

Potencial enoturístico de las Islas Baleares

Enotouristic potential of the Balearic Islands

José Ramón Cardona¹ & Marga Vachiano Pol²

RESUMEN: El turismo del vino es una oportunidad de diversificación económica para las bodegas y para el sector turístico. Hay bastantes estudios académicos sobre este tipo de turismo en las regiones productoras del Nuevo Mundo, pero son escasos en las regiones del Viejo Mundo. En este trabajo se describe la situación actual del sector vitivinícola en las islas Baleares, archipiélago del Mediterráneo caracterizado por su fuerte desarrollo turístico. Este sector está constituido por un centenar de bodegas repartidas entre las ocho indicaciones existentes. En general, son bodegas pequeñas, de creación reciente y ya organizan algunas visitas. El sector no llegará a poseer grandes volúmenes en comparación con el turismo de sol y playa, pero posee potencial para mejorar los ingresos de las bodegas y para diversificar la oferta turística de las Baleares.

Palabras Clave: *Turismo del vino, Islas Baleares, potencial.*

ABSTRACT : Wine tourism is an opportunity for economic diversification for wineries and for the tourism sector. There are quite a few academic studies about this type of tourism in the producing regions of the New World, but are scarce in the regions of the Old World. This paper describes the current situation of the wine industry in the Balearic Islands, Mediterranean archipelago characterized by its strong tourism development. This sector consists of one hundred wineries spread among the eight existing indications. In general, wineries are small, of recent creation and already organizing some visits. The sector will not possess large volumes in comparison with the sun and beach tourism, but has potential to improve the income of the wineries and to diversify the tourist offer of the Balearic Islands.

Key words: *Wine tourism, Balearic Islands, potential.*

(Presentado: Mayo 11, 2013. Aceptado: Junio 2, 2013)

¹Profesor Asociado. Departamento de Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears, España. Email: jramon.cardona@terra.com

²Doctoranda en Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears, España. Email: vachi@wanadoo.es

INTRODUCCION

El cultivo de la viña y la elaboración de vinos están fuertemente influenciados por el clima. Por ello el vino ha actuado como una motivación para viajar desde la época del Grand Tour (Hall *et al.*, 2000). Sin embargo, es en las últimas décadas cuando el vino y el turismo se han combinado para la creación de una nueva forma de ocio en las regiones vitivinícolas, el enoturismo o turismo del vino. Muchas regiones del mundo están desarrollando el enoturismo para obtener el máximo de beneficios con sus infraestructuras vitivinícolas. Este turismo se estructura, frecuentemente, mediante rutas turísticas del vino que buscan dar a conocer la producción vitivinícola local, generalmente con denominación de calidad, combinando visitas a viñedos y bodegas con catas comentadas de vinos. Además, existe el atractivo paisajístico de las regiones y, en algunos casos, servicios de spa con tratamientos basados en el vino y sus propiedades. Junto a este tipo de turismo encontramos un fuerte componente de turismo gastronómico, pues suele acompañarse la cata de vinos con la degustación de gastronomía local. En el ámbito académica, este turismo de especial intereses (O'Neill y Palmer, 2004; Yuan y Jang, 2008) está emergiendo como una creciente área de estudio (Marzo y Pedraja, 2009).

Los estudios del mercado del vino como industrial empiezan en los años ochenta, aunque es a principios de los noventa cuando empiezan a centrarse en el turismo enológico (Gilbert, 1992; Corigliano, 1996; Macionis, 1996; Dodd y Bigotte, 1997; Hall *et al.*, 1997; Hall, Shaw y Doole, 1997; Beverland *et al.*, 1998; Carlsen, 1998; Hackett, 1998; Howley, 1998; King y Morris, 1998; Ali-Knight y Charters, 1999; Foo, 1999; Getz *et al.*, 1999; Szivas, 1999). En algunos de estos estudios se analiza la cohabitación de dos sectores aparentemente dispares como son la producción de vino y el turismo (Carmichael, 2005; Macionis, 1998). En otros se analizan los desafíos, expectativas, recomendaciones y estrategias de futuro de la industria (Beames, 2003; Getz *et al.*, 1999; Getz, 2002; Lane y Brown, 2004; Levine y Pownall, 2004; Lockshin y Spawton, 2001; Stewart, Bramble y Ziraldo, 2008; Wargenau y Che, 2006), o la gestión específica de las bodegas (Dodd, 2000; Getz *et al.*, 1999; O'Neill y Charters, 2000; O'Neill y Palmer, 2004; Telfer, 2000, 2001).

Para el desarrollo de destinos de turismo enológico es necesaria la implicación de los agentes vinculados al vino, el turismo y la cultura local, sin olvidar la importancia de la comunidad local (Marzo y Pedraja, 2009).

Gran parte de la literatura académica sobre turismo del vino proviene de Australia y Nueva Zelanda, mientras que otra cantidad muy importante proviene de Canadá y Estados Unidos. Este hecho se debe a la idiosincrasia de la investigación académica. En los países del Mediterráneo, a diferencia de los países del Nuevo Mundo, no muestran suficiente capacidad para aprovechar el turismo del vino (Hall y Mitchell, 2000). Esta deficiencia de análisis en el Viejo Mundo hace que resulte de gran importancia profundizar en el estudio de esta área y el potencial del turismo enológico, tanto por sí sólo como combinado con otros tipos de turismo cultural.

