



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Turismo y Vino: Análisis del Enoturismo en la D.O.
Rueda**

Presentado por Sara de Andrés Gandul

Tutelado por Dra. Esther Gil Álvarez

Segovia, Julio de 2016

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por su confianza. A mi pareja, por su apoyo incondicional desde el primer momento. A mi tutora Esther Gil, por su ayuda durante todo este tiempo y por sus ánimos para que este proyecto saliera adelante.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.....	7
--	----------

CAPÍTULO 1

Turismo y Vino. Marco teórico.

1.1. Concepto de Enoturismo y Enoturista.....	17
1.2. Concepto de Ruta del Vino.....	19
1.3. ¿Qué es una Denominación de Origen?.....	20
1.4. Características del Enoturismo en España y Europa	21

CAPÍTULO 2

Rueda y su comarca como ámbito del Enoturismo

2.1. Caracterización geográfica.....	27
2.1.1. Localización y municipios que conforman la D.O. Rueda.....	27
2.1.2. Características de los municipios y evolución de la población.....	27
2.1.3. Principales actividades económicas.....	29
2.2. Información general sobre la D.O.Rueda.....	31
2.3. Bodegas y Marcas acogidas a la D.O.Rueda.....	32

CAPÍTULO 3

La Ruta del vino de D.O.Rueda

3.1. Concepto, origen y principales objetivos.....	37
3.2. El vino de la Ruta del Vino de Rueda.....	38
3.3. ¿Qué hacer en la Ruta del Vino de Rueda?; Análisis de la Oferta.....	40
3.4. Otros servicios complementarios que se ofertan.....	43

CAPÍTULO 4

Análisis de Caso: Bodegas y Viñedos Nieva S.L.

4.1. Historia de la bodega.....	49
4.2. La finca, la bodega y sus vinos.....	49
4.3. Oferta enoturística y principales características de los demandantes.....	51
4.4. Alternativas de mejora en cuanto al desarrollo del turismo de vino.....	53

CONCLUSIONES.....	55
--------------------------	-----------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
--	-----------

ANEXO I

MAPA CONCEPTUAL D.O. EN ESPAÑA.....	65
-------------------------------------	----

ANEXO II

TABLA BODEGAS Y MARCAS ACOGIDAS A LA D.O. RUEDA.....	66
--	----

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

**“El vino abre las puertas con asombro y en el refugio de los meses vuelca su cuerpo
de empapadas alas rojas”**

- Pablo Neruda

INTRODUCCIÓN

El enoturismo en España se ha visto consolidado en los últimos tiempos tanto por el gran potencial existente a este respecto en nuestro país, con extensas áreas dedicadas al cultivo de la vid y la elaboración de caldos de prestigio a nivel nacional y mundial; como, y desde la óptica turística, por la creciente demanda existente en sus regiones vitivinícolas, manifestada en el interés por poder disfrutar de todos los ingredientes que componen este producto. Todo ello en el consabido contexto de diversificación de la oferta turística al que se viene asistiendo desde hace más de dos décadas, en respuesta al “declive” de los turismos masivos y a la existencia de una demanda cada vez más exigente, alternativa y participativa.

Y es que, en efecto, esta motivación del turista por propuestas más elaboradas y atractivas unido a la amplia cultura del vino española, han hecho posible al tiempo que justifican el auge del enoturismo en los últimos tiempos. El también llamado *turismo del vino* ha experimentado un importante crecimiento en toda España, provocando la apuesta de muchas denominaciones de origen por esta actividad, debido a su apuntada demanda, y a factores como la proximidad, la variedad y la mejora de la calidad de los vinos.

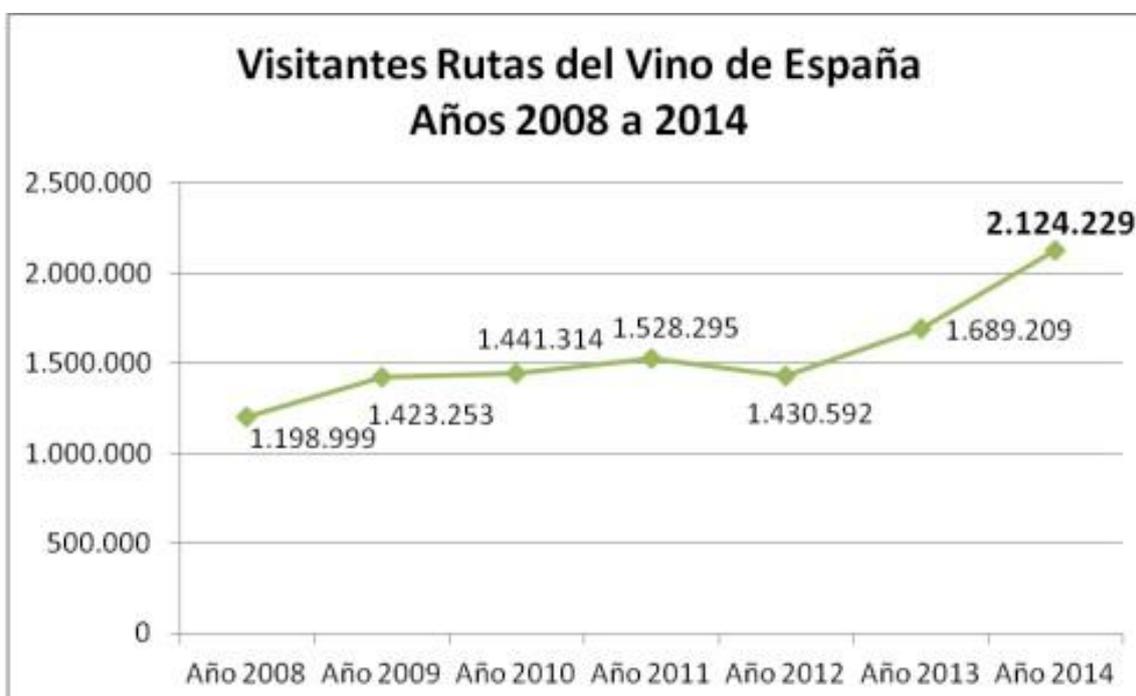
El enoturismo se concibe como una experiencia que no sólo incluye actividades vitivinícolas, sino también todo lo que le rodea, desde la gastronomía del lugar, su cultura, su historia, sus tradiciones o su entorno natural. Según datos de Evadium (2008), empresa líder en España en escapadas temáticas, cada vez son más los visitantes que se interesan por el resto de ingredientes que acompañan a sus viajes; un entorno interesante, un alojamiento con encanto, una buena oferta gastronómica, una ruta cultural, la posibilidad de realizar diferentes actividades en el medio natural, etc. (Disponible en: https://www.evadium.com/acerca/NP_20080414. Última fecha de consulta: 04/03/2016).

En este marco, podemos considerar el enoturismo como una buena oportunidad para generar demanda adicional y complementaria a otro producto turístico relativamente nuevo pero más tradicional como es el turismo rural que, a pesar del crecimiento que ha tenido en los últimos años, tiene que competir con destinos más

desarrollados y hacer frente al problema de la estacionalidad, ya que es un turismo demandado principalmente en periodos cortos (fines de semana, puentes, festivos, etc.).

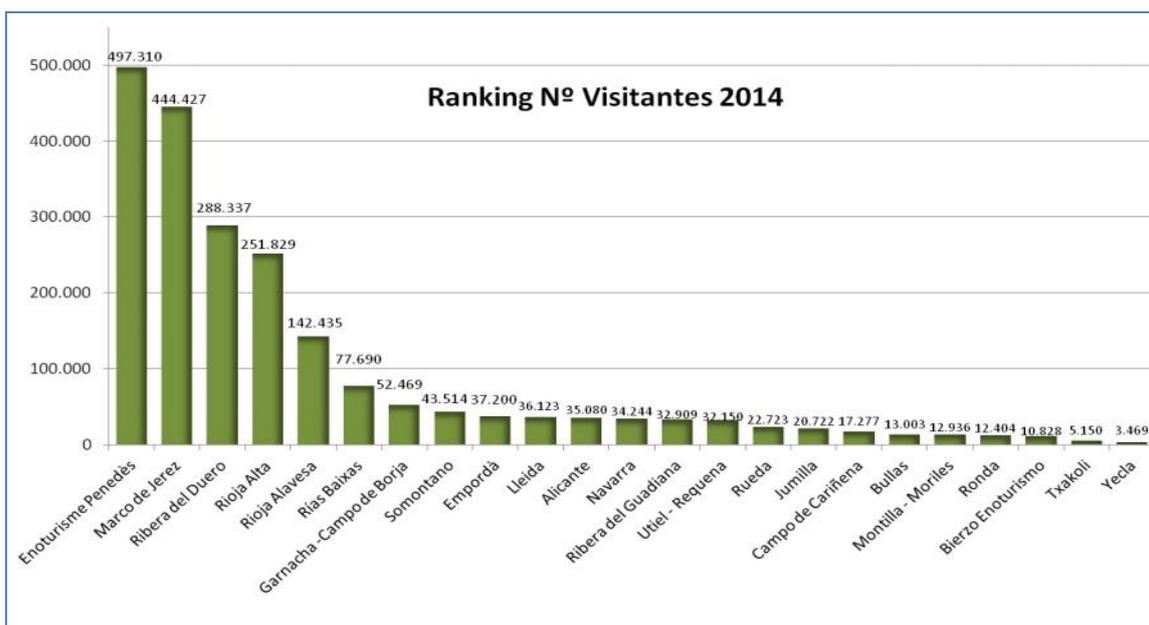
En los siguientes gráficos proporcionados por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN, 2014), podemos ver la evolución del número de visitantes a las Rutas del Vino entre el año 2008 y el año 2014 en España (V. gráfico 1), así como su distribución en orden decreciente (esto es de mayor a menor) en 2014 (Gráfico 2); Del mismo modo, en el gráfico 3 se muestran las bodegas y museos del vino que recibieron más turistas el citado año y los meses con mayor demanda en cuanto al enoturismo.

