

# La singularidad del territorio a través del vino y el enoturismo en Canarias: El caso de Bodegas Viñátigo

Agustin Dorta Rodriguez

Iriarte Centro Universitario Internacional. Puerto de la Cruz. Tenerife, Islas Canarias, España

[agustindorta@iriarteuniversidad.net](mailto:agustindorta@iriarteuniversidad.net)

Caleb Lorenzo Galván

Sumiller y profesional independiente del vino. Tenerife, Islas Canarias, España

[calebgalvan99@gmail.com](mailto:calebgalvan99@gmail.com)

Javier Martínez Falcó

Dpto. Organización de Empresas. Universidad de Alicante, España

[javier.falco@ua.es](mailto:javier.falco@ua.es)

Eduardo Sánchez García

Dpto. Organización de Empresas. Universidad de Alicante, España

[eduardo.sanchez@ua.es](mailto:eduardo.sanchez@ua.es)

Bartolomé Marco Lajara

Dpto. Organización de Empresas. Universidad de Alicante, España

[bartolome.marco@ua.es](mailto:bartolome.marco@ua.es)

## Resumen

Las bodegas son parte del proceso de construcción del enoturismo en cualquier territorio y la búsqueda de la singularidad uno de los elementos claves para su diferenciación. En este caso de estudio se toma como referencia las Bodegas Viñátigo en el norte de la isla de Tenerife (España). A partir del uso de la técnica cualitativa, este estudio exploratorio trata de abordar el papel de las bodegas en la puesta en valor del territorio mediante la cultura del vino. Los resultados apuntan a que la bodega viene trabajando en los últimos años en la recuperación de gran parte de las uvas autóctonas de las Islas Canarias, lo que les ha permitido la puesta en valor del territorio canario a través de sus vinos y ser capaces de convertirse en un atractivo turístico.

**Palabras clave:** enoturismo, vino, singularidad, patrimonio, bodegas

## 1. Introducción y antecedentes de investigación

Las bodegas son parte del proceso de construcción del enoturismo en cualquier territorio. Tal y como apuntan Pedraja y Marzo (2014), se reconoce como un elemento central del producto turístico y teniendo en cuenta esta consideración pueden constituirse como verdaderos garantes y custodios de la cultura y la identidad de un lugar. Las bodegas españolas vienen experimentando en los últimos años un aumento considerable de visitas y un crecimiento en cuanto a la promoción de la actividad enoturística (Martínez *et al.*, 2023). Canarias con once denominaciones de origen en el archipiélago, cuenta con la suficiente capacidad para poder ofrecer experiencias turísticas relacionadas con el enoturismo. Un concepto que de acuerdo con Charters y Ali-Knight

(2002) se trata de un viaje cuyo propósito es vivir experiencias en bodegas y regiones del vino. En este caso, el cultivo de la vid en las Islas Canarias tiene su origen en el siglo XV, momento en el que se introduce una gran variedad de productos agrícolas para abastecer a los nuevos residentes de las islas, entre los cuales se encontraba la vid (Lobo,1990). Los vinos canarios tuvieron una gran importancia para el desarrollo económico de las islas e incluso se convirtió en un producto indispensable en la mesa de los monarcas, aristócratas y burgueses además de obtener un gran reconocimiento entre escritores, poetas, etc. como Shakespeare, Walter Scott, etc. (Dorta y Täger, 2011). A lo largo del siglo XX hasta la actualidad, los viticultores de las Islas Canarias han venido trabajando con la administración pública para recuperar el cultivo y comercio de los vinos canarios poniendo en valor el legado cultural, paisajístico e histórico del viñedo. Entre ellas destaca la Cátedra de Agroturismo y Enoturismo de la Universidad de La Laguna/ICCA o el Clúster de Enoturismo de Canarias, intentando revalorizar el sector y aprovechar las grandes oportunidades que ofrece este sector dentro y fuera de Canarias. Cabe destacar la importancia de la vinculación de las bodegas con el *terroir* que va más allá de la producción y comercialización del vino y que supone un elemento para la conservación de la identidad y la singularidad de los pueblos atendiendo a los atributos sensoriales del vino con las condiciones ambientales y socioeconómicas del lugar (Van y Seguin, 2006). Igualmente, con las técnicas tradicionales y las variedades que conforman un sentido de pertenencia al legado cultural e histórico de las propias regiones como ocurre con el sistema del cordón trenzado en el Valle de La Orotava, único en el mundo (Dorta y Quintela, 2024). Para Capitello, Sidali y Schamel (2021) el *terroir* supone una fórmula para el desarrollo de los destinos vitivinícolas, del compromiso con la tierra, con el legado, que se reconoce como algo muy significativo para los residentes.

En este artículo, abordamos el caso de la Bodega Viñátigo, una de las bodegas de mayor reconocimiento de la isla de Tenerife, no solo por la amplia variedad de proyectos desarrollados con el objetivo de recuperar variedades autóctonas de la isla, sino también por su apuesta por transmitir la historia y tradición de las islas fomentando la expansión y divulgación de los conocimientos adquiridos y la calidad de los vinos elaborados. Una línea de investigación que se viene estudiando en base a la importancia del concepto del *terroir* como parte de la estrategia de marketing que es capaz de ofrecer ventajas muy interesantes tanto para los visitantes como los propios productores (Charters, Spielmann y Babin, 2017). En el caso de este estudio, cabe señalar que se trata de un estudio totalmente exploratorio donde por parte de los autores no se constata referencias académicas anteriores sobre el papel del enoturismo asociado a la bodega. En este sentido, se trata de una investigación inédita y que busca avanzar en la materia.

## **2. Objetivos, hipótesis de investigación y área de estudio**

El objetivo y desarrollo de este artículo se centra fundamentalmente en el hecho de analizar y dar a conocer la situación vinícola de la Bodega Viñátigo como caso de estudio. Para lograrlo, hemos segmentado esta idea general en analizar la bodega objeto de estudio para conocer su funcionamiento y sus posibles mejoras.

