

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Enoturismo en Tenerife: el caso de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo

Wine tourism in Tenerife: the case of the Designation of Origin Tacoronte-Acentejo

Autora: D^a Hillary Rivero de la Rosa

Tutor: D. Héctor Eutimio Hernández Arocha

Grado en Turismo

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2019 / 2020

Convocatoria de septiembre

San Cristóbal de La Laguna a 15/09/2020

C. Padre Herrera S/N
38207 La Laguna
Santa Cruz de Tenerife, España
Teléfono: 900 432 526
Web: www.ull.es

Resumen

Tenerife es una de las ocho islas del archipiélago canario y es conocida mundialmente como un destino turístico de sol y playa. Sin embargo, en este trabajo se mostrará que esta isla tiene mucho más que ofrecer a sus visitantes tomando como ejemplo su gastronomía y sus vinos. Este trabajo tiene como objetivo destacar el valor turístico de los vinos con Denominación de Origen de la isla, especialmente los vinos de la comarca Tacoronte-Acentejo. Para ello, se analiza la situación del turismo en la isla y, a continuación, se define brevemente cada Denominación de Origen. Para luego centrar la atención en las bodegas de Tacoronte-Acentejo. Para la elaboración de este trabajo se ha revisado críticamente la bibliografía y se ha contactado con diversas bodegas para extraer información relevante. A estos datos se suma la entrevista concedida por el presidente del Consejo Regulador de la D.O. Tacoronte-Acentejo y gerente de Bodega Presas Ocampo. Finalmente, se hace una pequeña reflexión sobre el enoturismo en la isla y se mencionan algunas propuestas.

Palabras clave: enoturismo, Denominación de Origen, Tacoronte-Acentejo, Tenerife

Abstract

Tenerife is one of the eight islands of the Canary Islands archipelago and is known worldwide as sun and beach tourist destination. However, this island has much more to offer its visitors, such as its gastronomy and its wines. The goal of this research project is to highlight the touristic value of the wines with Protected Designation of Origin (P.D.O.) produced on the island, especially the wines from the Tacoronte-Acentejo region. To do this, the situation of tourism on the island is analysed, and then each Designation of Origin is briefly defined. Later attention will be focused on the Tacoronte-Acentejo wineries. For the elaboration of this survey, extensive literature has been critically reviewed and various wineries have been contacted to obtain a deeper insight into this domain. In addition, as the president of the Regulatory Council of the P.D.O. Tacoronte-Acentejo as well as the manager of Presas Ocampo winery acceded to be interviewed, their stances are incorporated into the analysis. Finally, there is a brief reflection on wine tourism on the island and some proposals are mentioned.

Key words: wine tourism, Designation of Origin, Tacoronte-Acentejo, Tenerife

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO TEÓRICO	2
3. SITUACIÓN “ACTUAL” DEL TURISMO EN TENERIFE	3
4. LAS CINCO DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS DE TENERIFE	4
4.1. Tacoronte-Acentejo	4
4.2. Ycoden-Daute-Isora	5
4.3. Abona.....	5
4.4. Valle de Güímar.....	6
4.5. Valle de La Orotava.....	6
5. EL CASO DE LA D.O. TACORONTE-ACENTEJO	6
6. BODEGA PRESAS OCAMPO	14
7. ¿CÓMO ENFOCAR EL ENOTURISMO EN LA ISLA?	15
8. CONSIDERACIONES FINALES	24
9. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	24
Listado de figuras	28
Listado de tablas.....	29
Anexos.....	31

1. INTRODUCCIÓN

Tenerife es una de las ocho islas que conforman el Archipiélago Canario. Estas islas de naturaleza volcánica, bañadas por las aguas del Océano Atlántico, gozan de una biodiversidad y paisajes únicos. En la actualidad, Canarias es un destino turístico líder a nivel mundial. La gran mayoría de los turistas que visitan las islas lo hacen por su clima y esto motiva que el propósito de este trabajo mostrar que las islas, y, en especial, Tenerife, no son solo un destino de sol y playa, sino que presentan una oferta turística mucho más amplia. La isla cuenta con acantilados, barrancos, roques, senderos, miradores, parques rurales, flora y fauna endémicas, gastronomía, vinos, etc. Y esto último será, en concreto, el tema principal de este proyecto, a saber: los vinos de Tenerife.

El Gobierno de Canarias destaca “El origen de los viñedos en Canarias se sitúa entre los siglos XIV y XV con la llegada de los conquistadores” (GdC1). Como es bien sabido, escritores tan relevantes como William Shakespeare o Walter Scott hacen referencia en algunas de sus obras a los caldos canarios y no en vano goza Canarias en la actualidad de once Denominaciones de Origen Protegidas de vinos registradas en la Unión Europea, de las cuales cinco se sitúan en Tenerife. Sin embargo, la mayoría de los turistas que visitan la isla desconocen la calidad y singularidad de sus vinos. Este problema ya ha sido alertado y radica en los puntos mencionados en la Estrategia Turística de Tenerife 2017-2020/2030, elaborada por el Cabildo Insular de Tenerife, que son:

- las escasas expectativas culinarias de los viajeros menos informados,
- el contacto limitado con la gastronomía local durante su estancia en la isla,
- la tardía, y todavía muy escasa, incorporación de la gastronomía local en las cadenas hoteleras y
- la casi inexistencia, hasta hace pocos años, de la gastronomía en el marketing promocional del destino (en Tenerife y los mercados emisores).

Por todo ello, y enfocando este estudio en los vinos de Tenerife, se hará un reconocimiento a esas cinco denominaciones de origen de la isla, para luego centrar la atención en la D.O. Tacoronte-Acentejo y algunas de sus bodegas. A continuación, se hará alguna propuesta para incentivar el consumo de vinos por parte de los visitantes, así como promocionar las visitas a las bodegas y/o la participación en actividades enoturísticas, que se centrarán en el paisaje, patrimonio y, por supuesto, la vitivinicultura.

Debido a la situación actual de pandemia producida por la COVID-19, se han presentado varios problemas respecto a la metodología a utilizar, por lo que este proyecto está basado principalmente en la bibliografía relacionada con la historia de Canarias, sus vinos, así como en diversos informes y estudios elaborados por profesionales del sector. También ha habido otra parte que podría identificarse con el trabajo de campo, como ha podido ser el contacto con los responsables de distintas bodegas a través de correo electrónico y las redes sociales y la visita a La Casa del Vino de Tenerife en El Sauzal.

Cabe resaltar la entrevista telefónica concedida por D. Esteban Reyes, gerente de Bodega Presas Ocampo y presidente del Consejo Regulador D.O. Tacoronte-Acentejo para la elaboración de este trabajo.

Con todo ello, esta investigación consta de los siguientes epígrafes: introducción, marco teórico, situación “actual” del turismo de Tenerife, las cinco denominaciones de origen de vinos de Tenerife, el caso de la D.O. Tacoronte-Acentejo, bodega Presas Ocampo, cómo enfocar el enoturismo en la isla, consideraciones finales, referencias bibliográficas y webgrafía.

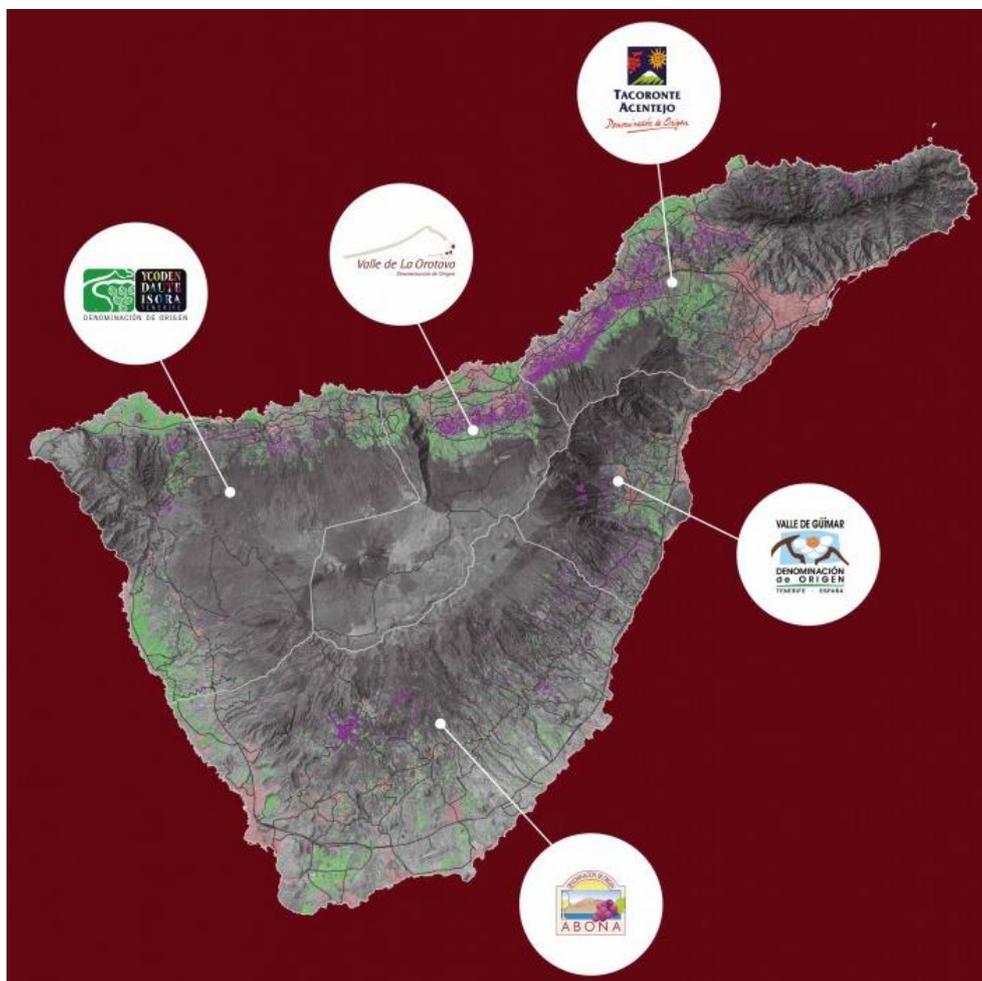


Figura 1. Mapa de Tenerife delimitando las Denominaciones de Origen de la isla.

Fuente: La Casa del Vino de Tenerife (<https://www.casadelvinotenerife.com/qr/denominaciones-de-origen-y-bodegas-comarcales/>)

2. MARCO TEÓRICO

Siguiendo a Hall (1996: 2) el enoturismo se puede definir como la visita a viñedos, bodegas, festivales y espectáculos de vino en los que la cata de vino de uva y/o experimentar los atributos de una región vitivinícola son los factores principales de motivación para los visitantes.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019), el enoturismo es un subtipo del turismo gastronómico, se refiere al turismo cuya motivación es visitar viñedos y bodegas, realizar catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en el lugar en que se produce o en sus cercanías.