GRÁFICO 1. VISITANTES DE RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA (2008 – 2014)



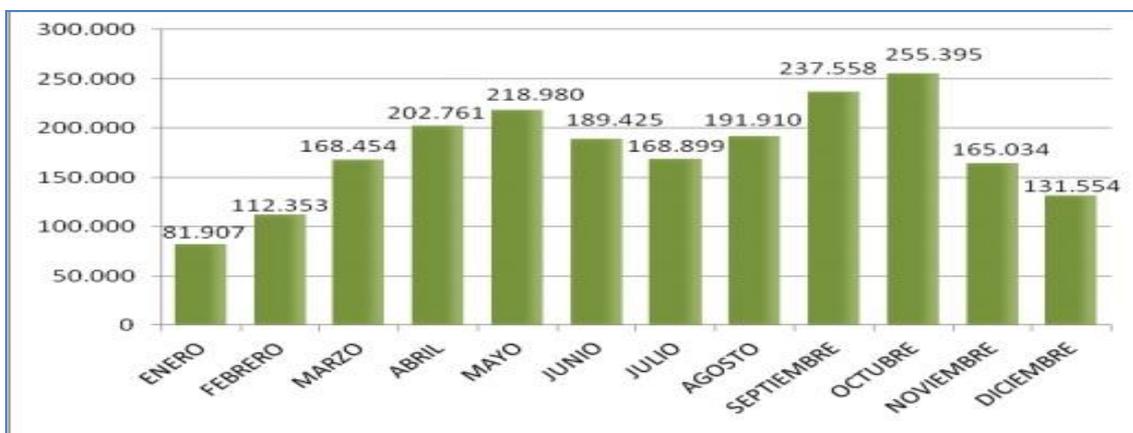
FUENTE: ACEVIN, 2014

GRÁFICO 2. RANKING DEL N° DE VISITANTES (2014)



FUENTE: ACEVIN, 2014

GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES EN BODEGAS Y MUSEOS DE LAS RUTAS DEL VINO (2014)



FUENTE: ACEVIN, 2014

Actualmente hay 25 rutas enoturísticas distribuidas por todo el territorio español, aunque el informe de Acevin (2014) sólo presenta datos de 23. En total, 2.124.229 personas visitaron las bodegas y museos adscritos a las Rutas del Vino en España en 2014, lo que supone un incremento del 25,75% respecto a 2013. Se trata del mayor crecimiento en cuanto a número de visitantes desde que se empezó a realizar este estudio en 2008. Por otro lado, los meses de Octubre y Septiembre, respectivamente, son los más proclives al enoturismo, seguidos de cerca por Mayo y Abril. Como vemos

los peores meses para realizar enoturismo son los meses de invierno, Diciembre, Enero y Febrero.

JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la importancia y evolución que ha ido teniendo el turismo del vino a lo largo de los últimos años, con este Trabajo de Fin de Grado se pretende hacer una profundización sobre el enoturismo desde un punto de vista teórico para posteriormente analizar el estado de la cuestión en la comunidad de Castilla y León y más concretamente, en la Ruta de la Denominación de Origen Rueda (D.O.Rueda). Se pretende de esta manera conocer la variada oferta turística que podemos encontrar en la ruta del vino de D.O. Rueda y que abarca no sólo bodegas o museos del vino, sino otros servicios complementarios como alojamientos, restaurantes, tiendas, etc.

Otro de los principales motivos que me ha llevado a elegir este tema como Trabajo de Fin de Grado ha sido el interés por conocer más sobre un tipo de turismo que está en pleno auge pues no sólo abarca el turismo del vino como tal, sino que también guarda fuertes vinculaciones con el turismo rural, el turismo cultural y el turismo gastronómico. Se trata además de una buena oportunidad para analizar la influencia de esta nueva forma de turismo en lugares más tradicionales y qué beneficios puede llegar a generar para sus habitantes.

Para cumplir con estos fines, hemos articulado la estructura del trabajo en cuatro partes interrelacionadas entre sí: un primer capítulo donde nos vamos a centrar en el marco teórico, analizando conceptos como enoturismo, enoturista, ruta del vino y denominación de origen, además de conocer cuáles son sus principales características tanto en España como en otras partes del mundo. En el segundo capítulo nos centraremos en la comarca de Rueda y en la Denominación de Origen Rueda como ámbito del enoturismo. Utilizaremos el tercer apartado para analizar la Ruta del Vino en la D.O. Rueda; qué es, cómo surge, cuáles son sus principales objetivos, cuáles son las características principales del vino que conforma esta ruta y qué servicios conforman la oferta turística. Por último, en el cuarto capítulo realizaremos un estudio de caso de una de las bodegas que forman parte de la D.O. Rueda y que se encuentra situada en la provincia de Segovia; *Bodegas y Viñedos de Nieva S.L.* En este apartado, además de detallar sus características y conocer la oferta enoturística que ofrecen, explicaremos

cuáles son las principales características de los individuos que demandan este tipo de turismo y qué alternativas se podrían establecer en cuanto al enoturismo para favorecer su desarrollo.

Para llevar a cabo este trabajo hemos recurrido a la recopilación, selección y posterior lectura de diferentes autores, así como a la búsqueda, análisis e interpretación de datos tomados de diversas fuentes como ACEVIN, RECEVIN (Red Europea de Ciudades del Vino), VINTUR (Proyecto para las Rutas Europeas del Vino), TURESPAÑA, INE, etc.

CAPÍTULO 1.

TURISMO Y VINO. MARCO TEÓRICO

“Quien sabe degustar no bebe jamás el vino, sino que degusta secretos”

- *Salvador Dalí*

1.1. CONCEPTO DE ENOTURISMO Y ENOTURISTA

Para comenzar este proyecto en primer lugar es necesario aclarar los conceptos de enoturismo, o turismo enológico, así como de enoturista. Como su propio nombre indica, el enoturismo se trata de un tipo de turismo focalizado en las zonas de producción vinícolas, y relacionado con otros modelos de turismo como el gastronómico, el cultural, el rural o incluso el turismo de salud. Forma parte, en definitiva, de los llamados turismos alternativos al modelo tradicional de sol y playa.

Existen diversas definiciones de enoturismo aportadas por diferentes autores, si bien, y por cuestión de espacio, hemos seleccionado las más significativas:

Según VINTUR (2006), por enoturismo se entiende “el desarrollo de las actividades turísticas, de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio”. Según este concepto el enoturismo se basa en tres pilares fundamentales que le sirven de soporte como son: el territorio, el turismo en sí y la cultura del vino; y de otros elementos como la competitividad, la autenticidad y la sostenibilidad (Recuperado de: http://www.recevin.net/downloads/Charte_ES.pdf. Último acceso: 04/03/2016).

Según ACEVIN, el enoturismo o turismo enológico es “aquel tipo de turismo dedicado a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola de una determinada zona. Además, nos permite acercarnos a la naturaleza y ensalza las percepciones de los sentidos”. Se trata de una forma de hacer turismo en la que el atractivo principal son las visitas a bodegas y viñedos, unidas al disfrute de otras comodidades que ofrece el turismo como van a ser: restaurantes, hoteles, actividades culturales, actividades en el medio natural como senderismo, rutas a caballo, etc. Se trata de un tipo de turismo que puede ser interesante por sí sólo pero que, como hemos comentado anteriormente, la mayoría de las veces acoge a otros tipos de turismo (Disponible en: <http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>. Último acceso: 04/03/2016).

Las definiciones proporcionadas por VINTUR y por ACEVIN son muy similares, ya que ambos conceptos se centran en el desarrollo de actividades turísticas

en las zonas vitivinícolas teniendo en cuenta siempre la relación directa que existe con el medio que les rodea.

En cuanto al concepto de enoturista, un estudio elaborado por el Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España (2013) establece que, en síntesis, el perfil del turista del vino corresponde a un individuo que (Elaborado a partir de: <http://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo71.pdf>. Último acceso: 04/03/2016):

- Reside en un núcleo de población medio-grande.
- Viaja en grupos pequeños y normalmente en periodos cortos.
- Organiza él mismo su viaje, sin necesidad de intermediarios.
- Realiza un gasto situado por encima de la media nacional.

-Presenta un índice de satisfacción muy elevado comparado con otros tipos de turismo.

En este caso el enoturista se encuentra motivado por el interés de conocer un destino ligado al vino y a su patrimonio, y al mismo tiempo quiere realizar determinadas actividades en torno a este producto. No se trata de un turista “espectador”, sino que pretende participar e integrarse en el medio que les rodea, esto es, un turista activo.

Existen diferentes estudios que analizan la segmentación psicológica del enoturista y tienen en cuenta sus valores, actitudes y estilos de vida. Entre dichos estudios destaca el realizado por Charters y Ali-Knight (2002), que agrupan a los turistas en cuatro clases diferentes: “los amantes del vino, los entendidos del vino, los interesados del vino y los iniciados al vino” (V. más información en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.html>. Último acceso: 04/03/2016).

Además, el enoturista puede mostrar diferentes características dependiendo de la zona que visite, ya sea Europa o las nuevas regiones productoras. Mitchell et al. (2000), basándose en los resultados de una investigación italiana, distinguen también entre cuatro clases de enoturistas: “profesionales” (entre 30 y 45 años), “apasionado neófito” (entre 25 y 30 años), “parásito” (entre 40 y 50 años) y “bebedor” (entre 50 y 60 años)” (Fuente: *ibid*). Por otro lado y dependiendo del perfil del consumidor turístico, es necesario ofrecer unas actividades u otras. Por ello, es imprescindible conocer los

gustos, intereses y preferencias de los clientes para poder adaptar el producto / servicio turístico ofertado a sus necesidades.

1.2. CONCEPTO DE RUTA DEL VINO

Después de establecer los conceptos y características de enoturismo y enoturista, vamos a analizar el concepto de ruta del vino desde diferentes puntos de vista:

Según ACEVIN, una Ruta del Vino es “un producto turístico basado en una red de cooperación público-privada que integra a empresas turísticas con cooperativas, bodegas, enotecas, tiendas especializadas, restaurantes, hoteles, alojamientos rurales, asociaciones, etc. También incorpora a las administraciones locales del territorio por donde transcurre la Ruta como gestoras de gran parte de los valores y recursos del territorio. La red se materializa en un ente gestor (asociación, consorcio, etc.), el cual se va a encargar de la planificación, control de calidad, gestión y comercialización del producto turístico en ese territorio en concreto” (Recuperado de: http://www.enoturismoresponsable.es/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=54. Último acceso: 04/03/2016).