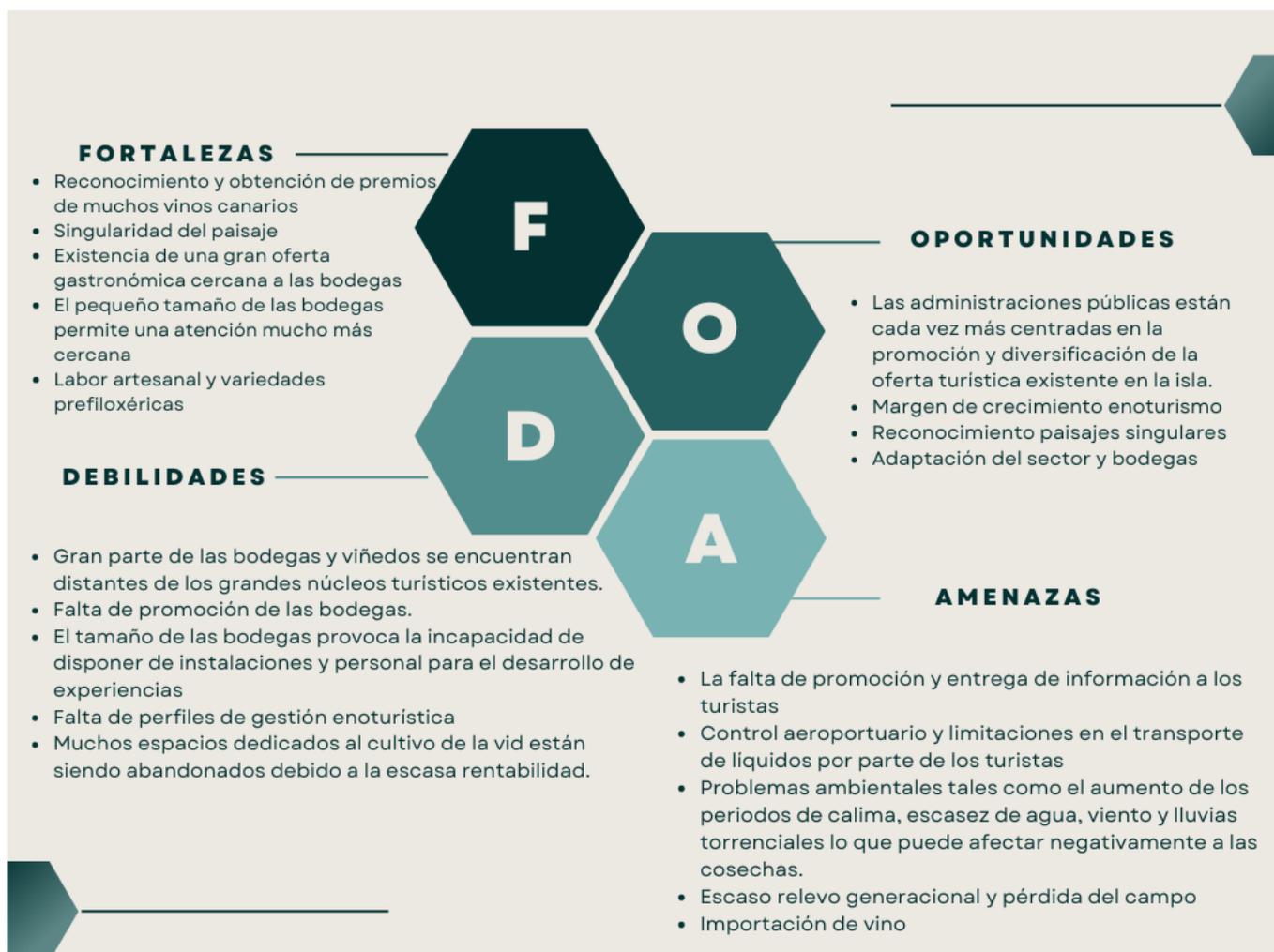
Debido a los aspectos señalados anteriormente, el objetivo fundamental de este trabajo se basa en la realización de un análisis en profundidad de esta bodega, especialmente desde un punto de vista turístico, comparándola del mismo modo con otras bodegas de la isla de Tenerife que han sido pioneras en el impulso turístico de este tipo de establecimientos, para establecer las posibles mejoras que puede llevar a cabo para lograr añadir valor a los productos y servicios prestados.

La bodega se encuentra en el municipio de La Guancha, en un espacio caracterizado por los paisajes de viñedos y las amplias vistas hacia la costa norte de la isla. En relación con la localización de los viñedos, cabe destacar que la bodega Viñátigo cuenta con diversos viñedos localizados en el noroeste de la isla de Tenerife. A su vez, trabaja conjuntamente con diferentes viticultores independientes, los cuales han ayudado a conocer muchas de las variedades de uva.

### **2.1 El estado de arte sobre el enoturismo en la isla de Tenerife**

Con el objetivo de exponer una fotografía sobre el enoturismo en la isla de Tenerife se ha elaborado un DAFO con el fin de detectar y reflejar de manera sencilla las debilidades y amenazas a las que se pueden enfrentar las bodegas y viticultores locales, así como sus fortalezas y oportunidades, de forma que se puedan establecer diferentes propuestas a nivel insular para hacer frente a los puntos débiles y poder aprovechar las posibilidades de desarrollo disponibles en este mercado.

