



XVIII Colóquio Ibérico de Geografia

Desafios Societais: A perspetiva da Geografia

Livro de Atas

Coimbra 2024

CIG 2024

XVIII COLÓQUIO IBÉRICO DE GEOGRAFIA

DESAFIOS SOCIETAIS: A PERSPETIVA DA GEOGRAFIA

9 | 10 | 11 | OUTUBRO | 2024 - UNIVERSIDADE DE COIMBRA

LIVRO DE ATAS

ORGANIZAÇÃO | COM O APOIO



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

DEPARTAMENTO
DE GEOGRAFIA
E TURISMO



Título: XVIII Colóquio Ibérico de Geografia

Editor: Associação Portuguesa de Geógrafos

Comissão Editorial: Adélia Nunes, Albano Figueiredo, Claudete Moreira, Diogo Amaral, Pedro Rego

Comissão Científica: Adélia Nunes, Albano Figueiredo, Ana Louro, Ana Nieto, André Carmo, Carlos Guerra, Claudete Moreira, Dolores Puga, Elisabete Fiel, Eusébio Reis, Fátima Velez de Castro, Guillem X. Pons, Hélder Lopes, Helena Madureira, Jesús M. González-Perez, João Luís Fernandes, Jorge Olcina, José Lúcio, Josep V. Boira, Licínia B., Lúcio Cunha, Luís Moreno, María García Hernández, María I. Martín Jiménez, Miguel Padeiro, Miguel Pazos, Norberto Santos, Paulo Carvalho, Paulo Nossa, Pedro Chamusca, Rafael Cámara, Rafael de Miguel, Rossana Estanqueiro, Rui Ferreira

Capa: Diogo Amaral

ISBN: 978-989-35579-3-8

Coimbra, Outubro de 2024

Associação Portuguesa de Geógrafos

Instituto de Ciências Sociais

Av. Professor Aníbal Bettencourt, n.º 9. 1600-189 Lisboa

E-mail: geral@apgeo.pt

Nota: Os textos apresentados são de exclusiva responsabilidade dos seus autores.

PT Esta investigação teve o apoio do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT), financiado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) com a referência UIDB/04084/2020.

EN This research received support from the Centre of Studies in Geography and Spatial Planning (CEGOT), funded by national funds through the Foundation for Science and Technology (FCT) under the reference UIDB/04084/2020.

Achila Uma. Retrato patrimonial de una ancestral cultura del agua en el Pueblo de Codpa (Región de Arica y Parinacota, Chile)	586
Análise espacial da visitação ao Parque Nacional das Ilhas Atlânticas da Galiza através de fotos georreferenciadas do Wikiloc e Flickr	592
Consolidación territorial de los caminos de la Cruz de Caravaca. Un proyecto turístico que trasciende el ámbito regional.	598
Cooperación transfronteriza y turismo en el tramo central de la «raya ibérica» (2007-2020)	604
Desenvolvimento do turismo de natureza em comunidades rurais negras da Chapada Diamantina, Bahia, Brasil: um estudo de caso no quilombo Riacho do Mel.....	610
Integrando la Olivicultura, la Oleicultura y sus Ramificaciones Culturales en el Turismo Regenerativo: Valorización del Patrimonio Cultural Inmaterial en el Espacio Rural de Perales de Tajuña (Madrid)	618
La operacionalización de una estrategia de marketing territorial con el objetivo de valoración de territorios locales: el caso del Municipio de Palmela.....	625
La Ruta del Vino de Gran Canaria (Islas Canarias, España) como producto ecoturístico.	631
Los paisajes de terrazas agrícolas del norte de La Gomera (Islas Canarias. España). Análisis de su potencialidad para la práctica del ecoturístico.....	638
O envolvimento das comunidades no desenvolvimento turístico sustentável – perspetiva dos <i>stakeholders</i> da Guiné-Bissau.....	645
Paisajes de Interés Cultural en riesgo de desaparición en el contexto ibérico: los paisajes de “altura” de la Montaña Asturiana (España) y los paisajes adeshados del Alentejo (Portugal)	652
Património Mundial e Turismo na Cidade Histórica de Mbanza Kongo (Angola). Orientações Estratégicas para a Valorização, a Conservação e os Riscos de Desclassificação.....	663
Predictores de las preferencias paisajísticas en el turismo de grandes villas hoteleras	668
Visitantes y turistas en pueblos de Soria y Teruel (España). ¿Qué percepciones tienen del paisaje que visitan?	675