Por otro lado, según un informe realizado por TURyDES (Junio 2012), las rutas del vino son “recorridos señalados y publicitados con paneles especiales en los que se insiste en los valores naturales, culturales y medioambientales. Viñedos y bodegas, explotaciones agrícolas individuales o cooperativas abiertas al público constituyen los principales instrumentos disponibles de divulgación, comercialización y disfrute en forma de oferta turística de los territorios vitícolas y sus producciones relacionadas” (Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.html>. Último acceso: 04/03/2016).

Siguiendo a autores como Bruwer (2003), “una ruta del vino se caracteriza por la mezcla de agentes naturales, culturales y sociales además de actividades en bodega, la gastronomía local, actividades de observación del mundo del vino (como pueden ser los museos) y compra de productos locales artesanos y diferenciados” (Fuente: *ibid*).

Ravenscroft y Van Westering (2001) establecieron que “en una ruta se pueden visitar todos los lugares y recursos relacionados con el vino o su estilo de vida sin

desvirtuar o hacer un uso excesivo de este estilo de vida, dando lugar a ficciones o simulación” (Fuente: *ibid*).

Como vemos, el concepto de ruta del vino se puede analizar desde diferentes puntos de vista aunque, en nuestra opinión, una ruta del vino no incluye solamente la señalización como se indica en el concepto dado por TURyDES, sino que se trata de una noción mucho más amplia que incluye rutas, viñedos, bodegas, alojamientos, oferta gastronómica, actividades complementarias, administraciones públicas, etc. Con todo ello se pretende elaborar un producto turístico que permita satisfacer las necesidades de los clientes en ese momento. Conviene recordar que se entiende por producto turístico al conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos.

1.3. ¿QUÉ ES UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN?

A continuación vamos a analizar el concepto de Denominación de Origen (D.O) basándonos en (Instituto de Formación y Estudios Sociales de Castilla y León (IFES) y por la Federación Regional de Alimentación, Bebidas y Tabacos de Castilla y León (FAYT), 2001, pp. 37 - 38). La existencia de las Denominaciones de Origen en España se remonta al año 1932, año en el que se aprobó el Estatuto del Vino. Este concepto surgió porque llegó un momento en el que los comerciantes y los propios consumidores empezaron a valorar y a apreciar vinos que provenían de diferentes zonas.

El concepto de Denominación de Origen acompaña al nombre geográfico de la región, comarca o localidad donde se producen aquellos vinos que poseen unas cualidades y unos caracteres propios debido al medio natural que les rodea y al proceso de elaboración y crianza al que son sometidos.

Los reglamentos de las D.O., además de garantizar sus productos, cubren otros objetivos de tipo económico, comercial y jurídico; contribuyen a mejorar las cualidades de los vinos, ayudan a preservar el patrimonio de la región, etc.

El paso previo para alcanzar la Denominación de Origen es la Denominación Específica. Las Denominaciones de Origen están regidas por un organismo que en España se llama Consejo Regulador (C.R.), el cual se encarga de velar por el

cumplimiento de la reglamentación, garantizar el origen de los vinos y controlar y aumentar la calidad de los mismos.

Para que un vino obtenga la Denominación de Origen debe cumplir los siguientes requisitos (Adaptado de: <http://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>. Último acceso: 04/03/2016):

-Deben ser elaborados en el lugar de la Denominación de Origen con uvas procedentes exclusivamente de la zona geográfica correspondiente.

-Deben tener unas características especiales conseguidas gracias al medio geográfico en el que se han elaborado.

-Deben tener un gran prestigio en el mercado gracias a su origen.

-Para conseguir el reconocimiento de D.O., tienen que haber pasado al menos cinco años desde que se reconoció ese vino con producto específico de la zona.

Según ACEVIN, en 2015 en España teníamos un total de 69 Denominaciones de Origen del vino.

1.4. CARACTERÍSTICAS DEL ENOTURISMO EN ESPAÑA Y EN OTROS PAÍSES EUROPEOS

Una vez definidos los conceptos de enoturismo, enoturista, ruta del vino y denominación de origen, conviene analizar las diferencias que existen entre el enoturismo en nuestro país y lo que se considera enoturismo en otros países ya que, dependiendo de la zona, el turismo enológico puede tener unas características u otras.

En cuanto a España, hay que señalar que dependiendo de cada comunidad autónoma y sus rasgos geográficos propios, se pueden apreciar diferentes singularidades (terreno, clima, etc.). A continuación vamos a sintetizar en distintos puntos clave algunas de las características generales más significativas del enoturismo español (Elaborado a partir de: <http://elblogdeturismo.es/el-enoturismo-en-espana/>. Último acceso: 04/03/2016):

1. España ocupa el tercer puesto como destino turístico mundial y el tercero en producción vitivinícola, en ambos casos por detrás de EEUU y Francia.

2. Aunque se trata de un tipo de turismo que se puede disfrutar durante todo el año, en realidad sigue considerándose un turismo estacional, ya que como hemos visto en los gráficos de la introducción hay cuatro meses más fuertes (Abril, Mayo, Septiembre y Octubre) y el resto del año aunque el balance sigue siendo positivo es más flojo que los anteriores.

3. Las visitas del enoturismo se realizan en estancias cortas, es decir, entre dos y cinco días, normalmente puentes y fines de semana.

4. Basándonos en datos de 2013, el 69% de los visitantes a bodegas fueron españoles, repartiéndose el resto principalmente entre alemanes, estadounidenses e ingleses. Este dato nos hace ver que, a pesar de la gran importancia que empieza a tener este tipo de turismo en España, aún no se ha conseguido atraer a muchos visitantes extranjeros. No sólo se debe a un problema de promoción, sino también a un problema de adaptación, ya que muchos de los destinos no están todavía adaptados a las necesidades que tiene el turista internacional (problemas de accesibilidad, malas comunicaciones para acceder en transporte público, falta de material de apoyo en diferentes idiomas para facilitar las visitas, etc.).

5. Según ACEVIN (2013), el perfil de la persona que se interesa por este tipo de turismo en nuestro país es un visitante nacional, en un espectro de edades y género bastante amplio que acude normalmente en compañía de la pareja o grupos para conocer la gastronomía y bodegas de cada zona. El gasto medio del turista atraído por el vino es de 85,40 €, sin embargo, el gasto del turista extranjero que realiza este turismo es de más de 100 €.

6. En España este tipo de turismo, como hemos comentado en apartados anteriores, propicia el consumo de otros turismos alternativos como pueden ser el turismo rural, el turismo gastronómico, el turismo activo, el turismo cultural o incluso el turismo de salud.

7. Por último señalar que según datos de ACEVIN, en 2013 su red estaba formada por 466 bodegas (3,5% más bodegas que en el año 2012) y 20 rutas de vino en 69 denominaciones de origen. Actualmente existen numerosos portales de Internet que permiten organizar escapadas, realizar visitas de corta y media estancia a bodegas, comprar regalos, realizar cursos de cata, etc.

A nivel europeo, el enoturismo es un fenómeno relativamente reciente. Autores como Hall y Macionis (1998) señalan que las visitas a viñedos han sido parte de los viajes organizados desde los tiempos del Grand Tour y que las rutas del vino forman parte del turismo alemán desde la década de 1920. Sin embargo, Mallon (1996) apunta que en el caso francés, el enoturismo sólo empezó a despegar en la década de 1980 como consecuencia de la caída de la economía rural, lo que obligó a los agricultores a vender su vino directamente en sus instalaciones para así aumentar sus rentas.

Existen dos organizaciones claves a nivel europeo en cuanto al enoturismo (Elaborado a partir de: <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/como-es-el-marketing-del-enoturismo-en-europa>. Último acceso: 04/03/2016):

1. La Asamblea Europea de Regiones Vinícolas, creada en 1998 con el fin de servir como plataforma para discutir y hacer propuestas sobre la política vitivinícola y la cultura del vino.

2. RECEVIN: *Red Europea de Ciudades del Vino*; que está integrada por municipios de la Unión Europea de más de 5.000 habitantes cuya economía depende principalmente de la vitivinicultura. Las actividades de la Red pretenden incidir en aspectos como la cultura el vino, turismo, urbanismo, patrimonio, ocupación y formación, etc.

La principal característica del enoturismo a nivel europeo es su estructuración en rutas del vino que relacionan a las regiones vitícolas con el entorno que les rodea.

En lo referente al enoturismo, éste pretende lo mismo tanto en España como en otros países europeos. Actualmente se trata de un tipo de turismo en pleno auge que todavía necesita desarrollarse y mejorar en algunos aspectos; intentando terminar con la estacionalidad, favoreciendo la promoción y oferta de sus servicios, mejorando las comunicaciones en algunos lugares, etc. En todos los casos se trata de un turismo que puede compaginarse a la perfección con otras actividades complementarias, lo cual es un punto muy positivo.

En cuanto al vino, según un informe publicado a finales de Febrero de 2016 por *El País*, “España lideró en 2015 las exportaciones mundiales en el sector del vino con unas ventas de casi 24 millones de hectolitros y 2.638 millones de euros. Con estas cifras, se superan ampliamente los menos de 20 millones de hectolitros exportados por Italia y los casi 15 millones de hectolitros de Francia, segundo y tercer exportador

mundial respectivamente. Sin embargo, en términos de valor, España sigue muy lejos de los más de 8.000 millones de Francia o los más de 5.000 de Italia. La razón: el precio medio de venta español es de solo 1,10 euros por litro, un 2,9% menos que en 2014²⁷. Nuestro principal país importador de vino español fue Francia, seguido de Alemania e Italia. Aunque España haya liderado las exportaciones durante el año 2015, expertos como Rafael del Rey (responsable del Observatorio Español de los Mercados del Vino) creen que esto no es algo positivo, sino que se trata de una situación de deterioro que el sector vinícola debe superar dando un mayor impulso a las exportaciones de vinos envasados o vinos pertenecientes a alguna denominación de origen (Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2016/02/28/actualidad/1456679185_773790.html . Último acceso: 11/03/2016).