**Figura 1. DAFO sobre la actualidad del enoturismo en la isla de Tenerife**



**Fuente: Elaboración propia**

### 3. Método y fuentes de información

El proceso metodológico que se ha planteado en este trabajo ha sido mediante el desarrollo de diferentes fases que se exponen a continuación. Desde el punto de vista metodológico hemos utilizado el estudio de caso como técnica de análisis y parte de la investigación, metodología avalada y que se viene utilizando en estudios en las ciencias sociales (Gao y Wu, 2017). En este caso, se optó por la utilización de la técnica de investigación cualitativa a través de una entrevista en profundidad al director de la Bodega D. Juan Jesús Méndez así como a través de observación directa mediante la visita en diferentes ocasiones a la bodega. Esta entrevista se realizó en la propia bodega y las visitas a la bodega se produjeron durante el año 2023 y el primer trimestre de 2024. El planteamiento de la investigación se hizo mediante una entrevista abierta con un guion semiestructurado para recoger el máximo de información posible a partir de la historia, evolución, producción y variedades de uvas, internacionalización, empleo, enoturismo, planes de desarrollo y planes de acción. Especialmente se hizo hincapié en la propuesta de valor de la bodega en torno al papel del rescate y la singularidad de los vinos, como parte del ADN de la propia empresa. El análisis se complementó con un barrido de la información en la propia página web de la bodega, información relativa a la bodega en internet y fuentes de información secundarias que

servieron para complementar la información recibida a través de datos estadísticos de informes elaborados por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), así como los datos obtenidos en diversas fuentes como es el caso de Enotenerife o la Carta Europea de Enoturismo. Para la realización de la entrevista en profundidad, se llevó a cabo el diseño de un guión, en el cual se recogieron y clasificaron todas las cuestiones que nos permitirían la obtención de los conocimientos y datos necesarios para el análisis de la bodega.

- Consulta bibliográfica y estado de la cuestión
- Creación de los indicadores a medir para el análisis web. Para ello, se han tenido en cuenta aspectos como la presencia de sitios web, información histórica, detalles de contacto, disponibilidad de servicios enoturísticos, promoción en redes sociales...
- La búsqueda de información y recopilación de datos de las bodegas dentro de la DO Icoden Daute
- Proceso de análisis de los indicadores
- Fase de evaluación de los resultados e identificación y planteamiento de líneas de mejora.

#### 4. Resultados y discusión

##### 4.1 La importancia del capital humano en el proyecto de identidad bodeguero

Bodega Viñátigo tiene como menos una de las historias más interesantes en cuanto a la pasión por el territorio y la singularidad canaria, gracias a su director Juan Jesús Méndez Siverio y el equipo de bodega que ha servido como base para este estudio de caso. Criado en un entorno humilde dedicado a la agricultura y a la viticultura, cursó una carrera universitaria, la cual la compaginaba con ayudar a su familia en estas labores.

**Figura 2. Detalle de cata con el director de bodegas Viñátigo Juan Jesús Méndez Siverio**



Fuente: Autores

En este entorno, unido a diversos cursos de formación sobre enología, se interesó cada vez más por el mundo vinícola. Sin embargo, los comienzos no fueron nada fáciles debido a la falta de financiación y a su escasa experiencia. A partir de los años 90, fue conociendo diferentes viticultores y adquiriendo conocimiento sobre las variedades de uvas existentes en las islas. A partir de 1996 comienzan las obras de la actual bodega Viñátigo, en la cual disponían del espacio y los medios necesarios para llevar a cabo la elaboración de sus vinos. Bodegas Viñátigo comienza a invertir en I+D+i, así como participar en el Plan PIPE de exportación, el cual les permitió centrarse en la realización de los proyectos de estudio, análisis y puesta de valor en las variedades autóctonas

de Canarias. Se reconoce como un referente en la industria vinícola de las Islas Canarias. Fundador de la Denominación de Origen Ycoden Daute Isora y la DOP Islas Canarias – Canary Wine, su visión estratégica y su dedicación incansable han marcado un hito en la evolución del comercio del vino canario.

#### 4.2 Características y contexto de la bodega Viñatigo

La bodega Viñatigo surge en el año 1990 como consecuencia del relevo generacional familiar, de la tradición, el cultivo y elaboración de vinos, en una serie de pequeños viticultores del norte de la isla de Tenerife. Fue a partir de 1997, cuando se lleva a cabo la construcción de las instalaciones de la bodega actual, la cual está construida aprovechando la piedra volcánica del lugar (figura 3).

**Figura 3. Bodega Viñatigo en el municipio de la Guancha (Tenerife)**



Fuente: Bodega Viñatigo

Con respecto a esta construcción, cabe destacar que el interior de la misma refleja el interior de un cono volcánico el cuál recorre una rampa en forma de espiral lo que permite su adaptación para la visita de personas con movilidad reducida. La bodega se adapta muy bien a su entorno utilizando piedra volcánica para su construcción, disponiendo en la planta baja de una pequeña sala de reuniones y catas, dentro de la cual se dispone de una tienda para la venta directa de los vinos. Este espacio se conecta con otra sala en la que se conservan los vinos, a través de un pasillo en el cual se pueden ver los diferentes premios y variedades de vinos que dispone la bodega.

Por otra parte, a pesar de no estar aún operativo, recientemente al lado del edificio principal de la bodega, han comenzado las obras para la construcción de un espacio el cual va a estar dedicado a la prestación de las experiencias enoturísticas. Se trata de una sala de cristaleras conectada con una amplia terraza con vistas hacia la costa del municipio. En el diseño de este proyecto, está planificado la creación de un restaurante y una tienda

en el interior de la sala. Además, la zona de terraza se dividiría en varios espacios diseñados para los diferentes tipos de turistas.

En relación con la producción, dispone de numerosas zonas de viñedos a lo largo de la isla, lo que permite el cultivo de una gran variedad de uvas que entregan a sus vinos un sabor y aroma muy característico.