La Ruta del Vino de Gran Canaria (Islas Canarias, España) como producto ecoturístico

Ojeda Naranjo, Wendy del Pino^{1*}; Rodríguez Socorro, María del Pino²; Romero Martín, Lidia Esther²

- 1 Grupo de Investigación Geografía, Tecnologías de Información Geográfica y Medio Ambiente (GEOTIGMA), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, C/ Pérez del Toro, nº 1, CP:35006 Las Palmas de Gran Canaria.
- 2 Departamento de Geografía, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, C/ Pérez del Toro, nº 1, CP:35006 Las Palmas de Gran Canaria, mpino.rodriguez@ulpgc.es & lidia.romero@ulpgc.es

*Autor correspondiente: wendy.ojeda@ulpgc.es Tel.: +34-928-45-17-31

Resumen: La Ruta del Vino de Gran Canaria es un producto turístico vinculado al territorio. Los objetivos: explorar el conocimiento de los actores sobre la enoruta y su vinculación con el patrimonio, y evaluar si es afín con el ecoturismo. Se realiza una encuesta a actores vinculados con el turismo y se analiza el grado de afinidad con el ecoturismo, de cuatro empresas, reconocidas como sostenibles por ACEVIN. Los resultados indican que muchos agentes consideran que este producto fomenta el desarrollo local y valoriza el patrimonio de la isla, y que la ruta, está en la senda hacia el ecoturismo.

Palabras claves: ecoturismo, patrimonio, paisaje vitivinícola, producto turístico

Abstract: The Gran Canaria Wine Route is a tourist product linked to the territory. The objectives: to explore the knowledge of the stakeholders about the wine route and its connection with heritage, and to evaluate their affinity with ecotourism. A survey is carried out among stakeholders linked to tourism and the degree of affinity with ecotourism is analysed, of four companies, recognised as sustainable by ACEVIN. The results indicate that many stakeholders consider that this product promotes local development and values the heritage of the island. And that the route is on the path towards ecotourism.

Keywords: ecotourism; heritage; wine landscape; tourist product.

1. Introducción

El ecoturismo es un modelo de turismo ambientalmente responsable que implica visitar áreas naturales para disfrutar y apreciar la naturaleza y sus manifestaciones culturales, tanto presentes como pasadas. Este tipo de turismo promueve la conservación, tiene un bajo impacto en los visitantes y fomenta la participación activa y beneficiosa de las poblaciones locales, tanto social como económica. (Ceballos-Lascurain, 1996; UNWTO, 2002; Drumm, 2005).

Se diferencia del turismo sostenible, concepto más amplio, en estos criterios básicos: (I) Contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural; (II) Incluye la participación activa de las comunidades locales en su planificación, gestión, explotación y supervisión; (III) Interpretar el patrimonio para los visitantes; (IV) Es una modalidad más amigable con los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos reducidos. (Declaración de Quebec sobre Ecoturismo, 2002).

La vitivinicultura ecológica se alinea con estos principios al minimizar el uso de productos químicos y promover la biodiversidad, contribuyendo así a que los viñedos y bodegas preserven

los recursos naturales. La creciente demanda de prácticas sostenibles en territorios de viñedos y bodegas brinda la posibilidad de realizar experiencias enoecoturísticas exclusivas para los visitantes, valorizando el patrimonio local y preservando el medio natural y cultural (Fuentes-Fernández et al., 2024).

En el enoecoturismo, el paisaje es fundamental, ya que la conexión entre la calidad del producto (vino) y del entorno (paisaje) refuerza la propuesta sostenible y atractiva del destino. Esta vinculación realza el valor del producto vitivinícola y facilita la promoción del destino, especialmente con sus características paisajísticas que cuentan con un reconocimiento internacional. (Baraja Rodríguez et al., 2019; Climent-López & Esteban-Rodríguez, 2018)

Las Rutas del Vino surgen como una oferta turística basada en la sostenibilidad del paisaje, gestionada por entidades que planifican los recursos de comarcas vitivinícolas. (Fernández Portela & Vidal Domínguez, 2020). Una característica común es la colaboración entre el sector público y privado, integrando empresas turísticas y otros sectores tradicionalmente ajenos al turismo, como bodegas, queserías, etc.

