



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN
Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

EL ENOTURISMO EN ESPAÑA. ANÁLISIS DE UN ESTUDIO DE CASO EN LA RIOJA

Presentado por Leticia Diez Fernández

Tutelado por Dra. Esther Gil

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, en especial a mis padres por haberme apoyado todos estos años con el Grado y sobre todo con el TFG. A Esther Gil, por haberme ayudado tanto en la realización de este proyecto y por su apoyo, gracias. A Bodegas Muga, por su amabilidad y su atención hacia mí cuando les he entrevistado.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
-------------------	---

CAPÍTULO I

El enoturismo en España: marco teórico y situación en España

1.1. Fundamentos teóricos sobre el enoturismo.....	9
1.2. Análisis económico-espacial de la producción y exportación del vino en España.....	13
1.3. Caracterización y distribución espacial del enoturismo en España.....	16

CAPÍTULO II

El enoturismo en La Rioja

2.1. Consideraciones previas: haciendo un poco de historia.....	25
2.2. Principales magnitudes sobre la producción y exportación del vino en La Rioja	26
2.3. Caracterización y distribución espacial del enoturismo en La Rioja.....	28

CAPÍTULO III

Estudio de caso: “Bodegas Muga” (Haro-La Rioja)

3.1. ¿Por qué Bodegas Muga?.....	37
3.1.1. Historia de la bodega.....	37

3.2. Oferta de la bodega	38
3.2.1. Características.....	38
3.2.2. Productos ofrecidos.....	41
3.2.2.1 Elaboración de los productos.....	41
3.2.2.2 Características de los productos.....	44
3.2.3. Productos innovadores.....	45
3.3. Actividades complementarias	45
3.3.1. Visitas a la bodega.....	46
3.3.2. Visita guiada + cata de vino.....	46
3.3.3. Visita al viñedo.....	46
3.3.4. Visitas en globo.....	46
3.5. Análisis de la demanda: perfil del enoturista	47
3.5.1. Perfil del turista.....	47
CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXOS	
Anexo 1: Bodegas Rioja Alta (2014).....	54
Anexo 2: Bodegas Alavesas (2014).....	55

INTRODUCCIÓN

Como es sabido, el turismo ha cambiado mucho en España desde que en los años 60 los turistas se trasladaban a las costas para poder relajarse y disfrutar de los ansiados baños de sol y mar, practicando turismo de sol y playa. En aquella época, y también en la actualidad, este tipo de turismo tuvo mucho auge en nuestro país, y recibíamos (aún lo hacemos) miles de turistas tanto nacionales como extranjeros por este motivo. Con todo, y afortunadamente, hoy en día España permite disfrutar además de un sin fin de modalidades turísticas tales como el turismo cultural, rural, turismo deportivo, turismo religioso, turismo activo, etc. en respuesta a la necesidad de diversificar su oferta y adaptarla a las nuevas motivaciones y expectativas de la demanda. Y es que, en efecto, desde fines del pasado milenio surge progresivamente un nuevo perfil del turista, que además de tomar el sol, bañarse en el mar y consumir, busca un tipo de turismo diferente, alternativo al de sol y playa, viajando a zonas rurales y naturales donde pueda evadirse de la ciudad y disfrutar de actividades como hacer senderismo, rutas ecuestres, visitas a bodegas entre otras muchas actividades. Es en este nuevo contexto, por tanto, de emergencia de nuevos tipos de turismo novedosos y alternativos, donde cabe entender el auge del denominado enoturismo o turismo del vino en nuestro país, entendido como aquél en el que la motivación principal del turista reside en visitar viñedos y hacer actividades relacionadas con el vino como por ejemplo catas, visitas a bodegas, gastronomía, entre otras.

Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), España alcanzó un total de 1.023.000 hectáreas dedicadas al cultivo del viñedo en el año 2013, lo que significa que es el primer país del mundo y europeo en superficie que se dedica al cultivo de la vid ya que países como Francia e Italia produjeron 794.000 y 752.000 hectáreas respectivamente, y países no Europeos como China (600.000 hectáreas) o Estados Unidos (408.000 hectáreas) tampoco han conseguido superar esta cifra. Ello, unido al mencionado gusto por el enoturismo, muestra que, desde el punto de vista turístico, algo está sucediendo en nuestro país relacionado con el progresivo protagonismo que el turismo enológico está adquiriendo en España en general como específicamente en regiones como Andalucía, Castilla y León, La Rioja, etc. pionera ésta última del enoturismo en España y, poseedora además de la Denominación de Origen más conocida, de manera nacional e internacional, como se comentará más adelante.

En este contexto interpretativo, el presente trabajo pretende indagar y dar respuesta, aunque sea de forma sintética dada la extensión del mismo, a las siguientes cuestiones: En primer lugar, y como primer objetivo fundamental de este estudio, profundizar en la dimensión conceptual y teórica de este nuevo tipo de turismo, sus características y su significado en España. A este respecto, y relacionado con ello, se va a analizar brevemente, y con carácter previo, tanto la producción como la exportación del vino en nuestro país desde una perspectiva económica (datos de producción, etc.) como espacial (países exportadores, etc.), destacando las principales áreas que ofertan enoturismo (Capítulo 1). Se tratará con ello, de demostrar la importancia del sector vinícola. A continuación y en un segundo Capítulo, nos vamos a centrar en la perspectiva regional haciendo lo propio para el caso concreto de la comunidad riojana, dada su importancia e interés como ámbito para el enoturismo (Capítulo 2). Finalmente, y en el último de los capítulos, fijaremos nuestra atención en un caso práctico concreto, caracterizando y valorando una bodega asentada en La Rioja, que forma parte de la Denominación de Origen Rioja-Subzona de Rioja Alta: La bodega a la que nos referimos es “Muga”, que fabrica sus vinos de manera tradicional con sus propias barricas y tinos. De ella analizaremos tanto la oferta como la demanda, esto es, la estructura de su mercado desde el punto de vista enoturístico.

Para llevar a cabo este trabajo fin de grado y lograr los objetivos propuestos, desde un punto de vista metodológico, utilizaremos diversas fuentes estadísticas, tanto documentales o escritas (artículos, libros,) como electrónicas (páginas web) o gráficas y cartográficas (tablas, cuadros, figuras, mapas, etc.) aportados por distintos autores e instituciones (p.e el Fondo Español de Garantía Agraria (FEOGA), el Observatorio Español de Mercado el Vino (OEMV), o la Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN).

Del mismo modo, y para el estudio de caso específico, esto es, la *Bodega Muga*, además de utilizar fuentes estadísticas facilitadas por la propia bodega (datos, gráficos, etc.) y el análisis exhaustivo de su página web, hemos recurrido al trabajo de campo, visitando la zona, estando en las propias instalaciones de la bodega y obteniendo información complementaria a partir de la entrevista personal directa con algunos de los miembros del personal técnico de la empresa.

CAPÍTULO I
EL ENOTURISMO EN ESPAÑA

1.1. Fundamentos teóricos sobre el enoturismo

[E]l vino es una de las bebidas más antiguas de la historia de la humanidad. Y es que, en efecto, como es sobradamente sabido, ya los egipcios, griegos y romanos adoraban a *Dionisio* y *Baco*, considerados por excelencia los Dioses vinculados con este delicioso licor. En la Biblia también se encuentran referencias al vino cuando, por ejemplo, en su última cena, Jesús ofreció a sus discípulos una copa del mismo, representando éste como su propia sangre (Berasategui y Hoffman, 2010, pp.2-3).

Se trata, por tanto, de una bebida muy importante históricamente. Con todo, y como se ha señalado en la Introducción, el auge de su puesta en valor con fines turísticos y su formulación como un producto completo es relativamente reciente y se encuentra en un proceso de constante auge y evolución, debido a la existencia de ese nuevo perfil de turista que, saturado de disfrutar del sol y la playa o de las bondades de la nieve, busca nuevas formas de ocio, nuevas experiencias alternativas entre las que la realización de actividades vinculadas al traslado a las zonas rurales vitivinícolas de producción potencialmente visitables, unido a la degustación y cata de sus caldos, el conocimiento de su proceso de elaboración en las bodegas, e incluso el alojamiento y relajación en estos entornos, está cobrando un protagonismo cada vez más relevante y exitoso.

Es pues en este contexto en el que va surgiendo progresivamente un nuevo concepto, y asociado a él, un nuevo producto vinculado a esta nueva experiencia turística, denominado por los expertos *enoturismo* si bien en ocasiones se utilizan con similar significado otras acepciones como turismo enológico o vitivinícola.

Pero, ¿qué es exactamente el *enoturismo*?; ¿A qué hacemos referencia cuando utilizamos esta expresión o análogas? Lo cierto es que existen una gran diversidad de autores e instituciones que han indagado en ello coincidiendo en su inmensa mayoría en dos ideas fundamentales relacionadas por un lado, con el desplazamiento y visita a las bodegas y, por otro, con el disfrute del vino. Pero con esto y con todo, hay definiciones más completas.

Así, y de acuerdo con las principales fuentes consultadas, el enoturismo consiste en [l]a visita a bodegas y regiones vinícolas con el fin de experimentar las cualidades y propiedades únicas de los modos de vida contemporáneos relacionados con el disfrute

del vino en su origen, esto es, incluyendo la experimentación de la comida, el paisaje y la experiencia cultural (Australian Tourist Commission, 2009).

La Carta Europea del Enoturismo (2005) entiende éste 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”.

Por su parte Collin (2000) define el enoturismo como “la experiencia de visitar viñedos, conocer bodegas, asistir a festivales y a demostraciones vinícolas en las cuales la cata del vino y/o la experiencia de los atributos del mismo son el principal motivo para los visitantes.”

En la mayoría de estas conceptualizaciones observamos como el enoturismo es entendido como un tipo de turismo alternativo incluido en el ámbito del turismo experiencial.

También hemos encontrado otras definiciones en las que se aprecia un mayor énfasis en el marketing al insistir en la promoción del área, la bodega y el producto. Tal es el caso de la proporcionada por Getz y Brown en la que el “el enoturismo es simultáneamente un comportamiento del consumidor, una estrategia para desarrollar el área geográfica y el mercado del vino de dicha zona, y una oportunidad de promoción de las bodegas para vender sus productos directamente a los consumidores” (Getz y Brown, 2006).