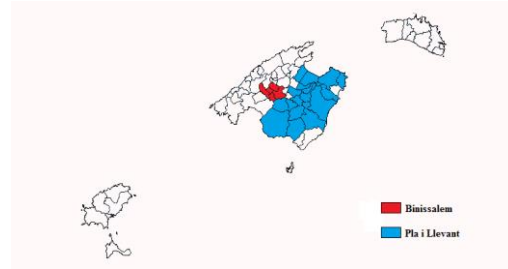
Las Islas Baleares es un archipiélago del Mediterráneo occidental, con una extensión de 4.992 km² y 1.110.062 habitantes (enero de 2013), caracterizado por ser uno de los destinos turísticos de sol y playa más importantes del continente europeo, con 12.561.515 turistas en 2012, según datos del Ibestat y la Agència de Turisme de les Illes Balears (2013). El turismo se inició en Baleares a principios del siglo XX pero el gran crecimiento turístico se produjo en los años sesenta, dejando el resto de sectores económicos en una posición secundaria, entre ellos el sector agroalimentario. Con el boom turístico de los sesenta, se produjo un aumento considerable del consumo interno de vino y en muchos casos se optó por la importación de vinos de la península Ibérica de baja calidad, que en muchas ocasiones se comercializaban como vinos locales. A finales de los años ochenta, gracias a los incentivos de las subvenciones llegadas de la Comunidad Europea, se fomentó el arranque de viñedos. Sin embargo, la década de los noventa supuso una mejora para el sector en términos cualitativos. El interés por los productos locales aumentó, llegando al mundo del vino. Eso implicó mejoras sustanciales en los viñedos y en la tecnología de elaboración del vino. La creación de las Denominaciones de Origen "Binissalem" y "Pla y Llevant" en los noventa supuso una garantía de calidad para los consumidores y un avance en la consolidación del sector.

El objetivo de este trabajo es la realización de un análisis general de la oferta vitivinícola de las Islas Baleares, ya que el estudio de la oferta enoturística se fundamenta en la puesta en valor de los recursos existentes. Es decir, conocer los productos disponibles y como se podrían aprovechar. En este trabajo se describen las indicaciones de calidad existentes en el archipiélago y sus cifras cuantitativas (bodegas, viñedos, producción, comercialización, etc.) como un primer paso para estudiar las potencialidades del turismo del vino para diversificar económicamente Baleares.

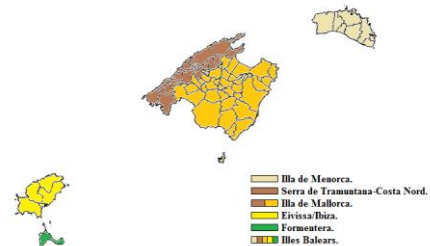
INDICACIONES DE CALIDAD DE LOS VINOS DE BALEARES

Las características geoclimáticas de las Islas Balears permiten la obtención de vinos con unas características propias, reforzadas por la existencia de algunas variedades autóctonas, por lo que en el año 1972, mediante el Decreto 835 de 23 de marzo, se reconoce la comarca vitivinícola Balear. En este apartado se realiza una revisión de la oferta vitivinícola de Baleares como primer paso para un análisis más profundo de las potencialidades del enoturismo en las islas en próximos estudios. El sector se encuentra amparado por indicaciones que se desglosan en vinos con Denominación de Origen, de las cuales hay dos en Baleares, y los Vinos de Mesa con una Indicación Geográfica que les otorga el derecho a la mención tradicional "Vino de la Tierra", de las cuales hay seis en Baleares.

- Las Denominaciones de Origen implican una verdadera denominación de calidad con controles de calidad, inspecciones muy detalladas y catas de los vinos, para determinar si se adaptan a los criterios establecidos por el Reglamento y por el Consejo Regulador de la Denominación. El Consejo Regulador es un órgano colegiado con atribuciones decisorias en cuantas funciones se le encomienden en el Reglamento de la denominación. En Baleares hay dos Denominaciones de Origen: "Binissalem" y "Pla i Llevant" (Figura 1). Se trata de denominaciones bastante pequeñas si comparamos con el resto de Denominaciones de Origen de España, pero que están consolidando su mercado en las islas.



- Fuente: Elaboración propia.
- **Figura 1. Mapa de las Denominaciones de Origen.**
- Los vinos de mesa con "Indicación Geográfica Protegida", antes denominados "Vino de la Tierra" son vinos con unos controles y requisitos menores que en el caso de las Denominaciones de Origen debido a que, aún, sólo son indicaciones geográficas y no denominaciones de calidad, siendo básicamente un reconocimiento del origen del vino y no una garantía de control de calidad. Aún así, debe recordarse que en muchos casos una indicación geográfica es el primer paso hacia una denominación de origen. Los controles e inspecciones son realizados por la Dirección General de Medio Rural y Marino. Las seis denominaciones de vino de mesa (Figura 2) son, en general, de creación muy reciente y su principal función es permitir a las bodegas no inscritas en las Denominaciones de Origen poder hacer uso de una indicación geográfica en sus productos.



