

# XXIX CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GEOGRAFÍA

Desafíos de la geografía ante el  
cambio global

50 años de la Asociación  
Española de Geografía

Cáceres,  
14, 15, 16 y 17  
de octubre  
de 2025



Organizan



## EJE 2. CAMBIO SOCIOTERRITORIAL

Ana Nieto Masot, Gema Cárdenas Alonso  
y Ángela Engelman Moriche (Editoras)



# XXIX CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GEOGRAFÍA

**DESAFÍOS DE LA GEOGRAFÍA ANTE EL CAMBIO GLOBAL**

**CACERES 14, 15, 16 Y 17 DE OCTUBRE DE 2025**

## EJE 2 – CAMBIO SOCIO-TERRITORIAL

**ANA NIETO MASOT**

**GEMA CÁRDENAS ALONSO**

**ÁNGELA ENGELMO MORICHE**

**(Editoras)**



**Cáceres 2025**





Edita:

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones  
Plaza de Caldereros, 2. 10003 Cáceres (España)  
Tel. 927 257 041  
publicac@unex.es  
<http://www.unex.es/publicaciones>

Libro de actas con los trabajos aportados al XXIX Congreso de la Asociación Española de Geografía: 50 años de la Asociación Española de Geografía. "Desafíos de la Geografía ante el Cambio Global"  
Asociación Española de Geografía (AGE) y Departamento de Arte y Ciencias del Territorio de la Universidad de Extremadura.

Editoras: Ana Nieto Masot, Gema Cárdenas Alonso y Ángela Engelmo Moriche.

<https://eventos.unex.es/119805/detail/xxix-congreso-de-la-asociacion-espanola-de-geografia.html>

<https://doi.org/10.17398/3101-7177.1.2>

E-ISBN: 978-84-129568-6-3 (Asociación Española de Geografía (AGE))

Eje 1: CAMBIO AMBIENTAL: E-ISBN 978-84-9127-348-6

Eje 2: CAMBIO SOCIO-TERRITORIAL: E-ISBN 978-84-9127-349-3

Eje 3: CAMBIO TECNOLÓGICO: E-ISBN 978-84-9127-350-9

*Acceso abierto en el Repositorio Institucional de la Universidad de Extremadura*

**Dehesa** Repositorio  
Institucional





## ENOTURISMO COMO EXPRESIÓN DE LA MULTIFUNCIONALIDAD EN LOS TERRITORIOS DE LA VID Y EL VINO DEL DUERO/DOURO

EUGENIO BARAJA RODRÍGUEZ<sup>1</sup>

MARTA MARTÍNEZ ARNÁIZ<sup>2</sup>

DANIEL HERRERO LUQUE<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Departamento de Geografía, Universidad de Valladolid. Plaza del Campus, s/n, 47011 Valladolid. eugenio.baraja@uva.es, <https://orcid.org/0000-0002-9712-7993>*

<sup>2</sup>*Departamento de Historia, Geografía y Comunicación, Universidad de Burgos. Paseo de los Comendadores, s/n. 09001 Burgos. mmar@ubu.es, <https://orcid.org/0000-0002-5894-4288>*

<sup>3</sup>*Departamento de Geografía, Universidad de Valladolid. Plaza del Campus, s/n, 47011 Valladolid. dherrero@uva.es, <https://orcid.org/0000-0002-0683-8942>*

**Abstract:** Vineyard production is an iconic element of the Iberian regions connected by the River Douro. It is also one of the most important pillars of the local economy, involving numerous actors along a traditional value chain based on vineyard work, winemaking and wine marketing. Now, a strong enotourism sector has emerged, creating a network of agents, initiatives and interests that play a crucial role in local socio-economic contexts. This paper explores strategies for promoting enotourism in the vine and wine regions along the Douro, aiming to highlight the multifunctional nature of territorialised agricultural activity. Drawing on a review of scientific literature in this field, an analysis of primary statistical sources and the outcomes of fieldwork conducted within the framework of the AgroHub project, this paper emphasises the contextual diversity of experiences and resources that characterise the tourism offerings of these territories.