Como puede observarse, no existe una definición única del enoturismo. Y del mismo modo que sucede con este término, tampoco se encuentra una caracterización única y homogénea de lo que comúnmente se denomina “enoturista o turista del vino”. Por ello resulta imprescindible así mismo hacer un mínima referencia tanto al concepto como al perfil del enoturista, optando en este caso, y tras haber revisado la bibliografía y documentación existente al respecto, por seguir la clasificación realizada por Charters y Ali-knight (2002), que defienden la existencia de cuatro tipologías de “enoturistas” (V. Cuadro 1.1):

Cuadro 1.1. Tipos de enoturistas

Amantes del vino	Entendidos del vino	Interesados en el vino	Iniciados en el vino
------------------	---------------------	------------------------	----------------------

Fuente. Elaboración propia a través de S. Charters y J. Ali-knight (2002)

Como se advierte en el cuadro 1.1, podemos considerar:

- **Amantes del vino:** Tienen un gran conocimiento sobre temas enológicos. Su principal motivación de desplazamiento es la cata de diferentes tipos de vino, la compra de botellas y poder aprender en la bodega. Estos turistas están bastante interesados además en la gastronomía local.
- **Entendidos del vino:** Estos turistas no tienen tantos conocimientos sobre temas enológicos, pero entienden de vino y quieren ampliarlos. Son normalmente personas con formación universitaria y su principal motivación es poner en práctica todo lo que han leído en revistas especializadas en temas enológicos.
- **Interesados en el vino:** Estos turistas no están especializados en temas enológicos si bien tienen interés, especialmente en conocer y visitar bodegas.
- **Iniciados en el vino:** Estos turistas visitan las bodegas sin tener conocimiento en el tema enológico por distintas razones como probar cosas nuevas (nuevas experiencias turísticas). Su razón de desplazamiento es visitar la bodega y realizar compras en esta.

Queda claro, en consecuencia y como se ha avanzado, que no existe un tipo único de enoturista. Y como es lógico, tampoco existe un perfil único del mismo. Sobre este particular, interesa especialmente el análisis pomenorizado del perfil y características que realiza Matellanes en su tesis doctoral (Matellanes, 2009, p.11). Según esta autora, desde la perspectiva del consumo y duración de la estancia del visitante, y si bien las cifras son de 2009 de forma que han podido variar en estos años, los datos son bastante dispares en una consideración espacial a nivel internacional de forma que “el gasto medio de un enoturista en España alcanza los 10 € día y la estancia media es inferior a los dos días. En cambio, Alemania recibe un gasto medio de 80 € y una estancia de tres días; las regiones francesas de Alsacia y Borgoña cuentan con unos ingresos de 90 y 75 € respectivamente, con una estancia media de cuatro y cinco días; Australia de 50 € y una estancia media de tres días”. Estos datos reflejan que el enoturismo tiene más ingresos tanto por consumo como por pernoctación en otros países europeos (como Francia o Alemania) e incluso en Australia que en nuestro país. Según la autora esto puede ser debido a que, en algunos casos (p.e Francia), el enoturismo en España se “ha puesto de moda” más recientemente comparativamente. Además, queda claro que tanto Francia como Alemania y Australia gozan de un nivel y capacidad adquisitiva claramente superiores a España.

Otro aspecto de interés tiene que ver con el origen y la procedencia de los enoturistas. Para el caso concreto de nuestro país, la Cámara de Comercio de Valencia (Octubre, 2010) señala que “Según una encuesta realizada por ACEVIN¹ en el año 2008, el 82% de los turistas que visitan las *Rutas del Vino de España*² son de origen nacional y provienen, en su mayoría, de comunidades autónomas cercanas, esto es son turistas nacionales en tanto que el 18% restante son extranjeros: En este aspecto, y de ese 18% restante, un 20% son alemanes, representando un 15% Reino Unido, Benelux y Estados Unidos cada uno respectivamente. El turista norteamericano, por su parte, destaca por su elevado nivel de gasto y por su interés por el consumo ligado a valores culturales. Desde una perspectiva geográfica, el destino enoturístico preferido del enoturista extranjero es el entorno de La Rioja, en cualquiera de sus subzonas, seguido de Penedés (Cataluña), Marco de Jerez (Andalucía) y Ribera del Duero (Castilla y León). Dentro del ámbito nacional, los catalanes son los que más practican el enoturismo. Por municipios, Madrid encabeza el ranking, seguido de Barcelona, Zaragoza, Bilbao, Sevilla, Valladolid y Valencia. Destaca el informe de la Cámara igualmente el alto porcentaje de excursionistas que no pernoctan, lo que nos confirma el hecho de que se trata de un turismo de proximidad en el caso del enoturista autóctono.

Además de estos datos, y con ánimo de completar aunque sea de forma muy breve este pequeño análisis sobre el enoturista, las estadísticas de la página web www.wineroutesofspain.com sobre el tema revelan dos cosas; en primer lugar que desde la óptica del periodo de visita de los enoturistas, los que visitan las bodegas en estos últimos años (2013), se desplazan durante todo el año, pero sobre todo los meses de invierno son los favoritos para realizar este tipo de turismo, contribuyendo de esta manera a la desestacionalización, caballo de batalla de la historia del turismo en España; por otro lado, y relacionado con esta idea, que este tipo de turismo está sirviendo como un claro complemento al turismo de sol y playa, que tanto auge ha tenido y sigue teniendo España, en la línea de los denominados turismos blandos, sostenibles y/o

¹ ACEVIN: Asociación Española de Ciudades del Vino, proponen agrupar intereses y esfuerzos con el fin de disponer de un espacio e instrumentos de reflexión y de análisis estratégico que ayuden a tomar decisiones y realizar propuestas en los ámbitos de potenciación de la agroindustria, planificación urbanística, cultura y turismo vitivinícola, patrimonio industrial, creación de instrumentos de promoción local y de diversificación de la actividad económica.

² Rutas del Vino: El trabajo de ACEVIN se plasma en la creación del producto turístico Rutas del Vino de España, apoyado por los Ministerios de Industria, Energía y Turismo y de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y concebido para hacer descubrir al viajero una España diferente y vivir experiencias únicas. Las Rutas del Vino de España están emplazadas en territorios vitivinícolas que desde hace años trabajan bajo la tutela de la Administración española y de ACEVIN para generar experiencias memorables para los viajeros que buscan un nuevo concepto de turismo basado en la cultura del vino.

alternativos (turismo rural, natural, activo, etc) que están en la base de las nuevas motivaciones y expectativas de una demanda cada vez más exigente en hacer cosas nuevas y diferentes, buscar nuevas experiencias y participar en ellas, así como cada vez más sensibilizada por la cultura, la gastronomía y la calidad. No hay que olvidar a este respecto, que el enoturismo está muy vinculado a todos estos conceptos, y especialmente al turismo gastronómico, del que puede considerarse una variante, tan en boga en nuestros días.

Con todo, y antes de profundizar en el enoturismo en España y una de sus regiones más representativas como es La Rioja, además de analizar en detalle un estudio de caso, hemos considerado oportuno, con carácter previo, realizar sobre la bases de los datos existentes, un breve estudio a nivel económico y geográfico de la superficie cultivada, producción y exportación del vino en España tal y como comentamos en la Introducción.

1.2. Análisis económico-espacial de la producción y exportación del vino en España

Así, y desde la visión del análisis cuantitativo de la proporción de superficie dedicada al viñedo por países, y según los datos de 2013 elaborados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) (Tabla 1.2), España es el primer país del mundo y europeo, pues en el año 2012 cultivó 1.018 hectáreas, seguida Francia con 800 hectáreas e Italia con 759 hectáreas respectivamente, justificado en los tres casos por su situación geográfica y su climatología, que por otro lado y debido a su carácter variado, les permite producir diferentes tipos de vino. Por esta razón, el turismo del vino está haciendo que sea importante en estos países y por supuesto también en nuestro estado.

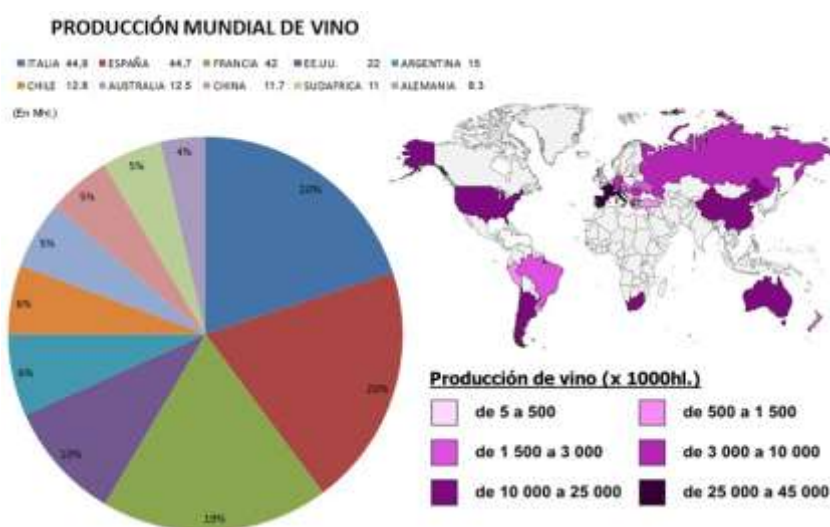
Tabla 1.2. Distribución espacial del viñedo en el mundo (2013)

El viñedo en el mundo							
Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv							
Datos							
(miles Ha)	2008	2009	2010	2011	2012	Prev. 2013	% s/ total
España	1.165	1.113	1.082	1.032	1.018	1.018	13,69%
Francia	858	836	818	806	800	794	10,68%
Italia	825	812	795	776	759	752	10,11%
Portugal	246	244	244	240	236	229	3,08%
Rumania	207	206	204	204	205	205	2,76%
Otros UE	491	479	474	461	482	483	6,50%
Total UE	3.792	3.692	3.654	3.554	3.500	3.481	46,81%
EEUU	402	403	404	407	407	408	5,49%
Turquía	518	515	514	508	497	504	6,78%
China	480	518	539	560	580	600	8,07%
Argentina	226	229	217	218	221	224	3,01%
Chile	198	199	200	200	205	207	2,78%
Sudáfrica	132	132	132	131	131	130	1,75%
Australia	173	176	171	170	162	158	2,12%
Total no UE	3.945	4.009	3.933	3.955	3.936	3.955	53,19%
TOTAL MUNDO	7.737	7.702	7.672	7.547	7.436	7.436	100,00%

Fuente. Obtenido de www.winesfromspain.com (Último acceso 17/03/15)

Partiendo de la posición privilegiada de España en el cultivo de viñedos a nivel mundial y europeo, resulta oportuno realizar un análisis de su producción y la exportación de vino como se ha comentado. Según la OIV³ en marzo del año 2014 (Gráfico 1.3), España es el segundo país a nivel mundial en producir vino (44,7 millones de hectolitros) seguido de Italia (44.9 millones) de hectolitros y por delante de Francia (42 millones).