- Fuente: Elaboración propia.
- **Figura 2. Mapa de las Indicaciones Geográficas Protegidas.**

- **Denominación de Origen Binissalem.**

La comarca vitivinícola de la D.O. “Binissalem” está situada en pleno centro de la isla de Mallorca. En 1988, un grupo de viticultores y bodegueros solicitaron la concesión de la denominación de origen Binissalem. Se aprobó el primer Reglamento de la Denominación de Origen “Binissalem” y de su Consejo Regulador por Acuerdo de 14 de diciembre de 1989. La reglamentación vigente de esta Denominación de Origen viene determinada por la Orden de la Consejera de Agricultura y Pesca de 21 de noviembre de 2005, por la que se aprueba el Reglamento de la denominación de origen Binissalem, de su Consejo Regulador y de su Órgano de Control, modificada por la Orden de la Consejera de Agricultura y Pesca de 16 de octubre de 2009, la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 18 de diciembre de 2012 y la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 7 de febrero de 2013. El Reglamento de la Denominación de Origen “Binissalem” y de su Consejo Regulador establece, entre otras cosas:

- Quedan protegidos con la Denominación de Origen “Binissalem” los vinos tradicionales designados bajo esta denominación geográfica, que reuniendo las características definidas en este Reglamento hayan cumplido en su producción, elaboración y crianza todos los requisitos exigidos en el mismo y en la legislación vigente (art. 1).
- La zona de producción, elaboración y crianza de los vinos amparados por la Denominación de Origen “Binissalem” está constituida por los terrenos ubicados en los términos municipales de Binissalem, Consell, Santa María del Camí, Sencelles y Santa Eugènia y que el Consejo Regulador considere aptos para la producción de uva de las variedades tintas (Manto Negro, Callet, Tempranillo, Monastrell, Merlot, Cabernet Sauvignon, Gorgollassa y Syrah) y blancas (Moll o Premsal Blanc, Parellada, Macabeo, Moscatel de Alejandría, Moscatel de grano pequeño, Girón Rosado y Chardonnay). Se considerarán como variedades principales la tinta Manto Negro y las blancas Moll, Moscatel de Alejandría y Moscatel de grano pequeño (art. 4, 5, 11 y 12).

- Las prácticas de cultivo serán las tradicionales que tiendan a conseguir las mejores calidades. La densidad de plantación será como mínimo de 2.225 cepas por hectárea. El número máximo de yemas productoras será de 28.000 por hectárea y 14 por planta (art. 6). La producción máxima admitida por hectárea de variedades blancas es de 9.000 Kg., excepto la Parellada que será de 10.000 Kg., y de variedades tintas es de 9.000 Kg. (art. 8).
- Los tipos de vinos amparados por la Denominación de Origen “Binissalem” son tintos, rosados, blancos y espumosos. Los vinos espumosos se elaboraran según el método tradicional a partir de vino blanco o rosado y deberán cumplir lo establecido en el Reglamento 1493/1999 del Consejo de la U.E. (art. 13).

- **Denominación de Origen Pla i Llevant.**

La zona del “Pla i Llevant” fué reconocida como comarca vitícola por Orden de la Conselleria de Agricultura, Comercio e Industria de 2 de febrero de 1993, y se creó la denominación de origen “Pla i Llevant” por el Decreto 53/1999. Las condiciones de suelo y de clima y la selección de variedades que se llevan a cabo marcan diferencias con la zona de Binissalem y hacen que el vino que se obtiene sea considerablemente diferente. En aplicación del Decreto 11/2002, de 25 de enero, se dictó la Orden de la Consejería de Agricultura y Pesca de 1 de abril de 2005, por el que se aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen “Pla i Llevant”, su Consejo Regulador y su Órgano de Control. El Reglamento de la Denominación de Origen “Pla i Llevant” y de su Consejo Regulador establece, entre otras cosas:

- Quedan protegidos con la Denominación de Origen “Pla i Llevant” los vinos tradicionales designados bajo esta denominación geográfica, que reuniendo las características definidas en este Reglamento hayan cumplido en su producción, elaboración y crianza todos los requisitos exigidos en el mismo y en la legislación vigente (art. 1). La protección otorgada por esta denominación de origen se extiende a la mención “Pla i Llevant” y a los nombres de las comarcas, términos, localidades y pagos que componen la zona de producción, de acuerdo con lo dispuesto en la

Ley 24/2003 y el Reglamento (CE) 1943/1999 (art. 2).