La Ruta del Vino de Gran Canaria, de reciente certificación (2021) por la Asociación de Española de Ciudades del Vino “ACEVIN”, es la única localizada en territorio insular. Esta distinción ha realzado el sector vitivinícola de Gran Canaria, valorizando su impacto económico, desarrollo local y el paisaje volcánico por su alto valor histórico-cultural.

Dicho producto turístico abarca el mismo territorio que la Denominación de Origen Vino de Gran Canaria, esto es, toda la isla. Su eslogan, “hacemos vino y embotellamos paisaje”, destaca que es más que una propuesta enoturística; es una invitación a explorar la diversidad de paisajes vitivinícolas de la isla. Siendo una isla volcánica madura (14,5 m.a.) y atlántica, con una superficie de 1560 km² y una altitud máxima de 1957 metros. A pesar de ser un destino turístico “maduro” de sol y playa, su patrimonio natural y cultural es poco conocido. Con una elevada presión demográfica (857.171 habitantes en 2023), alrededor del 43% de su superficie está bajo algún sistema de protección. Destacan la Reserva de la Biosfera y el Paisaje Cultural Patrimonio Mundial, ambos reconocidos por la UNESCO, así como 15 zonas de especial conservación (ZEC), 5 zonas de especial conservación para aves (ZEPA) de la Red Natura 2000, y 11 espacios de la Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos. El objetivo general de este trabajo es reconocer si la ruta del vino de Gran Canaria es un producto ecoturístico. Para su consecución nos hemos marcado unos objetivos específicos: (I) reconocer el grado de conocimiento y vinculación de los diferentes actores locales con esta enoruta y sus diversos y variados elementos patrimoniales, y (II) analizar y valorar el grado de afinidad de los sectores profesionales de la ruta con los criterios del ecoturismo.

2. Metodología

Para alcanzar el primer objetivo, se realizó una encuesta de opinión (mayo-junio 2023) a agentes locales vinculados con el turismo de interior (empresarios de bodegas, restaurantes, guías turísticos, etc.). La encuesta, estructurada en tres bloques de preguntas cortas y abiertas, se realizó a través de Google Forms. El primer bloque recopila información personal de los encuestados (edad, nivel de estudios, profesión, etc.); el segundo se centra en la Ruta del Vino de Gran Canaria (grado de conocimiento, afinidad, etc.); y el tercero aborda el patrimonio de la

ruta (conocimiento del patrimonio, elementos afines, etc.).

Posteriormente, a partir del análisis de los cuatro agentes reconocidos por ACEVIN como sostenibles en este producto enoturístico, se realiza un diagnóstico preliminar de su cumplimiento con los criterios del ecoturismo. Basándose en la guía de buenas prácticas en enoturismo (ACEVIN, 2024), se analizan los indicadores aplicados a la valoración de estos cuatro agentes: el Ayuntamiento de Agüimes (administración pública), Bodega San Juan (bodega), Handmade Tours (guía intérprete del patrimonio) y Granja Jaira de Ana (granja escuela).

Para realizar el diagnóstico del grado de cumplimiento con el ecoturismo, además de los indicadores de ACEVIN se analizan las actividades desarrolladas por ellas, consultando diversas fuentes complementarias (Redes Sociales, página web, etc). Con la información obtenida se ha creado una escala de Likert (0-5) para valorar la vinculación de cada empresa con los criterios del ecoturismo.

3. Resultados y discusión

Los actores participantes en la encuesta, son en su mayoría mujeres (60%) y las edades oscilan entre 28 y 65 años. Cuentan con un nivel de estudios mínimo de bachillerato, la mitad tienen un grado universitario y el 63,3% han realizado cursos de especialización en turismo.

Respecto al conocimiento de la Ruta del Vino de Gran Canaria, el 66,7% de los encuestados la conoce, ya sea por su actividad profesional en el sector del vino o por su labor turística en la zona. Además, el 73,3% de ellos consideran que dicho producto turístico fomenta el desarrollo local de la isla, y el 46,6% considera que ese clúster de empresas reforzará y mejorará el desempeño de cada una de ellas.