Gráfico 1.3. Producción mundial de vino



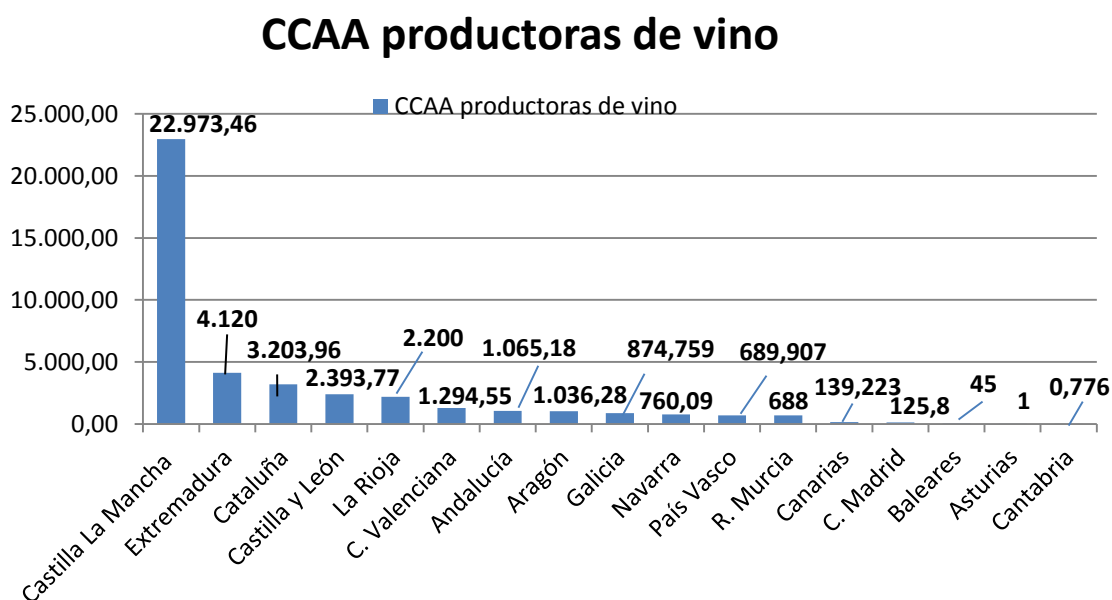
Fuente. Obtenido de www.vinetur.com Último acceso 24/02/2015

³ OIV: Organización Internacional de la Viña y el Vino

Casualmente los países más productores coinciden con los territorios europeos que más turistas reciben al año en general, según la OMT⁴ (2014), y seguramente también por las bondades de su clima y situación geográfica. Estos países, como se ha comentado, son Francia, España e Italia.

Centrándonos en España, y en una valoración espacial de la producción de vino por regiones o Comunidades Autónomas, el gráfico 1.4 muestra que Castilla la Mancha es la primera comunidad autónoma productora de vino con una producción de casi 23 millones de hectolitros; Castilla y León es la cuarta comunidad autónoma con una producción de 2,4 millones de hectolitros, mientras que La Rioja está en quinta posición con una producción de 2,2 millones de hectolitros. Estos datos son curiosos porque el vino que más se conoce tanto nacional como internacionalmente es el vino de ésta última. Y es que, esta comunidad autónoma [e]stá esforzándose desde hace tiempo y como se demostrará en el trabajo, por impulsar el enoturismo y también está intentando cambiar su imagen exterior rediseñando sus botellas, creando nuevas bodegas con diseñadores vanguardistas como es el caso de Frank Gehry, etc. todo ello con el fin de atraer a su entorno un mayor número de visitantes. (Matellanes, 2010,p. 38)

Gráfico 1.4. Comunidades autónomas productoras de vino y mosto (2014)



Fuente. Elaboración propia a través de datos de Vinetur.

⁴ OMT: Organización Mundial del Turismo

En cuanto a la exportación en nuestro país, y según el OEMV⁵ en su página web (www.oemv.es), España es la primera exportadora mundial de vino en 2014 en volumen, habiendo crecido las exportaciones un 22,3% durante ese año. Nuestro país vendió en el año 2014 2.256 millones de litros superando a las exportaciones italianas y francesas. Desde un punto económico y geográfico, España vendió vino y derivados por un valor de cuatro millones de euros (2010).

1.3. Caracterización y distribución espacial del enoturismo en España

Tal como hemos visto anteriormente, el vino ha sido importante desde hace muchos siglos. Además, en la actualidad el vino está haciendo que sea un activo, un valor imprescindible para otros tipos de turismo con los que guarda fuertes vinculaciones tales como el turismo gastronómico, el turismo rural y, sobre todo como es lógico para el propio enoturismo.

En nuestro país hay varias asociaciones que promueven el vino como por ejemplo ACEVIN (Asociación de Ciudades de Vino, www.acevin.es), RECEVIN (Red Europea de Ciudades del Vino, www.recevin.net) o OEMV (Observatorio Español del Mercado del Vino, www.oemv.es).

ACEVIN elabora estudios sobre el número y distribución espacial de las Rutas Españolas del Vino con el apoyo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Tal y como se muestra en la figura 1.5, en la actualidad existen 23 rutas en España. “Estas rutas integran los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, con el fin de construir un producto a partir de la calidad e identidad del destino, optimizando la comercialización conjunta, a nivel de satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico de los territorios” (Morales, 2014).

Así pues, fijándonos en la figura 1.5, vamos a identificar estas 23 Rutas del Vino de España según su distribución espacial, esto es, por comunidades autónomas, tal y como se muestra en la página web sobre las Rutas del Vino de España⁶

⁵ OEMV: Observatorio Español del Mercado del Vino

⁶ Disponible en: www.wineroutesofspain.com -último acceso 21/04/2015

CAPÍTULO I

En Castilla y León hay 4 Rutas del Vino: En la comarca de El Bierzo, en el noroeste de la provincia está la Ruta del Vino El Bierzo. Esta Ruta del Vino tiene aproximadamente 70 bodegas. La Ruta del Vino Cigales se encuentra entre las provincias de Valladolid y Palencia y cuenta con 16 bodegas. La Ruta del Vino Ribera de Duero está situada en las provincias de Burgos, Segovia, Soria y Valladolid. Esta bodega cuenta con aproximadamente 50 bodegas. La Ruta del Vino Rueda, situada en las provincias de Valladolid y Ávila. Tiene un total de 16 bodegas.

Andalucía posee un total de 3 Rutas del Vino. La Ruta del Vino Marco de Jerez se encuentra en la provincia de Cádiz y cuenta con aproximadamente 24 bodegas. La Ruta del Vino de la Serranía de Ronda en la provincia de Málaga, cuenta con un total de 16 bodegas. La Ruta del Vino Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba, cuenta con un total de 11 bodegas.

La Región de Murcia tiene 3 Rutas del Vino: en primer lugar, la Ruta del Vino Bullas, donde se conservan total o parcialmente 200 bodegas tradicionales construidas entre los siglos XVIII y XIX. Por otro lado está La Ruta del Vino Jumilla se encuentra al noroeste de la Región de Murcia y tiene un total de 12 bodegas. Y finalmente existe La Ruta del Vino de Yecla se encuentra en este municipio murciana y tiene un total de 5 bodegas.

En Cataluña hay un total de 3 Rutas del Vino. La Ruta del Vino Empordà se sitúa en la Costa Brava, en la provincia de Girona, y tiene un total de 24 bodegas. La Ruta del Vino de Lleida-Costers del Segre se sitúa en la provincia de Lleida y tiene un total de 19 bodegas. La Ruta del Vino de Penedès se sitúa en la provincia de Barcelona y Tarragona. Tienen un total de 20 bodegas.

En la Comunidad Valencia hay un total de dos Rutas del Vino. La Ruta del Vino de Alicante se encuentra en esta provincia y tiene un total de 13 bodegas. La Ruta del Vino Utiel-Requena se sitúa en la provincia de Valencia y cuenta con un total de 14 bodegas.

En Aragón hay 2 Rutas del Vino. La Ruta del Vino Somontano se encuentra en la provincia de Huesca y cuenta con un total de 16 bodegas. La Ruta del Vino de Garnacha-Campo de Borja se sitúa en la provincia de Zaragoza y cuenta con un total de 6 bodegas.

En Galicia hay una Ruta del Vino que es la de Rías Baixas que se extiende por las provincias de Pontevedra y A Coruña. Esta Ruta del Vino cuenta con más de 50 bodegas.

En la comunidad autónoma de Extremadura solamente hay una Ruta del Vino y esta es la Ribera del Guadiana. Dicha Ruta se encuentra en las provincias de Cáceres y Badajoz y cuenta con un total de 20 bodegas.

En Navarra solamente hay una Ruta del Vino y es la Ruta del Vino de Navarra, la cual tiene un total de 15 bodegas.

En el País Vasco hay una Ruta del Vino que es la Ruta del Vino Txakoli. Esta Ruta del Vino se sitúa en las provincias de Álava y Vizcaya y tiene un total de 5 bodegas.

Finalmente, La Rioja cuenta con un total de 2 Rutas del Vino que son la Ruta del Vino de la Rioja Alavesa, que cuenta con un total de 51 bodegas y La Ruta del Vino Rioja Alta que cuenta con un total de 36 bodegas. Estas Rutas del Vino riojanas las analizaremos más profundamente en el Capítulo II.

Figura 1.5. Distribución Rutas del Vino de España (2014)

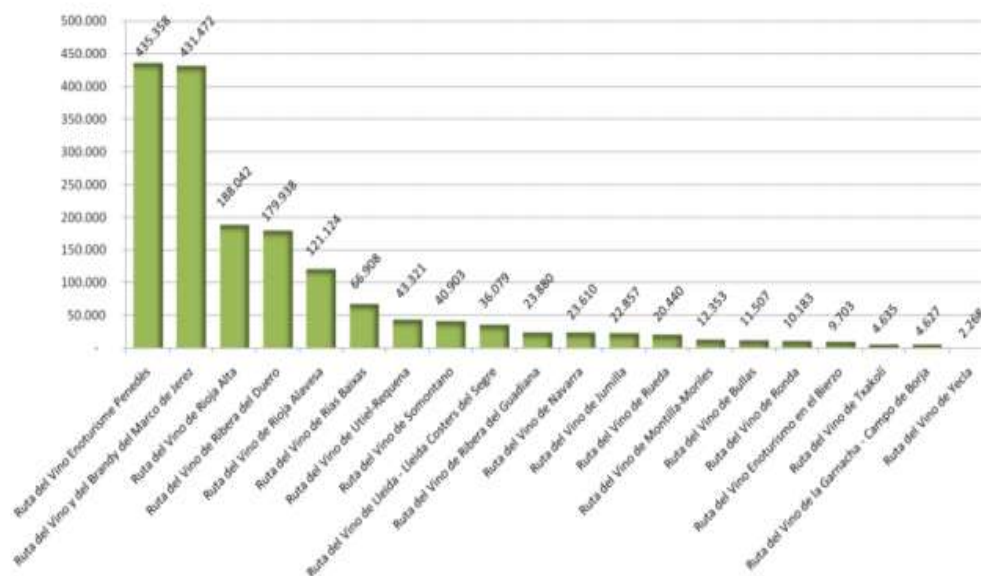


Fuente. Obtenido de www.acevin.es Último acceso 26/02/2015

ACEVIN permite así mismo conocer cuáles son las principales comunidades autónomas o provincias que más enoturismo reciben a través de las rutas del vino de España más visitadas en 2013. Como se observa en el gráfico 1.6, la ruta que más se visitó fue la Ruta del Vino Enoturisme Penedès, en la provincia de Barcelona, pues recibieron 435.358 enoturistas, seguida de la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez en Cádiz con 431.472 enoturistas y en un tercer puesto la Ruta del Vino de Rioja Alta con 188.042 enoturistas.