En estos últimos años, se ha detectado un creciente auge en el turismo gastronómico y el enoturismo. Tras analizar el II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España que

realizó DINAMIZA Asesores (2017), cabe resaltar los siguientes datos referentes al perfil del turista internacional que visita España con la intención de disfrutar de la gastronomía y de los vinos:

- Desde la Asociación Española de Enoturismo y Gastronomía (AEETG) han informado de un aumento del 20% del turismo internacional interesado en vino y gastronomía.
- El nivel económico de este tipo de turista suele ser alto o muy alto.
- Normalmente se trata de un cliente que busca experiencias auténticas y de calidad.
- Este tipo de viajeros viene a España prácticamente durante todo el año.
- Últimamente España es el primer destino elegido para el turismo del vino y la gastronomía por parte del turista internacional.

Con todas estas conclusiones, se puede deducir que Tenerife podría llegar a ser un destino gastronómico competitivo (incluyendo aquí el enoturismo). Hasta ahora, al turista se le han ofrecido productos repetitivos y estables (destino de sol y playa), mostrando con ello una imagen rígida, indiferenciada y limitada. Esta imagen de homogeneidad en ocasiones no atrae a los turistas ni satisface sus necesidades. Los destinos turísticos han estado habitualmente conceptualizados desde el lado de la oferta, esto es, los turoperadores recogen toda la variedad de productos del destino y la “empaquetan” para poder gestionarlo y venderlo. Este paquete rígido oculta las diferencias y riquezas del destino, es decir, la gran oferta que no se vende. Todo ello ha traído la consecuente reacción de la demanda, que ya no busca la estandarización, sino que opta por la identidad y la autenticidad del destino.

Promoviendo el enoturismo, no se favorecería solo al sector del turismo, atrayendo así a turistas de calidad, sino que se apoyaría al sector primario, muchas veces olvidado. Es una forma de viajar sostenible y enriquecedora de la que tanto viajeros como locales salen beneficiados.

3. SITUACIÓN “ACTUAL” DEL TURISMO EN TENERIFE

En este apartado se analizará la situación del turismo en la isla antes de la llegada de la COVID-19, ya que los datos de estos últimos meses en cuanto al turismo han sido inexistentes debido al cierre de las fronteras determinado por el Estado de Alarma.

Las Islas Canarias son un destino turístico consolidado a nivel mundial. Según los datos provisionales recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2020), Canarias recibió 13,1 millones de turistas en el año 2019. Reino Unido fue el principal país de origen (con el 37,1% del total), seguido de Alemania (19,1%).

El turismo es el motor de la economía del archipiélago. El Estudio de Impacto Económico del Turismo (IMPACTUR Canarias, 2018) constata que el turismo contribuye al 35% del PIB y genera el 40,4% del total del empleo en Canarias. En cifras, esto es, 16.099 millones de euros y 343.899 puestos de trabajos. El clima, la seguridad y la singularidad de las ocho Islas Canarias es lo que desencadena el alcance de estas extraordinarias cifras.

No obstante, el turista relaciona las islas con un destino de sol y playa. Algunos curiosos sí llegan, investigan y descubren que hay mucho más, y otros, por el contrario, regresan a su lugar de residencia ignorando todo lo que Tenerife les podía haber brindado. En el caso del enoturismo,

cabe mencionar que los vinos canarios poseen varias distinciones y premios y son muy pocos los viajeros que conocen esta información. Solamente Tenerife goza de cinco Denominaciones de Origen de vinos. Sin embargo, en un estudio sobre el perfil del turista que visita Tenerife (Turismo de Islas Canarias. Marketing for Canary Islands, 2019) se confirma que tan solo un 24% del turismo total viaja a la isla por su gastronomía (entendiéndose el turismo de vinos parte del turismo gastronómico). La población local sí valora y aprecia los vinos canarios, pero los turistas desconocen el reconocimiento y prestigio que poseen estos caldos. Y es en este desconocimiento donde radica el problema.

En la Estrategia Turística de Tenerife 2017-2020/2030 (Área de Turismo del Cabildo Insular de Tenerife con la colaboración de otras entidades, 2017) se habla de que los vinos tinerfeños tienen propiedades sensoriales únicas, ya que la viña se cultiva en suelos volcánicos. Además, hay una gran pluralidad varietal. Las Islas Afortunadas son una de las cuatro regiones del mundo libre de la filoxera (parásito de la vid), por lo que las vides en Tenerife crecen sobre su propia raíz (pie). Como consecuencia, los vinos de la isla son únicos y extraordinarios.

4. LAS CINCO DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS DE TENERIFE

Hoy en día, Tenerife cuenta con cinco denominaciones de origen: Abona, Tacoronte-Acentejo, Ycoden-Daute-Isora, Valle de Güímar y Valle de la Orotava. Asimismo, Canarias posee 80 variedades de vides, la mayoría endémicas (www.canarywine.com). Si a esto se suma el cultivo de la vid en suelo volcánico y la inexistencia de la filoxera en el archipiélago, el resultado es un vino exclusivo e inimitable. A continuación, se hará una breve descripción de cada Denominación de Origen junto con una imagen del signo distintivo de origen de cada denominación, etiqueta que garantiza la calidad y autenticidad del producto.

4.1. Tacoronte-Acentejo



Figura 2. Imagen distintiva de la D.O. Tacoronte-Acentejo.

Fuente: <http://tacovin.com/>

Hace ya más de 28 años, en enero de 1992, se reconoce la D.O. “Tacoronte-Acentejo”.

Esta Denominación comprende los siguientes municipios de la región noreste de la isla: Santa Cruz de Tenerife, San Cristóbal de La Laguna, El Rosario, Tegueste, Tacoronte, El Sauzal, La Matanza de Acentejo, La Victoria de Acentejo y Santa Úrsula.

Según los datos extraídos de la propia página web (T-A), cuentan con 35 bodegas embotelladoras y 1108 viticultores. Sus viñedos están situados entre los 100 y los 1000 metros de altitud sobre el

nivel del mar. Asimismo, en esta comarca se concentra el 20% de la superficie vitivinícola del archipiélago canario.

4.2. Ycoden-Daute-Isora



Figura 3. Imagen distintiva de la D.O. Ycoden- Daute-Isora.

Fuente: <http://ycoden.com/>

Dos años más tarde, en febrero de 1994, se otorga a los caldos tinerfeños otra distinción: la D.O. “Ycoden-Daute-Isora”.

Abarca los municipios de San Juan de la Rambla, La Guancha, Icod de los Vinos, Garachico, Los Silos, Buenavista del Norte, El Tanque, Santiago del Teide y Guía de Isora. Simboliza la unión geográfica entre la parte norte y sur de la isla.

Tal y como se ha podido verificar en su web (Y-D-I), Ycoden Daute Isora destina principalmente sus cultivos a las variedades Listán Blanco y Negro, concretamente el 80% de la superficie.

Sus viñedos están ubicados entre los 50 y 1.400 metros sobre el nivel del mar. Hay 10 bodegas asociadas a la D.O. Ycoden-Daute-Isora.

4.3. Abona



Figura 4. Imagen distintiva de la D.O. Abona.

Fuente: CataTú. Imagen extraída de <https://catatu.es/region-vinicola/abona>

En 1995 se creó el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Abona.

Comprende los siguientes municipios del sur de la isla: Adeje, Arona, Vilaflor, San Miguel de Abona, Granadilla de Abona, Arico y Fasnia.

Los viñedos se localizan entre los 300 hasta los 1.700 metros sobre el nivel del mar. Tal y como se indica en la guía de vinos de Abona, “en esta cota, son los viñedos que se cultivan a mayor altitud de Europa” (D.O. Abona. Sus viñas y sus vinos, s.f.).

4.4. Valle de Güímar



Figura 5. Imagen distintiva de la D.O. Valle de Güímar.

Fuente: CataTú. Imagen extraída de <https://catatu.es/region-vinicola/valle-de-guimar>

En mayo de 1995, la Consejería reconoce la Denominación de Origen Valle de Güímar (VG-1).

Abarca tres municipios: Candelaria, Arafo y Güímar. Sus viñedos se sitúan entre los 100 y los 1.400 metros de altitud sobre el nivel del mar (VG-2). El 80% de su producción son vinos blancos y hay 12 bodegas adscritas a esta Denominación (WT1).

4.5. Valle de La Orotava



Figura 6. Imagen distintiva de la D.O. Valle de La Orotava.

Fuente: CataTú. Imagen extraída de <https://catatu.es/region-vinicola/valle-de-la-orotava>

Comprende los municipios de La Orotava, Los Realejos y Puerto de La Cruz. En estos municipios se ubican las 18 bodegas asociadas a la Denominación de Origen Valle de La Orotava, cuyo Consejo Regulador se creó en noviembre de 1995 (VdLO).

Según la información extraída del periódico El Día (21 de septiembre de 2019), una de estas 18 bodegas, la bodega Suertes del Marqués, fue reconocida por la prestigiosa revista Wine & Spirits como una de las 100 mejores bodegas del mundo del 2019.

“La Denominación de Origen Valle de La Orotava abarca 216 hectáreas de viñedos cultivados en el valle, extendiéndose desde el mar, hasta las faldas del Teide” (VdLO).

5. EL CASO DE LA D.O. TACORONTE-ACENTEJO

Según la página web de la D.O. Tacoronte-Acentejo, cuentan con 35 bodegas embotelladoras. No obstante, en su listado de bodegas aparecen solo 33. En la siguiente tabla, compuesta a partir de la información obtenida a través de diversas páginas web, se nombra a cada una de ellas, junto con su localización, las variedades de vid que utilizan en sus cultivos y algunas curiosidades y/o información adicional.