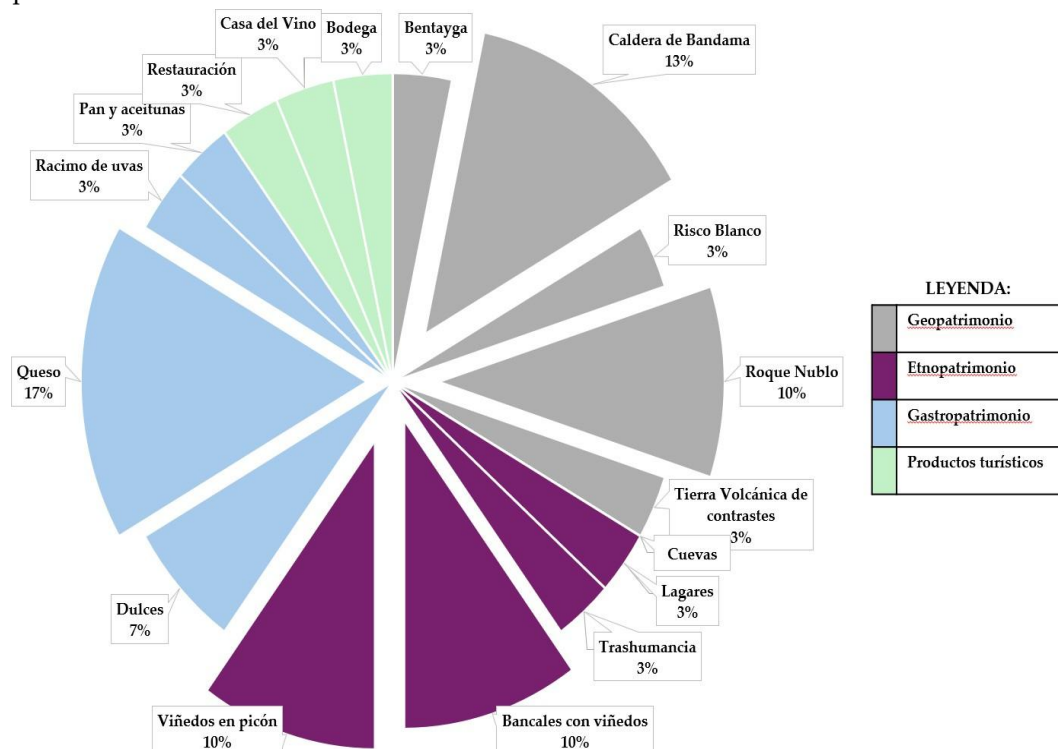


Figura 1. Elementos patrimoniales que se asocian a la ruta vino. Fuente: Elaboración propia.

En relación con el patrimonio natural y cultural del producto turístico, destaca la variedad de elementos patrimoniales vinculados (Figura 1). Destacan elementos del geopatrimonio

volcánico, como la Caldera de Bandama y el Roque Nublo, que son iconos paisajísticos y representan la viticultura, así como la identidad de la isla y su ruta enológica. En el gastropatrimonio, destaca la conexión con el queso y los dulces, productos locales de renombre internacional que maridan con los vinos y preservan la cultura y el paisaje, como la trashumancia y la cultura de la almendra. Por último, en el etnopatrimonio destacan los dos tipos de paisajes vitivinícolas de la isla: los viñedos sobre piroclastos y los cultivados en bancales.

En el análisis de la encuesta, se relacionaron los perfiles profesionales de los encuestados con los recursos patrimoniales más significativos (Tabla 1), obteniendo los resultados más relevantes en las siguientes categorías profesionales:

Con Muy Alto Valor

- Informador turístico: paisaje, gastronomía tradicional, museos.
- Bodegueros: bodegas e inmaterial.
- Restauración: gastronomía tradicional y

bodegas. Con Alto Valor

- Alojamiento: gastronomía tradicional, etnográfico y paisaje.
- Guías turísticos: etnográfico-paisajes, museos y senderos.
-