- La zona de producción (art. 2), elaboración (art. 11) y crianza (art. 12) de los vinos amparados por la Denominación de Origen “Pla i Llevant” está constituida por los terrenos ubicados en los términos municipales de Algaida, Ariany, Artà, Campos, Capdepera, Felanitx, Lluçmajor, Manacor, Maria de la Salut, Montüiri, Muro, Petra, Porreres, Sant Joan, Sant Llorenç des Cardassar, Santa Margalida, Sineu y Vilafranca de Bonany y que el Consejo Regulador considere aptos para la producción de uva de las variedades tintas (Manto Negro, Fogoneu, Merlot, Callet, Tempranillo, Monastrell, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon y Syrah) y blancas (Prensal Blanco, Parellada, Macabeo, Riesling, Moscatel y Chardonnay). Se considerarán como variedades principales Moscatel, Chardonnay, Tempranilla y Cabernet Sauvignon (art. 5).
- Las prácticas de cultivo tenderán a optimizar la calidad y la especificidad de los vinos. La densidad de plantación será como máximo de 5.000 cepas por hectárea y la mínima 2.500 cepas por hectárea. El número máximo de yemas productoras será de 40.000 por hectárea, excepto las variedades de Chardonnay, Riesling, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon y Merlot que podrán ser de 60.000 yemas por hectárea (art. 6). La producción máxima admitida por hectárea de variedades blancas es de 11.000 Kg., excepto la Chardonnay y Riesling que será de 7.000 Kg., y de variedades tintas es de 10.000 Kg., excepto Cabernet Sauvignon y Merlot que será de 9.000 Kg., y Pinot Noir que será de 7.000 Kg. (art. 8).
- Los tipos de vinos amparados por la Denominación de Origen “Pla i Llevant” son tintos, rosados, blancos, vinos de licor, vinos de aguja y espumosos. En la obtención del vino licor, el vino base deberá tener un grado alcohólico volumétrico adquirido no inferior al 11% (art. 13.7).
- **Indicación Geográfica Protegida “Eivissa/Ibiza”.**

Después de importantes esfuerzos llevados a cabo por distintos bodegas de la isla, se creó la comarca vitícola de “Eivissa” por Decreto 197/1996, de 15

de noviembre, constituida por los municipios de Sant Josep de Sa Talaia, Sant Antoni de Portmany, Sant Joan de Labritja, Eivissa y Santa Eulàlia des Riu. Esta comarca vitícola adquirió el derecho a la utilización de la mención “Vi de la Terra” en la designación de los vinos de mesa. La regulación vigente viene determinada por la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 18 de febrero de 2013, por la que se aprueba el Pliego de condiciones de la Indicación Geográfica Protegida “Eivissa/Ibiza”. Las normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención son, entre otras:

- Se regula la mención “Indicación Geográfica Protegida”, y la tradicional “Vi de la Terra” acompañado de la indicación “Eivissa/Ibiza” en la designación de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en Eivissa.
- La producción máxima admitida por hectárea es de 8.500 Kg. y las variedades de uva autorizadas son blancas: Macabeo, Chardonnay, Moscatel de Alejandría, Moscatel de grano pequeño, Parellada y Malvasía; y Negras: Monastrell, Tempranilla, Merlot, Syrah y Cabernet Sauvignon.
- **Indicación Geográfica Protegida “Formentera”.**

Una de las actividades agrarias con más tradición en la isla de Formentera es la vitivinicultura. Para incentivar la actividad vinícola, en 2004 se establecieron las condiciones que deben reunir los vinos elaborados en Formentera para poder hacer uso de la mención “Vino de la tierra de Formentera”. La regulación vigente viene determinada por la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 11 de marzo de 2013, por la que se aprueba el Pliego de condiciones de la Indicación Geográfica Protegida “Formentera”. Las normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención son, entre otras:

- Se regula la mención “Indicación Geográfica Protegida”, y la tradicional “Vi de la Terra” acompañado de la indicación “Formentera” en la designación de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en la isla de Formentera.
- Las variedades de uva autorizadas son blancas: Moll o Prensal Blanc, Malvasía aromática, Chardonnay, Viognier, Garnacha

Blanca y Moscatel de grano pequeño; y Negras: Tempranilla, Monastrell (predominante), Cabernet Sauvignon, Merlot y Fogoneu. La densidad máxima es de 5.000 cepas por hectarea y la producción máxima de 8.500 Kg. por ha.

- **Indicación Geográfica Protegida “Illes Balears”.**

La regulación vigente viene determinada por la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 29 de enero de 2013, por la que se aprueba el Pliego de condiciones de la Indicación Geográfica Protegida “Illes Balears”. Las normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención son, entre otras:

- Se regula la mención “Indicación Geográfica Protegida”, y la tradicional “Vi de la Terra” acompañado de la indicación “Illes Balears” en la designación de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en las Islas Baleares.
- La densidad de plantación será como máximo de 5.500 cepas por hectárea. La producción máxima admitida por hectárea es de 11.000 Kg en las variedades blancas y de 10.000 kg. en las variedades tintas.
- Las variedades de uva autorizadas son blancas: Moll o Premsal Blanc, Parellada, Macabeo, Malvasía aromática, Moscatel de Alejandría, Moscatel de grano pequeño, Riesling, Sauvignon Blanco, Viognier y Chardonnay; y negras: Manto Negro, Callet, Fogoneu, Tempranillo, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir y Sirah.

Esta Indicación Geográfica Protegida permite amparar a los viticultores y las bodegas no amparados por una de las dos D.O. u otra Indicación Geográfica Protegida más específica. Muchos de los viticultores y bodegas de esta indicación pasaron a formar parte de la indicación “Mallorca” cuando esta se creó en 2007.