CAPÍTULO 2.

RUEDA Y SU COMARCA COMO ÁMBITO DEL ENOTURISMO

“El vino da brillantez a las campiñas, exalta los corazones, enciende las pupilas y enseña a los pies la danza”

- José Ortega y Gasset

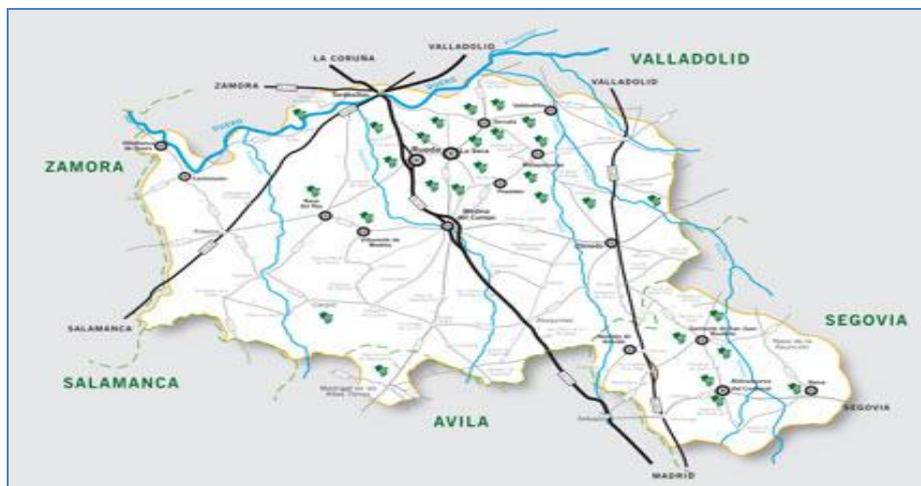
2.1. CARACTERIZACIÓN GEOGRÁFICA

2.1.1. LOCALIZACIÓN Y MUNICIPIOS QUE CONFORMAN LA D.O. RUEDA

La zona de producción acogida por la D.O. Rueda se encuentra en la Comunidad de Castilla y León y está integrada por 74 municipios repartidos en tres provincias de la Comunidad. De estos 74 municipios, 53 se sitúan en la provincia de Valladolid, donde se da la mayor concentración de viñedos, concretamente en los municipios de La Seca, Rueda y Serrada, 17 en Segovia y 4 en Ávila (Recogido de: <http://www.dorueda.com/es/informaciongeneral/>. Último acceso: 08/03/2016).

A continuación podemos observar en un plano donde se sitúan los municipios que conforman la D.O. Rueda. Como vemos, hay una gran concentración al sur de la provincia de Valladolid. En Segovia, los municipios dedicados a esta actividad se encuentran al oeste de la provincia (17 concretamente) y por último encontramos 4 al norte de Ávila.

FIGURA 2.1 MAPA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RUEDA (2014)



FUENTE: DO RUEDA, 2014

2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS MUNICIPIOS Y EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

Existen tres parámetros que definen el carácter de los municipios que conforma la D.O. Rueda: el clima continental, los suelos cascajosos y la uva Verdejo, cuyo origen se

remonta al siglo XI, asociado a los mozárabes que contribuyeron a la repoblación de la cuenca del Duero.

En cuanto al clima, la D.O. Rueda se encuentra situada a unos 700 – 800 metros sobre el nivel del mar en tierras llanas y altas. Los inviernos son fríos y largos, las primaveras son cortas con heladas tardías y los veranos calurosos y secos, solo alterados por inoportunas tormentas.

Respecto al terreno, los suelos donde se asientan los mejores viñedos de la D.O. Rueda son los denominados “cascajosos”. Estos suelos están compuestos por tierras ricas en calcio y magnesio, de fácil laboreo y abruptas, con una buena aireación y drenaje y afloraciones calizas en las cotas más altas de las ondulaciones.

En lo referente a la uva, la uva de tipo verdejo la encontramos desde hace siglos en la Denominación de Origen Rueda. Su origen se remonta al siglo XI (reinado de Alfonso VI), aunque no encontramos testimonios escritos que lo avalen. En esa época se repobló la cuenca del Duero con cántabros, vascones y mozárabes, siendo estos últimos los que con mayor probabilidad trajeron este tipo de uva a nuestro país. La uva verdejo se caracteriza porque tiene matices de hierba de monte bajo, con toques afrutados, y además posee una excelente acidez. Su toque amargoso proyecta en la boca del consumidor un importante destello de originalidad (Recuperado de: http://www.winesfromspain.com/icex/cda/controller/pageGen/0,3346,1559872_6763376_6792160_1120_0,00.html. Último acceso: 08/03/2016).

Desde el punto de vista demográfico, no encontramos datos que nos indiquen una evolución global de aquellos municipios que conforman la D.O. Rueda. Por ese motivo, vamos a indicar brevemente los movimientos de población que se han producido en algunos municipios concretos que pertenecen a la misma y que nos ayudarán a hacernos una idea general. Para analizar esta evolución de la población vamos a basarnos en datos obtenidos a través del Instituto Nacional de Estadística (INE).

En La Seca (Valladolid), en 2010 había 1093 personas censadas y en 2014 había 1127, lo cual ha supuesto un incremento de un 3,11 % en cuatro años. En Rueda (Valladolid) en 2011 había 1421 personas censadas y en 2014 había 1332, por lo que se ha producido un descenso en la población de un 6,26 % en apenas tres años. En Nieva (Segovia), en 2010 había 340 personas censadas y en 2014 había 319 personas, lo que

ha generado una caída en la población de un 6,18 % en 4 años. Por último vamos a ver la evolución demográfica en Madrigal de las Altas Torres (Ávila), que en 2011 contaba con 1659 personas censadas y en 2014 con 1544 personas, produciéndose también un descenso de un 6,93 %. En términos generales, vemos como la población censada en dichos municipios crece muy ligeramente (como en el caso de La Seca) o bien va decreciendo con el paso de los años. Los pueblos analizados se dedican principalmente a actividades vinícolas, por lo que llegamos a la conclusión de que el desarrollo de esta actividad en la mayoría de las ocasiones no favorece el aumento de la población en demasía.

TABLA 2. 1. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN LOS MUNICIPIOS INDICADOS (2010 – 2011 – 2014)

MUNICIPIOS	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2011	POBLACIÓN 2014	DIFERENCIA
LA SECA	1093	X	1127	+ 34 (+ 3,11 %)
RUEDA	X	1421	1332	- 89 (- 6,26 %)
NIEVA	340	X	319	- 21 (- 6,18 %)
MADRIGAL DE LAS ALTAS TORRES	X	1659	1544	- 115 (- 6,93 %)

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

La mayoría son pueblos pequeños o muy pequeños que se sitúan cerca de municipios más grandes o de las capitales, lo cual hace que muchos de los trabajadores que se dedican a esta actividad no tengan necesidad de vivir en el propio pueblo, sino que se desplazan en el día. La población que vive en ellos sí se ve favorecida por esta actividad (bien porque se dedican a trabajar en el campo, en las bodegas, porque ceden sus viñas para explotarlas, porque comercializan los vinos, etc.), aspecto este último, que comentaremos a continuación.

2.1.3. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS

En lo que se refiere a las principales actividades económicas de los municipios que conforman la D.O. Rueda, tampoco se encuentra información que analice este punto de manera global, por lo que vamos a desarrollarlo basándonos en los mismos municipios

que hemos visto en el punto anterior; dos municipios pertenecientes al término de Valladolid, uno al término de Segovia y otro a Ávila.

En cuanto al municipio de La Seca (Valladolid), su economía se basa principalmente en la producción de vino gracias a sus numerosas bodegas. La mayor parte de su término municipal se encuentra cultivado con majuelos, aunque también se dedican a la producción de patatas, remolacha y cereales como trigo o cebada (Recuperado de: <http://www.laseca.ayuntamientosdevalladolid.es/>. Último acceso: 11/03/2016).

La economía de Rueda (Valladolid) gira también en torno al vino, siendo éste la principal fuente de riqueza del pueblo. Según datos de Enero de 2016, las bodegas de Rueda crean más de 600 empleos de forma directa en el municipio y alrededor de 100 empleos de forma indirecta. Además es importante señalar que en el municipio de Rueda se encuentra la Estación Enológica de Castilla y León, que cuenta con unos 60 empleados, y el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Rueda, donde trabajan alrededor de 50 personas. En este municipio encontramos también varias empresas dedicadas al sector de la pintura (Recuperado de: <http://www.rueda.ayuntamientosdevalladolid.es/>. Último acceso: 11/03/2016).

Del municipio de Nieva (Segovia) no encontramos mucha información acerca de sus actividades económicas, únicamente que sus habitantes se dedican principalmente a actividades agrícolas y ganaderas, además de al cultivo de la vid (Disponible en: http://pueblos.elnortedecastilla.es/segovia/tierras_de_santa_maria_la_real_de_nieva/nieva/datos. Último acceso: 11/03/2016).

Por último, los habitantes de Madrigal de las Altas Torres (Ávila), municipio que también forma parte de la D.O. Rueda, se dedican principalmente a actividades agrarias, como al cultivo de cereales, girasol, remolacha, forrajeros, viñedo, patatas y leguminosas (Recogido de: Gascón Bernal, 2006, pp. 12 - 13).

Después de haber analizado por separado las actividades económicas de estos cuatro municipios que forman parte de la Denominación de Origen Rueda, podemos comprobar cómo todos se dedican principalmente a actividades agrícolas y ganaderas. Como hemos comentado anteriormente, la mayoría son pueblos pequeños que siguen manteniendo las actividades tradicionales como forma de vida.