BODEGA	LOCALIZACIÓN	VARIETADES DE VID TINTA	VARIETADES DE VID BLANCA	CURIOSIDADES / INFORMACIÓN ADICIONAL
Carbajales	Tacoronte	Listán Negro, Cabernet Sauvignon y Syrah	Listán Blanco	Medalla de bronce La Alhóndiga 2010. www.carbajales.es
Cráter	El Sauzal	Listán Negro, Negramoll y Syrah	Listán Blanco, Malvasía y Verdello	www.craterbodegas.com
Cuevas de lino	El Batán (San Cristóbal de La Laguna)	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Es el primer vino ecológico de Tacoronte-Acentejo. No tiene página web ni página en Facebook. La escasa información encontrada ha salido de www.tenerifevinos.es
Cándido Hernández Pío	La Matanza de Acentejo	Listán Negro, Negramoll y la Castellana tinta o Tintilla	Malvasía, Gual, Albillo, Moscatel y Listán Blanco	Tienen otra bodega en Candelaria con D.O. Valle de Güímar. Además, cuentan con varios premios a nivel internacional. www.bodegaschp.es
Domingo Hernández Santana	Las Mercedes (San Cristóbal de La Laguna)	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Venden sus vinos (tinto y blanco) bajo la marca "Huerta del Obispo". www.tacovin.com

Domínguez Cuarta Generación S.L.	Tacoronte	Listán Negro, Castellana Negra, Tintilla, Negramoll, Baboso Negro	Malvasía Aromática, Verdello Blanco, Listán Blanco	Cultivan varietales autóctonos. www.bodegasdominguez.es
Don Gustavo	El Sauzal	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto, blanco y rosado.
El Cercado	Tacoronte	Listán Negro	Listán Blanco	Muy activos en redes sociales (Facebook).
El Mocanero	Tacoronte	Listán Negro, Negramoll,	Listán Blanco	www.bodegaelmocanero.com
Hoya del Navío	Tacoronte	Listán Negro, Negramoll	—	Viña ecológica desde 1993. Cuentan con varios premios nacionales e internacionales. www.hoyadelnavio.com
Granilete	Tacoronte	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto. www.tacovin.com
Guayonge	El Cantillo (Tacoronte)	Listán Negro, Negramoll	Gual	
Hacienda de Acentejo	La Victoria de Acentejo	Listán Negro, Negramoll	Listán Blanco, Moscatel	Tienen varios reconocimientos a nivel local. www.haciendadeacentejo.net
Insulares Tenerife, S.A.	Tacoronte, Icod de los Vinos y Guía de Isora	Listán Negro, Negramoll, Baboso, Tintilla-Castellana y resto de varietales	Listán Blanco, Marmajuelo, Gual	La Bodega Comarcal de Tacoronte se constituye en 1992 con 170 socios. En 2005 la Bodega Comarcal de Icod de los Vinos se integra en Bodegas Insulares de Tenerife.

				A partir de junio de 2010, también adquieren la Bodega Comarcal de Guía de Isora. Sus vinos cuentan con premios nacionales e internacionales. También elaboran aguardiente y licores. www.bodegasinsulares.es
José Antonio Rodríguez del Castillo	La Laguna (San Cristóbal de La Laguna)	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto bajo la marca "Mallar". www.tacovin.com
L'Ambora o Ambora	Las Toscas-Portezuelo (Tegeste)	Listán Negro, Negramoll, Castellana Negra	Listán Blanco, Gual, Malvasía Volcánica	No tiene página web. Utilizan Facebook e Instagram.
La Baldesa	El Sauzal	Listán Negro, Negramoll, Castellana.		No tiene página web. Utilizan Facebook. La información sobre las variedades de vid tinta se extrajo de "La Despensa de Tenerife", a cargo de la Fundación Tenerife Rural (www.productosdetenerife.com).
La Hijuela	Machado (El Rosario)	Syrah	—	No tiene página web y su última publicación en Facebook fue en diciembre de 2017. Tan solo en la página web www.tenerifevinos.es se puede

				encontrar una breve descripción de la bodega. Comercializan sus vinos bajo la marca "Híboro" (www.tacovin.com).
La isleta	Tegueste	Listán Negro, Negramoll, Baboso Negro, Vijariego	Multivarietal aunque las principales son: Malvasía Volcánica, Malvasía Aromática, Marmajuelo y Moscatel	Página web en desarrollo. Utilizan Facebook.
Linaje del Pago	El Sauzal	Listán Negro	<i>No hay datos</i>	Primera iniciativa de alojamiento Enoturístico de Canarias. Cuenta con 5 villas de lujo. www.linajedelpago.com
Loher	La Victoria de Acentejo	Listán Negro, Negramoll, Castellana	Malvasía Aromática, Albillo Criollo, Listán Blanco, Moscatel	No tiene página web. Utilizan activamente Facebook.
Marba	Tegueste	Listán Negro, Varietal, Castellana, Syrah, Baboso Negro, Negramoll, Ruby, Tempranillo	Listán Blanco, Vidueño, Moscatel, Malvasía	Sus vinos tienen varios premios, muchos de ellos internacionales. www.bodegamarba.com
Presas Ocampo	Tacoronte	Listán Negro, Negramoll, Castellana o Tintilla, Syrah, Merlot, Tempranillo, Cabernet	Listán Blanco, Moscatel, Marmajuelo, Albillo Criollo, Malvasía	Poseen varios premios a nivel local, nacional e internacional. Obtuvieron una Medalla de Plata en el concurso Vinalies International con su vino Maceración Carbónica (El Día, 30 de noviembre de 2019).

				www.presasocampo.com
Rejanero	El Socorro (Tegueste)	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	No tiene página web. Elaboran vino blanco, tinto, maceración carbónica y blanco dulce (www.tacovin.com).
Tabaibal	Tacoronte	Listán Negro, Negramoll, Castellana, Tempranillo, etc.	Listán Blanco, Gual, Verdello, Moscatel, Marmajuelo, Malvasía, Vijariego, etc.	www.tabaibal.es
Tranco de Acentejo	La Victoria de Acentejo	Listán Negro, Negramoll, Castellana Negra	Listán Blanco	
Viña Flores	La Matanza de Acentejo	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto y tinto maceración carbónica (www.tacovin.com).
Viña El Drago	Valle de Guerra (San Cristóbal de La Laguna)	Listán Negro, Merlot, Ruby Cabernet	Malvasía Aromática, Marmajuelo	www.bodegaeldrago.com
Viña El Mato	Los Naranjeros (Tacoronte)	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino blanco, tinto y maceración carbónica (www.tacovin.com).
Viña Estévez	La Victoria de Acentejo	Baboso Negro, Vijariego, Listán Negro	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto, blanco y blanco afrutado (www.tacovin.com).
Viña Orosía	Santa Úrsula	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	Elaboran vino tinto (www.tacovin.com).

Vinos en Tándem	Los Baldíos (San Cristóbal de La Laguna)	Listán Negro, Negramoll, Castellana Negra, Baboso Negro, Vijariego	Listán Blanco, Verdello, Albillo Criollo	No tiene página web. Utilizan Facebook.
Zacatín	Santa Úrsula	<i>No hay datos</i>	<i>No hay datos</i>	No tiene página web. Utilizan Facebook como promoción del restaurante "Bodega El Zacatín".

Tabla 1. Bodegas con D.O. Tacoronte-Acentejo. Localización, variedades de vid y curiosidades/información.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en diversas páginas web. (Ver listado de tablas)

Analizando la tabla anterior, se puede ver que la mayoría de las bodegas (11 del total) se sitúan en el municipio de Tacoronte. También se puede apreciar que las variedades de uva tinta más cultivadas son: Listán Negro, Negramoll y Baboso Negro. En cuanto a las variedades de uva blanca el Listán Blanco se lleva la palma.

Cabe destacar que la única bodega ubicada en el municipio de El Rosario es también la única que cultiva exclusivamente la variedad de uva *Syrah*.

Muchas de estas bodegas no tienen presencia en las redes: no cuentan con página web propia ni son activas en las diferentes redes sociales. Esto se puede traducir en que no todas ofrecen actividades enoturísticas, sino que simplemente producen su vino para su posterior venta a nivel local.

Con el objetivo de averiguar el perfil del turista que visita las bodegas y viñedos de la D.O. Tacoronte-Acentejo, se ha intentado contactar con varias de sus bodegas, obteniendo respuestas de algunas de ellas. A través del correo electrónico se contactó con Bodegas Cráter y la Bodega Presas Ocampo.

Respecto a las Bodegas Cráter, se ha comprobado que prácticamente el 100% de los que visitan la bodega, también quieren visitar sus viñedos y conocer sus vinos. Según la información recabada, son diversas las formas en las que llegan a conocer dicha bodega. Algunos la visitan porque han probado los vinos en los hoteles en los que se hospedan; otros acuden en grupo a través de un organizador de visitas de la isla; otros son turistas amantes del vino, que viajan conociendo regiones vitivinícolas por Europa y, buscando información en internet, logran contactar con Bodegas Cráter; y, por último, están los turistas que han consumido los vinos en sus países de origen y aprovechan el viaje a Tenerife para visitar la bodega.

En referencia a la Bodega Presas Ocampo, se obtuvo esta información con anterioridad a la entrevista realizada al gerente de dicha bodega. Por esta vía se averiguó que organizan visitas que consisten en un recorrido por los viñedos y la bodega, finalizando con una cata de vinos. Estas visitas se organizan desde la propia bodega, aunque también tienen colaboraciones con turoperadores y otros agentes. Los hoteles también desempeñan un papel importante, ya que publicitan la experiencia enoturística como un servicio más al huésped.

El perfil del visitante de las Bodega Presas Ocampo es el siguiente: acuden más mujeres que hombres, la edad media es de 44 años y el país de origen que tiene mayor incidencia es Alemania. La mayoría de ellos son poco conocedores del mundo del vino, pero tienen muchas ganas de vivir la experiencia. El 90% son bebedores ocasionales de vino, aunque más del 80% desconocen la elaboración de los vinos en general y mucho menos conocen la elaboración de vinos en Canarias.

A través de la red social Facebook se obtuvo la siguiente información:

La Finca El Cercado elaboran vino tinto, blanco joven y una pequeña cantidad de tinto roble y blanco roble. Las variedades de uva que cultivan son Listán Blanco y Listán Negro.

Su oferta enoturística consta de:

- Visita a la bodega con degustación.

- Visita a la bodega y a la finca de verduras y frutas ecológicas, así como a la granja de gallinas camperas. Incluye desayuno degustación de dichos productos.
- Almuerzo y eventos con productos y vinos de la finca.

Para darse a conocer utilizan Facebook y las apariciones que tienen a través de Turismo Tenerife.

La bodega “La isleta” de Tegueste comenta que en estos momentos tiene las actividades paradas por reformas, pero que normalmente hace celebraciones. Solo ofrece actividades enoturísticas como tal por encargo o por campañas. No está abierta al público regularmente.

Para promocionar sus bodegas y sus vinos hacen uso de la red social Facebook y también a través de alguna campaña que lleve a cabo el Consejo Regulador. No llevan a cabo una mayor difusión porque tiene toda la producción vendida y no puede ampliar clientes.

Por último, la bodega Ambora elabora tres vinos tintos: Paraje San Ignacio, Rooga y un Tinto base joven. Explican que solo elaboran vinos con variedades de uva autóctonas de las islas: Listán Negro, Negramoll, Castellana Negra, Listán Blanco, Gual, Malvasía Volcánica, etc. Cabe añadir que próximamente saldrá al mercado un nuevo vino monovarietal (100% Negramoll), Galen.