**Keywords:** Vineyards; landscape; multifunctionality; wine tourism; Duero/Douro



## 1. Introducción

Como otros grandes ríos vinateros de Europa, el Duero, con una cuenca de 97 290 km<sup>2</sup> y una longitud de 897 km, hilvana paisajes vitivinícolas tan evocadores como contrastados. Si en la parte española comarcas como Ribera del Duero, Rueda o Toro han adquirido una gran proyección internacional por la calidad de sus vinos, en la portuguesa, regiones como el *Douro Vinhateiro* aparecen en la Lista del Patrimonio Mundial de la Unesco en la categoría de paisaje cultural. En todo caso, la producción vitivinícola es un referente identitario y económico de las regiones administrativas articuladas a lo largo de su curso: Castilla y León y la Región Norte de Portugal. En la primera, el papel de las figuras de calidad –nueve Denominaciones de Origen, cuatro Vinos de Calidad y tres Vinos de Pago– ha sido decisivo a la hora de impulsar un sector de notable relevancia económica y social, que aporta “el 3,1% del PIB y que ayuda a mantener un 3,8% del empleo en la región (33 130 empleos, en términos de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo)” (OIVE, 2022, p. 1). En la segunda, muchos de los vinos más renombrados de Portugal también se crían en el Duero. En su cuenca (además de una pequeña proporción de Beira Interior, Dao y Lafoes) se incluyen las regiones vitivinícolas de los Vinhos Verdes, Távora-Varosa, Trás-os-Montes y Douro (Figura 1), que, en conjunto, suman el 43,7% de la superficie de viñedo de Portugal (80 959 ha). Sin embargo, la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) advierte de que el consumo global de vino está descendiendo, de tal modo que en 2024 alcanzó su nivel más bajo desde 1961<sup>2</sup>. En una coyuntura de altos costes de producción y comercialización, la retracción de las ventas de vino pone el foco en los valores patrimoniales de su cultura para convertir estos territorios en destinos turísticos, pues, en la medida que el enoturismo mundial va en aumento y la competencia entre destinos se incrementa, la singularidad del territorio y la cultura regional se convierten en el factor determinante para la atracción de turistas. La Carta Europea del Enoturismo (CEE), se refiere al mismo como el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio, y lo entiende como un sistema integrado, a su vez, por tres subsistemas: cultura vitivinícola, territorio y turismo. La alusión al territorio y a la cultura vitivinícola implica un cambio sustancial en la ponderación de los destinos, pues si tradicionalmente la experiencia del vino limitaba la relación entre productor y cliente a la venta de vino en el marco de la bodega, ahora se amplía para ofrecer al consumidor una experiencia completa en la que se integren todos sus componentes: la bodega y su arquitectura, el paisaje vitivinícola o las cualidades del lugar. De ahí la presencia de arquitectos “estrella” en los proyectos bodegueros, de diseñadores de primera fila en los alojamientos hoteleros o de los cocineros más reputados en los restaurantes de la oferta gastronómica que los acompañan. Todo orientado, en suma, a crear un producto turístico no solo de calidad, sino exclusivo.

En este contexto, los territorios de la vid y el vino del Duero/Douro no solo “producen” vinos de alta calidad y fuerte proyección comercial en los mercados internacionales, también “expresan” una identidad cultural en forma de paisajes singulares. Algunos de ellos tienen un alto valor y como tal han sido reconocidos. Es el caso de la región vitícola del Alto Douro, bien inscrito en la lista del patrimonio mundial de la Unesco en el año 2001 por su “paisaje cultural evolutivo y vivo”. Si los subsistemas culturales y territoriales del enoturismo (asentados en un saber hacer de siglos, en una extraordinaria variedad de cepajes y en la diversidad de su *terroir*) se expresan en un paisaje que es medular en la

<sup>2</sup>[https://www.vinetur.com/2025042386899/global-wine-consumption-hits-lowest-level-since-1961.html#google\\_vignette](https://www.vinetur.com/2025042386899/global-wine-consumption-hits-lowest-level-since-1961.html#google_vignette)





proyección de estos destinos<sup>3</sup>, el objetivo de la presente comunicación es avanzar algunos resultados de un estudio más amplio centrado en la estructura que soporta la oferta enoturística del Duero/Douro.

