

24 - 26 | Noviembre 2021 | Madrid
XLVI Reunión de Estudios Regionales

International Conference on Regional Science

Ciudades llenas, territorios vacíos

Universidad Autónoma de Madrid



Abstract ampliado

RESUMEN AMPLIADO

Título: Enoturismo y sostenibilidad en la Denominación de Origen Protegida (DOP) Alicante: El caso de Casa Sicilia.

Autores y e-mails de todos ellos: Marco-Lajara, Bartolomé (bartolome.marco@ua.es); Úbeda-García, Mercedes (mercedes.ubeda@ua.es), Zaragoza-Sáez, Patrocinio (patrocinio.zaragoza@ua.es); Poveda-Pareja, Esther (esther.poveda@ua.es); Martínez-Falcó, Javier (javier.falco@ua.es).

Departamento: Departamento de Organización de Empresas.

Universidad: Universidad de Alicante.

Área Temática: 4. Sostenibilidad, medio ambiente y recursos naturales.

Resumen:

El turismo constituye un sector clave a nivel nacional e internacional, con una gran variedad de tipologías entre las que destaca el enoturismo, donde se aúna la búsqueda de dos objetivos diferenciados; el turismo y la producción de vino. Resulta innegable que el sector del vino es uno de los principales embajadores del patrimonio cultural español, siendo el enoturismo el creador de imagen de marca a nivel regional y nacional. El enoturismo se erige como una estrategia conformada por tres ejes de desarrollo: el área geográfica donde se desarrolla (*terroir*), la producción y comercialización del vino en dicha área y la promoción de las bodegas adheridas a esta actividad. A estos tres ejes principales, podríamos añadir un cuarto, la sostenibilidad, dado que determinadas acciones vinculadas con este tipo de turismo, como la creación de las Rutas del Vino, favorecen el progreso socioeconómico de las zonas donde se desarrollan (O'Neill et al., 2002), habitualmente zonas rurales. En este sentido, un caso paradigmático de éxito es el de la provincia de Alicante, articulada a través de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Alicante.

La conceptualización del enoturismo se ha desarrollado desde muy diversas perspectivas, entre las que destacan las que consideran la diferenciación entre enoturismo y enoturismo gastronómico (Medina y Tresserras, 2008). Mientras que la primera centra la atención en el producto vitivinícola, la segunda se centra en la experiencia gastronómica, utilizando el vino como elemento de esta experiencia, aunque es ampliamente reconocido que la gastronomía suele estar directamente vinculada al enoturismo, siendo la principal diferenciación el foco y la intensidad del objetivo (Medina y Terrasserras, 2008).

En este sentido, un caso a destacar es el del clúster enoturístico de Alicante, articulado a través de la DOP Alicante, por ser una de las zonas con mayor tradición en el cultivo y producción de viñedos. La decisión de utilizar el concepto de clúster vitivinícola para



investigar la relación entre la industria del vino y el turismo en esta investigación viene motivada por dos razones principales para autores como McRae-Williams (2005). En primer lugar, las regiones turísticas y vitivinícolas pueden considerarse clústeres o aglomeraciones empresariales que favorecen y posibilitan las actividades turísticas y vitivinícolas.

En segundo lugar, las regiones vitivinícolas suelen coincidir con las regiones enoturísticas en un sentido espacial y perceptivo. Por estas razones, el concepto de clústeres y su enfoque espacial constituyen una combinación conveniente para el desarrollo del vino y el turismo; dos industrias que se basan en la ubicación y la ventaja natural para asentarse y crecer en una región determinada. De hecho, Alpízar (2011) define las rutas del vino como "agrupaciones de actividades y atractivos que fomentan la cooperación entre diferentes áreas y servicios para estimular el desarrollo económico a través del turismo". La aglomeración de empresas vitivinícolas puede demostrarse perfectamente en la provincia de Alicante (ver Figura 2), siendo uno de los diez primeros destinos de España para este tipo de turismo (ver Figura 3).