En lo que a actividades enoturísticas se refiere, no ofrecen ninguna. Sus vinos los promocionan a través de las redes sociales: Facebook e Instagram.

6. BODEGA PRESAS OCAMPO

“Hay muy buenos vinos, excelentes vinos en Canarias, en Tenerife en concreto y en la comarca Tacoronte-Acentejo más todavía” – Esteban Reyes, gerente de Bodega Presas Ocampo y presidente del Consejo Regulador D.O. Tacoronte-Acentejo.

Tras una entrevista telefónica (ver transcripción en Anexos), D. Esteban Reyes responde a las preguntas planteadas acerca de la Bodega Presas Ocampo y su actividad enoturística.

Se habla del perfil del turista que visita la bodega que suele ser en su mayoría de nacionalidad alemana. Por supuesto reciben visitas de locales, así como de otros países europeos y todos ellos muestran curiosidad por el mundo de la viticultura y la enología, aunque no tengan grandes conocimientos de vinos. En el pasado 2019 visitaron la bodega una media de 550 personas.

Gracias al buen posicionamiento de los vinos Presas Ocampo, las ventas crecieron durante los primeros meses del 2020 en el sector de la alimentación (debido al estado de confinamiento que sufría el país). Sin embargo, en general, las ventas cayeron más de un 50% en lo que va de año, lo que supone una gran pérdida económica. Está claro que este 2020 es para olvidar.

Referente a la promoción, menciona el programa del Gobierno de Canarias, *Crecer juntos*. El fin de este proyecto es “crear sinergias entre el sector primario y turístico, con el objetivo de incrementar la producción del sector primario” (Gestión del Medio Rural de Canarias [GMR Canarias], 2019). Según la información extraída del artículo publicado en el periódico digital Canarias7 en abril de 2019, *Crecer juntos* consiguió aumentar la venta de vino canario en un 25%. Su autora, María Guerra, resalta la importancia que tiene este plan “para la protección y puesta en valor de la singularidad y autenticidad de Canarias, de su gente y sus profesionales, su paisaje y

sus tradiciones, que gracias a este programa puede consolidarse con una estabilidad de cara al futuro”. Reyes habla de un problema quizás de distribución, ya que la mayoría de los hoteles no contemplan en sus cartas los productos de la tierra.

Presas Ocampo trabaja con una importante empresa de excursiones en el sur de la isla, que les “vende” una excursión a la bodega dos veces a la semana. “Como es lógico, este año no ha acudido nadie”, añade.

Es preciso enfatizar la actividad “Sonidos Líquidos” que menciona durante la entrevista. Señala que tenían esta actividad programada para la bodega. Consiste en un concierto al aire libre, entre las viñas, en el que la gente iba, degustaba los vinos y disfrutaba del espectáculo. Con el fin de obtener más información, se ha investigado esta actividad y al parecer “Sonidos Líquidos” es también un festival canario que ya se celebra en La Geria, Lanzarote, desde 2011. Consiste en una experiencia musical y enogastronómica. Este festival fue reconocido con el sello *A Greener Festival 2019* por su iniciativa sostenible (Canarias Noticias, 2020).

Siguiendo con la entrevista, Reyes recalca lo importante que es la distribución. Ya lo dijo Lluís Tolosa (2017: 133), “el verdadero gran eslabón perdido del enoturismo en España es el distribuidor enoturístico”. Su propuesta a esta problemática es encontrar las agencias adecuadas para que comercialicen los productos enoturísticos que tenemos y a cambio darles los descuentos y comisiones que correspondan.

En cuanto al apoyo que reciben por parte del Gobierno de Canarias comenta que son tiempos difíciles, pero que “con eso y con todo están ahí”. Luego la entrevista se enfoca en los vinos de la Bodega Presas Ocampo, unos vinos reconocidos y bien posicionados. Esteban Reyes señala cuatro puntos que los diferencian del resto de vinos canarios: la profesionalización, el buen servicio, la imagen actual y la elaboración de vinos pensados para el público. Habla de vinos gastronómicos y honestos, es decir, vinos auténticos. Pero estos vinos pensados para la gente, ¿a qué público objetivo se dirigen? Porque los jóvenes de hoy en día prefieren la cerveza al vino. Sin embargo, el entrevistado hace un apunte interesante y es que la generación de *millennials* tiene un elevado nivel cultural y el vino al fin y al cabo es cultura.

Para cerrar la entrevista Reyes afirma que el objetivo más inmediato que tiene ahora la Bodega Presas Ocampo es seguir penetrando mercados. Uno de los grandes proyectos de la bodega es la internacionalización, sin dejar de lado el mercado local. Actualmente venden sus vinos a todas las islas excepto a La Graciosa. También venden vinos en la zona sur de la Península, en Madrid y en Cataluña. A nivel internacional mueven pequeñas cantidades en Polonia y en Finlandia, principalmente.

7. ¿CÓMO ENFOCAR EL ENOTURISMO EN LA ISLA?

La Casa del Vino afirma que “la vid fue introducida en las Islas en la segunda mitad del siglo XV de la mano de los colonizadores españoles y portugueses” (CdV). Por tanto, el archipiélago canario goza de un gran patrimonio vitivinícola y una amplia cultura del vino.

No obstante, ¿por qué siendo un destino turístico referente a nivel mundial, los turistas no conocen el valor de los vinos de las islas? ¿Por qué no se le ha sacado partido a este recurso que atrae un turismo de calidad y que ayudaría tanto al sector primario (la agricultura) como al secundario (industria del vino) y al terciario (turismo)? Para poder responder a estas preguntas, el libro “*Marketing del Enoturismo*” de Lluís Tolosa ha sido esencial.

Lluís Tolosa es un sociólogo y escritor, especializado en enoturismo y divulgación de la cultura del vino. En el libro anteriormente nombrado propone 12 alternativas a los 12 errores habituales del enoturismo. Y propone estas alternativas de una forma muy clara y sencilla. Todos creen que el enoturismo consiste en visitar una bodega, donde un guía te explica el proceso de elaboración del vino y cierran la visita con una cata. Sin duda alguna, esto no es enoturismo.

Según Tolosa (2017: 57), el enoturismo “es una forma de turismo cultural en torno a la cultura de la viña y el vino”. Él habla de cultura, raíces, historia, patrimonio, paisaje, etc. Sin embargo, al consultar las páginas web de las bodegas ninguna oferta en ellas sus actividades o visitas, los precios, horarios, etc. ¿Cómo poder entonces hablar de enoturismo?

Solo hay una bodega de las 33 con D.O. Tacoronte-Acentejo que oferta algo “diferente”: la Bodega Linaje del Pago. Esta bodega presentó a principios de 2020 la primera iniciativa de alojamiento enoturístico de Canarias. Se trata de 5 villas de lujo ubicadas en una antigua casona canaria del siglo XVIII junto a los viñedos (linajedelpago.com).

Es necesario hacer una buena promoción de los vinos para que los turistas realicen visitas y rutas. A parte de en redes sociales y páginas web, el turista suele preferir los consejos y la información que le pueda proporcionar un local. Y, una vez que el turista llega a Tenerife, es probable que algunos pasen la mayor parte del tiempo, aparte de haciendo turismo, en las instalaciones del hotel. Si viaja en media pensión, al menos el desayuno y la cena los hará en el establecimiento. Y, ¿qué mejor forma de promocionar y atraer la atención del cliente hacia los vinos que con una buena cena, por ejemplo? Para ello es fundamental el acuerdo entre las bodegas y los alojamientos turísticos. Muchos hoteles de 4 y 5 estrellas disponen de restaurante a la carta, aparte del habitual buffet.

Sirva el siguiente ejemplo hipotético de ilustración: Una pareja de turistas alemanes se alojan en el hotel y deciden reservar una cena en el restaurante a la carta. Hacen su reserva para el sábado a las 20:00h y cuando llegan al restaurante les atiende el *maître*. Resulta que tienen que esperar unos breves instantes antes de sentarse en su mesa, así que el jefe de comedor les pide amablemente a los clientes que tomen asiento (en la pequeña sala que hay antes de entrar al comedor) y los invita a una bebida. Es aquí cuando aprovecha para servirle una copa de vino con Denominación de Origen (ya sea de Abona, Tacoronte-Acentejo, Valle de Güímar, Valle de La Orotava o Ycoden-Daute-Isora) y una tapa de quesos de la tierra.

Y es que el queso es otro producto del archipiélago que ha llegado a ser galardonado en el World Cheese Awards. En la edición del pasado 2019, 25 quesos del archipiélago fueron premiados (GMR Canarias, 2019).



Figura 7. Mesa con quesos y vinos.

Fuente: Bodegas Monje. Imagen extraída de <https://bodegasmonje.com/catas-degustaciones/degustaciones/reservar-degustacion-4-vinos-4-quesos/>

De esta manera, se despierta el interés del turista en conocer y probar distintos vinos y productos de la isla. Puede que despierte la curiosidad de ese cliente y cuando vaya a sentarse para cenar pida una botella de ese vino que probó durante la espera. Incluso pida información sobre las bodegas. Por supuesto, esto no puede funcionar sin la colaboración de los proveedores de vinos, dando facilidades económicas a los alojamientos turísticos o que estos se lleven una comisión por los turistas que vayan a visitar sus bodegas. De esta forma también se incentiva a los trabajadores del restaurante a que promocionen y vendan los vinos.

Cabe añadir que esto no solo tiene que valer para los vinos con algún tipo de distinción, sino que se puede aprovechar la ocasión para animar al turista a probar la gastronomía canaria. Son pequeñas acciones como estas con las que poco a poco se pondrá en valor la gastronomía y, en este caso, los vinos de Tenerife.

Siguiendo en la línea de la promoción y difusión, cabe resaltar la Nota de Prensa: “10N, Día Mundial del Enoturismo 2019”, publicada por la Asociación Española de Enoturismo (AEE, 2019), donde se afirma que el enoturismo en España no es suficientemente conocido ni por los españoles ni por los extranjeros. Posibles causas de este hecho son la formación, promoción y comercialización.

En cuanto a la formación, el problema radica en la falta de profesionales del turismo dentro del sector. Muchos bodegueros creen que, por vender vinos, ya son capaces de vender actividades enoturísticas. Sin embargo, son conceptos diferentes. Algo tan simple como los horarios puede ser un gran inconveniente para el visitante. Las bodegas acostumbran a abrir de lunes a viernes, pero el turista realizará la visita un fin de semana o un día festivo. En palabras de Tolosa (2017: 114), “trabajar en el sector turístico con criterios del sector del vino es simplemente mala organización”.