2.2. INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA D.O. RUEDA

La Denominación de Origen Rueda fue reconocida como tal el 12 de Enero de 1980 por el Ministerio de Agricultura, pasando a ser la primera D.O. reconocida en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Esta Denominación cuenta con unos medios naturales específicos que favorecen la producción de vinos de alta calidad. Principalmente se centra en la producción de vinos blancos. Además, desde el 5 de Agosto de 2008, día en que se publicó el actual Reglamento de la D.O. Rueda y de su Consejo Regulador en el Boletín Oficial de Castilla y León, ésta ampara además vinos tintos y rosados (Fuente: <http://www.dorueda.com/es/informaciongeneral/>. Último acceso: 18/03/2016).

Como se ha comentado en el punto 2.1.1., la zona de producción de la D.O. Rueda se encuentra en la Comunidad de Castilla y León y está integrada por 74 municipios repartidos por Valladolid, Segovia y Ávila. Las variedades de uva cultivadas se reparten de manera irregular por los distintos municipios que conforman dicha denominación. Sin embargo, la mayor concentración la encontramos en los municipios de La Seca, Rueda y Serrada (Valladolid). Es el viñedo de la variedad verdejo el que ocupa más superficie.

Volviendo al tema legislativo, el Boletín Oficial de Castilla y León publicó el día 5 de Agosto de 2008 (nº 149) la Orden AYG/1405/2008 de 21 de Julio, por la que se aprobó el Reglamento de la Denominación de Origen Rueda y de su Consejo Regulador. Así mismo con fecha 12 de Agosto de 2008 (BOCYL nº 155) se publicó una corrección de errores de la Orden AYG/1405/2008 de 21 de Julio. Dicha corrección contiene el anexo nº I del Reglamento: “Parámetros analíticos exigibles a los vinos acogidos a la D.O. Rueda” y que por error en el momento de la publicación no fue incluido en el BOCYL. La D.O. Rueda se convirtió así en la primera Denominación de Origen de Castilla y León en adaptar su reglamento a la normativa vitivinícola nacional y autonómica. Este nuevo Reglamento de 2008 pasó a convertirse en el cuarto reglamento de la historia del Consejo Regulador (1980, 1992, 2001 y 2008) (Recuperado de: <http://www.dorueda.com/es/reglamento/>. Último acceso: 18/03/2016).

El Reglamento de la D.O. Rueda recoge información sobre: el ámbito de protección y su defensa, la producción de la uva y la elaboración del vino, los tipos de

vino y sus características, los órganos que conforman la Denominación de Origen, la composición y el funcionamiento del Consejo Regulador, los registros, los derechos y obligaciones, el régimen sancionador, etc. (Elaborado a partir de: <http://www.dorueda.com/pdf/ReglamentoRueda2008.pdf>. Último acceso: 18/03/2016).

En cuanto al Consejo Regulador, su principal misión es controlar el cumplimiento de las normas que recoge el Reglamento de la D.O. Rueda al que se someten tanto los viticultores como las bodegas acogidas. Por tanto, se encarga de realizar un control constante con el fin de garantizar la calidad de los vinos. El equipo de inspección técnica se encarga a diario de realizar tareas como: controlar la plantación de nuevos viñedos, controlar los rendimientos por superficie, controlar todo lo relacionado con las vendimias, controlar los rendimientos de vino de cada bodega, los métodos y tiempos de elaboración, el embotellado, etc. Vemos por tanto que tanto las actividades vinícolas como los vinos de la D. Rueda están sometidos a constantes controles y, aquellos que no superan la cata llevada a cabo por el Comité de Calificación (formado por enólogos, sumilleres, técnicos de la Administración, etc.), son vendidos como vinos de mesa. Este Consejo también se encarga de divulgar y promover el producto, las bodegas y los vinos hacia profesionales, intermediarios, medios de comunicación y consumidores finales. Por tanto, entre sus principales funciones destacamos: inspección, control, divulgación y promoción de la marca Rueda (Elaborado a partir de: <http://www.dorueda.com/es/inspeccionycontrol/>. <http://www.dorueda.com/es/divulgarypromover/>. Último acceso: 18/03/2016).

2.3. BODEGAS Y MARCAS ACOGIDAS A LA D.O. RUEDA

En total hay 66 bodegas y marcas que forman parte de la Denominación de Origen Rueda. Estas bodegas se sitúan en municipios de Segovia y Valladolid pero no en municipios de Ávila. Esto resulta extraño ya que como he indicado en puntos anteriores dicha denominación se distribuye en términos de Valladolid, Segovia y Ávila. Tras consultarlo con el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Rueda, nos indican que efectivamente la denominación se distribuye en municipios de las tres provincias, sin embargo en Ávila no hay ninguna bodega como tal perteneciente a la D.O. Rueda, sino que sus viñedos son trabajados por otras bodegas de la zona (no necesariamente pertenecientes a la D.O. Rueda) que además de crear su propio vino se

encargan de elaborar vino también con la marca acordada. Por ejemplo, Madrigal de las Altas Torres (Ávila) posee viñedos pertenecientes a la Denominación de Origen pero no bodega de dicha denominación. Podremos ver la tabla con todas las bodegas pertenecientes a la D.O. Rueda en el Anexo 2.

CAPÍTULO 3.

LA RUTA DEL VINO DE D.O. RUEDA

“El vino es una de las cosas más civilizadas del mundo”

- *Ernest Hemingway*

3.1. CONCEPTO, ORIGEN Y PRINCIPALES OBJETIVOS

Según ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino), “las Rutas del Vino de España son un producto turístico innovador, temático, cultural, gastronómico y de interior. Se basa en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial. Es un producto que se asienta sobre una estrategia de desarrollo socioeconómico integral del territorio, de cooperación público-privada y de valorización de la identidad y cultura vitivinícola del destino” (Recuperado de: <http://www.acevin.es/index.asp?iden=4&proye=1>. Último acceso: 11/04/2016).

Este proyecto nace en el año 2001, cuando ACEVIN consigue el apoyo de la Secretaría General de Turismo para empezar a trabajar en ello. En ese año el Club de Producto Turístico estaba integrado por 6 destinos ecoturísticos; sin embargo en la actualidad está formado por 22 Rutas del Vino certificadas. Este desarrollo se ha producido gracias al apoyo prestado por los Ministerios de Turismo y Agricultura y por el interés que han ido teniendo los medios de comunicación y los agentes turísticos en este sector. Además, es importante señalar que las Rutas del Vino de España están también integradas dentro de la oferta turística que se promociona a nivel internacional, apareciendo en canales como: TURESPAÑA, www.spain.info, Oficinas Españolas de Turismo, etc., lo cual favorece la promoción de estas Rutas (Fuente: *ibid*).

FIGURA 3.2. MAPA DE LAS 22 RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA (2015)



FUENTE: ACEVIN, 2015

En cuanto a la Denominación de Origen Rueda, ésta tiene muchos bienes y riquezas que ofrecer a todas aquellas personas que deseen acercarse hasta esta comarca

de viñedos situada en pleno corazón de Castilla y León. La mejor manera de conocer dicha Denominación es paseando por ella y disfrutando de sus vinos y de sus gentes. Por tanto, para incentivar y dar a conocer el enoturismo en esta zona, el 25 de Febrero de 2014 ACEVIN certificó la Ruta del Vino de Rueda, pasando esta Denominación a formar parte de dicho club (Recuperado de: <http://www.dorueta.com/es/enoturismo/>. Último acceso: 11/04/2016).

En cuanto a los principales objetivos de la Ruta del Vino de la D.O. Rueda encontramos los siguientes (Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/quienes-somos/>. Último acceso: 11/04/2016):

1. Promocionar el nombre y la identidad de la Denominación de Origen Rueda.
2. Promocionar los municipios y los vinos que conforman esta Ruta, siempre desde el punto de vista turístico.
3. Promover e impulsar políticas turísticas por parte de los entes públicos y privados.
4. Coordinar a los interlocutores turísticos de los municipios asociados.
5. Promover iniciativas de turismo sostenible con el fin de favorecer el crecimiento de la oferta turística en dicha área y sensibilizar a la sociedad ante la importancia del desarrollo turístico sostenible.
6. Colaborar con las entidades locales de la zona en materia de turismo.
7. Gestionar los programas turísticos relacionados con la “Ruta del Vino de Rueda”.
8. Representar y apoyar los intereses turísticos de los asociados en los asuntos encomendados.
9. Cualquier otra actividad que pueda estar relacionada con la promoción y dinamización turística y que no se refleje en los puntos anteriores.

3.2. EL VINO DE LA RUTA DEL VINO DE RUEDA

La DO Rueda tomó forma como tal en 1980, siendo la primera Denominación de Origen de Castilla y León, como se ha apuntado con anterioridad. Desde entonces los vinos blancos de Rueda han obtenido una importante fama internacional gracias a ese

carácter único que les diferencia. Tradicionalmente se han elaborado vinos jóvenes, caracterizados por su color amarillo verdoso y sus aromas frescos y afrutados. Sin embargo, en los últimos años, algunas bodegas han apostado por la Fermentación en Barrica y por los vinos espumosos de gran calidad. Aunque la variedad de uva Verdejo es la autóctona, en la DO Rueda podemos encontrar vinos blancos elaborados de otras variedades de uva como Sauvignon Blanc, Viura o Palomino Fino, y desde el año 2008 también podemos encontrar variedades que permiten elaborar vinos tintos y rosados como la uva Tempranillo, Merlot, Garnacha y Cabernet Sauvignon (Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/la-ruta/>. Último acceso: 17/04/2016).