- **Vino de la Tierra Isla de Mallorca.**

En 2007 se publica la Orden de la consejera de Agricultura y Pesca de 13 de abril, por la que se reconoce y regula la indicación geográfica "Mallorca" para los vinos con derecho a la mención tradicional "vino de la tierra" producidos en la isla de Mallorca, modificada por la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y

Territorio de 12 de julio de 2012. En esta orden se establecen normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención:

- Se regula la mención “Vi de la Terra” acompañado de la indicación geográfica “Mallorca” en la designación de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en la isla de Mallorca. (art. 2 y 3).
- Las variedades de uva autorizadas son blancas: Premsal Blanc, Parellada, Malvasía aromática, Moscatel de Alejandría, Moscatel de grano pequeño, Macabeo, Riesling, Sauvignon Blanco, Viognier, Girón grande y Chardonnay; y negras: Manto Negro, Callet, Tempranillo, Fogoneu, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Merlot, Gorgollassa y Syrah (art. 4).
- La densidad de plantación será como máximo de 5.500 cepas por hectárea. El número máximo de yemas productoras será de 40.000 por hectárea. La producción máxima admitida por hectárea es de 11.000 Kg. en las variedades blancas y 10.000 Kg. en las variedades tintas (art. 5).

Es más que probable que se apruebe una nueva Orden para transformar esta indicación en "Indicación Geográfica Protegida Mallorca", aunque las características básicas del vino no variaran.

- **Indicación Geográfica Protegida “Illa de Menorca/Isla de Menorca”.**

Tras más de 200 años de paulatino abandono de la viña, en Menorca se inició una importante labor de recuperación de la viticultura y de la elaboración de vino, que dio lugar al reconocimiento de la mención “Vino de la Tierra Isla de Menorca” el año 2002. La legislación actualmente vigente es la Orden del Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio de 28 de agosto de 2013, por la que se aprueba el Pliego de condiciones de la indicación geográfica protegida Illa de Menorca/Isla de Menorca. Las normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención son, entre otras:

- Se regula la mención “Indicación Geográfica Protegida”, y la tradicional “Vi de la Terra” acompañado de la indicación “Illa de Menorca/Isla de Menorca” en la designación

de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en Menorca.

Fornalutx, Mancor de la Vall, Pollença, Puigpunyent, Selva, Sóller y Valldemossa, todos ellos ubicados en la isla de Mallorca.

Cuadro 1. Graduación alcohólica adquirida mínima de los vinos de Baleares.

	BLANCOS	ROSADOS	TINTOS	ESPUMOSOS	DE AGUJA	DE LICOR
D.O. Binissalem	10,5	11,0	11,5	10,5		
D.O. Pla i Llevant	10,5	10,5	11,0	11,0	10,0	15,0
I.G.P. Eivissa	11,0	11,5	12,0			
I.G.P. Formentera	11,5	12,0	12,5			
I.G.P. Illes Balears	10,5	11,0	11,5			
I.G.P. Mallorca	10,5	11,0	11,5			
I.G.P. Illa de Menorca	11,5	12,0	12,0			
I.G.P. S. Tramuntana-Costa Nord	12,0	12,5	12,5			

Fuente: Illes Balears Qualitat y elaboración propia.

- La producción máxima admitida por hectárea es de 8.000 Kg. y las variedades de uva autorizadas son blancas: Moll o Premsal Blanc, Parellada, Malvasía, Moscatel de Alejandría, Macabeo y Chardonnay; y negras: Tempranillo, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah.
- **Vino de la Tierra Serra de Tramuntana-Costa Nord.**

Dadas las peticiones cursadas por los viticultores de la comarca de Tramuntana y el interés manifestado por varios ayuntamientos de la zona, en 2002 se reguló la utilización de la mención "Vino de la tierra Serra de Tramuntana- Costa Nord" por primera vez. La actual regulación vigente viene determinada por la Orden de la Consejera de Agricultura y Pesca de 29 de noviembre de 2005, por la que se establecen las normas para la utilización de la mención "Vino de la tierra Serra de Tramuntana-Costa Nord". En esta orden se establecen normas a cumplir por los vinos de mesa que quieran hacer uso de dicha mención:

- Se regula la mención "Vi de la Terra" acompañado de la indicación geográfica "Serra de Tramuntana-Costa Nord" en la designación de vinos de mesa elaborados íntegramente con uva producida en los términos municipales de Alaró, Alcúdia, Andratx, Banyalbufar, Bunyola, Calvià, Campanet, Deià, Escorca, Estellencs, Esporles,

(art. 2 y 3).

- Las variedades de uva autorizadas son blancas: Premsal Blanc, Parellada, Malvasía, Moscatel de Alejandría, Macabeo, Sauvignon Blanco y Chardonnay; y negras: Manto Negro, Callet, Tempranillo, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah (art. 4).
- La densidad de plantación será como máximo de 5.500 cepas por hectárea. El número máximo de yemas productoras será de 33.000 por hectárea. La producción máxima admitida por hectárea es de 9.000 Kg. (art. 5).

Es más que probable que se apruebe una nueva Orden para transformar esta indicación en "Indicación Geográfica Protegida Serra de Tramuntana-Costa Nord", aunque las características básicas del vino no varían.