- Finca Juandana: Conformada por 0,7 hectáreas en el municipio de La Guancha, se caracteriza por sus viñedos de Listán Negro, Listán Blanco, Baboso Negro y Negramoll, además de diferentes plantaciones experimentales
- Parcelas Laderas de Teno: situado en el norte de Tenerife, en el valle de El Palmar, este viñedo rocoso se encuentra entre los 550-650 metros sobre el nivel del mar beneficiándose así de un clima idóneo para el cultivo de la uva.
- Finca Mazapé: se trata del viñedo individual más grande, cultivado a 160 metros sobre el nivel del mar, lo que hace que esté continuamente expuesto a la brisa marina.
- Esto, junto con la gran diversidad de suelos, lo convierte en un viñedo ideal para aquellas variedades que necesitan calor adicional como pueden ser el Marmajuelo, Malvasía Aromática y Negramoll.
- Paraje La Peña: se sitúa en el municipio de Icod de los Vinos, en un barranco, el cual ha sido cultivado de la misma manera que introdujeron por primera vez los colonos portugueses en el siglo XV.
- Se trata de una tierra complicada de cultivar. Sin embargo, sus condiciones permiten la elaboración de vinos frescos y con destacables aromas.

Bodegas Viñátigo, se caracteriza especialmente por su inversión en I+D+i para la recuperación de los cultivos y variedades de uvas que han existido en las islas a lo largo de la historia. Además de esto, la calidad y diferenciación de sus vinos ha llevado a la bodega a la presentación de sus vinos en diversas ferias vinícolas a nivel mundial y a la obtención de una gran variedad de premios de gran prestigio

### **4.3 Una apuesta por la puesta en valor de la singularidad de los viñedos y variedades**

La Bodega Viñatigo, ha sabido aprovechar la gran variedad de uvas de las islas para crear vinos muy valorados a nivel mundial, hasta llegar a la actualidad en la que más de la mitad de sus ventas se basan en la exportación. Desde la bodega se lleva más de 30 años redescubriendo y fomentando el cultivo de diversas variedades de uvas que han sido cultivadas en las Islas Canarias y las cuales se estaban perdiendo con proyectos de recuperación donde la bodega ha participado activamente (Díaz, *et al*, 2003; Méndez y Batista, 2010; Marsal *et.al*, 2019). El estudio sobre la recuperación y conocimiento de las variedades locales viene trabajándose en los últimos años desde el ámbito académico tanto a través de la Universidad de La Laguna (Rodríguez, *et al*, 2008; Zerolo *et al*, 2010; Rodríguez, *et al*, 2018; Machin, 2019) como a nivel institucional por parte del Gobierno de Canarias (Lara, 2020) con entidades que han venido fortaleciendo este conocimiento como el Instituto Canario de Investigaciones Agrarias, el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria o la Cátedra de Agroturismo y Enoturismo. Tal y como se apunta en el informe sobre el diagnóstico de la viticultura de Canarias Lara (2020), alguna de las fortalezas del Archipiélago canario redunda en la:

- Tradición y vínculo emocional, tanto en la producción de uva como en el consumidor local del vino local.
- Variedades de uvas diferentes a las mayoritarias en el mundo y adaptadas a diferentes climas. Exportable.
- Mucha heterogeneidad de “Terroirs” y de vinos resultantes, hay para casi todos los gustos.

En este sentido, cabe destacar la singularidad de las variedades de las islas que se han venido estudiando en la bodega cada una con sus particularidades y que le ha otorgado ese elemento diferencial. Este reconocimiento ha sido gracias a la implicación de la bodega y su personal en numerosos proyectos para la recuperación e investigación en pro de buscar una mayor variedad y excelencia, perfil al que se orienta el modelo de negocio de la empresa. Una mayor comprensión de la tierra, del contexto, de las variedades, etc. y de los propios recursos derivados del viñedo han sido indispensable en el camino de buscar la diferenciación y la singularidad del

territorio. De acuerdo con la entrevista realizada al director de la bodega, la clave del potencial de los viñedos de Bodegas Viñatigo se basa en su vejez, la riqueza del suelo volcánico y su capacidad para sostenerse libremente sobre sus propias raíces que, sumado a décadas de minuciosa investigación, análisis y cuidado, se ha podido poner en valor mejor la riqueza de las variedades de uva que se encuentran en las Islas Canarias. Este camino ha sido reconocido durante los años de funcionamiento de la bodega y que vienen a justificar la puesta en valor de su trabajo. La cronología de la bodega pasa por diferentes momentos;

- Fase de mejora del nivel científico, profesionalización e inversión económica de la bodega a través del Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias con la participación de la Estación Enológica de Galicia EVEGA
- Comienzo de la descripción morfológica de variedades objeto de estudio, potencial enológico y microvinificaciones, etc.
- Alianzas con el Departamento de Química Analítica de la Universidad de La Laguna con resultados de investigación como tesis doctorales, sobre variedades como Gual y Marmajuelo.
- Participación en proyectos Interreg con la participación del Laboratorio del Aroma del Departamento de Química Analítica de la Universidad de Zaragoza, para profundizar en la definición de los perfiles aromáticos de las distintas variedades y en el conocimiento de su evolución.
- Indagación sobre variedades desconocidas
- Afianzamiento con instituciones académicas como el Instituto del Vino de Madeira o la Facultad de Enología de la Universidad Rovira y Virgili de Tarragona con la que se realizó un importante trabajo de identificación de las distintas variedades a través de 20 microsatélites o repetición de secuencias simples (SSRs) para obtener los perfiles moleculares.