## 2. Materiales, datos y métodos

La oferta de bienes y servicios puesta a disposición de los enoturistas es extraordinariamente variada. Todos los recursos territoriales son decisivos para conformar un producto que resulte atractivo, razón por la que no resulta fácil acercarse con cierto rigor a sus rasgos económicos. Como ha apuntado la Asociación Portuguesa de Enoturismo (APENO, 2023), la falta de consenso en la definición de enoturismo repercute en su clasificación como actividad económica, con las limitaciones estadísticas que, a su vez, introduce a la hora de valorar su impacto socioeconómico. En la presente aportación se presentan los resultados de las características de la oferta enoturística elaborados a partir de los datos proporcionados, para el caso de España, por Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) y su principal producto turístico: las Rutas del Vino en España (RVE). En sus informes, desde 2008, el Observatorio Turístico de las RVE ofrece datos sobre la oferta y la demanda del enoturismo, las empresas e instituciones que las conforman y el impacto económico generado por los visitantes a bodegas y museos del Vino. No ocurre lo mismo en Portugal. Pese a que las rutas del vino en este país se remontan a los años noventa y ascienden a 13 las promovidas por las Comisiones Regionales del Vino (CVR) y las Regiones turísticas (Cunha et al, 2023), lo cierto es que las estadísticas sobre visitantes y valor económico generado por el enoturismo están difundidas a partir de la estructura administrativa (NUT). Por esta razón, para el análisis de la oferta se ha recurrido a los metadatos de SIGTUR, la plataforma que pone a disposición pública la distribución de la oferta enoturística que figura en el Registro Nacional de Turismo. La información así obtenida, se ha organizado en bodegas, restaurantes y alojamientos, las categorías más elementales que componen la oferta básica de un destino enoturístico.