CAPÍTULO I

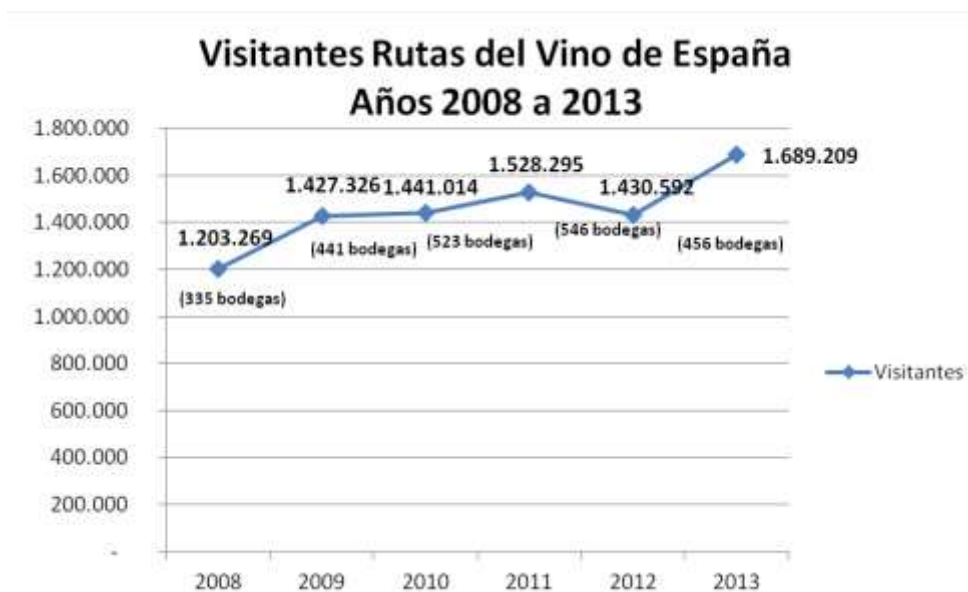
Gráfico 1.6 Rutas del Vino en España (2013)



Fuente. Obtenido de www.recetum.com/enoturismo/informe-del-enoturismo-en-espana-en-2013-de-las-rutas-del-vino-de-acevin/ Último acceso 26/02/2015

Según la misma fuente, ACEVIN, y los datos que ésta institución proporciona relativos a las rutas enoturísticas (ACEVIN, 2013), podemos observar que desde el año 2008 al año 2013 ha aumentado en un el número de personas que visitan y realizan estos itinerarios, pues como se desprende del grafico 1.7, son 485.940 personas más las que se han desplazado durante esos 5 años, lo que implica un aumento del 40,38%.

Gráfico 1.7 Evolución del número de visitantes a las Rutas del Vino de España (2008-2013).



Fuente. Obtenido de www.recetum.com/enoturismo/informe-del-enoturismo-en-espana-en-2013-de-las-rutas-del-vino-de-acevin/ Último acceso 26/02/2015

Por otra parte, nuestro país también es muy conocido en el ámbito vinícola por su variedad de Denominaciones de Origen (D.O). Ésta es, según la Real Academia Española, una “denominación oficial asignada a ciertos productos como garantía de su procedencia y calidad.” El Reglamento (CEE) N° 2081/92 del Consejo, de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, nos facilita la definición de Denominación de Origen (D.O) reconocida como el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocida administrativamente para designar vinos que cumplan las siguientes condiciones:

- Haber sido elaborados en la región, comarca, localidad o lugar determinados con uvas procedentes de los mismos.
- Disfrutar de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen; y cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluye los factores naturales y humanos.
- Además, han de haber transcurrido, al menos, cinco años desde su reconocimiento como vino de calidad con indicación geográfica.

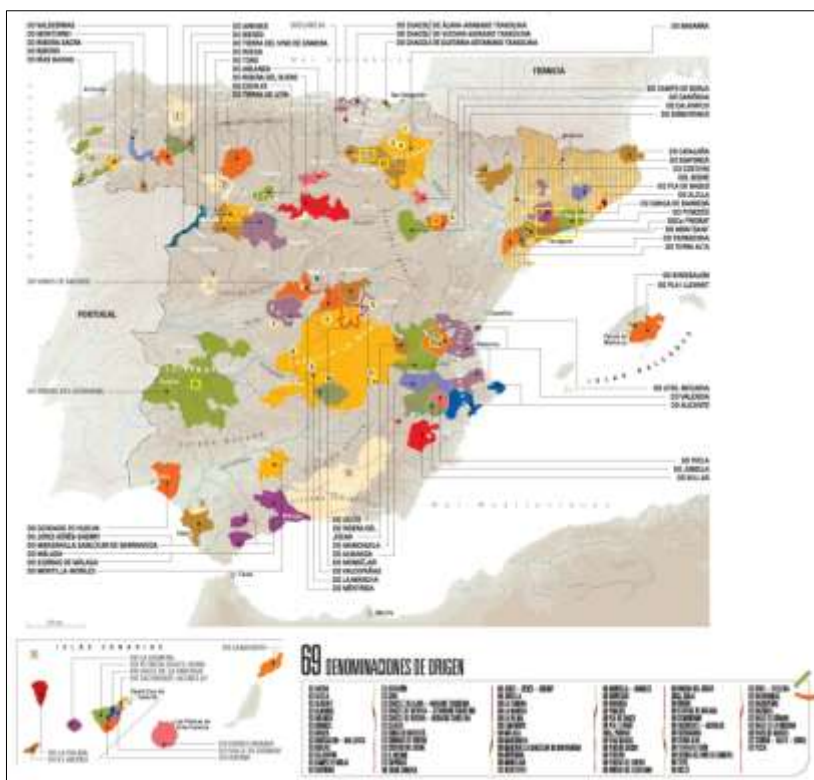
Otra de las definiciones interesantes que nos ofrece la misma fuente (Reglamento (CEE) N° 2081/92 del Consejo, de 14 de julio de 1992) es la de Denominación de Origen

CAPÍTULO I

Protegida (D.O.P), cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

En España existen 69 Denominaciones de Origen como podemos observar en la figura 1.8.

Figura 1.8. Mapa de las denominaciones de origen españolas



Fuente. Obtenido de www.winesfromspain.com (Último acceso 24/02/2015)

Vamos a analizar estas denominaciones de origen por comunidades autónomas. Así pues, en Cataluña hay un total de 11 Denominaciones de Origen, las cuales la D.O Costers del Segre y la D.O Cataluña se encuentra en la provincia de Lérida, D.O Ampurdán en Girona, la D.O Pla de Bages, D.O Do Alella y D.O Penedès en la provincia de Barcelona, la D.O Conca de Barberá, D.O Priorat, D.O Montsant, D.O Tarragona y D.O Tierra Alta se encuentran en la provincia de Tarragona.

La comunidad autónoma de Castilla y León donde “el turismo enológico está muy ligado al fuerte atractivo turismo rural” (Berasategui y Hoffman, 2010, p.27), cuenta con 10 Denominaciones de Origen, donde encontramos la D.O Arribes en Salamanca, D.O Bierzo y D.O Tierra de León en la provincia de León, D.O Tierra del vino de Zamora y D.O Toro en la provincia de Zamora, D.O Rueda en Valladolid, D.O Cigales

en la provincia de Palencia y Valladolid y la D.O Ribera de Duero entre las provincias de Burgos, Segovia, Soria y Valladolid y D.O Arlanza en la provincia de Burgos.

Las Islas Canarias también tiene 10 Denominaciones de Origen que son la D.O Valle de Güimar, D.O Abona, D.O Tacoronte-Acentejo, D.O Valle de la Orotava, D.O Ycoden-Daute-Isora en Santa Cruz de Tenerife, La D.O El Hierro, en la isla El Hierro, la D.O La Palma en la isla La Palma, la D.O Gran Canaria en Las Palmas de Gran Canarias y la D.O Lanzarote, en Lanzarote.

En la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha, que es donde se “aloja la superficie más extensa de viñedos de Europa y es el mayor productor de vino de España” (ibid, 2010), cuenta con 8 Denominaciones de Origen, que son, D.O Métrida en la provincia de Toledo, D.O Vino de Valdepeñas y D.O La Mancha en Ciudad Real, D.O de Almansa y D.O Manchuela en la provincia de Albacete, D.O Ribera del Júcar y D.O Vino de Uclés en la provincia de Cuenca y la D.O Vino de Mondéjar en la provincia de Guadalajara.

En Andalucía, “que es una de las principales comunidades turísticas del país que en los últimos años ha desarrollado diversos proyectos de difusión de sus caldos entre sus visitantes”, existen 6 Denominaciones de Origen que son la D.O Condado de Huelva en la provincia de Huelva, la D.O Jerez-Xérès-Sherry y la D.O Manzanilla Sanlúcar de Barrameda en la provincia de Cádiz, la D.O Málaga y la D.O Sierras de Málaga en la provincia de Málaga y, finalmente en la provincia de Córdoba, la D.O Montilla- Moriles (ibid,p.14, 2010).

En Galicia hay 5 Denominaciones de Origen, que son la D.O Rías Baixas en Pontevedra, D.O Ribeiro y D.O Monterrei en la Provincia de Ourense, y la D.O Ribiera Sacra y D.O Valdeorras en la provincia de Lugo.

Aragón posee 4 Denominaciones de Origen, que son la D.O Somontano en la provincia de Huesca, y la D.O Campo de Borja, DO Cariñena, y la DO Calatayud en la provincia de Zaragoza.

La Región de Murcia, donde en esta región “el vino constituye una de las señas de identidad más importantes de varios municipios” (ibid, p.16, 2010), hay 3 Denominaciones de Origen que son la D.O Jumilla, la D.O Yecla y la D.O Bullas.

En la Comunidad autónoma de Valencia, que es la “tercera comunidad en superficie viticultora, solo por detrás de Castilla-La Mancha y Extremadura” (ibid,p.33, 2010),

CAPÍTULO I

posee 3 Denominaciones de Origen. La D.O Utiel-Requena y D.O Valencia en la provincia de Valencia y la D.O Alicante en la provincia de Alicante.

En el País Vasco, hay un total de 3 Denominaciones de Origen. Éstas son la D.O Chacolí de Álava en la provincia de Álava, la D.O Chacolí de Vizcaya en la provincia de Vizcaya y la D.O Chacolí de Guetaria en Guipúzcoa.

Las Islas Baleares, que “con la dimensión que en los últimos años ha tomado Baleares en sus principales mercados emisores, los productos gastronómicos, y en especial sus vinos, se han visto impulsados por la creciente demanda extranjera” (ibid, p29, 2010), posee 2 Denominaciones de Origen que son la D.O Binissalem y D.O Pla I Llevant, ambas en la provincia de Palma de Mallorca.

En la comunidad autónoma de Extremadura, que “cuenta con 77.844 hectáreas de viñedo, la mayoría en Badajoz y el resto en Cáceres, posee una única Denominación de Origen que es la D.O Ribera del Guadiana, situada en Badajoz” (ibid, p.15, 2010).

La Comunidad de Madrid “empieza a dar los primeros pasos en el ámbito del enoturismo, apoyándose en la Denominación de Origen Vinos de Madrid, reconocida en 1990, solamente tiene esa Denominación de Origen, es decir D. O Vinos de Madrid” (ibid, p 24, 2010).

En Navarra solamente existe una Denominación de Origen que es la D.O Navarra.

Finalmente, la comunidad autónoma de La Rioja, que tiene una única denominación de origen, pero [e]s la más conocida tanto a nivel nacional como internacional, además de ser la cuna del enoturismo en España (ibid, p 18, 2010). Esta Denominación de Origen es la D.O Rioja. De ahí el interés, en el próximo capítulo y como avanzamos en la introducción de profundizar en esta región desde la perspectiva vinícola y enoturística.