En referencia a la promoción, el problema es que, directamente, no hay promoción. Hay una escasa presencia en las redes sociales, desconocimiento de los foros y ferias en los que participar, páginas web obsoletas, etc. Nadie consume lo que no conoce.

Por último, se encuentra la comercialización. Muchas veces la oferta no está clara. Es importante constituir una oferta enoturística concisa. No se trata de vender varias actividades o productos enoturísticos, sino que lo poco que se venda esté bien establecido. La AEE (2019) también resalta el sistema en desuso utilizado en la mayoría de las bodegas para reservar visitas. Para realizar una reserva hay que llamar por teléfono o enviar un correo electrónico. Sin duda, hay que adaptarse a las nuevas tendencias y tecnologías.

Tras hacer estas averiguaciones y profundizando más en el tema, se constata que el sector de la hostelería y restauración favorecen la venta de los vinos de fuera frente a la de los vinos locales (Duarte y Liu, 2011). En el artículo “The potential for marrying local gastronomy and wine: The case of the ‘fortunate islands’” se señala la participación limitada del sector hotelero local en los esfuerzos de promoción y comercialización de los vinos locales (Duarte y Liu, 2011). Si en la propia isla no se defiende el producto de la tierra, ¿cómo pretender que una persona de fuera lo valore? El problema parece apuntar al precio, la falta de suministro y la falta de ofertas o incentivos.

Aquí también se puede apreciar la notable falta de comunicación entre los sectores. Esto es, la escasa y prácticamente inexistente relación entre el sector vinícola y el turístico. Hay que promover el trato entre la hostelería y la restauración con las bodegas, generar acuerdos entre las entidades públicas y privadas, realizar iniciativas de marketing, etc. Hay que remar juntos y hacerlo hacia una misma dirección.

También es el momento de analizar al cliente potencial, a la generación *millennial*. El trabajo de investigación de Treloar et al. (2004) trata sobre el mercado de la “generación Y” (generación *millennial*). Para el estudio de este mercado, se hicieron unas encuestas cuantitativas de tres partes a seis universidades de Australia y Nueva Zelanda. Las encuestas se hicieron a jóvenes de entre 18 y 24 años. En este trabajo de campo se demostró que los jóvenes prefieren las bebidas espirituosas y que consumen cerveza con regularidad. El vino no es la bebida elegida por la mayoría de los encuestados. En cambio, cabe subrayar que, para los jóvenes, recorrer una bodega y conocer el proceso de elaboración del vino no es importante, ellos prefieren “degustar” y “disfrutar el día” (Treloar et al., 2004). Estos son los elementos más atractivos de la mezcla de productos enoturísticos. Sostienen que las bodegas intimidan, todas son iguales, echan en falta eventos especiales y añaden que la cata de vinos les parece demasiado seria. Mi opinión personal es que se podría extraer la conclusión de esta investigación publicada en el año 2004 de que dieciséis años más tarde la situación no ha cambiado.

Llevando esta investigación a la comarca Tacoronte-Acentejo, ¿qué se podría hacer para atraer a este mercado que se resiste al enoturismo? La clave puede estar en la respuesta que dieron muchos encuestados en el trabajo de investigación anteriormente mencionado: “disfrutar el día”. No se puede vender el enoturismo como una simple y soporífera visita a la bodega. Al fin y al cabo, el enoturismo no deja de ser turismo. Y, como norma general, la gente hace turismo por placer, entretenimiento y diversión. La oferta actual no se acerca a esos conceptos. Para empezar a captar la atención de este público juvenil hay que complementar esa oferta. No solo vender las actividades de la bodega, sino vender el destino.

Gran parte de las bodegas con D.O. Tacoronte-Acentejo se sitúan en el municipio de Tacoronte. Tomando como base el ejemplo hipotético, dado en este trabajo, de la pareja de alemanes, se

podría suponer que probaron aquel vino que el maître del restaurante muy amablemente les ofreció y decidieron investigar un poco. Escribieron en el navegador de su *smartphone* “Presas Ocampo Tinto Joven” y averiguaron que es un vino con D.O. Tacoronte-Acentejo, que ese vino fue premiado con una medalla de plata en *El Mundial des Vins Extrêmes* de Turín en el año 2018, que tienen una gran variedad de caldos y poco más. A pesar de tener la certeza de que realizan visitas a la bodega y a los viñedos, en la web no aparece esa información ni cualquier otra relacionada con actividades enoturísticas. Partiendo de esta base, es casi impensable que esa pareja de turistas quiera desplazarse hasta Tacoronte. Pero una alternativa sugerente sería, aparte de publicar e informar sobre todas las actividades y productos que ofrece la bodega, aprovechar la ocasión para promocionar el destino, Tacoronte. “Las laderas de esta comarca de Tacoronte-Acentejo ofrecen paisajes singulares de viñedo muy interesantes, con manifestaciones de arquitectura popular, como restos de antiguos lagares y la aparición de nuevas bodegas con ofertas enoturísticas” (Elías y Contreras, 2013: 220). Este municipio combina viñedos, historia, cultura, arquitectura, paisajes, patrimonio... Tiene todos los ingredientes para que cualquier turista se interese por visitarlo.

Por consiguiente, se elaboran cinco tablas/fichas de recursos, concretamente, de los cinco declarados “Bien de Interés Cultural” de este municipio. Por supuesto, cabe aclarar que hay mucho más que ver y disfrutar en Tacoronte, pero ya exponiendo solo los Bienes de Interés Cultural, este destino gana interés y atractivo. La idea sería complementar la visita a una bodega o la realización de cualquier actividad enoturística con conocer el lugar visitado.

Recurso:	Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge.
Categoría:	Zona arqueológica.
Características:	Según informa el Gobierno de Canarias, se trata de un área arqueológica importante de la isla de Tenerife. Existen indicios de un asentamiento prehistórico empleando las incontables cuevas y oquedades abiertas por efecto de la erosión. Las cuevas documentadas se usaban algunas como vivienda y otras como lugar de sepultura. Muchas cuevas son de difícil acceso, por lo que es probable la existencia de yacimientos funerarios en mejor estado de conservación. La tradición cuenta que en una de esas oquedades se encontraba el auchón (hogar) del mencey de Tacoronte. (GdC2)
Ubicación:	Tal y como se declara en el Decreto 87/2007, de 8 de mayo: “El ámbito de protección se encuentra situado en el acantilado costero del término municipal de Tacoronte, extendiéndose entre la Playa de la Arena (Mesa del Mar), y la desembocadura del Barranco de Martiño, en el límite con el término municipal de El

	Sauzal, incluyendo el cauce del gran Barranco de Guayonge. Ocupa la totalidad de la superficie comprendida entre el veril del acantilado y la línea litoral”.
Fotografía:	 <p>Figura 8. Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge. Fuente: Gobierno de Canarias (GdC2)</p>

Tabla 2. Ficha del recurso “Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge”.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Gobierno de Canarias (GdC2) y el Decreto 87/2007, de 8 de mayo.

Recurso:	Exconvento de San Agustín y bienes muebles vinculados.
Categoría:	Monumento.
Características:	Según dicta el Decreto 61/2006, de 16 de mayo, en el Anexo I, DESCRIPCIÓN: “La Iglesia del Cristo es la construcción de mayor porte e importancia, a la que se supeditan el resto de su entorno próximo. El convento brinda con la fuerza e importancia de la fachada del Cristo, un conjunto armónico, integrado y a la vez diferenciado en sus usos históricos. La iglesia cuenta con sacristía y coro, puerta lateral y claustro”.
Ubicación:	Calle de San Agustín, 8A, 38350 Tacoronte, Santa Cruz de Tenerife, España Latitud: 28.481193 Longitud: -16.411852

Fotografía:	 <p data-bbox="794 586 1268 667">Figura 9. Exconvento de San Agustín. Fuente: Gobierno de Canarias (GdC3)</p>
-------------	--

Tabla 3. Ficha del recurso “Exconvento de San Agustín y bienes muebles vinculados”.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Gobierno de Canarias (GdC3) y el Decreto 61/2006, de 16 de mayo.

Recurso:	Iglesia de Santa Catalina de Alejandría.
Categoría:	Monumento.
Características:	Tras examinar la información dada por el Gobierno de Canarias (GdC4) y el Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tacoronte (AT-1) se puede deducir que este monumento se construyó en el siglo XVI y constituye uno de los mejores ejemplos de la arquitectura religiosa de la isla. Los elementos de esta edificación abarcan desde el siglo XVI al siglo XVIII.
Ubicación:	Calle de Teobaldo Power, 2, 38350 Tacoronte, Santa Cruz de Tenerife, España Latitud: 28.482903 Longitud: -16.417924
Fotografía:	 <p data-bbox="805 1816 1259 1897">Figura 10. Iglesia de Santa Catalina. Fuente: Gobierno de Canarias (GdC4)</p>

Tabla 4. Ficha del recurso “Iglesia de Santa Catalina de Alejandría”.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Gobierno de Canarias (GdC4) y la web del Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tacoronte.

Recurso:	La Fuentecilla - Juan Fernández.
Categoría:	Zona Arqueológica.
Características:	<p>Siguiendo la descripción proporcionada por el Gobierno de Canarias, la Zona Arqueológica está situada sobre un acantilado costero. A lo largo del acantilado se pueden encontrar numerosas cuevas y oquedades la población prehistórica de Tenerife aprovechó como morada o lugar de sepultura. La vegetación en esta zona es abundante: tabaibas dulces y amargas, el cardón, el cornical, vinagreras, etc. En cuanto a la fauna, existe una gran diversidad de especies, en especial las intermareales y la avifauna marina. La característica más peculiar es el estrecho cauce de gran pendiente del que nacen varios manantiales a diferentes alturas. Asimismo, esta área cuenta con construcciones de interés etnográfico, como los lavaderos situados al oeste de una hacienda. (GdC5)</p>
Ubicación:	<p>En el Decreto 128/2008, de 3 de junio se manifiesta que “El ámbito de protección se encuentra situado en el acantilado costero del término municipal de Tacoronte, en la zona de Puerto de la Madera, extendiéndose desde la desembocadura del Barranco del Palmito, al este, y la Baja de la Media Luna, al oeste, ocupando la totalidad de la superficie comprendida entre el veril del acantilado, a cota 90-95 m.s.n.m. y la línea litoral”.</p>
Fotografía:	 <p>Figura 11. La Fuentecilla - Juan Fernández. Fuente: Gobierno de Canarias (GdC5)</p>

Tabla 5. Ficha del recurso “La Fuentecilla - Juan Fernández”.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Gobierno de Canarias (GdC5) y el Decreto 128/2008, de 3 de junio.