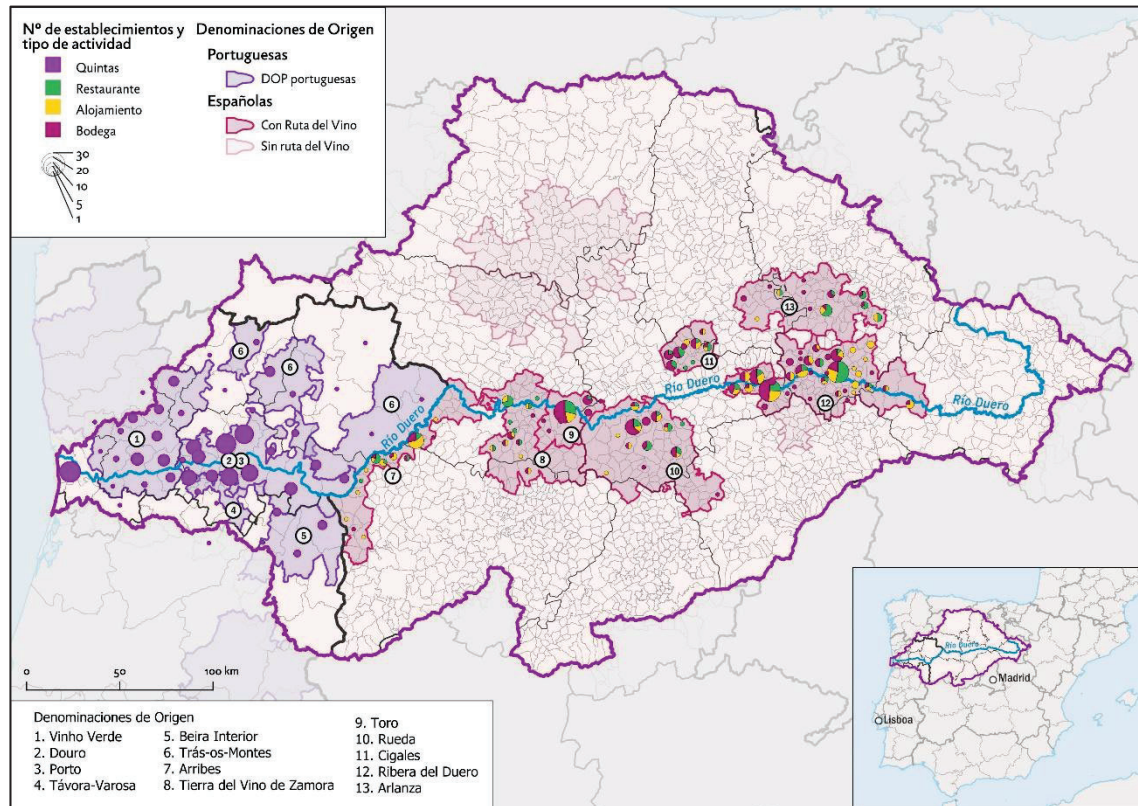
## 3. Resultados

Trasladada a bases de datos y clasificada en términos que permiten la comparación, la información estadística se ha traducido en la cartografía que ha servido de base al análisis (Figura 1) con los siguientes resultados:

<sup>3</sup> Según los resultados de la Inquérito às Unidades de Enoturismo 2022, el 72,3% de los enoturistas de la Región Norte de Portugal consideraban el paisaje como uno de los temas de mayor interés.



Figura 1: Distribución de establecimientos vinculados al enoturismo en las demarcaciones vitivinícolas del Duero



Fuente: Elaboración propia. Datos: ACEVIN, SIGTUR

3.1. El impacto del enoturismo en las regiones del Duero/Douro. ACEVIN, en su informe 2023, daba cuenta de que el impacto económico del enoturismo en España superaba los 102 millones de €, movilizando un total de 2,97 millones de visitantes. Y todo ello considerando exclusivamente las actividades directas, sobre todo las visitas a las bodegas, restaurantes temáticos y museos/centros de interpretación del vino. Dentro de este panorama, el número de visitantes atraídos por los activos enoturísticos de Castilla y León ascendió a 60 7826 en 2023, lo que la sitúa como la primera región de España. Por otro lado, la calidad de los caldos y de la cultura vitivinícola han convertido a Portugal en un referente internacional en el ranking de los mejores destinos para la práctica del enoturismo y actividades conexas. En el caso de la Región Norte, el *Inquérito de caracterização de la oferta e procura das atividades de enoturismo* (Turismo de Portugal, 2022) apunta a que es la región con mayor número de unidades de enoturismo, pues aquí se concentran 141 de las 458 identificadas por Turismo de Portugal para todo el país.

3.2. La tipología de oferta enoturística. Las demarcaciones vitivinícolas de la Región Norte de Portugal agrupan 345 establecimientos dedicados a actividades enoturísticas, siendo la de Vinho de Oporto e Douro la que concentra la mayoría (175, el 50,7%). Le sigue en importancia la del Vinho Verde, con 139, y finalmente, de forma marginal, aparecen Trás-os-Montes y Távora-Varosa, con 17 y 7 respectivamente. En el caso de Castilla y León, son un total de 646 los agentes registrados, destacando,