Esto ha permitido que las Bodegas Viñatigo se conviertan en un referente en el sector bodeguero del Archipiélago en cuanto a la puesta en valor de las variedades canarias con una amplia variedad de uvas con las que elabora sus vinos. Entre las cuales se encuentran:

- Listán negro: se trata de una uva autóctona y más cultivada de las Islas Canarias, un cruce natural de Negramoll y Listán Blanco
- Listán blanco: traída originalmente por colonos de Andalucía, muestra el punto de encuentro cultural característico de las Islas Canarias, especialmente cuando se la ve creciendo en parrales, técnica adoptada por los productores portugueses.
- Marmajuelo: es una uva exclusiva de las Islas Canarias, redescubierta por el fundador Juan Jesús a finales de los años 90
- Negramoll: produce vinos de color claro con notas de frutas rojas maduras y toques salados.
- Gual: se trata de una uva redescubierta a través de unas cepas cultivadas en la isla de El Hierro a finales de los años noventa.
- Tintilla: esta variedad se cultiva en los climas más fríos donde puede conservar su refrescante acidez
- Vijariego blanco: es una de las uvas propias de Tenerife, la cual debido a su fuerte acidez natural, se fermenta y envejece en barrica.
- Malvasía aromática: es una de las variedades de uva más antiguas del mundo con origen en la Antigua Grecia. Históricamente, Malvasía ayudó a poner a Canarias en el mapa y fue utilizada para producir “Sack”, el vino blanco dulce y aromático de los siglos XVI y XVII.
- Vijariego negro: es comúnmente mezclada con Listán Negro, Vijariego Negro tiende a plantarse en los viñedos más cálidos de Tenerife.
- Baboso negro: es una uva que se utiliza a menudo en ensamblajes. Sin embargo, cuando se cultiva en las condiciones adecuadas y con rendimientos más bajos, el potencial de Baboso Negro es muy bueno.
- Verdello: esta uva es especialmente adecuada para climas cálidos. A pesar de esto, conserva una acidez refrescante de forma natural y sabores frescos y ligeramente especiados.
- Moscatel: una de las variedades de uva más antiguas y aromáticas del mundo, se utilizan a menudo para la elaboración de vinos dulces o para añadir aromas florales a las mezclas blancas.

Así, el proyecto que se viene desarrollando en la bodega es la elaborar vinos diferenciadores que sean capaces de ser atractivos a los mercados que buscan un vino volcánico de calidad. Este intento de diferenciación ha permitido la obtención de vinos elaborados a través de un abanico de variedades de Canarias que ha ido implantándose en diversas parcelas de monovarietales, un proyecto único e innovador que forma parte de la estrategia de la puesta en valor del patrimonio e identidad canaria a través de las historias de los propios vinos. Estas historias se cuentan a través de diferentes líneas de producción;

- Varietales de Canarias. La línea de trabajo en los variedades de Canarias se centra en poner en valor la identidad, el patrimonio y la labor futura del legado que ha dejado estas variedades. En este proyecto, el visitante puede optar por monovarietales listán negro, gual, negramoll, babosa negro, vijariego blanco, marmajuelo, etc, como el caso por ejemplo de la variedad tan rara como Tintilla, donde son pocos los productores de las islas que elaboran 100% con uva tintilla.
- Ensamblajes. En el caso de este proyecto, se trata de una colección de vinos que muestra parte de las características de la geografía única del noroeste de la isla de Tenerife, a través de factores condicionantes como es el clima y los suelos volcánicos. Esta línea de vinos aglutina por ejemplo ensamblajes de variedades blancas como Gual, Marmajuelo, Vijariego Blanco, Malvasía Aromática y Verdello.
- Elaboraciones ancestrales. Un tributo a la historia vitivinícola que se remonta a 600 años aplicando algunos de los métodos vitivinícolas ancestrales.
- Parcelas singulares. Una línea de diferenciación sobre los vinos insignia de la Bodega Viñátigo donde se articula y traslada al visitante el verdadero significado del paisaje, de la historia, la identidad y la cultura del vino, elaborados en diferente altitud y aspecto.
- Pet Nat. Siguiendo las tendencias más recientes, se trata de la línea de espumosos de la bodega.

#### **4.4 El potencial hacia el sector servicios y el enoturismo. Reconocimiento y plan de acción**

##### **I. El posicionamiento de la bodega, una apuesta por la diferenciación**

Con respecto al público objetivo, la bodega Viñátigo debido a su visión, caracterizada por la diferenciación y la calidad, viene centrado su estrategia en la venta de sus vinos a establecimientos de restauración y hostelería donde se valore la singularidad y la calidad de los vinos, evitando otros medios más comunes y a gran escala como pueden ser la venta en supermercados y grandes superficies. El posicionamiento de la bodega es claro a la hora de colocarse como una bodega para los amantes del vino, que buscan vinos con matices diferentes, únicos y singulares. Esta estrategia también se ha venido desarrollando a la hora de establecer relaciones comerciales en pro del desarrollo territorial y puesta en valor de la cultura del vino y el turismo. Así, se atestigua campañas con empresas de ecoturismo para la creación de experiencias enoturísticas donde se relaciona rutas de senderismo con un paquete de vinos asociado al paisaje de las islas, a las variedades de las islas donde el consumidor puede disfrutar de ambas experiencias (figura 4). Este modo de actuación ha sido ratificado en el tiempo a través de reconocimientos, premios, distinciones y atestiguado por sumilleres o publicaciones de vino especializadas donde avalan el trabajo de la bodega dentro de este espectro. Cabe señalar por ejemplo algunas referencias como el Viñátigo Laderas de Teno seleccionado como uno de los vinos canarios favoritos de Jancis Robinson, respetada crítica de vinos y Master of Wine, obteniendo una puntuación de 18 sobre 20 en una cata a ciegas de 100 referencias. En este punto cabe destacar algunos hitos que parecen indicar este camino por parte de la bodega siendo ratificada la labor de la bodega.

- Viñátigo Gual 2020 en la selección de mejores nuevos vinos españoles de Chris Wilson para Decanter
- Viñátigo, la apuesta por la recuperación del patrimonio varietal de las Islas Canarias
- Juan Jesús Méndez, uno de los nombres propios más destacados del sector del vino en España
- Viñátigo en la nueva temporada de la serie Wineman
- La primera vendimia del Hemisferio Norte arranca en Viñátigo
- Juan Jesús Méndez, Premio Enogastroturismo de La Universidad de La Laguna 2019

- Juan Jesús Méndez Siverio, director de Bodegas Viñátigo, es reconocido con la distinción de la Cepa de Honor 2023.