Recurso:	Tacoronte.
Categoría:	Conjunto Histórico.
Características:	<p>En palabras del Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tacoronte se manifiesta: “Tacoronte es de orografía accidentada, presentando importantes desniveles entre un barrio y otro. En zonas de medianías, aparece una franja que, debido a las buenas condiciones del clima y bondad de los suelos, es muy propicia la agricultura. Su máximo estandarte lo representa el cultivo de la vid que produce caldos de prestigio internacional” (AT-2).</p> <p>También se puede encontrar más información en la web oficial de promoción turística de Tenerife (WT2). Es aquí donde recomiendan comenzar a recorrer el casco antiguo de Tacoronte por el Santuario del Cristo (siglo XVII).</p>
Ubicación:	 <p>Situación: 28°28'N 16°24'O</p> <p>Figura 12. Mapa de Tenerife, municipio de Tacoronte.</p> <p>Fuente: Isla de Tenerife Vívela (IdT)</p>
Fotografía:	 <p>Figura 13. Santuario del Santísimo Cristo de los Dolores y ex convento de los Padres Agustinos Calzados.</p> <p>Fuente: Web oficial de promoción turística de Tenerife (WT3)</p>

Tabla 6. Ficha del recurso “Tacoronte”.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la web del Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tacoronte y a través de la web oficial de promoción turística de Tenerife (WT3)

8. CONSIDERACIONES FINALES

Hoy en día, el enoturismo es un sector emergente en las Islas Canarias, a pesar de que, a nivel nacional, es un producto que ya se está consolidando. Según se confirma en un artículo publicado en el medio de comunicación Hosteltur en mayo de 2020, las visitas a bodegas y museos que forman parte de las Rutas del Vino de España registraron más de tres millones de visitantes en 2019. Sin embargo, a Canarias le queda un largo camino por recorrer. Es cierto que las islas tienen todos los componentes necesarios para desarrollar una oferta enoturística sólida y de calidad, pero falta formación, promoción, comercialización y una buena organización y comunicación entre las distintas entidades implicadas.

No obstante, el archipiélago canario puede presumir de todos los recursos que posee: sol, playa, montaña, cultura, gastronomía, patrimonio, etc. En un mundo tan globalizado y cambiante, la población canaria entiende que su economía depende del sector turístico y que, por tanto, hay que innovar ofreciendo un tipo de turismo sostenible y de calidad para no perder visitas, tanto de viajeros nacionales como internacionales.

Es fundamental mantener la esencia de las islas, con sus costumbres y tradiciones, pero adaptándose siempre a la demanda. Como se ha podido comprobar en este trabajo, la viña y el vino forman parte de la cultura canaria, pero son pocos los que conocen este patrimonio vitivinícola. Hay que demostrar que Canarias y, en concreto, Tenerife es algo más que un destino de sol y playa. En referencia a sus vinos, cabe resaltar las cinco Denominaciones de Origen y el potencial enoturístico de la comarca Tacoronte-Acentejo.

El enoturismo no se basa en atraer solo a los amantes o conocedores del vino, sino que consiste en elaborar una oferta firme que pueda cautivar a cualquier visitante, sea cual sea el motivo de su viaje. Lo primordial es que tenga interés por la cultura local y sepa disfrutar de una copa de vino. Como dijo Hall et. al (2000: 23), “podemos afirmar con claridad que cada vez que quitamos el corcho a una botella, todos somos enoturistas”.

9. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Asociación Española de Enoturismo. (12 de noviembre de 2019). *10N, Día Mundial del Enoturismo 2019*. Recuperado el 13/09/2020 de https://www.xn--enoturismodeespa-uxb.es/web/text.php?id_section=1978

AT-1 = Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tenerife. (s.f.). *IGLESIA SANTA CATALINA MARTIR DE ALEJANDRÍA*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.tacoronte.es/iglesia-santa-catalina/>

AT-2 = Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad de Tenerife. (s.f.). *HISTORIA Y CULTURA DE TACORONTE*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.tacoronte.es/historia/>

Bodegas Presas Ocampo, vino artesanal de calidad. (30 de noviembre de 2019). *El Día*. Recuperado el 21/07/2020 de <https://www.eldia.es/tenerife/2019/11/30/bodegas-presas-ocampo-vino->

[artesanal/1029208.html#:~:text=En%20todos%20estos%20a%C3%B1os%2C%20Bodega,Internacional%20con%20nuestro%20Maceraci%C3%B3n%20Carb%C3%B3nica.](#)

Cabildo Insular de Tenerife. (2017). Estrategia Turística de Tenerife 2017-2020/2030. Del resto de la Gestión Integral a una Gestión Compartida. Recuperado el 14/06/2020 de <https://www.webtenerife.com/es/investigacion/informes-estudios/estrategia-planificacion/documents/estrategia-turistica-tenerife-2017-2020-2030.pdf>

Canarias. Decreto 128/2008, de 3 de junio, por el que se declara Bien de Interés Cultural, con categoría de Zona Arqueológica “Juan Fernández-La Fuentecilla”, situada en el término municipal de Tacoronte, isla de Tenerife. Boletín Oficial de Canarias, viernes 13 de junio de 2008, núm. 118, pp. 11352 a 11355.

Canarias. Decreto 61/2006, de 16 de mayo, por el que se declara Bien de Interés Cultural, con categoría de Monumento “El Exconvento de San Agustín y los Bienes Muebles Vinculados”, situado en el término municipal de Tacoronte, isla de Tenerife, delimitando su entorno de protección. Boletín Oficial de Canarias, viernes 26 de mayo de 2006, núm. 102, pp. 10430 a 10433.

Canarias. Decreto 87/2007, de 8 de mayo, por el que se declara Bien de Interés Cultural con categoría de Zona Arqueológica “Los Acantilados de Tacoronte y El Barranco de Guayonge”, situados en el municipio de Tacoronte, isla de Tenerife. Boletín Oficial de Canarias, viernes 18 de mayo de 2007, núm. 100, pp. 10499 a 10502.

Canary Wine. (s.f.). *Quiénes Somos*. Recuperado el 14/06/2020 de <http://www.canarywine.com/dop-islas-canarias/>

CdV = La Casa del Vino de Tenerife. (s.f.). *LAS RUTAS DEL VINO*. Recuperado el 06/07/2020 de <https://www.casadelvintenerife.com/qr/las-rutas-del-vino-2/>

Denominación de Origen de Abona. (s.f.). *D.O. Abona. Sus viñas y sus vinos*. Recuperado el 12/07/2020 de <http://www.vinosdeabona.com/guia/guia%20de%20vinos%20abona.pdf>

DINAMIZA Asesores. (2017). II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España. Recuperado el 06/04/2020 de <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastron%C3%B3mico-en-Espa%C3%B1a.pdf>

Duarte, A., y Liu, Y. (2011). The potential for marrying local gastronomy and wine: The case of the 'fortunate islands'. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 974-981. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.005>

Elías, L. V. y Contreras, M. (2013). El Paisaje del Viñedo en las Islas Canarias. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Colección PASOS Edita, nº11 (p. 220). Recuperado el 25/07/2020 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita11.pdf>

EXCELTUR y Gobierno de Canarias. (2018). *IMPACTUR Canarias 2018*. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de las Islas Canarias. Recuperado el 14/06/2020 de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/12/IMPACTUR-Canarias-2018.pdf>

GdC1 = Gobierno de Canarias. Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria. (s.f.). *Vinos*. Recuperado el 28/07/2020 de https://www.gobiernodecanarias.org/agp/icca/temas_calidad/vinos/

GdC2 = Gobierno de Canarias. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes. (s.f.). *Bienes de Interés Cultural. Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge*. Recuperado el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1143>

GdC3 = Gobierno de Canarias. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes. (s.f.). *Bienes de Interés Cultural. Exconvento de San Agustín y bienes muebles vinculados*. Recuperado el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1142>

GdC4 = Gobierno de Canarias. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes. (s.f.). *Bienes de Interés Cultural. Iglesia de Santa Catalina de Alejandría*. Recuperado el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=365>

GdC5 = Gobierno de Canarias. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes. (s.f.). *Bienes de Interés Cultural. La Fuentecilla - Juan Fernández*. Recuperado el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1144>

Gestión del Medio Rural de Canarias. (28 de octubre de 2019). *Los quesos canarios conquistan 25 premios en el concurso World Cheese Awards 2019*. Recuperado el 28/08/2020 de <https://www.gmrcanarias.com/noticias/los-quesos-canarios-conquistan-25-premios-en-el-concurso-world-cheese-awards-2019/>

Guerra, M. (25 de abril de 2019). Turismo y sector primario se enlazan para 'Crecer juntos'. *Canarias7*. Recuperado el 28/08/2020 de <https://www.canarias7.es/economia/turismo-y-sector-primario-se-enlazan-para-crecer-juntos-DX7101137>

Hall, C. M. (1996). Wine Tourism in New Zealand. En J. Higham (Ed.). *Proceedings of Tourism Down Under II: A Research Conference* (pp. 109-119). Dunedin: Universidad de Otago. Recuperado el 12/07/2020 de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/82582/Wine_Tourism_in_NZ.pdf?response-content-disposition=attachment%3B+filename%3DWine_tourism_in_New_Zealand.pdf&Expires=1600048137&Signature=brhNRfOWwsszBJA6SulztHlftFJ~c4iAsJuD7vtY6OQmToy4uCvT7wtiY3oB4RErYfii7HStYZqojkPM0P9C88kkmPNLoP9IcvaBNSED4CGQkkoqjJnVaLzWGT6zBsUiRWNBG7aQh0XmhPGaaXbrl0YSUGI9KC86oBzilmcw5gFUC8nhuFicOP1VYVMSrzRQIRJphrFY0IDLEa1EVL91jpywXkls~io1GZVW2oBAlM2toduKopHiFe-Qy9iQANQLcK5PqvTkLo-NTTrT2wWj-JoeGxd5gPZiVlamDrK4oBcD3cW~4PBgb7Tit4srFSTOAHgZ945BqPuGMmWbjtOnA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Hall, C. M., Johnson, G., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R. y Sharples, L. (2000). *Wine tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1-23). Oxford: Butterworth-Heinemann. Recuperado el 25/08/2020 de <https://www.researchgate.net/requests/attachment/78157803>

IdT = Isla de Tenerife Vívela. *Tacoronte*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.isladetenerifevivela.com/2011/05/tacoronte.html>

Instituto Nacional de Estadística. (3 de febrero de 2020). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Diciembre 2019 y año 2019. Datos provisionales*. Recuperado el 28/07/2020 de <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1219.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Porras, C. (23 de mayo de 2020). El enoturismo gana seguidores: más de tres millones en 2019. *HOSTELTUR*. Recuperado el 12/09/2020 de https://www.hosteltur.com/136913_el-enoturismo-gana-seguidores-mas-de-tres-millones-en-2019.html

Sánchez, R. (21 de septiembre de 2019). La bodega Suertes del Marqués, una de las cien mejores del mundo. *El Día*. Recuperado el 14/06/2020 de <https://www.eldia.es/tenerife/2019/09/22/bodega-suertes-marques-cien-mejores/1010481.html>

Sonidos Líquidos, único festival canario en conseguir el sello A Greener Festival. (20 de enero de 2020). *Canarias Noticias*. Recuperado el 02/09/2020 de <https://canariasnoticias.es/2020/01/20/sonidos-liquidos-unico-festival-canario-en-conseguir-el-sello-a-greener-festival>

Strankauskaite, R. (19 de abril de 2015). Viña Estévez: Un gran Baboso de las soleadas laderas de Acentejo. *Gastronomia7islas.com*. Recuperado el 02/09/2020 de <https://www.gastronomia7islas.com/reportaje/20150419/vina-estevez-un-gran-baboso-de-las-soleadas-laderas-de-acentejo>

T-A = TACORONTE ACENTEJO Denominación de Origen. *Situación Geográfica. D.O Tacoronte Acentejo*. Recuperado el 21/07/2020 de <http://tacovin.com/do-ta/>

Treloar, P., Hall, C. M., & Mitchell, R. (2004). Wine tourism and the generation Y market: any possibilities? (p. 27). Presentado en CAUTHE 2004: Creating Tourism Knowledge.