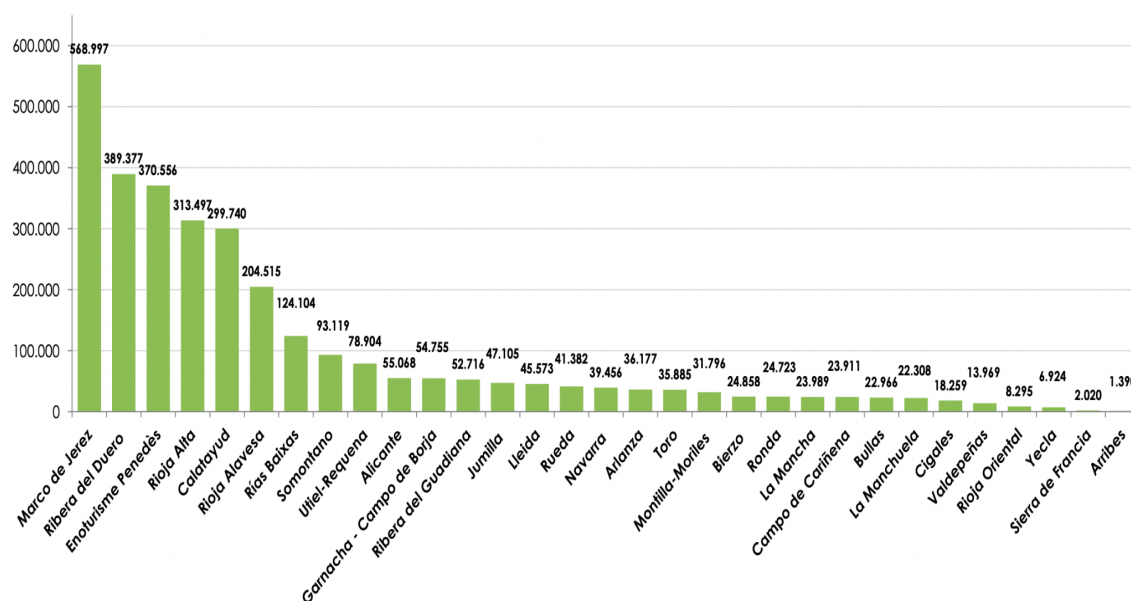
Figura 2. Mapa de las ciudades que conforman el clúster enoturístico de Alicante



Fuente: Enoturismo Comunidad Valenciana (2021)



Figura 3. Los diez destinos de enoturismo más visitados (número de visitantes)



Fuente: Enoturismo Comunidad Valenciana (2021)

La DOP Alicante es la única DOP de España que no tiene objetivos de promoción internacional, dirigiendo el 75% de sus ventas al mercado nacional para impulsar así el desarrollo territorial. Asimismo, Alicante cuenta en la actualidad con la mayor superficie de viñedo ecológico de la comunidad autónoma a la que pertenece (la Comunidad Valenciana), así como una de las mayores de la Península Ibérica. Dado el reconocido potencial del enoturismo como herramienta de desarrollo sostenible en las regiones donde se desarrolla, así como su importancia relativa para la provincia, nuestro objetivo es poder analizar en qué medida las bodegas pertenecientes a la DOP Alicante ponen en práctica el enoturismo respetando las condiciones sociales, ambientales y económicas del entorno. Siguiendo esta línea, García-Casarejos et al. (2018) demostraron que el enoturismo puede actuar como una alternativa turística sostenible al turismo de masas, siendo capaz de respetar el patrimonio natural y cultural, así como la comunidad local, a través de las continuas relaciones entre las instituciones públicas y el sector privado, provocando el desarrollo de mayores niveles de bienestar y la reducción de las tradicionales externalidades negativas vinculadas al turismo.

Para ello, realizamos una investigación exploratoria a través del estudio de una de las bodegas más importantes de la DOP Alicante: Bodegas Casa Sicilia S.L. Para el caso español, existen diferentes investigaciones que abordan los clústeres de enoturismo a través de estudios de caso como el de Canarias (Moreira-Gregori y Guedes-Pérez, 2016), La Rioja (Díez-Fernández, 2015) o Ribera del Duero (Amate-García, 2019). Con el fin de adquirir la mayor cantidad de información disponible, hemos combinado tanto fuentes de información de datos primarios como secundarios. En este sentido, hemos realizado una entrevista personal a una de las responsables de enoturismo de Casa Sicilia, Begoña Hernández Agustí. La entrevista se estructuró en tres apartados: uno centrado en el nivel de relevancia del enoturismo para la bodega, otro relacionado con

24 - 26 | Noviembre 2021 | Madrid
XLVI Reunión de Estudios Regionales

International Conference on Regional Science

Ciudades llenas, territorios vacíos

Universidad Autónoma de Madrid



los aspectos generales de la sostenibilidad y un tercero que incluía preguntas relacionadas con la dimensión económica, social y medioambiental del enoturismo.

En cuanto a los resultados y las conclusiones extraídas de cada uno de los apartados, podemos señalar que, por un lado, la actividad enoturística es de gran importancia para Casa Sicilia, ya que ha contribuido a paliar los efectos del COVID-19. Asimismo, esta actividad contribuye a contrarrestar los efectos negativos del turismo de masas en Alicante, diversificando el territorio en cuanto a sectores. Concretamente, Begoña Hernández afirma que:

"Creo que la gente se está dando cuenta de que Alicante no es sólo sol y playa. Alicante es mucho más que eso".