En cuanto al proceso de elaboración del vino, la vendimia se realiza en el momento justo de maduración de la uva, normalmente a principios del mes de Septiembre. La mayor parte de la vendimia se realiza por la noche, sin la presencia de luz solar, lo cual permite que la uva entre en las bodegas a temperaturas bajas, entre 10-15° por lo que la valoración en grados alcohólicos será más cercana a la real. Las fermentaciones se realizan en depósitos de acero inoxidable con temperatura controlada y criomaceradores en algunas ocasiones. Una vez terminado este proceso se procede a filtrar el vino eliminando aquellas partículas que puedan haber quedado y se estabiliza éste mediante equipos de frío. Como resultado, el vino queda limpio y con el color pajizo característico gracias a estos procesos. A los tres meses aproximadamente el vino toma un color ligeramente amarillo - verdoso con un aroma y paladar fresco y afrutado. Este es el momento del embotellado del vino blanco “Rueda Verdejo”. Hoy en día se trata del vino más conocido de Rueda; un vino de la cosecha, sin crianza y en el que encontramos aromas potentes y elegantes. Como hemos comentado al inicio de este punto, algunas bodegas de la D.O. Rueda lleva a cabo la Fermentación en Barrica, dando lugar a unos vinos de gran calidad donde los toques de vainilla y tostado, propios de la madera, se mezclan con los sabores frutales propios de la uva Verdejo (Recuperado de: <http://www.dorueda.com/es/elaboracion/>. Último acceso: 17/04/2016).

Referente al etiquetado, la Denominación Origen Rueda cuenta con diferentes tipos de contraetiquetas (sello de identidad que garantiza la procedencia del producto y la superación de los controles de calidad establecidos) para que el consumidor pueda diferenciar sus vinos, conocer sus características y el año de la cosecha (excepto para los generosos y espumosos que no es obligatorio indicar el año). Además cada contraetiqueta lleva un número y una serie que permiten controlar los volúmenes de

vino existentes con relación a cada partida de vino calificado (Recuperado de: <http://www.dorueda.com/es/contraetiquetas/>. Último acceso: 17/04/2016).

Los diferentes tipos de vinos que vamos a poder encontrar en función de la uva y de las características de ésta serán los siguientes (Fuente: *ibid.* Último acceso: 17/04/2016):

1. Vinos Blancos: Rueda Verdejo (elaborado con un 85% mínimo de la variedad Verdejo, tienen una graduación mínima de 11´5°), Rueda (elaborado con un 50% mínimo de la variedad Verdejo, tienen una graduación mínima de 11°), Rueda Sauvignon (elaborado con un mínimo del 85% de la variedad Sauvignon Blanc, tienen una graduación mínima de 11°), Rueda Espumoso (se elabora con un 50% mínimo de la variedad Verdejo con el método de fermentación y crianza en botella y tienen una graduación aproximada de 12°) y Rueda Dorado (obtenido por crianza oxidativa, permanece fermentado en roble al menos dos años antes de comercializarlo y su graduación no es inferior a 15°).

2. Vinos Rosados: Rosado (elaborado a partir de un mínimo del 50% de las variedades tintas autorizadas, tiene una graduación mínima de 11°) y Rosado Espumoso (elaborado a partir de un mínimo del 50% de las variedades tintas autorizadas, tiene una graduación mínima de 11´5° y necesita un periodo de fermentación y crianza en botella no inferior a 9 meses).

3. Vinos Tintos: Tinto Joven (no sometido a ningún proceso de envejecimiento, se elabora a partir de las variedades de uvas tintas autorizadas), Tinto Crianza (vinos con un periodo de envejecimiento no inferior a 24 meses, de los cuales mínimo 6 meses lo será en barrica de madera de roble), Tinto Reserva (crianza en barrica de madera de roble y botella durante al menos 36 meses, de los cuales la crianza en barrica será como mínimo de 12 meses) y Tinto Gran Reserva (crianza de 24 meses como mínimo en barrica de madera, seguida de un envejecimiento en botella de 36 meses como mínimo).

3.3. ¿QUÉ HACER EN LA RUTA DEL VINO DE RUEDA?; ANÁLISIS DE LA OFERTA

La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) y la Mancomunidad Tierras de Medina pusieron en marcha la Ruta del Vino de Rueda con el objetivo de dinamizar

el territorio perteneciente a la Denominación de Origen Rueda desde un punto de vista turístico. Este proyecto fue financiado y promovido por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo, y posteriormente se adhirió al mismo la Denominación de Origen de Rueda, viendo los beneficios económicos que esta Ruta podría generar a sus territorios. Por este motivo, los socios de ACEVIN de la DO Rueda, junto con los Ayuntamientos de La Seca, Nava del Rey y Serrada, el Consejo Regulador de la D.O. Rueda, la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid y la Asociación de Ciudadanos por la Defensa del Patrimonio de Valladolid, llevaron a cabo la creación de esta Asociación Ruta del Vino de Rueda con el fin de sumar esfuerzos entre entidades públicas y privadas para favorecer el sector turístico y enológico (Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/quienes-somos/>. Último acceso: 28/04/2016).

La Ruta del Vino de Rueda abarca la provincia de Valladolid y está integrada por 13 municipios que muestran la riqueza turística e histórica de sus terrenos vitivinícolas. Estos orígenes vitivinícolas se remontan al siglo XI y desde entonces han ido dotando a estos municipios de una cultura y tradición que se ve reflejada en sus gentes, en su gastronomía, en sus manifestaciones artísticas, etc. (Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/la-ruta/>. Último acceso: 28/04/2016).

Respecto al legado patrimonial, en la Ruta del Vino de Rueda podemos encontrar antiguos templos mudéjares, conventos, monasterios o castillos, como el Castillo de la Mota en Medina del Campo. En cuanto a la gastronomía, la cocina tradicional se funde con la cocina más moderna para sacar el máximo partido a las materias primas de la zona. Tenemos que destacar el lechazo o el cochinillo, asados en horno de leña, las lentejas de La Armuña, los garbanzos de Fuentesauco o las setas y hongos, además de la gran variedad de quesos elaborados a partir de leche de vaca, las cuajadas o el requesón. Como fechas importantes hay que destacar las Fiestas de la Vendimia de Rueda y Serrada, la Fiesta del Verdejo con sus Premios Sarmiento o la Semana Santa de Medina del Campo, declarada de Interés Turístico Internacional. Sin embargo, no tenemos que olvidar que el principal motivo de estos desplazamientos turísticos debe ser el interés por el mundo vitivinícola, el resto pasa a ser un turismo complementario (gastronómico, cultural, de salud, etc.) (Fuente: *ibid*).

La Ruta del Vino de Rueda está compuesta por un conjunto de bodegas; desde las tradicionales, caracterizadas por sus galerías subterráneas, hasta bodegas más

modernas, que nos ofrecen un recorrido por la cultura del vino desde la antigüedad hasta nuestros días. Las bodegas pertenecientes a la Ruta del Vino son las siguientes, ya que no todas las bodegas de la D.O. Rueda pertenecen a esta Ruta (Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/bodegas-a-visitar/>. Último acceso: 28/04/2016):

TABLA 3. 1. BODEGAS D.O. RUEDA PERTENECIENTE A LA RUTA DEL VINO DE D.O. RUEDA (2016)

BODEGA	UBICACIÓN
Bodega <i>Cuatro Rayas</i>	La Seca
Bodega <i>Reina de Castilla</i>	La Seca
Bodegas <i>Protos</i>	La Seca
Bodega <i>Javier Sanz Viticultor</i>	La Seca
Bodega <i>Solar de Muñosancho</i>	La Seca
Bodega <i>Garciarévalo SL</i>	Matapozuelos
Bodega <i>Emina Rueda</i>	Medina del Campo
Bodega <i>La Soterraña</i>	Olmedo
Bodega <i>Hermanos del Villar</i>	Rueda
Bodega <i>Valdecuevas</i>	Rueda
Bodegas <i>Aura</i>	Rueda
Bodegas <i>Félix Sanz</i>	Rueda
Bodegas <i>Grupo Yllera</i>	Rueda
Bodegas <i>Menade SL</i>	Rueda
Bodegas <i>Mocén</i>	Rueda
Bodegas <i>Prado Rey</i>	Rueda
Finca <i>Montepedroso</i>	Rueda
Bodega <i>Pagos del Rey</i>	Rueda
Bodegas <i>Val de Vid</i>	Serrada
Bodega <i>Diez Siglos de Verdejo</i>	Serrada
Bodegas de <i>Alberto</i>	Serrada
Bodega <i>Verderrubí</i>	Rubí de Bracamonte
Bodega <i>Javier Ruiz Veyovis</i>	Villanueva de Duero
Bodegas <i>Castelo de Medina</i>	Villaverde de Medina

FUENTE: RUTA DEL VINO DE RUEDA

Todas las bodegas indicadas anteriormente siguen más o menos la misma estructura a la hora de realizar las visitas guiadas (Fuente: *ibid.* Último acceso: 28/04/2016):

-Desplazamiento a la zona de los viñedos para conocer *in situ* el terreno.

-Visita a la zona de elaboración y explicación del proceso que realiza la uva desde que entra en la bodega hasta que se embotella.

-Visita a la bodega.

-Cata de los vinos que produce cada bodega.

Cada bodega personaliza sus visitas de una manera y añaden los servicios complementarios que considera. Normalmente las visitas suelen durar entre una y dos horas y los precios van desde los 5 € (en los casos que no se incluye cata) hasta los 15 € aproximadamente (en los casos en los que se incluye cata de hasta 5 tipos de vino). Algunas bodegas realizan visitas todos los días mientras que otras solo organizan una o dos visitas a la semana, e incluso en algunos casos dan también la posibilidad de que ésta se realice en inglés, acercando este tipo de turismo a personas de lengua extranjera.

En cuanto a las actividades que algunas bodegas ofrecen a sus clientes como complementarias del turismo enológico se encuentran las siguientes (Fuente: *ibid*):

-Posibilidad de contratar almuerzo ofrecido en la propia bodega o en un restaurante concertado con la bodega para degustar la gastronomía propia del lugar.

-Posibilidad de realizar cursos de iniciación a la cata para grupos.

-Posibilidad de organizar reuniones de empresa en salas preparadas para ello dentro de la propia bodega.

-Posibilidad de realizar tratamientos de vinoterapia.

-Posibilidad de contratar visitas guiadas por el municipio en cuestión con el fin de conocer el patrimonio cultural de la zona.

No todas las bodegas ofrecen estas opciones y aquellas que lo ofertan indican que debe ser con reserva previa. Por tanto, vemos como el turismo enológico se complementa a la perfección con el turismo gastronómico, el turismo de negocios, el turismo de salud, el turismo cultural, etc.