Tabla 1. Categorías profesionales versus elementos patrimoniales

		CATEGORÍAS PROFESIONALES									
	GRADO IMPORTANCIA	Informadores turístico		Bodegueros		Restauración		Alojamiento		Guía turístico	
		Alto	Muy alto	Alto	Muy alto	Alto	Muy alto	Alto	Muy alto	Alto	Muy alto
ELEMENTOS DEL PATRIMONIO	Etnográfico	13	10	14	7	8	2	17	1	15	8
	Gastronomía tradicional	13	12	16	8	8	15	19	2	13	10
	Inmaterial	13	6	11	11	7	2	10	1	14	6
	Paisaje	11	13	12	8	13	2	16	5	15	11
	Bodegas	14	8	8	16	9	9	15	2	14	6
	Museos y centros de interpretación	11	12	9	2	8	0	13	2	12	11
	Senderos	10	11	11		8	0	15	2	12	10

Fuente: Elaboración propia

El análisis de relación de las empresas de la ruta del vino seleccionadas por ACEVIN con los criterios básicos del ecoturismo nos muestra la relación directa y afin con los mismos (Tabla 2).

En cuanto a la conservación del patrimonio, destacan la Bodega San Juan y el Ayuntamiento de Agüimes, que apuestan por la restauración de elementos patrimoniales. La Bodega San Juan ha rehabilitado el entorno paisajístico de la finca y recuperado los lagares vinculados a la elaboración del vino. Por su parte, el Ayuntamiento de Agüimes se enfoca en la restauración de bienes patrimoniales, como viviendas tradicionales, y en el rescate del patrimonio inmaterial, incluyendo la gastronomía y oficios.

Desde el criterio de la participación de la población local, resalta la empresa Handmade Tours, cuya titular, guía intérprete del patrimonio, hace partícipe de sus productos (experiencias enoturísticas) a la población local, quienes muestran sus fincas, bodegas, queserías, etc. En

cambio, la Bodega San Juan y la Granja La Jaira de Ana asumen la totalidad de la presentación del producto turístico, con mínima participación local, limitada a acciones concretas y puntuales en sus entornos.

Tabla 2. Relación de las empresas de la ruta del vino con los criterios del ecoturismo.

Criterio	Empresa	Ayuntamiento de Agüimes	Bodega de San Juan	Handmade Tours	Granja La Jaira de Ana	TOTAL
1. Contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural		5	5	4	4	18
2. Incluye la participación activa de las comunidades locales en su planificación, gestión, explotación y supervisión		4	3	5	3	15
3. Interpretar el patrimonio para los visitantes		4	5	5	5	19
4. Es una modalidad más amigable con los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos reducidos		3	4	5	4	16
TOTAL		16	17	19	16	

LEYENDA: 0= Nada; 1= Muy baja; 2= Baja; 3= Media; 4= Alta; 5= Muy alta

Fuente: Elaboración propia

La interpretación del patrimonio es una prioridad para las empresas seleccionadas. Destacan las tres empresas privadas quienes integran el patrimonio del producto turístico en su modelo de negocio. La Bodega San Juan ha creado un Museo Interpretativo sobre su historia familiar y el vino en la isla. Handmade Tours ofrece rutas y experiencias vitivinícolas que invitan a los visitantes a explorar el paisaje y la tradición vitivinícola. Por su parte, La Granja La Jaira de Ana realiza talleres para familias, escolares y turistas sobre la difusión del patrimonio rural local.

El último criterio relacionado con un número reducido de visitantes es relevante para Handmade Tours, ya que su enfoque es realizar visitas o rutas con pequeños grupos, limitados a un máximo de 9 personas.

5. Conclusiones

Nuestro estudio ofrece una aproximación al conocimiento y valoración del perfil del agente local en relación con el producto Ruta del Vino de Gran Canaria y su patrimonio asociado.

Respecto al primer objetivo de esta investigación, se ha identificado que los actores han adquirido conocimientos sobre el patrimonio que integran en su discurso dirigido a los usuarios del servicio. Aunque aún no se ha alcanzado a todos los actores vinculados con el producto turístico, se continúa trabajando para obtener una muestra completa, lo que refuerza la naturaleza preliminar del estudio.

La incorporación del producto turístico ha aumentado la presencia del patrimonio natural y cultural en el discurso de los actores del sector, destacando más elementos patrimoniales

vinculados a la actividad vitivinícola. Este producto ha valorizado el paisaje vitivinícola de Gran Canaria e implementado una experiencia enoturística que promueve la conservación de dicho patrimonio.