Turismo de Islas Canarias. Marketing for Canary Islands. (2019). *Perfil del turista que visita Tenerife —2019—*. Recuperado el 28/07/2020 de https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/perfil_del_turista_tenerife_2019.pdf

VdLO = Valle de La Orotava. Denominación de Origen. *Consejo Regulador DO Valle de La Orotava*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.dovalleorotava.com/conocenos/consejo-regulador>

VG-1 = VALLE DE GÜÍMAR Denominación de Origen. *REGLAMENTO*. Recuperado el 21/07/2020 de <http://www.vinosvalleguimar.com/REGLAMENTO.html>

VG-2 = VALLE DE GÜÍMAR Denominación de Origen. *SUELO*. Recuperado el 21/07/2020 de <http://www.vinosvalleguimar.com/SUELO.html>

Web oficial de promoción turística de Tenerife, gestionada por Turismo de Tenerife. (s.f.). *Centro Histórico de Tacoronte*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.webtenerife.com/que->

[visitar/lugares-historicos/centros-historicos/centro-historico-tacoronte.htm#:~:text=Situado%20en%20la%20zona%20norte,ha%20sido%20declarado%20Conjunto%20Hist%C3%B3rico.](#)

WT1 = Web oficial de promoción turística de Tenerife, gestionada por Turismo de Tenerife. (s.f). *Valle de Güímar*. Recuperado el 25/07/2020 de <https://www.webtenerife.com/tenerife/gastronomia/vinos/denominaciones/valle+de+g%C3%9Cimar.htm>

WT2 = Web oficial de promoción turística de Tenerife, gestionada por Turismo de Tenerife. (s.f). *Centro Histórico de Tacoronte*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.webtenerife.com/que-visitar/lugares-historicos/centros-historicos/centro-historico-tacoronte.htm#:~:text=Situado%20en%20la%20zona%20norte,ha%20sido%20declarado%20Conjunto%20Hist%C3%B3rico>.

WT3 = Web oficial de promoción turística de Tenerife, gestionada por Turismo de Tenerife. (s.f). *Santuario del Santísimo Cristo de los Dolores y ex convento de los Padres Agustinos Calzados*. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/tacoronte/lugares-interes/santuario-santisimo-cristo-dolores-exconvento-padres-agustinos-calzados.htm>

Y-D-I = YCODEN DAUTE ISORA TENERIFE DENOMINACIÓN DE ORIGEN. *Viticultura*. Recuperado el 28/08/2020 de <http://ycoden.com/viticultura/>

Listado de figuras

Figura 1. Mapa de Tenerife delimitando las Denominaciones de Origen de la isla. Imagen extraída el 28/08/2020 de <https://www.casadelvinotenerife.com/qr/denominaciones-de-origen-y-bodegas-comarcales/>.

Figura 2. Imagen distintiva de la D.O. Tacoronte-Acentejo. Imagen extraída el 15/08/2020 de <http://tacovin.com/>

Figura 3. Imagen distintiva de la D.O. Ycoden- Daute-Isora. Imagen extraída el 15/08/2020 de <http://ycoden.com/>

Figura 4. Imagen distintiva de la D.O. Abona. Imagen extraída el 15/08/2020 de <https://catatu.es/region-vinicola/abona>

Figura 5. Imagen distintiva de la D.O. Valle de Güímar. Imagen extraída el 15/08/2020 de <https://catatu.es/region-vinicola/valle-de-guimar>

Figura 6. Imagen distintiva de la D.O. Valle de La Orotava. Imagen extraída el 15/08/2020 de <https://catatu.es/region-vinicola/valle-de-la-orotava>

Figura 7. Mesa con quesos y vinos. Imagen extraída el 21/08/2020 de <https://bodegasmonje.com/catas-degustaciones/degustaciones/reservar-degustacion-4-vinos-4-quesos/>

Figura 8. Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge. Imagen extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1143>

Figura 9. Exconvento de San Agustín. Imagen extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1142>

Figura 10. Iglesia de Santa Catalina. Imagen extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=365>

Figura 11. La Fuentecilla - Juan Fernández. Imagen extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1144>

Figura 12. Mapa de Tenerife, municipio de Tacoronte. Imagen extraída el 13/09/2020 de <https://www.isladetenerifevive.com/2011/05/tacoronte.html>

Figura 13. Santuario del Santísimo Cristo de los Dolores y ex convento de los Padres Agustinos Calzados. Imagen extraída el 13/09/2020 de <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/tacoronte/lugares-interes/santuario-santisimo-cristo-dolores-exconvento-padres-agustinos-calzados.htm>

Listado de tablas

Tabla 1. Bodegas con D.O. Tacoronte-Acentejo. Localización, variedades de vid y curiosidades/información. Elaboración propia a partir de los datos recabados en:

- Carbajales. Recuperado el 14/07/2020 de <https://www.carbajales.es/el-vino/>
- Bodegas Cráter. Recuperado el 14/07/2020 de <https://www.craterbodegas.com/webesp/vinos.htm>
- Todos Vinos de Canarias. Recuperado el 14/07/2020 de <https://tenerifevinos.es/es/kategori-vina-es/vino-tinto-seco/cuevas-de-lino-tinto.html>
- Todos Vinos de Canarias. Recuperado el 18/07/2020 de <https://tenerifevinos.es/es/bodegi-es/bodega-la-hijuela.html>
- Bodegas Cándido Hernández Pío. Recuperado el 14/07/2020 de <http://www.bodegaschp.es/> y <http://www.bodegaschp.es/vinos.html>
- Tacoronte-Acentejo. Bodegas. Recuperado el 03/08/2020 de <http://tacovin.com/vinos/bodegas/#1578424154879-44b8ad45-b752>
- Bodega Domínguez. Cuarta Generación. Recuperado el 13/09/2020 de <http://bodegasdominguez.es/documento/catalogo/>
- Finca El Cercado, comunicación personal, 3 de septiembre de 2020, a través de <https://www.facebook.com/Finca-El-Cercado-259479301653013>
- El Mocanero. Recuperado el 14/07/2020 de <http://www.bodegaelmocanero.com/?page=Vinos>
- Hoya del Navío. Viña ecológica desde 1993. Recuperado el 14/07/2020 de <https://www.hoyadelnavio.com/> y <https://www.hoyadelnavio.com/el-vino/>
- Hacienda de Acentejo. Recuperado el 21/08/2020 de <https://www.haciendadeacentejo.net/>
- Bodegas Insulares Tenerife. Recuperado el 18/07/2020 de <https://www.bodegasinsulares.es/bodegas/Tacoronte%20-%20Acentejo;>

<https://www.bodegasinsulares.es/vinos/vi%C3%B1a%20norte/vi%C3%B1a%20norte%20tinto%20tradicional>;
<https://www.bodegasinsulares.es/vinos/brezal/brezal%20tinto>;
<https://www.bodegasinsulares.es/vinos/humboldt/Malvasia%20cl%C3%A1sico>;
<https://www.bodegasinsulares.es/destileria>; <https://www.webtenerife.com/que-hacer/comer-y-beber/bodegas/bodegas+insulares.htm>

- Bodega Ambora, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020, a través de <https://www.facebook.com/BodegaAmbora>
- La Baldesa. Recuperado el 18/07/2020 de <https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=560&idioma=esp&subcat=true&cat=1>
- Bodega La Isleta, comunicación personal, 3 de septiembre de 2020, a través de <https://www.facebook.com/laisleta>
- Linaje del Pago. Recuperado el 13/09/2020 de <http://linajedelpago.com/>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1239&idioma=esp&subcat=true&cat=1>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1240&idioma=esp&subcat=true&cat=3>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1231&idioma=esp&subcat=true&cat=3>
- LoHer. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1395&idioma=esp&subcat=true&cat=1>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=912&idioma=esp&subcat=true&cat=1>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=962&idioma=esp&subcat=true&cat=1>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1234&idioma=esp&subcat=true&cat=2>;
<https://www.productosdetenerife.com/detalle.cfm?id=1237&idioma=esp&subcat=true&cat=2>
- Bodegas Marba. Recuperado el 18/07/2020 de <http://bodegamarba.com/>;
<http://bodegamarba.com/nuestros-vinos/> y <http://bodegamarba.com/premios/>
- Presas Ocampo. Recuperado el 18/07/2020 de http://presasocampo.com/?page_id=158 y
<https://www.eldia.es/tenerife/2019/11/30/bodegas-presas-ocampo-vino-artesanal/1029208.html>
- Vinos en Tandem / Tierra Fundida. Recuperado el 13/09/2020 de <https://www.facebook.com/pages/category/Winery-Vineyard/Vinos-en-Tandem-Tierra-Fundida-108039874198209/> y <https://vinofilos.es/es/brand/185-tierra-fundida>

Tabla 2. Ficha del recurso “Acantilados de Tacoronte y Barranco de Guayonge”. Información extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1143> y del Decreto 87/2007, de 8 de mayo.

Tabla 3. Ficha del recurso “Exconvento de San Agustín y bienes muebles vinculados”. Información extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1142> y del Decreto 61/2006, de 16 de mayo.