"Alicante es la tercera provincia más montañosa de España, tiene un interior maravilloso y mucha oferta cultural como la ruta de los castillos".

"Cultural y gastronómicamente es una provincia muy rica".

Al mismo tiempo, la oferta de servicios gastronómicos complementarios favorece la atracción de un mayor número de turistas, en línea con Medina y Terrasserras (2008) en cuyo trabajo se consideraron las sinergias entre ambas actividades.

Por otro lado, en cuanto a la vinculación del enoturismo con la sostenibilidad de Casa Sicilia, es importante destacar que, desde la dimensión económica, la actividad enoturística favorece el apoyo mutuo entre las empresas de la zona y mejora el bienestar económico de la sociedad en la que se desarrolla la actividad. Esta conclusión coincide con la ofrecida por Cornejo y Quintero (2016) quienes demuestran la capacidad de la ruta del vino del Valle de Guadalupe de generar empleo y favorecer la creación de nuevas empresas, promoviendo así el desarrollo económico de la región. Desde la dimensión social, existe un alto nivel de conciencia ambiental entre los empleados, que se transmite a los turistas que acuden a la bodega:

"Desde el minuto cero explicamos que el viñedo es ecológico desde hace 8 años".

Al mismo tiempo, la actividad enoturística potencia el turismo cultural de las localidades cercanas, promueve la historia y la cultura local y apoya el desarrollo de las fiestas locales:

"La bodega colabora mucho con el turismo de Novelda y en las fiestas se hacen menús con comida local. Cuando llega la vendimia este año han regalado un racimo de uvas a cada visitante de la bodega".

También colaboran con la Universidad de Valencia (UV) y la Universidad Miguel Hernández (UMH), teniendo su propia cátedra con esta última universidad; Cátedra Casa Cesilia de Enoturismo. Por último, desde el punto de vista medioambiental llevan a cabo diversas acciones encaminadas al ahorro energético y a la correcta gestión de los residuos que se generan:



"Hay un control exhaustivo de la luz utilizada, apagando las luces cuando no son necesarias [...] De hecho, tenemos bombillas de bajo consumo [...] También nos gusta aprovechar los espacios abiertos de la bodega, aprovechando la luz natural"

Por lo tanto, a través de este estudio de caso hemos podido percibir la capacidad de generar un impacto positivo en la dimensión económica, social y medioambiental a través del enoturismo, lo que sienta un precedente para ampliar la investigación a un estudio de casos múltiples.

Palabras Clave: enoturismo, sostenibilidad, bodegas, Alicante.

Clasificación JEL: Q01, Q56, L83, L66.

Referencias:

Alpízar, V. (2011). *Desarrollo de un producto innovador para el turismo enológico: la Ruta del vino en el estado de Querétaro*. Doctoral dissertation, Instituto Politécnico Nacional de México.

Amate-García, L. (2019). *Enoturismo en la DO Ribera del Duero. Estudio de caso: bodegas y viñedos Pradorey*. Trabajo Final de Grado, Universidad de Valladolid.

Cornejo, R. E. Z., y Quintero, R. V. B. (2016). Importancia del enoturismo en el desarrollo regional de Valle de Guadalupe. *EXAMEN DE TENDENCIAS DEL TURISMO EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI*, 87.

Díez-Fernández, L. (2015). *El enoturismo en España: análisis de un estudio de caso en La Rioja*. Trabajo Final de Grado, Universidad de Valladolid.

Enoturismo Comunidad Valenciana. Extraído el 17 de Septiembre de 2021 de <https://enoturismo.comunitatvalenciana.com/recursos/ruta-del-vino-alicante>

García-Casarejos, N., Gargallo, P., y Cabanes, B. (2018). *Un marco teórico para delimitar el concepto de enoturismo sostenible desde un enfoque multi-nivel*. In E3S Web of Conferences. EDP Sciences

McRae-Williams, P. (2005). *Wine and regional tourism: cluster complementarity and regional development*. Doctoral dissertation, University of Ballarat.

Medina, F. X., y Tresserras, J. (2008). Turismo enológico y rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: DO Penedès, DO Priorat y DO Montsant. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 493-509.

Moreira-Gregori, P., y Guedes-Pérez, E. (2016). Enoturismo en un destino del sol y playa: El caso de la bodega las tirajanas de Gran Canaria-España. *International journal of scientific management and tourism*, 2(3), 205-224.

O'Neill, M., Palmer, A., y Charters, S. (2002). Wine production as a service experience—the effects of service quality on wine sales. *Journal of Services Marketing*, 16(4), 5-19.