3.4. OTROS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE SE OFERTAN

La Asociación Ruta del Vino de Rueda ofrece otros servicios complementarios al turismo enológico que favorecen el desarrollo del mismo. Un claro ejemplo es el paquete que recibe el nombre “En Tren por la Ruta de Vino de Rueda”, el cual permite

que aquellos clientes que lo deseen puedan disfrutar de este tipo de turismo de una forma más organizada. Se trata de un servicio ofrecido por la agencia receptiva turística “Welcome Castilla y León” que por un precio de 49,50 € por persona incluye tren de ida y vuelta de Madrid a Medina del Campo, guía durante toda la jornada, traslados internos, entrada al Palacio Real Testamentario y Castillo de La Mota, visita guiada y cata de vinos en una de las bodegas pertenecientes a la Ruta del Vino de Rueda, obsequio de botella de vino blanco de D.O. Rueda, guía de viaje con información de la zona y seguro de viaje. Además dan la posibilidad de incluir almuerzo que permite degustar los productos propios de la zona (Recuperado de: http://www.rutadelvinoderueda.com/pdf/RVR_RENFE_PROGRAMA_TREN_WELCOM E.pdf. Último acceso: 28/04/2016).

Otros servicios que se ofrecen en la Ruta del Vino son alojamientos, restaurantes o tiendas. En cuanto al alojamiento, encontramos principalmente casas rurales, casonas y albergues, aunque también balnearios como el del Palacio de las Salinas en Medina del Campo o el de Castilla Termal de Olmedo o Paradores como el de Tordesillas. Para poder disfrutar de la gastronomía ofrecen una amplia variedad de bares, mesones y asadores, aunque no todos los restaurantes de la zona aparecen en la Ruta del Vino, sino que solo se ofertan alguno de ellos. Por último, nos indican algunos comercios donde comprar productos típicos de la zona como reposterías, panaderías, queserías, tonelerías o tiendas.

IMAGEN 3.1. PALACIO DE LAS SALINAS (MEDINA DEL CAMPO)



FUENTE: <http://www.balneariogranchotellassalinas.com/>

IMAGEN 3.2. CONCURSO MUNDIAL DE SAUVIGNON (2015) ORGANIZADO POR D.O. RUEDA



FUENTE: <http://www.dorueda.com/es/galeria/>

IMAGEN 3.3. BODEGA AURA (RUEDA)



FUENTE: <http://www.rutadelvinoderueda.com/galeria/>

CAPÍTULO 4.

ANÁLISIS DE CASO: BODEGAS Y VIÑEDOS DE NIEVA S.L

**“El vino mueve la primavera, crece como una planta la alegría. Caen muros,
peñascos, se cierran los abismos, nace el canto”**

- Pablo Neruda

4.1. HISTORIA DE LA BODEGA

Aunque la bodega lleva en marcha algún año más, no fue hasta 2009 cuando la empresa *Martué* y su equipo desembarcaron en este proyecto que mantienen actualmente. En un primer momento la empresa producía únicamente en Toledo y a día de hoy son propietarios de viñedos tanto en esta provincia (marca *Seis Quintas*, *Pago de la Guardia*) como en la provincia de Segovia (marca *Bodegas y Viñedos Nieva S.L*, DO Rueda). Este proyecto se llevó a cabo con el fin de expandir la marca *Martué* a la D.O. Rueda intentando siempre mantener su filosofía; llevar a cabo pequeñas producciones de vino de máximo calidad y al mejor precio (Recuperado de: <http://www.martue.com/nieva>. Último acceso: 04/05/2016).

IMAGEN 4.4. CASONA DE BODEGAS Y VIÑEDOS NIEVA S.L.



FUENTE: BODEGAS Y VIÑEDOS NIEVA S.L

4.2. LA FINCA, LA BODEGA Y SUS VINOS

Bodegas y Viñedos Nieva S.L tiene actualmente en propiedad 60 hectáreas de viñedo, de las cuales 54 son de uva Verdejo (variedad autóctona de la D.O. Rueda) y 6 de uva Sauvignon Blanc (uva de origen francés adaptada al clima y suelo castellanos). De estas

60 hectáreas, 12 de ellas tienen un sistema de conducción en vaso y las otras 48 en forma de espaldera. Su altitud, por encima de los 850 metros, las características de sus suelos (arenosos y con abundancia de cantos) y su clima caracterizado por inviernos fríos y veranos calurosos, crea las condiciones óptimas para que este tipo de vino blanco consiga la máxima calidad. En cuanto a las viñas viejas plantadas en vaso, algunas de ellas sobrevivieron a la plaga de la filoxera producida durante la década de 1870 gracias a la dureza del terreno y a la climatología de la zona, por lo que algunas tienen más de 100 años de antigüedad. El vino que produce estas vides recibe el nombre de Pie Franco, gracias a que sobrevivieron a esta plaga y por ello conservan su raíz original. Se trata de un vino exclusivo de uva verdejo y su producción está limitada a 30000 botellas al año (Recuperado de: <http://www.martue.com/nieva/la-finca>. Último acceso: 04/05/2016).

Respecto a la bodega, ésta se divide en 4 partes: la nave de elaboración, donde se almacena y se trata el vino desde que entra la uva en la misma hasta que queda listo, la nave de embotellado, donde se encuentran las maquinas que se emplean para embotellar el vino, el almacén, donde se preparan los pedidos tanto para la venta nacional como internacional y se almacena el stock para la preparación de los mismos, y la casona, donde se encuentra la tienda, las oficinas y en ella se realizan las catas y las comidas contratadas por los clientes.

IMAGEN 4.5. NAVE DE ELABORACIÓN



FUENTE: BODEGAS Y VIÑEDOS NIEVA, S.L.

En cuanto a los vinos, *Bodegas y Viñedos Nieva S.L* elaboran 4 tipos diferentes (Recuperado de: <http://www.martue.com/nieva/vinos-blanco-nieva-denominacion-rueda>. Último acceso: 05/05/2016):

1. Blanco Nieva Verdejo: Vino elaborado con 100% de uva Verdejo procedente de viñedos en espaldera. Presenta un color amarillo con reflejos verdosos. Su precio es de 8,5 € por botella aunque ofrecen promociones para pack de tres y seis botellas en todos los tipos de vino.

2. Blanco Nieva Sauvignon: Está elaborado con 100% de uva Sauvignon Blanc. La totalidad de la uva procede de viñedo en espaldera. Color amarillo pálido, limpio y brillante. El precio de este tipo de vino es de 9,90 € por botella individual.

3. Blanco Nieva Pie Franco: Este vino está elaborado con uva 100% verdejo de viñas en pie franco, con vendimia manual y edades superiores a los 100 años, lo que le hace único. Posee un color amarillo pajizo con reflejos alimonados. Para este tipo de vino el precio por botella es de 12,40 €.

4. Blanco Nieva Pie Franco Magnum: Se trata del mismo vino que Blanco Nieva Pie Franco pero en este caso las botellas son de 1,5 litros en lugar de 750 ml.

4.3. OFERTA ENOTURÍSTICA Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS DEMANDANTES

La bodega de Nieva está ubicada en el municipio segoviano que lleva su mismo nombre, a tan sólo 30 Km. de Segovia. El visitante que lo desee podrá hacer un recorrido por las viñas y posteriormente visitar la bodega para conocer donde se almacena la uva, dónde se trata la misma y cómo se embotellan sus vinos blancos. Posteriormente podrán disfrutar de una cata de todos sus tipos de vino y de un almuerzo en el caso de que lo deseen (Recogido de: <http://www.martue.com/enoturismo>. Último acceso: 07/05/2016).

La empresa *Martué* dispone de un Departamento de Actividades que se encarga de organizar diferentes paquetes relacionados con el enoturismo; incluso dan la opción de hacer paquetes o proporcionar determinados servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, como por ejemplo organizar catas a ciegas, contratar alojamiento para los clientes, facilitar el traslado de los mismos, organizar otro tipo de actividades que no se

encuentran en los packs que ellos ofertan, etc. (Recogido de: <http://www.martue.com/enoturismo>. Último acceso: 07/05/2016).

Las opciones de visita con cata que ofrecen en *Bodegas y Viñedos Nieva S.L* son las siguientes:

1. “Visita Bodegas Nieva con Aperitivo”: Este pack incluye la visita al viñedo, la visita a la bodega, una cata comentada de dos vinos y un aperitivo con productos de la zona. Las visitas se pueden realizar de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 y los sábados, domingos y festivos de 10:00 a 15:00 para grupos mínimos de dos personas. En el caso de que ésta se realice para dos personas el precio es de 20 € / persona, si son cuatro personas es de 12,50 € / persona y si el grupo es de seis personas el precio es de 10 € / persona, aplicándose un descuento. Para grupos mayores recomiendan siempre ponerse en contacto con ellos para poder informar de los precios (Recuperado de: <http://www.martue.com/visita-bodegas-nieva-con-aperitivo.html>. Último acceso: 07/05/2016).

2. “Visita Bodegas de Nieva con Cochinillo Asado”: Este pack incluye lo mismo que el paquete anterior además de un almuerzo compuesto por: sopa castellana, cochinillo asado y postre. Esta visita se puede realizar con los mismos horarios que la visita sencilla pero el grupo mínimo debe ser de ocho personas para que salga adelante. El precio es de 56 € / persona. Para reservar cualquiera de las dos visitas facilitan un número de teléfono y un email: actividades@martue.com (Recuperado de: <http://www.martue.com/visita-bodegas-martue-con-cochinillo-asado-105.html>. Último acceso: 07/05/2016).

Para conocer las características de los principales demandantes nos ponemos en contacto con Bodegas y Viñedos Nieva. Nos informan que las visitas que ofrecen no son muy demandadas pero que sin embargo la tienda sí que recibe muchos clientes interesados por sus vinos. Entre semana lo habitual es gente de la zona que han pasado a convertirse en clientes habituales mientras que los fines de semana reciben la visita sobre todo de turistas que vienen de turismo rural a los pueblos de alrededor; personas que vienen para visitar a familiares que viven en la zona, que realizan el Camino de Santiago, etc., por lo que las características de los demandantes son muy variadas.