POTENCIAL ENOTURÍSTICO DE LAS ISLAS BALEARES

En este apartado se realiza una revisión general de la situación del sector vitivinícola en Baleares, valorando la cantidad de recursos disponibles para desarrollar una oferta enoturística en el archipiélago. La diversidad enológica de las Islas Baleares queda plasmada en las dos Denominaciones de Origen y las seis Indicaciones Geográficas Protegidas existentes, tanto en los tipos de uva autorizadas como en las características de los vinos producidos (Cuadro 1). Esta variabilidad es un importante valor añadido para la creación de rutas enológicas en las islas, ya que estas rutas se estructuran en base a conocer

distintas bodegas con distintos tipos de vino y formas de trabajar.

Cuadro 2. Extensión de viñedos inscrita en 2012

	Viticultores	VIÑA (ha)		TOTAL
		BLANCA	TINTA	
Binissalem	128	92,24	331,90	424,14
Pla i Llevant	126	76,91	163,45	240,36
TOTAL vino con D. O.	254	169,15	495,35	664,50
Eivissa	15	9,50	40,96	50,46
Formentera	2	7,48	8,94	16,42
Illes Balears	3	0,87	1,00	1,87
Mallorca	158	109,22	396,91	506,13
Illa de Menorca	8	12,46	14,84	27,30
S. Tramuntana-Costa Nord	5	8,91	0,20	9,11
TOTAL vino con I. G. P.	191	148,44	462,85	611,29
TOTAL I. BALEARS	445	317,59	958,20	1.275,79

Fuente: Illes Balears Qualitat y elaboración propia.

En total hay 1.275 hectáreas de viñedos amparados por marcas colectivas de vinos (D.O. o I.G.P.), repartidas entre un total de 445 explotaciones (Cuadro 2) de pequeño tamaño, ya que la extensión media es de menos de tres hectáreas por viticultor. La producción de vino era de algo más de 44.000 hectolitros en 2012 (Cuadro 3), principalmente vino tinto. La gran mayoría del sector está amparado por las D.O. "Binissalem" y "Pla i Llevant" y por la I.G.P. "Mallorca". El resto de I.G.P. son tan pequeñas que constituyen rarezas del sector primario de las islas.

La comercialización de los vinos amparados por estas denominaciones se concentra en la propia región, con un 80%, probablemente por tratarse de producciones pequeñas y denominaciones muy recientes (Cuadro 4). Un 14% de las ventas van dirigidas a países de la Unión Europea, principalmente Alemania y en menor grado Suiza y Reino Unido. Estas exportaciones coinciden con los mercados turísticos principales del archipiélago, lo cual permite suponer que el turismo es muy importante como elemento potenciador de las exportaciones. El resto de mercados son testimoniales, según datos recopilados por Illes Balears Qualitat.

El elemento fundamental para determinar el potencial del sector vitivinícola para el desarrollo del turismo enológico es el número y diversidad de las bodegas existentes, ya que las visitas a bodegas con características diferenciadas son el elemento fundamental de las rutas enológicas, completando estas visitas con visitas a viñas y a restaurantes con gastronomía típica de la región. Estas rutas enológicas es la estructura más típica del turismo enológico, el cual posee una fuerte relación con el turismo cultural (Hall, Shaw y Doole, 1997; Quadri-Felitti y Fiore, 2012), el turismo rural (Briedenhann y Wickens, 2004; Hackett, 1998; Hall y Macionis, 1998; Quadri-Felitti y Fiore, 2012) y el turismo gastronómico (Bruwer, 2002; Gatti y Incerti, 1997; Stewart, Bramble y Ziraldo, 2008). En el caso de Baleares, existe un total de 102 bodegas amparadas por D.O. o I.G.P., según datos de 2012. Mayoritariamente, son bodegas de pequeño tamaño y creación reciente, al igual que las indicaciones que las amparan, pero las diversas orografías, climas y filosofías empresariales dan diversidad a estas bodegas, garantizando unos

Cuadro 3: Elaboración amparada por indicaciones de calidad en 2012.

	Bodegas	PRODUCCIÓN (hl)			TOTAL
		TINTO	ROSADO	BLANCO	
Binissalem	15	7.429,32	2.096,91	3.429,61	12.955,84
Pla i Llevant	15	5.403,61	1.856,50	3.835,63	11.095,74
TOTAL vino con D. O.	30	12.832,93	3.953,41	7.265,24	24.051,58
Eivissa	5	921,00	522,00	379,00	1.822,00
Formentera	2	57,10	27,00	109,10	193,20
Illes Balears	9	58,96		28,51	87,47
Mallorca	42	10.859,64	2.322,10	4.346,65	17.528,39
Illa de Menorca	8	343,87	94,43	385,64	823,94
S. Tramuntana-Costa Nord	6	10,00		169,43	179,43
TOTAL vino con I. G. P.	72	12.250,57	2.965,53	5.418,33	20.634,43
TOTAL I. BALEARS	102	25.083,50	6.918,94	12.683,57	44.686,01

Fuente: Illes Balears Qualitat y elaboración propia

Cuadro 4. Comercialización amparada por indicaciones de calidad en 2012.