**Figura 4. Detalle de campaña de la relación de la bodega con una empresa de ecoturismo**



Fuente: El Cardon Naturexperience

## II. El proyecto de internacionalización del vino de Canarias

En cuanto al modelo de negocio de la bodega la estrategia de internacionalización ha sido un aspecto clave en el posicionamiento de la marca y especialmente de la identidad canaria a través de la promoción de los vinos volcánicos en el mundo. Esta estrategia se ha venido desarrollando en la defensa y puesta en valor del producto canario, como un producto de calidad y diferente que puede ser altamente atractivo en otros mercados fuera del territorio nacional. Ante el crecimiento del interés por parte de países en Norteamérica y Asia sobre los vinos volcánicos como los del Archipiélago canario, Viñátigo ha trabajado en la tarea de posicionarse dentro de estos con la expansión de la presencia internacional de la bodega en países como Estados Unidos, Canadá o Japón (figura 5).

Esta estrategia se ha ido consolidando dentro de las líneas de desarrollo de la Denominación de Origen Protegida Islas Canarias con la protección comercial de la marca colectiva Canary Wine. Una estrategia única, la primera en la Unión Europea, que ha demostrado ser un éxito en la gestión y comercialización del vino canario, impulsando el desarrollo del sector con la adhesión de diferentes bodegas que han permitido la presencia del vino canario en el exterior consolidándose como verdaderos agentes del cambio del sector vitivinícola (Dorta, Quintela y Leal, 2025). Entre otras acciones se reconoce la campaña realizada a bordo de los aviones de Air Canadá "enRoute", diferentes reportajes en medios de comunicación, revistas especializadas, blogs, viajes de

familiarización, acuerdos comerciales en el sector gastronómico, etc. Por otro lado, también utiliza la venta al público tanto en su bodega como de forma online, destacando especialmente los visitantes locales y de nacionalidad inglesa e italiana.

**Figura 5. Parte del equipo de Bodega Viñatigo en una jornada técnica en Japón**



Fuente: Bodega Viñatigo

### **III. El potencial enoturístico y líneas de mejora**

En el aspecto enoturístico, Bodegas Viñatigo viene trabajando en la línea de posicionar la bodega como un atractivo para la comarca. El desarrollo al alza en los últimos años viene demostrando cada vez más el interés por la actividad enoturística en la isla y la capacidad de las bodegas en dar respuesta a la demanda existente. La bodega encuentra su visibilidad enoturística por medio de la marca Canary Wine o a través de la propia web de la bodega en la que dispone un espacio específico dedicado al enoturismo. La bodega trabaja en el desarrollo de nuevas propuestas para los visitantes que acudan a la misma y actualmente se puede disfrutar de catas y paseos por las instalaciones, especialmente por el jardín de variedades, uno de los elementos significativos de la bodega como puesta en valor de este trabajo de identificación y singularidad de las variedades locales (figura 6). Dentro de los servicios y productos enoturísticos para los cuales es necesario reservar con antelación se distinguen los siguientes;

- a. Cata. En primer lugar, encontramos la cata en bodega, la cual consiste en una cata comentada con responsables de bodega, donde se selecciona 3 o 6 vinos según la modalidad de forma representativa, los cuales presenta y comenta uno de los responsables donde explica las variedades utilizadas, las condiciones de cultivo, la elaboración seguida, así como las características de cada vino.
- b. Visita guiada y cata. Desarrollo de un paseo por el Jardín de Variedades donde explicaran las singularidades de la viticultura canaria y la actividad vitícola de la bodega Viñatigo. A continuación, se realiza un recorrido por la bodega hablando sobre su forma de elaborar, la historia del Canary, etc; para terminar con una cata comentada de una selección de 6 vinos.

**Figura 6. Jardín de variedades de Bodega Viñátigo**



Fuente: Bodega Viñátigo

Entre las propuestas de mejora en torno al plan de acción de posibles nuevos productos y servicios turísticos para la bodega Viñátigo se extraen las siguientes conclusiones. A partir del análisis de los aspectos más destacables de la bodega se determina;

- Aspectos positivos
  - Inversión en I+D+i para la recuperación de técnicas y variedades que se encontraban en extinción, como es el caso de la malvasía
  - Disponibilidad para sus cliente de compra tanto directa como online de sus vinos
  - Gran calidad y variedad de vinos para ofrecer
  - Exportación de más de la mitad sus vinos
  - Originalidad del diseño su bodega
  - Zona para degustación y venta
  - Disponibilidad para visitar los viñedos
  - Página web muy clara e intuitiva
  - Cuenta con certificado de calidad como el canary wine.
  - Pertenece a la denominación de origen protegida Islas Canarias.
  - Impulsar proyectos con distintas instituciones de otros lugares del mundo como lo es en Cabo Verde, Galicia, Uruguay y también en nuestra islas como lo es en la isla de El Hierro.
  - Proyecto para la creación de espacios dedicados al enoturismo.
  - Acceso para personas con movilidad reducida.
- Aspectos mejorables
  - La bodega está situada en una zona poco transitada dentro del modelo de movimientos de locales y turistas aunque tiene buena conexión con la carretera principal.
  - No existe una buena señalización hacia la bodega.
  - No cuenta con una zona de aparcamiento amplia para sus clientes.
  - Una mejor accesibilidad hacia la bodega
  - Mejora de la promoción a nivel local

- Necesidad de los clientes de reservar previamente las visitas en caso de querer conocer la bodega
- Falta de información más detallada en la web para personas que estén interesadas en conocer los datos y aspectos de la bodega en profundidad.