CAPÍTULO II
EL ENOTURISMO EN LA RIOJA

2.1. Consideraciones previas: haciendo un poco de historia

Como en buena parte del territorio nacional y tal como se ha señalado con anterioridad [l]a cosecha de la vid en tierra riojana es de origen muy antiguo. Así, el primer testimonio que hace referencia a la viticultura en La Rioja data del año 1065. Se trata de la “Carta de población de Longares” redactada por el obispo de Nájera, en la que los vinos riojanos se reconocen jurídicamente y ya una parte de la cosecha tenía que destinarse al culto (Ayala, 2012, p.7). Otro testimonio de la importancia del vino en La Rioja corresponde a un [p]oema escrito por Gonzalo de Berceo, monje del Monasterio de Suso en San Millán de la Cogolla, del S.XIII, el cual dice así (Matellanes, 2010 p. 54):

"quiero fer una prosa en román paladino,
en cual suele el pueblo fablar con su vezino,
ca non so tan letrado por fer otro latino
bien valdrá, como creo, un vaso de bon vino"

Por otro lado, en el año 1780 Manuel Quintano, clérigo ilustrado que revolucionó la técnica vinícola de La Rioja introduciendo en el año 1786 los métodos bordeleses de crianza del vino, consiguió envejecer por primera vez vino en Cuba, convirtiendo a este personaje en el pionero del vino de crianza en La Rioja.” (ibid, M p.55).

Según la misma autora (p.55) “en el S.XX, se decretó la creación del Consejo Regulador con la misión de delimitar la zona del Rioja y establecer las medidas legales para evitar falsificaciones del nombre “Rioja”. Pero no será hasta 1945 cuando quede legalmente estructurado este organismo para constituirse finalmente en 1953, al fijarse las bases para una actuación moderna y eficaz. Será en este momento cuando se consiga que ésta sea la única Denominación de Origen vinícola española que añada la C de “Calificada” a la normalizada D.O., según normativa oficial del 3 de Abril de 1991.”

Esta Denominación de Origen Calificada, como bien aparece en la página web de vinos de La Rioja, se encuentra vertebrada espacialmente en tres subzonas: Rioja Alavesa,

Rioja Alta y Rioja Baja⁷. Debido al clima y al suelo de estas subzonas, se puede producir, elaborar y disfrutar de distintas variedades de la uva con Denominación de Origen Calificada Rioja, concretadas en cuatro tintas (tempranillo, garnacha, mazuelo y graciano) y tres blancas (viura, malvasía y garnacha blanca).

Con todo, [e]l enoturismo en La Rioja no empieza a desarrollarse hasta los años 90, recurriendo la región al diseño de diferentes estrategias para atraer a los visitantes como se ha señalado anteriormente. Entre muchas de ellas, la creación de bodegas exclusivas diseñadas por autores de gran prestigio (p.e) *Herederos del Marqués de Riscal*, diseñada por Frank Gehry; O la creación de museos temáticos del vino como el Museo de la cultura del vino *Dinastía Vivanco* así como la puesta en funcionamiento en el año 2006 de un autobús turístico, o el *Vinobús*, que ofrece tres rutas con visitas culturales y paisajísticas y también a las bodegas, etc. constituyen algunas de las actuaciones más representativas al respecto (Matellanes, 2010, pp.55-58). Gracias a la diversidad y prontitud de estas propuestas enoturísticas en La Rioja, ésta se ha convertido en una de las comunidades autónomas españolas pioneras y más importantes para el enoturismo.

Por otra parte, según nos dice la página web de turismo de la comunidad, La Rioja ofrece la visita a más de 80 bodegas (esto supone el 16%), de un total de 500 aproximadamente que hay en esta zona tan conocida, permitiendo al visitante disfrutar de la visita, realizar cursos de cata y un sin fin de actividades relacionadas con el enoturismo⁸.

En el siguiente epígrafe, y siguiendo con la estructura del trabajo explicada en la introducción vamos a ver cómo es la producción y la exportación de estos caldos en La Rioja, tal y como hemos hecho anteriormente para el caso español.

2.2. Principales magnitudes sobre la producción y exportación del vino en La Rioja

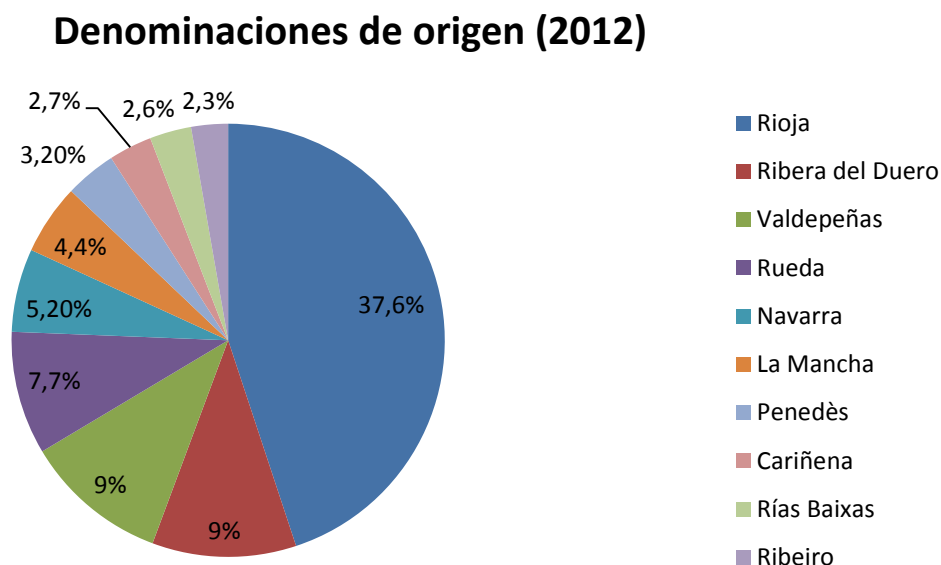
Los vinos de Rioja son muy importantes en nuestro país, ya que fue la Denominación de Origen que más se vendió en España en el año 2012 (gráfico 2.1). Sin embargo, hay

⁷ Recuperado de: www.vinoturismorioja.com -último acceso 10/03/2015.

⁸ Recuperado de www.lariojaturismo.com- último acceso 10/03/2015.

otras Denominaciones de Origen que también fueron importantes en España, en cuanto a ventas se refiere, ya que también se vendieron en un gran porcentaje en el mismo año las Denominaciones de Origen de Ribera de Duero, Valdepeñas, Rueda, Navarra, La Mancha y Penedès. Mientras que la Denominación de Origen Cariñena, Rías Baixas y Ribeiro se vendieron en un porcentaje menor.

Gráfico 2.1. Denominaciones de Origen en España (2012)



Fuente. Elaboración propia a través de www.vinetur.com Último acceso 23/02/2015

Además, como ya vimos en el anterior capítulo, La Rioja es la quinta comunidad autónoma en producir vino. En el año pasado, tuvo una producción de 2,2 millones de hectolitros. Pero, sin embargo estos datos no son tan negativos, ya que según la página web de noticias de la comunidad autónoma de La Rioja las ventas de vino de Rioja hicieron un total de 277.167.250 millones de litros en el año 2013, lo que supuso un crecimiento del 3,98% sobre el año 2012⁹. El 90% de estos millones de litros, fueron vinos tintos, mientras que el 9,04% fueron blancos y el casi 1% restante, fue vino rosado. Además la categoría de Rioja más vendida fue el vino tinto de crianza, del que se vendieron 101,5 millones de litros, mientras que los vinos de reserva han aumentado el 48% sus ventas.

Fijándonos en la misma fuente se exportaron 102,1 millones de litros en el año 2013, lo que supone un aumento del 5,39%. Esto supone que el 36,9% de las ventas totales de

⁹ Recuperado de www.larioja.com -último acceso 10/03/2015.

Rioja se exporten. El 70% de las exportaciones de Rioja lo ocupan Reino Unido, que es el primer país importador con 32,9 millones de litros en el 2013, Alemania, con 18,39 millones de litros, Estados Unidos y Suiza.

Estos datos son muy importantes también para el enoturismo, porque se ha señalado antes, La Rioja está esforzándose mucho para poder promocionar sus bodegas y que los turistas las visiten. Además, siendo la primera Denominación de Origen que más se vende y se exporta, facilita que los turistas se interesen por esta región y se acerquen a la comunidad autónoma para visitarla y realizar enoturismo.

2.3. Caracterización y distribución espacial del enoturismo en La Rioja

Como se ha apuntado con anterioridad, La Rioja nos ofrece muchas actividades para poder realizar enoturismo. En la página web riojana dedicada al turismo aparecen las distintas actividades que esta región nos ofrece¹⁰. Por mencionar tan sólo algunos de los múltiples ejemplos reales propone vendimiar en familia o con los amigos en la localidad de Badarán. Esta actividad tiene una duración de 4 horas e incluye la comida o la cena y se realiza en el viñedo “Finca la Atalaya”. Otra de las actividades interesantes sugeridas es sobrevolar los viñedos desde un globo aerostático por el municipio de Haro. Una actividad novedosa que puede atraer a muchos visitantes es la denominada “El vino y el Chocolate”, un evento que se realizó el 21 de marzo en la capital riojana llevado a cabo por *Bodegas Franco Españolas*. Esta actividad se basa en catar 5 vinos combinados con distintos tipos de chocolate.

La Rioja, como ya hemos señalado anteriormente, tiene 3 subzonas de producción vinícola que son Rioja Alta, Rioja Baja y Rioja Alavesa. Sin embargo, de estas tres subzonas, solamente hay dos rutas del vino que están asociadas a ACEVIN, estas son Rioja Alta y Rioja Alavesa.

En el siguiente mapa (figura 2.2), podemos ver dónde están ubicadas las 3 subzonas de La Rioja.

¹⁰ Recuperado de www.lariojatourismo.com -último acceso 10/03/2015.

Figura 2.2. Mapa de las subzonas en La Rioja



Fuente. Obtenido de www.cataficion.blogspot.com.es último acceso 22/04/2015

Como bien aparece en la web de Rioja Alta¹¹, en esta ruta hay 36 bodegas. Como podemos ver en el anexo 2, es en la localidad de Haro donde más bodegas hay porque, según aparece en su página web oficial de turismo¹², las bodegas de este municipio han sido las que han impulsado la fama mundial de la Denominación de Origen Rioja. Podría decirse que es la cuna de esta Denominación de Origen tan sonada.

En el siguiente mapa (figura 2.3), podemos observar la localización de los municipios que están asociados a la Ruta de La Rioja Alta.

¹¹ Recuperado de www.rutasdelvinorioja.com -último acceso 10/03/2015.

¹² Recuperado de www.haroturismo.org -último acceso 10/03/2015.