	COMERCIALIZACIÓN (hl.)				TOTAL
	Islas Baleares	España	Unión Europea	Países Terceros	
Binissalem	11.466,18	98,67	937,39	453,60	12.955,84
Pla i Llevant	8.925,91	50,58	811,19	169,92	9.957,60
TOTAL vino con D. O.	20.392,09	149,25	1.748,58	623,52	22.913,44
Eivissa	823,20	7,15	55,99	15,32	901,66
Formentera	152,77	6,34	0,68		159,79
Illes Balears	320,04	10,98	46,18	69,74	446,94
Mallorca	9.540,78	250,87	3.930,42	1.021,53	14.743,60
Illa de Menorca	570,24	22,92		20,68	613,84
S. Tramuntana-Costa Nord	353,13		33,65		386,78
TOTAL vino con I. G. P.	11.760,16	298,26	4.066,92	1.127,27	17.252,61
TOTAL I. BALEARS	32.152,25	447,51	5.815,50	1.750,79	40.166,05

Fuente: Illes Balears Qualitat y elaboración propia.

buenos niveles de calidad técnica y artística de las bodegas.

CONCLUSIONES

Las dos Denominaciones de Origen son de reducidas dimensiones en comparación con otras Denominaciones de Origen de España. En eso Baleares se parece a Canarias, ya que las características orográficas de los archipiélagos favorecen la creación de pequeñas denominaciones de origen con perfiles enológicos diferenciados. El mercado principal de estos vinos es la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, y dentro de la Comunidad Autónoma la isla de Mallorca. Las pequeñas exportaciones de vino se dirigen principalmente hacia Alemania, lo cual se explica por la inmensa importancia del turismo de este país en Mallorca.

Las Indicaciones Geográficas Protegidas existentes son posibles embriones de futuras denominaciones de origen (Ibiza, Formentera, Menorca y Serra de Tramuntana-Costa Nord) o una marca comodín para vinos que no quieren o no pueden aún formar parte de las otras indicaciones existentes (Illes Balears y Mallorca). En general, son indicaciones muy pequeñas y su mercado es, principalmente, la propia isla de elaboración.

Muchas bodegas de las islas ya organizan visitas a sus instalaciones, al igual que en otras regiones productoras, pero aun no están desarrolladas las rutas enológicas como producto turístico. Aunque se produjera una potenciación de este sector, el peso cuantitativo de este tipo de turismo en el total de las islas no será importante, ya que nos encontramos con una oferta bastante inelástica ya que las bodegas son empresas que necesitan bastante tiempo para su apertura o ampliación

debido a los plazos del proceso de producción de los vinos. Esto hace que a corto o medio plazo sólo se disponga de una oferta de poco más de 100 bodegas, mayoritariamente pequeñas y recientes. Aun siendo un sector pequeño cuantitativamente, el enoturismo posee diversas potencialidades para las islas:

- El enoturismo permite a las bodegas diversificar sus ingresos y mejorar la comercialización de sus vinos. Como se observa en la comercialización actual, el turismo es un elemento de gran importancia para favorecer las exportaciones de las bodegas de las islas. Coincidiendo los principales mercados exportadores actuales con los principales mercados emisores de turistas hacia Baleares. Por tanto, a mayor difusión del vino entre los turistas mayores posibilidades de exportación para las bodegas.
- El enoturismo es un componente importante para el desarrollo del turismo cultural, en colaboración con el turismo gastronómico y el turismo rural. El turismo del vino y el turismo gastronómico son ofertas complementarias en las regiones productoras de vino, y uno de los elementos más emblemáticos del turismo cultural. En este caso, vemos que el enoturismo permite una diversificación de la tradicional oferta balear de turismo de sol y playa hacia un turismo con un mayor perfil cultural y medioambiental.
- El enoturismo, junto con el turismo cultural, el turismo rural, el turismo deportivo y el turismo de congresos, entre otros, permite atraer turistas en la temporada baja y media. Este hecho puede ayudar, aunque de forma modesta, a desestacionalizar un destino con

fuerte disparidad en las llegadas de turistas entre los meses estivales (de junio a septiembre) y el resto del año.

Por tanto, el enoturismo posee la capacidad de mejorar las rentas obtenidas en diversos sectores económicos de las islas, a pesar de su pequeño tamaño relativo. Esta capacidad o potencial del turismo del vino deberá ser medido en posteriores estudios.

REFERENCIAS

Agència de Turisme de les Illes Balears (2013). *El turisme a les Illes Balears. Anuari 2012*. Palma de Mallorca: Agència de Turisme de les Illes Balears.

Ali-Knight, J. & Charters, S. (1999). Education in a West Australian wine tourism context. *International Journal of Wine Marketing*, 11:1, 7-18.

Beames, G. (2003). The rock, the reef, and the grape: The challenges of developing wine tourism in regional Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 9:3, 205-212.

Beverland, M. et al. (1998). Wine tourists-Missed opportunities in West Auckland. *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 13:4, 403-407.

Briedenhann, J. & Wickens, E. (2004): Tourism routes as a tool for the Economic Development of rural areas - vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25:1, 71-79.

Bruwer, J. (2002). The wine and food events: a golden opportunity to learn more about wine consumers. *The Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 1:3, 92-99.

Carlsen, J. (1998). Strategic Issues in Australian Wine Tourism. *1st Australian Wine Tourism Conference*, Margaret River, Western Australia.

