes”. *Informe Agropecuario. Produção de Vinhos Espumantes na Serra da Mantiqueira* 41(310): 7-18.
- Presidencia de la República de Brasil (2014). “Lei No. 12959, de 19 de março de 2014”. Brasília, Subchefia para Assuntos Jurídicos.
- \_\_\_\_\_. (2004). “Lei No. 10970, de 12 de novembro de 2004”. Brasília, Subchefia para Assuntos Jurídicos.

- \_\_\_\_\_. (1988). “Lei No. 7678, de 8 de novembro de 1988”. Brasília, Subchefia para Assuntos Jurídicos.
- Sánchez, J.; Climent, E.; Ramírez, S.; Rodero, V.; Loscertales, B. y del Canto, C. (2017). “Clasificación de las Denominaciones de Origen vinícolas en la tipología de los mundos de producción: una aplicación al caso español”. *Cuadernos Geográficos* 56(2): 263-282.
- Sousa, C.; Mesquita, D.; de Souza, F.; Moraes, J. y Corrêa, J. (2013). “Processo de Desenvolvimento do Vale dos Vinhedos”. *Gestão e Tecnologia para a competitividade*: 1-15.
- Stake, R. (2000). “Case studies”. En Denzin, N. y Lincoln, Y. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, SAGE Publications.
- Watanabe, K.; Wever, M.; Rinaldi, R., y Cheron, C. (2016). “Análise da escolha das estruturas de governança em vinícolas brasileiras – estudos de casos em 3 vinícolas”. *RAUSP Management Journal* 51(1): 20-35.
- Wurz, D.; Pereira, B.; Allebrandt, R.; Bonin, B.; Dalmolin, L., Canossa, A.; Rufato, L. y Kretzschmar, A. (2017). “New Wine-Growing Regions of Brazil and their Importance in the Evolution of Brazilian wine”. *Bio Web of Conferences* 9. 40<sup>th</sup> World Congress of Vine and Wine. DOI <https://doi.org/10.1051/bioconf/20170901025>