de manera sobresaliente, la Ribera del Duero, que concentra 244 (el 37,6%). El resto, se sitúan en la horquilla de los 50 a 90 establecimientos. Dentro de ellos, la categoría dominante (entre un 30 y un 50%) son las bodegas, que generalmente ofrecen visitas guiadas, catas y venta de vinos propios. En este sentido, hay una diferencia sustancial a un lado y otro de la frontera. En el Duero portugués, domina la oferta de *quintas* (unidad funcional de viñedo-bodega) y *adegas* (similar unidad a menor escala) que ofrecen servicios turísticos integrados de catas, visitas y degustación de productos regionales, pero también de restauración especializada y alojamiento (posadas, hoteles rurales) que complementan la experiencia enoturística. A ello se le agregan las "caves" históricas asociadas al vino de Oporto (particularmente las de Vila Nova de Gaia, donde se encabeza y cría), generando un producto turístico basado en la degustación y restauración para el turismo urbano de Oporto. En el caso español, aunque existen bodegas emblemáticas que ofrecen todos los servicios integrados, por lo general la oferta está más segmentada, separando la visita a viñedo-bodega, de la restauración y el alojamiento. La oferta se completa con una amplia variedad de servicios, donde se incluyen visitas a museos, enotecas y centros de interpretación del vino.

3.3. La articulación espacial de la oferta. El papel central que el territorio ocupa en el enoturismo de la región del Duero/Douro se constata en el desarrollo de las Rutas del Vino. La necesidad de aprovechar los limitados recursos de las áreas rurales, determinaron el diseño de itinerarios que integrasen los distintos activos de las áreas vitivinícolas, desarrollando redes de colaboración entre actores privados e institucionales. En Castilla y León, la oferta enoturística se articula en 9 rutas del vino, de las cuales 7 se encuentran en la cuenca del Duero (Arribes, Zamora, Toro, Rueda, Cigales, Ribera del Duero y Arlanza), siendo la de Ribera del Duero (389 399 turistas) la tercera más visitada del país. En ellas, los turistas son en su mayoría nacionales, lo que representa una sustancial diferencia con el Douro, donde dominan los visitantes foráneos que vienen atraídos tanto por el reconocimiento internacional de sus paisajes vinateros urbanos (Vila Nova de Gaia, en Oporto) como por los vitivinícolas (rurales) del Alto Douro (terrazas de viñedo que descienden hasta el río, quintas, bodegas, aldeas...). De esta forma, la Rota do Vinho do Porto e Douro es considerada como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, sirviendo de elemento tractor a los otros que se suceden en la cuenca del Duero: Rota dos Vinhos Verdes, Rota das Vihas de Cister (Távora-Varosa) y Trás-os-Montes.

3.4. Patrones de distribución. La distribución de los establecimientos enoturísticos en el Duero/Douro sigue un doble patrón. Por un lado, la concentración en determinados nodos o "cluster", que coinciden con los núcleos históricos, convertidos en auténticas capitales de las demarcaciones. Este patrón, aunque es particularmente evidente en el "polo" de Oporto, se reconoce mejor en Castilla y León. Así, Aranda de Duero (Burgos) y Peñafiel (Valladolid) concentran el 22% de los socios de la Ruta de Ribera del Duero; en la Ruta de Rueda, la actividad turística se aglutina en Medina del Campo y Rueda (44%), mientras que Toro acapara el 56% de su ruta homónima. Finalmente, Cigales-Mucientes y Lerma, constituyen los centros de referencia enoturística de las rutas de Cigales y Arlanza. En Portugal, sin embargo, la dinámica territorial evidencia una alineación en torno a los valles y las vías de comunicación. Un hecho claramente constatable en la distribución de la oferta enoturística en el Alto Douro, donde el río se convierte en una infraestructura navegable que permite el discurrir de cruceros desde Porto hasta Barca d'Alva, junto al ferrocarril de la Linha Douro (por la margen derecha del río, entre Pinhao y Porto) y la carretera N.222 (una auténtica ruta vitivinícola por la margen izquierda). La



región Porto e Douro distribuye su oferta en 19 concelhos a lo largo del alto valle del Duero (Peso da Régua, Pinhão, Vila Real). En el caso de Trás-os-Montes, los ríos Sabor y Túa, en el entorno de Valpaços, y el Balsemao y Varosa, en Lamego y Tarouca, juegan un papel similar.