Propuesta: Mejora de la señalización a la bodega

En el caso de la Bodega Viñátigo, cabe destacar que se encuentra situado en un lugar alejado de los puntos turísticos de la isla en un municipio no turístico y dispone de una escasa señalización a lo largo del trayecto. Debido a ello, sería necesario la implementación de medidas junto a el Cabildo de Tenerife, ayuntamiento e instituciones públicas, para la mejora de la señalización de la zona, especialmente desde aquellos puntos más sensibles para el acceso a la bodega.

Propuesta: Gestión enoturística

Un aspecto positivo de la Bodega Viñátigo se centra en la necesidad de reservar previamente las visitas, lo que hace que la experiencia sea mucho más especializada. Sin embargo, esto se puede convertir en una debilidad ya que muchos visitantes que quieren disfrutar de la experiencias turísticas ofertadas por la bodega no pueden hacerlo si no disponen de una reserva. Es por ello, que aprovechando del nuevo espacio que va a estar destinado para el enoturismo, es importante disponer en la bodega de un personal fijo para atender visitas a lo largo del día de forma que no se pierda el aspecto especializado ofrecido por la bodega, y que se pueda mejorar de este modo la experiencia turística de los visitantes y al mismo tiempo obtener un rendimiento económico diario.

Propuesta: Digitalización

La mejora de paneles informativos o recursos que permitieran a los visitantes conocer sobre la historia de la bodega y los procesos de producción sin necesidad de forma autónoma a través de la utilización de códigos QR, o experiencias fotográficas o en 3D que permitan mostrar de manera visual los procesos de producción que se llevan a cabo en la bodega.

Propuestas: experiencias turísticas de mayor participación de los visitantes

Sin embargo, el turista actual busca otro tipo de vivencias más diferenciadas en las cuales ellos puedan participar y formar parte del proceso. Es por ello, que sería interesante crear visitas o eventos organizados en determinadas épocas donde se trabaja con el aspecto sensorial y se impulsa a los turistas a disfrutar y saber diferenciar los distintos aromas y sabores de los vinos elaborados en la bodega.

## **5. Conclusiones, limitaciones del estudio y líneas futuras de investigación**

Bodegas Viñátigo, es una de las bodegas de Tenerife más valoradas y reconocidas debido a su gran trabajo e inversión en I+D+i para la recuperación de gran parte de las uvas autóctonas de las Islas Canarias, lo que les ha permitido la elaboración de una extensa variedad de vinos de gran calidad que se han hecho un hueco en el mercado vinícola mundial. En este estudio exploratorio hemos podido comprobar el papel en la bodega en la puesta en valor del territorio canario a través de sus vinos y su capacidad como atractivo turístico.

Un ejemplo de esta relevancia, lo encontramos en el extenso número de premios que han recibido, su estrategia de internacionalización así como la adhesión a la marca Canary Wine, lo que demuestra el interés por la calidad, la diferenciación y la valorización de los vinos canarios. Tras la realización del estudio en profundidad y análisis de la Bodega Viñátigo, hemos de destacar que se trata de una bodega con un gran potencial para el desarrollo enoturístico, algo que viene trabajando en los últimos años ofreciendo productos y servicios enoturísticos y que con las obras llevadas de ampliación que se están llevando a cabo se contará con las instalaciones necesarias para ofertar una experiencia turística de mayor calidad. A partir del análisis realizado, cabe destacar el gran potencial futuro de la bodega, cuestión que se sitúa en la línea de un mayor impulso en el campo del desarrollo de marketing, ya que se trata de uno de los puntos fundamentales para lograr dar a conocer el nuevo proyecto turístico que se está desarrollando y atraer a un alto número de visitantes lo que va a permitir una mayor rentabilidad. Por otro lado, el aspecto de la digitalización y la apuesta por experiencias turísticas que les

diferencien del resto de bodegas va a ser otro punto clave para ofrecer un valor añadido a la experiencia de los turistas. A pesar de la inversión necesaria para el desarrollo de la propuesta de mejora, debemos destacar que mediante este proyecto la bodega lograría aumentar en gran medida su volumen de ingresos gracias al aumento del número de visitantes y la diversificación de ingresos y al mismo tiempo, ser un ejemplo que seguir por otras bodegas que quieran adentrarse en el mundo enoturístico.

Por otra parte, si nos centramos en el punto de vista enoturístico, una vez realizado el estudio y análisis en profundidad, debemos destacar el objetivo de la bodega mediante el proyecto de ampliación para la existencia de un espacio en el que se disponga de una tienda y un restaurante donde poder realizar las catas y las diferentes acciones que se puedan abordar en esos espacios. Con todo ello, se ha determinado que Bodegas Viñátigo posee un gran potencial para la atracción de visitantes y la creación de una oferta turística que los diferencie del resto de bodegas gracias a la gran calidad de sus vinos, sus diferenciadas instalaciones y paisajes, y la gran profesionalidad de sus trabajadores. Se recomiendan que futuras investigaciones sigan incidiendo en el papel determinante del análisis de las bodegas y la valorización y preservación de la identidad y la singularidad del territorio a partir de análisis y estudios de casos.

## 6. Bibliografía

Capitello, R., Sidali, K. L., & Schamel, G. (2021). Wine Terroir Commitment in the Development of a Wine Destination. *Cornell Hospitality Quarterly*, 62(3), 313-323. <https://doi.org/10.1177/193896521993084>

Charters S., Spielmann N., Babin B. J. (2017). The nature and value of terroir products. *European Journal of Marketing*, 51(4), 748–771. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2015-0330>

De Luis Bravo, J.A. (2013). Los viñedos en Cordón del Valle de la Orotava: labores tradicionales”. La viña y el vino en el Valle de La Orotava (pp.63-79). Sociedad Liceo Taoro.