Figura 2.3. Municipios que integran la Rioja Alta



Fuente. Elaboración propia, obtenido de www.soymapas.com (último acceso 27/04/2015)

Para conocer la relación de Bodegas existentes en Rioja Alta V. Anexo 1

En la página web de Rioja Alta también podemos observar que esta Ruta nos ofrece, a parte de las rutas, senderos y caminos. Los Senderos del Vino nos invitan a recorrer los viñedos pudiendo disfrutar del paisaje y de sus vistas hacia el norte y el sur de la comunidad autónoma a través de 16 localidades.

Las 15 rutas de senderismo nos ofrecen disfrutar de los viñedos a través del turismo deportivo y de aventura para poder conocer La Rioja Alta. Esta actividad consiste en volar sobre viñas, campos de trigo, árboles, entre otras actividades.

A continuación vamos a mostrar algunas imágenes de las bodegas más emblemáticas y actividades enoturísticas que nos ofrecen de La Rioja Alta:

Figura 2.4. Bodegas Ramón Bilbao (Haro)



Fuente. Obtenido de www.bodegasramonbilbao.es (Último acceso 27/04/2015)

CAPÍTULO II

Figura 2.5. *Bodegas Cvne* (Haro)



Fuente. Obtenido de www.nosgustaelvino.com (Último acceso 27/04/2015)

Figura 2.6 *Bodegas Muga* (Haro)



Fuente. Elaboración propia, realizada el 23/04/2015

Figura 2.7. Viaje en globo. *Bodegas Muga* (Haro)



Fuente. Obtenido de www.bodegasmuga.com (Último acceso 24/04/2015)

Figura 2.8. *Bodegas Marqués de Cáceres* (Cenicero)



Fuente. Obtenido de www.marquesdecaceres.com (Último acceso 27/04/2015)

CAPÍTULO II

En la página web de la Ruta de Vino de la Rioja Alavesa¹³, aparecen las bodegas que forman esta Ruta. Como podemos observar en el anexo 2, hay 51 bodegas y el municipio que más de ellas poseen es Laguardia. Según su página web¹⁴, esto se debe a que esta villa produce 12 millones de litros de vino anualmente, además de que su climatología, suelos, situación geográfica y tipos de uva también ayudan a que sea importante.

En el siguiente mapa (figura 2.9) podemos observar los municipios de la Rioja Alavesa que están asociados a la Ruta de la Rioja Alavesa.

Figura 2.9. Mapa con la distribución y los municipios y vías de comunicación en Rioja Alavesa



Fuente. Elaboración propia.

Para conocer la relación de Bodegas existentes en Rioja Alavesa V. Anexo 2

Una vez visto los municipios y las bodegas de la Ruta de La Rioja Alavesa, vamos a vamos a mostrar algunas imágenes de las bodegas más simbólicas y actividades enoturísticas que nos ofrecen de La Rioja Alavesa:

¹³ Recuperado de :www.rutadelvinoderiojaalavesa.com- último acceso 10/03/2015

¹⁴ Recuperado de www.laguardia-alava.com -último acceso 10/03/2015

Figura 2.10. *Bodegas Viña Real* (Laguardia)



Fuente. Obtenido de www.traveler.es (Último acceso 27/04/2015)

Figura 2.11. *Bodega El Fabulista* (Laguardia)



Fuente. Obtenido de www.enoturismoriojaalavesa.blogspot.com.es (Último acceso 27/04/2015)

Figura 2.12. *Bodegas Ysios* (Laguardia)



Fuente. Obtenido de www.enodestino.com (Último acceso 24/04/2015)

Figura 2.13. *Bodegas Marqués de Riscal* (Elciego)



Fuente. Obtenido de www.marquesderiscal.com (Último acceso 27/04/2015)

Una de las curiosidades es que *Marqués de Riscal*, a pesar de ser una bodega situada en La Rioja Alavesa y una de las más importantes y más antiguas de esta subzona, no colabora en la Ruta del Vino Rioja Alavesa.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE CASO: “BODEGAS MUGA” (HARO-LA RIOJA)

3.1. ¿Por qué bodegas Muga?

Como hemos visto en el capítulo anterior, en La Rioja hay numerosas bodegas y, algunas de ellas han sido diseñadas por autores vanguardistas como la bodega *Marqués de Riscal* o la bodega *Viña Real de Cvne* diseñada por otro autor vanguardista francés Philippe Mazières, o también bodegas concebidas por autores españoles como la bodega *Ysios*, obra de Santiago Calatrava.

Estas bodegas reciben anualmente miles de turistas tanto nacionales como internacionales debidos, entre otras razones, a sus llamativos diseños arquitectónicos. Por ello, resulta muy complicado acceder desde un punto de vista científico e investigador a ellas, lo que complica la realización de un estudio sobre las mismas y explica la elección de una quizá bodega menos mediática pero no por ello menos interesante como es *Bodegas Muga*.

Y es que tal y como acabamos de señalar, precisamente otra de las razones por las cuales he elegido *Bodegas Muga* es porque es única a la hora de realizar sus caldos, ya que los realizan de manera tradicional en barricas y en tinos de roble francés. Es una bodega que no utiliza nada de hormigón y, además, sus frutos son recogidos a mano.

Su localización también es una de las razones por las cuales he escogido la bodega, pues, como dijimos en el capítulo anterior, *Bodegas Muga* se encuentra en la localidad de Haro donde los almacenamientos de vino de este municipio han sido las que han impulsado la fama mundial de la Denominación de Origen Rioja.

3.1.1. Historia de la bodega

El nombre de la bodega se debe al apellido de Isaac Muga, fundador de la bodega en el año 1932 en la localidad de Haro. En el año 1968 se trasladaron a un hermoso caserón riojano en el barrio de la Estación, que es el área en la que se encuentran en la actualidad. Este barrio fue muy importante por aquella época debido a que la filoxera¹⁵

¹⁵Insecto hemíptero, oriundo de América del Norte, parecido al pulgón, de color amarillento, de menos de medio milímetro de largo, que ataca primero las hojas y después los filamentos de las raíces de las vides, y se multiplica con tal rapidez, que en poco tiempo aniquila los viñedos de una comarca (Recuperado de www.rae.es – Último acceso 10/06/2015) .

afectó a Francia y los bodegueros franceses vieron la necesidad de trasladarse en tren a La Rioja para adquirir vinos. Actualmente en la Bodega se encuentra la tercera generación, pero en realidad estamos haciendo referencia a la quinta generación en viticultura¹⁶.

3.2. Oferta de la bodega

Cuando navegamos por la página web de *Bodegas Muga* (www.bodegasmuga.com) podemos encontrar mucha información sobre los productos que nos ofrecen, destacando aquí algunos de los más importantes:

Para empezar hay que indicar que tienen una gran variedad de vinos, de los cuales la mayoría son tintos (80% de la producción) pero también ofrecen vinos jóvenes blancos y rosados (20% de la producción), e incluso cava (1 millón y medio de botellas al año).

Exportan la mitad de su producción e importan la otra mitad.

Además, y desde la perspectiva que más nos interesa, ofrecen distintos espacios para poder disfrutar del enoturismo: a este respecto, tienen una sala de conferencias, ideal para realizar presentaciones o charlas; poseen un espacio dedicado a la cata de vinos e incluso un comedor en el cual se puede disfrutar un menú gastronómico degustando sus vinos. Del mismo modo, cuentan con dos espacios dedicados a la degustación del vino: la vinoteca y el *wine bar*.

A continuación vamos a explicar más en profundidad las características de estos productos y espacios de la bodega.

3.2.1. Características

Los productos de los que hemos hablado anteriormente tienen distintas características, que es lo que los hacen únicos.

Sus vinos los vamos a estudiar más detalladamente en el siguiente punto.

En lo concerniente a la sala de conferencias, se trata de una sala espaciosa que dispone de avanzados soportes multimedia ideales para conferencias, charlas, reuniones, entre

¹⁶ Información proporcionada en entrevista personal directa con personal técnico de la bodega el día 23/04/2015.

CAPÍTULO III

otras dependencias. Está situada en la primera planta de la llamativa y afamada torre que se encuentra en la fachada de Bodegas Muga. Esta sala tiene una capacidad de 40 personas¹⁷.

Figura 3.1. Sala de conferencias



Fuente. Elaboración propia, realizada el 23/04/2015

La Sala de Catas de Torre Muga se encuentra en la parte más alta de la torre de la fachada, donde la luz y el entorno son ideales para la realización de esta actividad. Esta sala tiene una capacidad de 24 personas¹⁸.

Figura 3.2. Sala de Catas



Fuente. Realización propia, realizada el 23/04/2015

¹⁷ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

¹⁸ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

El comedor tiene una gran mesa circular central en la que se puede disfrutar de un menú y de los gustosos vinos de la bodega. El grupo mínimo son 8 personas y el menú son 50€/ pax¹⁹.

Figura 3.3. Comedor



Fuente. Elaboración propia, realizada el 23/04/2015

El wine bar y la vinoteca se encuentran en el espacio llamado “Espacio Tore Muga”. De este modo, en el wine bar podemos tomar una copa de esta bodega, mientras que en la vinoteca podemos escoger el vino que más nos guste para poderlo degustar en nuestras casas²⁰.

¹⁹ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015

²⁰ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015

Figura 3.4. Wine bar y vinoteca



Fuente. Obtenido de www.bodegasmuga.com (Último acceso 29/04/2015)

3.2.2. Productos ofrecidos

Como anteriormente hemos señalado, Bodegas Muga os ofrece una amplia variedad de sus vinos:

Dentro de la diversidad de sus vinos tintos, nos encontramos con “Muga Crianza”, “Muga Selección Especial”, “Prado Enea” (Gran Reserva), “Torre Muga” y “Aro”.

“Muga Blanco” y “Muga Rosado”, como sus propios nombres indican son vinos blanco y rosado respectivamente.

También nos ofrece cava con “Conde Uva”.

3.2.2.1 Elaboración de los productos

Ya se ha indicado que *Bodegas Muga* es una bodega única porque realiza sus vinos de manera muy artesanal debido a que sus barricas y sus tinos están hechos de roble francés y no utilizan aluminio u hormigón y sus frutos son recogidos a mano.

Para la elaboración de estos productos, recogen los frutos en cajas de 250 kilos en la época de vendimia que es entre septiembre y octubre.

Preparan el mosto y después de este proceso, se fermenta a una temperatura de 30 grados en los tinos para que el mosto se convierta en vino. Este proceso tiene una duración de 10 días.

Lo que le da el color y el aroma a los vinos van a ser los hollejos, es decir, la piel de las uvas. Estos hollejos se quedan en la parte superior y con ellos se hacen los orujos.

Todo este proceso se realiza en los tinos. Esta bodega tiene un total de 260 tinos, los cuales se cambian cada 25 años²¹.

Figura 3.5. Tinos de la bodega



Fuente. Realización propia, realizada el 23/04/2015

Un mes antes de que el vino pase a las barricas hay que clarificarlo, esto es hacer una última limpieza con clara de huevo para quitar las últimas impurezas.

Después el vino pasa a las barricas (hay sobre 12.000).

Figura 3.6. Barricas



Fuente. Elaboración propia, realizada el 23/04/2015

²¹ Información proporcionada en entrevista personal directa con personal técnico de la bodega el día 23/04/2015.

CAPÍTULO III

Cuando el vino está un tiempo en las barricas hay que comprobar que no tenga impurezas y para ello hay que colocar un grifo y hacer una muestra.