Desde la perspectiva del ecoturismo se realiza un avance de análisis de relación entre dicho producto y el modelo turístico sostenible valorando si cumple o no los criterios fundamentales que giran en torno al desarrollo ecoturístico.

En definitiva, este estudio preliminar ha demostrado que la Ruta del Vino de Gran Canaria, de reciente creación, caracter insular y ultraperiférico, se diferencia de otras rutas del vino en España al ser un producto turístico con un claro compromiso sostenible bajo los principios del ecoturismo. Este resultado surge del análisis de las cuatro empresas reconocidas por ACEVIN y del alto valor de vinculación entre los criterios del ecoturismo y las empresas seleccionadas.

Como consecuencia, ha surgido un creciente interés entre otras empresas y actores del sector vitivinícola, así como en actividades tradicionales del sector primario, hacia la adopción de prácticas que fomentan la sostenibilidad ambiental, económica y social.

En estudios científicos previos, se han investigado aspectos relacionados con la evaluación de la sostenibilidad en recursos ecoturísticos en áreas vitivinícolas. Sin embargo, es notable la escasez de investigaciones enfocadas en el producto de la ruta del vino, especialmente en territorios insulares. Esta carencia resalta el carácter innovador del presente estudio, que aporta una perspectiva original al abordar la sostenibilidad de las rutas del vino en un contexto insular.

Bibliografía

- ACEVIN. (n.d.). 50 buenas practicas sostenibles en enoturismo. Retrieved June 1, 2024, from <https://rutadelvinoriojaoriental.com/wp-content/uploads/2017/03/50-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Enoturismo-Sostenible-Rutas-del-Vino-de-Espa%C3%B1a.pdf>
- Baraja Rodríguez, E., Herrero Luque, D., Martínez Arnáiz, M., & Plaza Gutiérrez, J. I. (2019). Turismo y desarrollo vitivinícola en espacios de montaña con “alta densidad patrimonial.” Cuadernos de Turismo, 43, 97–122. <https://doi.org/10.6018/turismo.43.04>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996) Turismo, ecoturismo y áreas protegidas: el estado del turismo de naturaleza en el mundo y directrices para su desarrollo. Publicaciones de la UICN, Cambridge, 30
- Climent-López, E., & Esteban-Rodríguez, S. (2018). Landscape and territorial heritage in the Wine Designations of Origin of the Ebro Valley (Spain). E3S Web of Conferences, 50. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20185001046>
- Declaración de Quebec sobre el ecoturismo. (2002). <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/X/03.pdf>
- Drumm, Andy. (2005). Desarrollo del ecoturismo : un manual para profesionales de la conservación. vol. I / Introducción a la planificación del ecoturismo. The Nature Conservancy.
- Fernández Portela, J., & Vidal Domínguez, M. J. (2020). Wine routes as engines of socio-territorial dynamisation: The case of Castilla y León. Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles, 84. <https://doi.org/10.21138/bage.2789>
- Fuentes-Fernández, R., González-Velasco, M. del C., & González-Fernández, M. (2024). Discovering Enocotourism in the Ribera del Duero Appellation: A New Concept Combining Wine Tourism and Ecotourism for a Unique Experience. In J. Martínez-Falcó, B. Marco-Lajara, E. Sánchez-García, & L. A. Millán-Tudela (Eds.), Wine Tourism and Sustainability The Economic, Social and Environmental Contribution of

- the Wine Industry(pp. 147–159).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-48937-2>
- Jovanovic, R., García, F. A., & Cortés-Macías, R. (2022). Evaluation of suitability areas for ecotourism using multi- criteria analysis. The case of central Serbian viticultural region. *European Journal of Geography*, 13(3), 19–41. <https://doi.org/10.48088/ejg.r.jov.13.3.019.041>
- Marco-Lajara, B., Ubeda-Garcia, M., Zaragoza-Saez, P., Poveda-Pareja, E., & Martinez Falco, J. (2023). Wine tourism and sustainability: Case studies in the Alicante Wine Route (Spain). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(2), 307–320. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.020>

Agradecimientos

Contrato predoctoral financiado por Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Cabildo de Gran Canaria y Banco Santander

Estrategias de adaptación y alternativas a partir de los destinos de turismo de interior en tiempos de cambio (ADAPTATUR_ Interior). Ref. PID2020-114186RB-C21 financiado por MCIN-AEI/ 10.13039/5011000110