Tabla 4. Ficha del recurso “Iglesia de Santa Catalina de Alejandría”. Información extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=365> y www.tacoronte.es/iglesia-santa-catalina

Tabla 5. Ficha del recurso “La Fuentecilla - Juan Fernández”. Información extraída el 13/09/2020 de <http://www.gobiernodecanarias.org/cultura/patrimoniocultural/bics/index.html?bic=true&cod=1144> y del Decreto 128/2008, de 3 de junio.

Tabla 6. Ficha del recurso “Tacoronte”. Información extraída el 13/09/2020 de www.tacoronte.es/historia y <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-islal/municipios/tacoronte/lugares-interes/santuario-santisimo-cristo-dolores-exconvento-padres-agustinos-calzados.htm>

Anexos

Entrevista telefónica realizada el 1 de septiembre de 2020 a D. Esteban Reyes, gerente de Bodega Presas Ocampo y presidente del Consejo Regulador D.O. Tacoronte-Acentejo.

Ya habíamos comentado un poco este tema por correo electrónico, pero por ahondar más en el mismo, ¿cuál es el perfil del turista que visita las Bodega Presas Ocampo?

E.R.: Vienen de todas las nacionalidades, pero digamos que los que se llevan la palma, en efecto, son los alemanes, pero nos visitan gentes de todos lados, aunque sea un grupo más minoritario: franceses, italianos, ingleses, belgas... incluso rusos. Aunque, repito, es un grupo minoritario, pero también vienen a las visitas.

¿Y en cuanto a las visitas de gente de aquí, de residentes canarios?

E.R.: Sí, también. Se suelen organizar grupos. Además, nos llaman porque quieren hacer algo excepcional y ver una bodega que no habían tenido oportunidad de hacer una cata y suele venir gente; en este caso, el espectro de edad es más amplio, porque podemos contar con gente de entre 25 años hasta 70 sin problema.

¿Y esta gente suele tener conocimientos de los vinos o ya ha probado sus vinos anteriormente o van un poco de cero, sin saber?

E.R.: Bueno... hay de todo. Hay gente que ha probado los vinos y conoce la bodega y por eso quieren venir *in situ* y ver qué hacemos aquí y luego hay otra gente que no, que tienen digamos ganas de aprender y de ver o adentrarse un poco más en el mundo de la viticultura y la enología y no por eso tienen que tener conocimientos previos. La inmensa mayoría no tiene grandes conocimientos de vinos, pero sí tienen curiosidad.

En cuanto al número de turistas que haya visitado en el último año la bodega.

E.R.: El último año... si quieres hablamos del 2019, porque el 2020... *(Risas)*

Sí, sí, me refería al pasado 2019. Este vamos a obviarlo. *(Risas)*

E.R.: Sí, este año es para enmarcar... En el 2019 pueden que nos hayan visto del orden de las 500, 600 personas.

Y bueno ahora que ha hablado de este año 2020, ¿cómo les ha afectado a las ventas y a la actividad general el tema de la COVID-19?

E.R.: Pues desgraciadamente nos ha afectado y mucho. La bodega tiene la fortuna de estar bastante bien implantada en el sector de alimentación. Tenemos dos líneas de negocio bien diferenciadas: tenemos la línea que va solo a restaurantes y hoteles, vamos a decirlo así y luego hay otra que es la que va solo a los clientes de alimentación. Entonces, la alimentación creció bastante en el tema del confinamiento y nosotros al estar bien posicionados pudimos vender. Y aun con eso, las ventas cayeron más de un 50% en lo estipulado, en lo que teníamos como presupuesto para la bodega.

En cuanto a la promoción, ¿se encargan de promocionar a parte de en sus redes sociales y en su página web, en los hoteles? Por ejemplo, yo trabajo en un hotel en el sur de la isla y es verdad que en tema de vinos no hay ningún folleto ni cualquier tipo de información. ¿Tienen alguna otra manera de promocionarse?

E.R.: Tenemos muchas maneras de promocionarnos, pero en concreto, lo que me dices con los hoteles es bastante complicado. Es más, tal es así que hasta el Gobierno de Canarias ha tenido que intervenir con un programa que se llama "Crecer juntos" para intentar ya no solo que la inmensa mayoría de los hoteles de Canarias consuman producto local en cuanto a productos del campo se refiere y en concreto al vino porque la mayoría no contemplan en sus cartas los productos de aquí. Puede que haya un problema de distribución y que luego se pueda mantener en el tiempo o que las cantidades que tengan no sean suficientes para abastecerlos, en fin... Es complejo, pero nosotros sí que hacemos muchos tipos de promociones. Estamos incluidos en una empresa importante de excursiones en el sur, que nos promociona una excursión concreta que viene a la bodega dos veces a la semana. Bueno venía, ahora evidentemente no viene nadie. Hacemos todo tipo de actividad por ejemplo ahora teníamos programado hacer "sonidos líquidos" en la bodega, que era un concierto al aire libre, entre las viñas. La gente venía, cataba los vinos y veía el espectáculo. Hacemos de todo un poco, todo lo que nos permite nuestras instalaciones y lo que nos permite evidentemente también el tipo de producto. Pero hacemos bastantes cosas, somos una bodega bastante dinámica.

Muchas veces las bodegas se ciñen a lo que es visitar la bodega y los viñedos en sí y se estancan ahí. Está bien saber que por esa parte intentan promocionarse por otro lado y hacer otro tipo de actividades para llamar la atención del público.

E.R.: Sí, sí. Por lo menos lo intentamos. Lo más importante en este bendito mundo, y de esto tu padre te puede explicar, es la distribución. Tener una buena distribución y estar en cuantos más sitios mejor para que la gente tenga la posibilidad de poder probarlo y a partir de ahí pues te puedes inventar otras cosas, pero si no tienes una buena distribución y el vino no es digamos conocido o al menos está bien distribuido, lo tienes más complicado.

Totalmente de acuerdo. Referente al Gobierno de Canarias y al Cabildo Insular de Tenerife, ¿sienten que realmente les apoyan? ¿Les parece suficiente el apoyo que reciben por su parte?

E.R.: Mira yo soy presidente del Consejo Regulador de Tacoronte-Acentejo para más inri, así que nunca vamos a decir que no es suficiente, porque nadie tiraría piedras sobre su propio tejado. Intentan hacer cosas, es una época muy complicada, pero tampoco es que nos hayan abandonado de la mano de Dios, pero entiendo que los recursos tienen que ir destinados ahora a la gente que más lo necesita.

Siempre se puede hacer más, pero entiendo que en esta situación pues...

E.R.: Sí, pero bueno con eso y con todo están ahí. Hay cosas que reivindicamos como puede ser el hecho de que se hagan efectivas las subvenciones en su totalidad para que la gente pueda tener un respiro, cosa que aún no se ha hecho. Pero te digo, todo esto es tan convulso ahora mismo que juzgarlo negativamente sería necio por mi parte. Sí, están ahí, intentan hacer cosas, intentan ayudar en la medida de sus posibilidades y bueno... También te puedo contar y esto es un aspecto totalmente personal y es que las subvenciones pueden ser necesarias para que la gente arranque, pero los negocios tienen que poder ser eso, negocios y ser rentables. Si solo dependemos de las subvenciones vamos a estar fastidiados.

Desde luego que sí. Ahora hablando de lo que son los vinos Presas Ocampo, que como bien dice están bien posicionados y es una de las bodegas más reconocidas de la isla, ¿qué diría que los diferencian del resto de vinos canarios?

E.R.: Mmm a ver diferenciaciones yo no hablo de producto, ya que hay muy buenos vinos, excelentes vinos en Canarias, en Tenerife en concreto y en la comarca Tacoronte-Acentejo más todavía. Yo creo que nosotros nos diferenciamos precisamente por el nivel de profesionalización que tiene la bodega, un buen servicio, tenemos una buena imagen que de alguna forma se adapta a los tiempos que corren y sobre todo que hacemos vinos para la gente, no vinos para nosotros. Hacemos vinos para el público, para el mercado, que sean vinos como nosotros los llamamos, vinos gastronómicos, vinos honestos, que huelan a lo que saben y que sepan a lo que huelen. O sea que no haya nada que enmascare la realidad de lo que da el campo que en este caso es una buena uva y que intentamos intervenir lo menos posible en la bodega para que sea lo más auténtica posible.

También leí en una entrevista que concedió a Aleix Aguilera, director de Coolture Magazine en enero de 2020, donde le pregunta por el público joven español. ¿Tienen algún tipo de estrategias para atraer a esta generación de “millennials”? Siempre se ha visto como que el vino es para personas de más edad, no para jóvenes. Entonces no sé si siguen algún tipo de estrategias para atraer a este público.

E.R.: Pues mira para mí es bastante sencillo dentro de lo complicado. Tenemos una gran ventaja con toda esa generación de *millennials* y es el tremendo nivel cultural que arrastran. Gracias a Dios ha sido una generación que se ha permitido formarse, ir a la universidad, o sea tener mucho roce con la cultura y el vino es cultura. O sea que en el momento en el que entiendan esta cultura y tengan avidez por en alguna forma adentrarse en ella vamos a tener ganado el gran mercado, vamos a decirlo así, el mercado que realmente necesita el mundo del vino para crecer.

Y, por último, ¿cuál es el objetivo más inmediato que tiene ahora Bodega Presas Ocampo?

E.R.: Pues el más inmediato es subsistir. *(Risas)* Nosotros tenemos un horizonte claro y es seguir penetrando mercados y de alguna forma garantizamos esa masa crítica que nos dé la oportunidad para afrontar nuevos proyectos en cuanto a nuevas elaboraciones, incluso nuevos mercados donde estamos intentando expandirnos. Porque no todo el mundo es profeta en su tierra y nosotros vendemos mucho vino en casa y ves que hay oportunidades para salir fuera y para dar a conocer lo que tenemos aquí y ese es uno de los grandes proyectos de la bodega, la internacionalización dentro del 2021, dentro del 2020 evidentemente esto va a ser imposible y afrontar nuevos mercados y ver cómo van yendo las cosas sin dejar de lado, todo lo contrario, sino reforzar más aún si cabe, lo que hacemos en el mercado local.

Ahora que lo comenta, ¿los vinos Presas Ocampo se venden a nivel Canarias o tienen también alguna venta a nivel nacional o internacional?

E.R.: Tenemos de todo. Vendemos en todas las islas menos en La Graciosa, de momento, ya veremos. Vendemos en la Península, a la zona sur de España, vendemos en Madrid, vendemos en Cataluña. Y luego también internacionalmente vendemos vinos en Polonia, en Finlandia... y estamos en tratos por eso te decía con ocho países más para intentar expandir nuestros vinos por el mundo. Las cantidades que se mueven fuera de España son pequeñas, no creas que estamos hablando de grandes volúmenes.