Es muy importante que las barricas estén llenas de vino, porque sino el vino se puede llegar a picar.

Las barricas que utilizan tienen una mezcla de roble francés y americano, pero sobre todo es roble francés. Tienen un total de 30 ó 32 duelas, es decir, tablillas.

Dependiendo del tipo de vino, las duelas del interior van a tener distinto tipo de tostado, así pues, el tostado claro es para los vinos blancos, el tostado medio es para los vinos tintos y para los de selección especial los tostados fuertes.

Finalmente se embotella para que se termine el proceso de la elaboración del vino²².

Figura 3.7. Embotellado del vino



Fuente. Realización propia, realizada el 23/04/2015

Todos los vinos van a estar ubicados en el llamado “cementerio”. Es un espacio donde tienen vinos embotellados para ver cómo van evolucionando sus caldos²³.

²² Información proporcionada en entrevista personal directa con personal técnico de la bodega el día 23/04/2015.

²³ Información proporcionada en entrevista personal directa con personal técnico de la bodega el día 23/04/2015.

Figura 3.8. Cementerio



Fuente. Realización propia, realizada el 23/04/2015

3.2.2.2 Características de los productos

Vamos a ver cuáles son las características de los vinos que nos ofrecen *Bodegas Muga*:

Muga Blanco: Tiene aproximadamente 8 horas de maceración en prensa y se fermenta en barricas nuevas de roble francés. Cuando se finaliza la fermentación permanece con sus lías²⁴ durante 3 meses antes de ser embotellado. Su variedad de uva es 90% viura y 10% Malvasía²⁵.

Muga Rosado: Después de 12 horas de maceración con los hollejos, este vino se fermenta durante 25 días en depósitos pequeños de madera de 2.000 litros donde se conserva durante 3 meses más antes de ser embotellado. Su variedad de uva es 60% garnacha, 30% viura y 10% tempranillo²⁶.

Muga Crianza: Este vino se encuentra durante 24 meses en barricas de roble y tiene un mínimo de 12 meses embotellado. Su variedad de uva es 7% tempranillo, 20% garnacha, 10% mazuelo y graciano²⁷.

Muga Selección Especial: La crianza de este vino es de 28 meses en barricas de roble y un mínimo de 12 meses embotellado. Su variedad de uva es 7% tempranillo, 20% garnacha, 10% mazuelo y graciano. Son las últimas uvas que llegan a la bodega²⁸.

²⁴ Lías: sustancias sólidas (sobre todo restos de levaduras) acumuladas en el fondo de los depósitos tras la fermentación del vino” (www.diccionariodelvino.com último acceso 30/04/2015)

²⁵ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

²⁶ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

²⁷ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

Prado Enea (Gran reserva): Su crianza es de 36 meses en barricas de roble y un mínimo de 36 meses de embotellamiento. Su variedad de uva es 80% tempranillo y 20% garnacha, mazuelo y graciano²⁹.

Conde de Haro (Cava): Su primera fermentación se realiza en depósitos de madera de 1.000 litros hasta finales de abril. Después de esta fermentación, se realiza la segunda en la botella. Después se conserva 15 meses más en rima³⁰. Su variedad de uva es 90% viura y 10% malvasía³¹.

3.2.3. Productos innovadores

Hay que destacar la esencia de dos productos innovadores, denominados vinos de autor *Torre Muga* y *Aro*:

Torre Muga: Su crianza es de 18 meses en barricas nuevas de roble francés Alier y 12 meses en botella. Después de la crianza se realiza la clarificación y se embotella. Tiene un sabor más afrutado. Su variedad de uva es 75% tempranillo, 15% mazuelo y 10% graciano³².

Aro: Su crianza es de 18 meses en barricas nuevas de roble francés Tronçais y 12 meses en botella. Después de la crianza se realiza la clarificación y se embotella. Sus uvas son de cepas de más de 60 años. Su variedad de uvas es 70% tempranillo y 30% graciano³³.

3.3. Actividades complementarias

Bodegas Muga nos ofrece actividades relacionadas con el enoturismo: como señalamos en el anterior punto, tiene espacios para poder disfrutar de sus gustosos caldos. Pero, junto a ello, también nos ofrece otras actividades como son las visitas guiadas, visitas guiadas que pueden complementarse a gusto de la demanda con otras labores como cursos de cata, visitas al viñedo y las visitas en globo.

²⁸ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

²⁹ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

³⁰ Rima: "Fase de la elaboración de vinos espumosos por el método tradicional en la que se realiza la segunda fermentación. Toma el nombre de la disposición de las botellas en rima, es decir, unas sobre otras en posición horizontal formando grandes bloques compactos." (www.diccionariodelvino.com último acceso 30/04/2015)

³¹ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

³² Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

³³ Información de folletos obtenidos tras la visita el 23/04/2015.

3.3.1. Visitas a la bodega

Es una actividad en la cual se hace un recorrido por la bodega y se explica cómo se elaboran los vinos. Nos enseñan las partes más importantes de la bodega y también nos cuentan un poco de su historia. Al final de la visita se realiza una pequeña cata de dos vinos: *Muga Blanco* y *Muga Crianza*. Es una actividad que se hace en grupos y tiene un duración de aproximadamente 90 minutos y tiene un coste de 10€³⁴.

3.3.2. Visita guiada + cata de vino

Como bien nos explica la página web de la bodega, esta actividad consiste en una visita a la bodega y después una realización de una cata, en la cual se hace una breve introducción sobre cómo es la zona, el terreno, las variedades de uva y los tipos de vino de la D.O Rioja, después se hace un ejercicio práctico de olfacción con los tipos de aromas en los vinos y su clasificación. Finalmente se pone en marcha tres sentidos, es decir, se utilizará la vista en la cata de los vinos, colores y cualidades, el olfato para los tipos de ahora y el gusto para la localización de los sabores en la boca. Los vinos que se catan son: *Muga Blanco*, *Muga Crianza*, *Muga Reserva Selección Especial*, *Prado Enea Gran Reserva* y *Torre Muga*. Esta actividad tiene un coste de 25€/pax.

3.3.3. Visita al viñedo

La misma fuente (www.bodegasmuga.com), nos informa en qué consiste esta actividad: la actividad se realiza en uno de los viñedos de *Bodegas Muga* que es *Viña Baltracones*, situado en las faldas de los Montes Obarenses. En esta actividad invita al enoturista a conocer distintos aspectos relacionados con la viticultura. Asimismo, se realiza una visita guiada sobre el proceso de elaboración. Esta actividad tiene un coste de 25€/pax.

3.3.4. Visitas en globo

Otra de las opciones de ocio interesantes es la de visitas en globo. Esta actividad, como también nos informa la página web oficial de *Bodegas Muga*, consiste en un viaje en

³⁴ Información proporcionada en entrevista personal directa con personal técnico de la bodega el día 23/04/2015).

globo durante una hora sobre los viñedos y campos de la zona y un almuerzo en el viñedo. Esta actividad tiene un coste de 160€/pax.

3.5. Análisis de la demanda: perfil del enoturista

Tras haber analizado la oferta de la bodega, donde hemos podido ver qué productos nos invitan a degustar y, las actividades complementarias, realizamos ahora un análisis de la demanda de *Bodegas Muga*, en el que, y en la medida de la información disponible, se analizará el perfil del turista, es decir, cómo es el turista que visita esta Bodega.

3.5.1. Perfil del turista

La responsable de Comunicación y Relaciones Públicas, nos ha proporcionado datos e información sobre *Bodegas Muga*. Así pues, según esta fuente, la Bodega recibe un total aproximado de 25.000 personas al año, de las que el nivel de visitantes internacional es muy elevado y además en los últimos años ha incrementado mucho, sobre todo países como USA o países asiáticos. También el número de visitantes nacionales está incrementando mucho y también es elevado en las visitas. En el mes de mayo las visitas de turistas nacionales fueron del 98%³⁵.

Los turistas extranjeros visitan la Bodega en primavera y otoño, aunque la demanda está aumentando también en la temporada de verano. Sin embargo, los turistas nacionales visitan la Bodega durante todo el año

La motivación del visitante internacional y el visitante nacional es común, ambos buscan conocer las regiones vitivinícolas y vinos nuevos, así como la motivación por ver cómo se elabora el vino tradicional de esta bodega.

En cuanto a la edad del turista, tanto nacional como internacional, es de entre los 30 años en adelante, de forma general. Podríamos decir que lo practican personas jóvenes lo que hace que la cultura del vino no se vea como una cultura que sea para edades mayores o más avanzadas.

Los turistas son tanto hombres como mujeres y visitan la bodega en pareja o en grupo de amigos.

³⁵ No nos ha podido dar datos más concretos sobre el número de turistas porque no los tiene disponibles.

El nivel cultural es, por lo general, medio-alto, al igual que el nivel adquisitivo, aunque cada vez hay más personas que se acercan a la bodega y eso hace que el mundo del vino no se vea tan “elitista” y sea solamente para personas con un nivel adquisitivo alto o medio-alto

No tenemos muchos datos estadísticos pero con esta información nos podemos hacer una idea básica sobre cómo es el turista que visita esta bodega y podemos concluir diciendo que tanto turistas nacionales como internacionales son similares a la hora de visitar Bodegas Muga.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el Trabajo de Fin de Grado, creo que sería bueno hacer una conclusión donde se sinteticen la elaboración de dicho Trabajo así como su desarrollo personal.

Realizar este Trabajo de Fin de Grado ha sido una tarea intensiva de investigación, donde he puesto en práctica la mayoría de los conocimientos y habilidades estudiados durante el Grado en Turismo destacando geografía, economía o estadística.

Ha sido, a su vez, un reto personal el poder extraer y obtener tanta información de un tema tan novedoso como es el enoturismo ya que, por lo general, hay más información sobre cuánto vino se consume, se importa o se exporta y hay menos información sobre el perfil del llamado enoturista en particular. Esto conlleva a que haya pocas referencias bibliográficas.

Sin embargo, en internet he podido encontrar muchos artículos, blogs e incluso Trabajos de Fin de Grado dedicados al enoturismo donde podemos encontrar mucha más información sobre datos estadísticos, bodegas y también el perfil del turista.

Una de las mayores dificultades al realizar este Trabajo ha sido poder obtener información más detallada sobre cómo es el turista que visita una bodega, ya que la mayoría de las bodegas no me proporcionaban ningún dato.

A pesar de estas ligeras dificultades podemos decir que en España el enoturismo es cada vez más importante porque este tipo de turismo es alternativo al turismo de sol y playa ya que el enoturismo se pone en marcha en los meses de otoño e invierno. También es un turismo alternativo al turismo sostenible y al turismo de interior y de zonas rurales, pues el turismo del vino es, en realidad, una variante del turismo gastronómico.

También sabemos que España está en primera posición a nivel mundial y europeo en el cultivo de viñedos y el segundo país a nivel mundial en producir vino, seguramente debido a su climatología y su situación geográfica, que hacen que tenga una variedad de suelo perfecta para la variedad de uva y, por lo tanto, de vino.

Estas ideas son importantes porque en un futuro quizás no muy lejano, España recibirá un gran número de turistas interesados en el enoturismo, pudiendo llegar al mismo

número de turistas que recibimos en el turismo alternativo a este que es el turismo de sol y playa.