Carmichael, B. (2005). Understanding the wine tourism experience for winery visitors in the Niagara region, Ontario, Canada. *Tourism Geographies*, 7:2, 185-204.

Corigliano, M. A. (1996). *Enoturismo: Caratteristiche della domanda, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali*. Milano: Franco Angeli.

Dodd, T. & Bigotte, V. (1997). Perceptual differences among visitors to wineries. *Journal of Travel Research*, 35:3, 46-51.

Dodd, T. (2000). Influences on cellar door sales and determinants of wine tourism success: results from Texas wineries. En: C. M. Hall, L. Sharples, B. Cambourne & N. Maciones (eds). *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Elsevier Science, 136-149.

Foo, E. M. (1999). A profile of international visitors to Australian wineries. *BTR Tourism Research Report*, 1, 41-44.

Gatti, S. & Incerti, F. (1997). The Wine Routes as an Instrument for the Valorisation of Typical Products and Rural Areas. *52nd EAAE Seminar-Parma*, June 19-21.

Getz, D. (2002). Wine tourism in Canada: development, issues and prospects. En: C. Cullen, C. Pickering & R. Phillips (eds). *Bacchus to the future: The Inaugural Brock University Wine Conference*, SL Catharines: Brock University Press, 331-356.

Getz, D. et al. (1999). Critical success factors for wine tourism. *International Journal of Wine Marketing*, 11:3, 20-43

Gilbert, D. C. (1992). Touristic development of a viticultural regions of Spain. *International Journal of Wine Marketing*, 4:2, 25-32.

Hackett, N. (1998). *Vines, wines, and visitors: a case study of agricultural diversification into winery tourism*. Unpublished thesis, Master of Natural Resource Management, Simon Fraser University.

Hall, C. M. & Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. *Tourism and recreation in rural areas*. Sydney: John Wiley and Sons, 267-298.

Hall, C. M. & Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42:4, 445-465.

Hall, C. M. et al. (1997). Wine tourism and network development in Australia and New Zealand: Review, establishment and prospects. *International Journal of Wine Marketing*, 9:2/3, 5-31.

Hall, C. M. et al. (2000). *Wine Tourism Around the World, Development, Management and Markets*, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hall, J., Shaw, M. & Doole, I. (1997). Cross-cultural analysis of wine consumption motivations. *International Journal of Wine Marketing*, 9, 83-92.

Howley, M. (1998). Wine Tourism in the United Kingdom. Wine tourism—perfect partners, 1st Australian wine tourism conference, Margaret River, Western Australia.

Illes Balears Qualitat. Web: <http://www.illesbalearsqualitat.es/> [Consultado el 29 de septiembre de 2013]

INE. Web Site: <http://www.ine.es> [consultada el 29 de septiembre de 2013]

King, C. & Morris, R. (1998). Wine tourism: A Western Australian case study. *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 12:3, 246-249.

Lane, D. & Brown, G. (2004). The strategic development of wine tourism in South Australia. *International Wine Tourism Conference*, Margaret River, Western Australia.

Levine, M. & Pownall, S. (2004). Wine industry outlook: Consumption demographics, market segmentation, trends and opportunities. *Wine Industry Outlook Conference*. Darling Harbour, Sydney Australia.

Lockshin, L. S. & Spawton, T. (2001). Using involvement and brand equity to develop a wine tourism strategy. *International Journal of Wine Marketing*, 13:1, 72-81.

Macionis, N. (1996). Wine tourism in Australia. *Tourism Down Under II: A Tourism Research Conference*, Dunedin.

Macionis, N. (1998). Wineries and tourism: Perfect partners or dangerous liaisons? Wine tourism—perfect partners. 1st Australian Wine Tourism Conference, Margaret River, Western Australia.

Marzo, M. & Pedraja, M. (2009). Wine tourism development from the perspective of the potential tourist in Spain. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21:7, 816-835.

O'Neill, M. & Charters, S. (2000). Service quality at the cellar door: implications for Western

Australia's developing wine tourism industry. *Managing Service Quality*, 10:2, 112-122.

O'Neill, M. & Palmer A. (2004). Wine production and tourism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45 :3, 269-284.

Quadri-Felitti, D. & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18:1, 3-15.

Stewart, J., Bramble, L. & Ziraldo, D. (2008). Key challenges in wine and culinary tourism with practical recommendations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20:3, 303-312.

Szivas, E. (1999). The development of wine tourism in Hungary. *International Journal of Wine Marketing*, 11:2, 7-18.

Telfer, D. (2000). Strategic alliances along the Niagara Wine Route. *Tourism Management*, 22, 21-30.

Telfer, D. (2001). From a wine tourism village to a regional wine route: an investigation of the competitive advantage of embedded clusters in Niagara, Canada. *Tourism Recreation Research*, 26:2, 23-33.

Wargenau, A. & Che, D. (2006). Wine tourism development and marketing strategies in Southwest Michigan. *International Journal of Wine Marketing*, 18 :1, 45-60.

Yuan, J. & Jang, S. (2008). The effects of quality and satisfaction on awareness and behavioral intentions: Exploring the role of a wine festival. *Journal of Travel and Research*, 46:3, 279-288.