Díaz, C., Conde, J. E., Méndez, J. J., & Pérez Trujillo, J. P. (2003). Volatile compounds of bottled wines with Denomination of Origin from the Canary Islands (Spain). *Food Chemistry*, 81(3), 447–452. [https://doi.org/10.1016/S0308-8146\(02\)00475-2](https://doi.org/10.1016/S0308-8146(02)00475-2)

Dorta, A. (2015). An approach to minority rural tourism activities in mature areas of the Canary Islands. An incipient and complementary offer to the “sun and beach” model. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 8, 36-61 <https://doi.org/10.17979/rotur.2015.8.1.1295>

Dorta Rodríguez, A. & Táger Pérez, C. (2011). El vino de canarias como recurso de promoción turístico. Desde la literatura inglesa al enoturismo. IV Jornadas Prebendado Pacheco de Investigación Histórica Villa de Tegueste.

Dorta Rodríguez, A. & Quintela, J.A. (2024). The Potential of Wine Tourism in the Innovation Processes of Tourism Experiences in the Canary Islands - An Approach to the Case of the Canary Brand. *Sustainability*, 16, 6314. <https://doi.org/10.3390/su16156314>

Dorta, A., Quintela, J.A., & Leal M.P. (2025). La relevancia para el desarrollo local de la dinamización de los paisajes agrarios a través del enoturismo en las Islas Canarias (España). In *Dimensões teóricas e empíricas do turismo: perspectivas comparadas*. Editorial Editus (de la Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil). (en prensa)

Gao, J., & Wu, B. H. (2017). Revitalizing Traditional Villages through Rural Tourism: A Case Study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223-233. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.003>

García Rodríguez, J.L (2019). La política agraria europea y el cultivo de la vid en las Islas Canarias. *Biblio 3W: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. 24. DOI: <https://doi.org/10.1344/b3w.0.2019.27929>

Gergaud, O. and Livat, F. (2024), "How do wineries price their wine experiences?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2023-1076>

- González Morales, A., Ramón Ojeda, A. Ángel, & Hernández Torres, S. (2015). El cultivo del viñedo como recurso turístico cultural: el caso de la Geria (Lanzarote. Islas Canarias, España). *Papeles De Geografía*, (61), 109-121. <https://doi.org/10.6018/geografia/2015/227911>
- Herrero, L., Vidal, J. A., & Fernández Alonso, A. (2017). Los organismos de gestión de destino en enoturismo: casos internacionales de éxito. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 15(4), 793-805. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.054>
- Humboldt, A. (1995): Viaje a las Islas Canarias. Francisco Lemus Editor, La Laguna.
- Lana, D. (2020). Diagnóstico de la viticultura en Canarias. 2020. Gobierno de Canarias. Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca. Documento inédito.
- Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Zaragoza Sáez, P., & Sánchez-García, E. (2023). Wine tourism in Spain: The economic impact derived from visits to wineries and museums on wine routes. *Investigaciones Turísticas*, 25(2023), 168-195.
- Macías Hernández, A. M. (2005). El paisaje vitícola de Canarias. Cinco siglos de historia. *Ería*, (68), 351-364. <https://doi.org/10.17811/er.0.2005.351-364>
- Machín, N., Hontoria, M., Luis, J., & Gonzalo, C. (2019). Variedades de vid en la Isla de Tenerife.
- Marsal, G., Méndez, J. J., Mateo, J. M., Ferrer, S., Canals, J. M., Zamora, F., & Fort, F. (2019). 95 Diagnóstico de la viticultura en Canarias. 2020 Molecular characterization of *Vitis vinifera* L. Local cultivars from volcanic areas (Canary Islands and Madeira) using SSR markers. *Oeno One*, 53(4), 667-680. <https://doi.org/10.20870/oeno-one.2019.53.4.2404>
- Matellanes, Lazo, M. (2014). *Social Media en el sector del enoturismo*. Revista de Comunicación de la SEEC Nº. 34, 2014, págs. 34-49 <https://doi.org/10.15198/seeci.2014.34.34-49>
- Méndez, J., & Batista, M. (2010). Estudio preliminar de variedades de uva tinta autóctonas canarias. In Instituto de Estudios Canarios (Ed.), *Aportaciones al conocimiento del vino canario* (pp. 169-188).
- Pedraja Iglesias, M., & Marzo Navarro, M. (2014). Desarrollo del enoturismo desde la perspectiva de las bodegas familiares. *Cuadernos de Turismo*, (34), 233-249. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203131>
- Pestana Pérez, G. (2015). Metodología de elaboración del Mapa de Cultivos de Canarias. En Pestana, G.; Febles, M. y De la Rosa, B. (Coordinadores). *La agricultura canaria a principios del siglo XXI. Análisis de los Mapas de Cultivos de Canarias*. Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 2015, p. 43-65.
- Rodríguez-Bencomo, J. J., Méndez-Siverio, J. J., Pérez-Trujillo, J. P., & Cacho, J. (2008). Effect of skin contact on bound aroma and free volatiles of Listán blanco wine. *Food Chemistry*, 110(1), 214-225. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2008.01.037>
- Rodríguez-Torres, I., González, F., Barreno, J., & González, S. (2018). Caracterización agronómica y enológica de variedades minoritarias tintas cultivadas en Canarias . *Perspectivas de futuro*. *Enólogos*, 91(2).
- Van Leeuwen, C., & Seguin, G. (2006). The concept of terroir in viticulture. *Journal of Wine Research*, 17(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/09571260600633135>
- Zerolo, J., Cabello, F., Borrego, J., Ibáñez, J., Rodríguez-Torres, I., Muñoz, G., Rubio, C., Espino, A., Del Pino, M., & Hernández, M. (2010). Variedades de vid de cultivo tradicional en Canarias. In Instituto de Estudios Canarios (Ed.), *Aportaciones al conocimiento del vino canario* (pp. 105-144).