En España hay muchas comunidades autónomas que exportan e importan millones de hectolitros de vino, pero yo me centré en La Rioja, ya que es la Denominación de Origen que más se vendió en España en el año 2012 y además esta comunidad autónoma fue pionera en lo que a enoturismo se refiere. Además, La Rioja tiene tres subzonas y varias bodegas diseñadas por autores cuyos nombres son bastante sonados. Esto hace que tanto La Rioja como el enoturismo en esta comunidad autónoma, sea cada vez más afamada.

Bodegas Muga es una bodega que está apostando mucho por el enoturismo. Esto se ve en su página web, donde te dan la posibilidad de disfrutar del vino a través de experiencias como visitas a los viñedos, catas de vinos e incluso viaje en globo. Esta idea es muy importante ya que, como he dicho anteriormente, el enoturismo en España es un producto turístico que cada vez está adquiriendo más notoriedad.

Desde un punto de vista crítico y personal, *Bodegas Muga* me ha parecido una buena experiencia, en la cual he podido aprender cómo es la elaboración del vino y especialmente qué actividades de enoturismo ofertan a sus visitantes.

Una de las ventajas que tiene esta bodega es que sus productos son muy artesanales, además su ubicación en la localidad de Haro es muy importante ya que es una de los principales municipios en la elaboración de vino en La Rioja.

La amabilidad de las personas que trabajan allí hace que la experiencia sea más buena, ya que siempre están a la disposición del cliente y atendiendo a las preguntas que éstos puedan tener.

Este trabajo de Fin de Grado, ha sido, en definitiva un Trabajo que me ha aportado muchísimas ideas sobre el turismo y el vino que antes no sabía relacionar. He podido saber y comprender que España es una zona que tiene 69 Denominaciones de Origen y esto hace que sea posiblemente el país que más Denominaciones tenga. También he podido observar que tenemos miles de bodegas y cada cual es especial a la hora de hacer sus caldos.

Esto es de suma importancia porque hace que nuestro país tenga un cierto reconocimiento en el exterior, en lo que a enoturismo se refiere.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACEVIN
Recuperado de: <http://www.acevin.es/>
(Última consulta: 20/04/2015)
- Ayala Mondragón, M.A, (2012), *El vino de Rioja: historia y cultura*. P.7
Recuperado de: http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000330.pdf
(Consulta: 10/03/2015)
- Berasategui M. y M. Hoffman (2010), *Enoturismo*.
Recuperado de: <http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>
(Consulta: 19/02/2015)
- Bodegas Marqués de Cáceres
www.marquesdecaceres.com
(Última consulta: 27/04/2015)
- Bodegas Marqués de Riscal
www.marquesderiscal.com
(Última consulta: 27/04/2015)
- Bodegas Muga
www.bodegasmuga.com
(Última consulta: 24/04/2015)
- Bodegas Ramón Bilbao
www.bodegasramonbilbao.es
(Última consulta: 27/04/2015)
- *Carta Europea del Enoturismo* (2005).
Recuperado de: http://www.recevin.net/downloads/Charte_ES.pdf
(Consulta: 12/03/2015)
- Enodestinos: Bodegas Ysios
<http://enodestino.com/bodega/bodega-ysios/>
(Última consulta: 27/04/2015)
- Europa press (08/02/2014), *Récord histórico en ventas de Rioja*.
Recuperado de: http://www.rioja2.com/n-94134-501-Record_historico_ventas_Rioja
(Consulta: 10/03/2015)
- García, O. (2014) *Marqués de Riscal - Reserva 2010. Probando vinos*.

- Recuperado de: <http://www.cataficion.blogspot.com.es/2014/10/marques-de-riscal-reserva-2010.html>
(Consulta: 22/04/2015)
- Guía de bodegas y turismo del vino en la D.O Rioja.
www.vinoturismorioja.com
(Última consulta: 10/03/2015)
 - Haro Turismo
www.haroturismo.org
(Última consulta: 10/03/2015)
 - Hotel Villa de Laguardia (2011) *Bodega El Fabulista- Félix María Samaniego*.
Blog Enoturismo Rioja Alavesa
Recuperado de: <http://enoturismoriojaalavesa.blogspot.com.es/2011/07/bodega-el-fabulista-felix-maria.html>
(Última consulta: 27/04/2015)
 - La Guardia
www.laguardia-alava.com
(Última consulta 10/03/2015)
 - La Rioja Turismo
www.lariojaturismo.com
(Última consulta: 10/03/2015)
 - Matellanes Lazo, M, (2009), *Gestión del enoturismo en la D.O. Ribera del Duero de España*.
Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/122>
(Consulta: 12/03/2015)
 - Millán Vázquez de la Torre M.G, Morales-Fernández E. y Castro-Freire M.S (2012), *Turismo del vino: Una aproximación a las buenas prácticas*.
Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.html>
(Consulta: 12/03/2015)
 - Morales Yago, F. J. (2014) *Las Rutas del Vino en la comarca de Jumilla-Yecla (Murcia). Consecuencias sobre la valorización del paisaje y ordenación territorial*. P.413
 - Observatorio Español del Mercado del Vino
www.oemv.es
(Última consulta: 18/03/2015)
 - Organización Internacional de la Viña y el Vino
<http://www.oiv.int/oiv/cms/index>
(Última consulta: 18/03/2015)
 - Red Europea de Ciudades del Vino:
www.recevin.net

- (Última consulta: 16/03/2015)
- Redacción (03/08/2014). *Informe del enoturismo en España en 2013 de las Rutas del Vino de ACEVIN*. Revista digital de Enoturismo, Vinos y Gastronomía.
Recuperado de: <http://www.recetum.com/enoturismo/informe-del-enoturismo-en-espana-en-2013-de-las-rutas-del-vino-de-acevin/>
(Consulta: 26/02/2015)
- Rioja Alta
www.rutasdelvinorioja.com
(Última consulta: 10/03/2015)
- Ruta de Vino de la Rioja Alavesa
www.rutadelvinoderiojaalavesa.com
(Última consulta 02/04/2015)
- Soy mapas
www.soymapas.com
(Última consulta: 27/04/2015)
- Valls Gutierrez, X, (2011) *Guía de Enoturismo: Bodegas Cvne (D.O.C.Rioja)*. Blog de Vinos para Enoaficionados.
Recuperado de <http://nosgustaelvino.com/2011/09/22/guia-de-enoturismo-iii-bodegas-cvne-d-o-c-rioja/>
(Última consulta: 27/04/2015)
- VINETUR
www.vinetur.com
(Última consulta: 18/03/2015)
- Web oficial Rutas del Vino de España (ACEVIN)
www.wineroutesofspain.com
(Última consulta: 20/04/2015)
- Zori del Amo (2013) *Bodega Viña Real: Un viaje al centro del vino...y de la tierra*.
Recuperado de <http://www.traveler.es/viajes/placeres/articulos/vina-real-la-bodega-que-perforo-la-tuneladora-del-metro-de-bilbao/2967>
(Última consulta: 27/04/2015)

ANEXOS

Anexo 1: Bodegas Rioja Alta (2014)

B.Solana de Ramúrez Ruiz	Ábalos
B.Solabal	Ábalos
B.Puelles	Ábalos
B.Abeica	Ábalos
B.David Moreno	Badarán
B.Tobelos	Briñas
B.Miguel Merino	Briones
B. Betolaza	Briones
B. Vivanco	Briones
B.Marqués de Cáceres	Cenicero
B.Riojanas S.A	Cenicero
B.Hereditad Martínez Castillo	Cuzcurrita del Río Tiron
B.Tobía	Cuzcurrita del Río Tiron
B.Castillo de Cuzcurrita	Cuzcurrita del Río Tiron
B.Bohedal	Cuzcurrita del Río Tiron
Finca Valpiedra	Fuenmayor
B.Santalba S.A	Gimileo
B.Cvne	Haro
B. Muga	Haro
B.Ramón Bilbao	Haro
Hacienda del Ternero	Haro
B.Martínez Lacuesta	Haro
B.Roda	Haro
B.Gómez Cruzado	Haro
B.Bilbainas	Haro
B.La Rioja Alta S.A	Haro
B.Corral	Navarrete
Compañía Bodeguera de Valenciso	Ollauri
B.Beronia	Ollauri
B.Cooperativa San Cebrín	San Asensio
B.Lecea	San Asensio
B.Afersa	San Asensio
B.El Arca de Noé	San Asensio
B.Señorío de la Estrella	San Asensio
Alfonso García Hernando	San Asensio
B.Ramírez de la Piscina	San Vicente de la Sonsierra

Fuente. Elaboración propia. Obtenido de www.rutasdelvinorioja.com. Último acceso 01/04/2014

Anexo2: Bodegas Rioja Alavesa (2014)

B.Amador García	Baños de Ebro
Dominio de Berzal	Baños de Ebro
Luberri Monje Amestoy	Elciego
Valdelana	Elciego
Viña Salceda	Elciego
Lar de Paula	Elvillar/Bilar
Viña Laguardia	Elvillar/Bilar
Tierra Agrícola Labastida	Labastida/Bastida
González Teso	Labastida/Bastida
Mitarte	Labastida/Bastida
B. y Viñedos Labastida-Solagüen	Labastida/Bastida
López Oria	Laguardia/Biasteri
Señorío de las Viñas	Laguardia/Biasteri
Lamioga	Laguardia/Biasteri
El Fabulista	Laguardia/Biasteri
Solar de Samaniego	Laguardia/Biasteri
Campillo	Laguardia/Biasteri
Carlos San Pedro Pérez de Viñaspre	Laguardia/Biasteri
Casa Primicia	Laguardia/Biasteri
Laukote	Laguardia/Biasteri
Palacio	Laguardia/Biasteri
Ruiz de Viñaspre	Laguardia/Biasteri
Solar Viejo	Laguardia/Biasteri
Vallobera	Laguardia/Biasteri
Viña Real	Laguardia/Biasteri
Ysios	Laguardia/Biasteri
De Luis R.	Lanciego/Lantziego
Estraunza	Lapuebla de Labarca
Espada Ojeda	Lapuebla de Labarca
Covila	Lapuebla de Labarca
Loli Casado	Lapuebla de Labarca
Jibalá	Lapuebla de Labarca
Miguel Ángel Muro	Lapuebla de Labarca
Casado Morales	Lapuebla de Labarca
Pagos de Leza	Pagos de Leza

Ondalán	Oyón/Oion
Valdemar	Oyón/Oion
Faustino	Oyón/Oion
Eguren Ugarte	Páganos
García de Olano	Páganos
Torre de Oña	Páganos
Pascual Berganzo	Samaniego
Bello Berganzo	Samaniego
Pascual Larrieta	Samaniego
Baigorri	Samaniego
Ostatu	Samaniego
Luis Cañas	Villabuena de Álava
Arabarte	Villabuena de Álava
Juan José García Berrueco	Villabuena de Álava
Hnos. Frías del Val	Villabuena de Álava
Izadi	Villabuena de Álava

Fuente. Elaboración propia. Obtenido de www.rutadelvinoderiojaalavesa.com Último acceso 02/04/2015