3.5. Alianzas y sinergias en la promoción enoturística. La diversidad, continuidad y proximidad de la oferta enoturística en los territorios de la vid y el vino del Duero/Douro facilita su trabazón a través de alianzas. En el caso portugués, en 2024 se constituyó la Rota dos Vinhos e do Enoturismo do Porto e Norte, como una iniciativa que une las cuatro regiones vitivinícolas con el objetivo de asegurar la calidad de todos los servicios. Ese mismo año se constituyó la Asociación de Rutas del Vino de Castilla y León para la promoción enoturística de las nueve rutas del vino de la Comunidad “poniendo en valor sus intereses y el trabajo en común orientado a la excelencia del servicio turístico de sus zonas de producción”. La ligazón entre unas y otras, aún débil, la encontramos en la promoción de un enoturismo de frontera, con la ruta binacional: Ruta del Vino Vinduero-Vindouro.

#### 4. Conclusiones

Aunque unidas por el Duero, los territorios vitivinícolas de su cuenca presentan diferencias marcadas en una oferta enoturística asentada en dos ámbitos de referencia. Por un lado, Vinho de Porto e Douro, que combina el reconocimiento mundial de sus paisajes de viñedos en terrazas con la calidad del vino de Oporto. Aquí, el enoturismo es particularmente dinámico, donde las “caves” de Gaia acaparan el turismo “urbano” del vino y las quintas del valle, o su red de Aldeias Vinhateiras (Favaios, Provesende, Barcos, Salzedas, Ucanha y Trevões), atraen hacia el entorno rural un pujante turismo internacional. En la parte española del río, la Ribera del Duero emerge como ruta madura y diversificada, con grandes bodegas emblemáticas (verdaderos destinos por sí mismas), enología de prestigio internacional y un robusto sistema de alojamientos rurales. Entre ambas, la oferta se estructura en torno a un esquema combinado de producción primaria y servicios recreativos, cumpliendo la lógica multifuncional del paisaje vitivinícola.

#### Agradecimientos

Este trabajo se ha realizado en el marco del Proyecto POCTEP 449\_AGRO\_HUB\_2\_E. Comunidad Agro-Hub: descubrimiento emprendedor, producciones agrarias locales y paisajes culturales, financiado con fondos FEDER, programa Interreg España-Portugal (POCTEP) 2021-2027.

#### 5. Referencias bibliográficas

- Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) (2023). *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino. Rutas Vino de España*. ACEVIN y Rutas del Vino de España. <http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2024/06/informe-visitas-a-bodegas-y-museos-rutas-del-vino-de-espana-2023.pdf>
- Associação Portuguesa de Enoturismo (APENO) (2023). *Pensar o Enoturismo, a Realidade do Enoturismo em Portugal – A APENO e a (Des)Organização do Setor*. <https://vozdocampo.pt/arquivo/36991>





- Cunha, D., Pato, M. L., Kastenholz, E. & Barroco, C. (2023). Comparación de las realidades de tres rutas del vino en el centro de Portugal. *Open Agriculture*, vol. 8 (1), 20220201. <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0201>
- Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIVE) (2022). *La relevancia económica del sector vitivinícola en Castilla y León*. Afi. Interprofesional del Vino de España. <https://www.interprofesionaldelvino.es>
- Turismo de Portugal (2022). *Enoturismo em Portugal / 2022. Inquérito de caracterização da oferta e da procura das atividades de enoturismo*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/inquerito-enoturismo-2022/>
- Turismo de Portugal. Sistema de Informação Geográfica do Turismo (SIGTUR). <https://sigtur.turismodeportugal.pt/>