4.4. ALTERNATIVAS DE MEJORA EN CUANTO AL DESARROLLO DEL TURISMO DE VINO

Como ya comentamos en el punto 1.1., por enoturismo se entiende el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en torno a la cultura del vino y su territorio; el principal motivo de desplazamiento va a ser la visita a bodegas y viñedos.

A pesar de tener en su página web un apartado dedicado exclusivamente al enoturismo, este tipo de turismo no recibe la suficiente demanda por diversos motivos:

1. Se trata de una bodega pequeña si la comparamos por ejemplo con *Bodegas Protos* (1400 hectáreas) o *Bodegas Grupo Yllera* (730 hectáreas repartidas en varias Denominaciones de Origen).

2. La arquitectura de la bodega es sencilla, resultando menos atractiva a la vista que lo que pueden ser otras bodegas.

3. No disponen de patio de barricas, lo que resulta menos atractivo a los clientes.

4. Aunque disponen de oferta enoturística, ésta es muy básica sin apenas opciones.

Tras ver cuáles son los puntos más débiles de la bodega en cuanto al turismo del vino, incluimos varias propuestas que pueden mejorar el desarrollo del mismo en *Bodegas y Viñedos Nieva S.L.*:

1. Que se trate de una bodega pequeña puede tener también sus ventajas, ya que será más fácil recorrerse los viñedos con los clientes que en las bodegas grandes, y poder ver con más detenimiento la nave de almacenamiento del vino, la nave de elaboración, etc. Por tanto, hay que intentar que esto se convierta en una ventaja y no en un inconveniente, dotando a la bodega de un trato cercano y familiar gracias a su tamaño.

2. Actualmente muchas bodegas llaman la atención por su arquitectura, ya que son bodegas que tienen pocos años de antigüedad y que a la hora de construirlas pensaron mucho en sus exteriores, sabiendo que muchos de los clientes se mueven por este aspecto. *Bodegas y Viñedos Nieva S.L* es una bodega común, que no llama tanto la atención por su estructura pero que se encuentra muy bien situada a la entrada del pueblo. En cuanto a la arquitectura no cambiarían nada, ya que tiene su esencia de

bodega tradicional, sin embargo sí que se podría hacer más visible la fachada o el logotipo de la entrada, ya que como he comentado la situación de la misma es muy buena.

3. Debe mejorar la oferta enoturística de la web. Actualmente sólo disponen de dos paquetes como hemos visto anteriormente: uno de ellos sencillo y otro con menú degustación por 56 €. Sería interesante ajustar el precio paquete menú degustación, ya que es bastante caro para lo que se ofrece en nuestra opinión. En idéntico sentido, y con vistas a potenciar sinergias, sería conveniente establecer algún tipo de vínculo o negociación con alguna casa rural u hostel de la zona para ofertar paquetes conjuntos que incluyan alojamiento y paquete-bodega, lo cual permitiría a los clientes otro servicio sin necesidad de tener que preocuparse por el alojamiento; o paquetes que incluyan alojamiento, visita bodega y alguna ruta cultural o alguna actividad por la zona como montar a caballo, rutas de senderismo, etc., lo cual ofrece más variedad al cliente dando la posibilidad de combinar varios tipos de turismo.

4. En cuanto a la promoción, está claro que tiene margen de mejora. En este sentido sería muy conveniente diseñar folletos donde se incluyan todos los paquetes que oferta la bodega además del resto de servicios complementarios que permiten reservar y las empresas colaboradoras (como hoteles, hostales y casas rurales, empresas de organización de eventos, empresas de rutas, etc.). Estos folletos deberían ser atractivos a la vista, capaces de estimular la atención a los clientes y provocar un aumento de las visitas. Asimismo deberían estar distribuidos por las empresas con las que colaboran y por todos aquellos sitios en los que exista demanda potencial (Ayuntamientos de los pueblos de la zona, otras empresas de los pueblos de alrededor, etc.).

CONCLUSIONES

“El vino consuela a los tristes, rejuvenece a los viejos, inspira a los jóvenes y alivia a los deprimidos de peso de sus preocupaciones”

- *Lord Byron*

Del proyecto de investigación realizado podemos extraer las siguientes conclusiones: En primer lugar, y desde el punto de vista de los objetivos del mismo, nos hemos detenido a analizar el concepto de enoturismo desde diferentes puntos de vista para poder conseguir una definición más completa del mismo. Partiendo de este concepto hemos pasado a definir términos como enoturista, Ruta del Vino y Denominación de Origen, y una vez teníamos asentados todos estos conceptos buscamos las principales características que diferencian al turismo de vino en España del enoturismo en otras partes de Europa como Francia o Italia. Una vez que hemos profundizado en los conceptos básicos relacionados con el enoturismo, nos hemos centrado en Rueda y su comarca, primero analizando la misma desde un punto de vista geográfico, demográfico y económico para pasar después a su Denominación de Origen. Analizados estos dos capítulos más conceptuales, pasamos a dos apartados relacionados exclusivamente con el enoturismo. El capítulo 3 hace referencia a la Ruta del Vino de Rueda, aportándonos información obtenida principalmente de la página oficial que la propia Ruta del Vino posee. En ella se indican cuáles son los principales objetivos de esta Ruta, las características que posee su vino y la amplia oferta enoturística que tienen; una ruta donde el principal protagonista es el vino pero que permite compaginarlo con otros tipos de turismo como el turismo rural, el turismo de salud, el turismo cultural o incluso el turismo de negocios. Por último, en el capítulo 4 hemos pasado a analizar un caso concreto, *Bodegas y Viñedos Nieva S.L.*, para ver de una forma más práctica parte de la teoría analizada en los capítulos anteriores. En primer lugar conocemos su historia de una forma breve para centrarnos en lo que realmente nos interesa; su bodega, sus viñedos, sus vinos, su oferta enoturística, sus principales demandantes, etc. Se trata de una bodega pequeña si la comparamos con otras pertenecientes a la D.O. Rueda, lo cual nos permite detectar de forma rápida tanto los puntos fuertes como los puntos débiles que tiene en relación al turismo del vino.

Haciendo un repaso y recapitulación al trabajo realizado durante estos meses y después de haber analizado diferentes conceptos, datos, opiniones y puntos de vista, llegamos a la conclusión de que el enoturismo es un tipo de turismo muy complejo que cuenta con la ventaja de poder adaptarse a otros tipos de turismo como hemos dicho anteriormente. Tiene también la virtualidad de que no es un tipo de turismo estacional, sino que a diferencia de otros puede disfrutarse durante todo el año. Sin embargo, no se trata de un turismo consolidado como puede ser el turismo de sol y playa, sino que

necesita mejorar algunos puntos para ir avanzando en su desarrollo. Por tanto, es necesario que todos aquellos puntos positivos (compatibilidad con otros tipos de turismo, ausencia de estacionalidad, turismo adaptado a todos los bolsillos, etc.) sean capaces de superar a los puntos negativos (problemas de accesibilidad en algunos casos, escasa variedad de la oferta enoturística en algunas bodegas, falta de promoción, etc.), hasta que poco a poco éstos se vayan subsanando.

Me ha resultado muy gratificante realizar este proyecto sobre un tipo de turismo que se encuentra en la actualidad en pleno auge en nuestra Comunidad Autónoma; Castilla y León. En cuanto a la D.O Rueda, me ha permitido poseer conocimientos e información que desconocía, ya no solo acerca de sus bodegas y de sus vinos, sino también de todos aquellos servicios que complementan esta oferta que se encuentra aún en pleno desarrollo. Como hemos visto, se trata de un tipo de turismo muy complejo que a la vez ofrece la posibilidad de complementarlo con otros tipos de turismo, lo cual favorece tanto a bodegas, alojamientos, restaurantes, empresas de actividades, balnearios, etc. Un punto positivo es la página web que posee la D.O. Rueda referente a su ruta, donde encontramos información muy útil para todas aquellas personas que quieran disfrutar del enoturismo.

Además, la mejor manera de terminar el mismo ha sido analizando una bodega perteneciente a la provincia de Segovia, lo cual me ha permitido conocer más de cerca el increíble mundo del vino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Gascón Bernal, J. (2006). Tesis Doctoral. *Estudio Histórico del Convento Agustino Extramuros de Madrigal de las Altas Torres y la Intervención Clasicista del Arquitecto Juan del Ribero Rada*. Inédita.

Huetz de Lemps, A. (2003). *Vinos y Viñedos de Castilla y León. Productores y Consumidores*. Ed. Segovia: Junta de Castilla y León. Consejería de Agricultura y Ganadería. ISBN: 84-9718-050-X, 324 pp.

Instituto de Formación y Estudios Sociales de Castilla y León (IFES) y la Federación Regional de Alimentación, Bebidas y Tabacos de Castilla y León (FAYT) (2001). *Los Vinos de Castilla y León*.

Millán Vázquez de la Torre, M.G. (CV), Morales-Fernández, E. y Castro-Freire, M.S. (2012). “Turismo del Vino: Una Aproximación a las Buenas Prácticas”, en *TURyDES*, Revista de Turismo y desarrollo local, Vol.5, Nº12. <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.pdf>

Ramis Hernández, A. (2010). *Turismo y Vino en el Mundo. El caso de Bodegas Enrique Mendoza*. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/15168>

RECURSOS ELECTRÓNICOS:

ACEVIN y Gobierno de España (2007-2008). Observatorio Turístico. Rutas del Vino de España.

Recuperado de: <http://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo71.pdf>

Último acceso: 04/03/2016.

ACEVIN y Gobierno de España. (2015). Análisis Demanda Rutas del Vino en España.

Recuperado de: <http://www.acevin.es/index.asp?iden=2&id=122>

Último acceso: 04/03/2016.

ACEVIN. Rutas de Vino de España. Modelo de Enoturismo, Vino y Turismo.

Recuperado de:

http://www.enoturismoresponsable.es/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=54

Último acceso: 04/03/2016.

Recuperado de: <http://www.acevin.es/index.asp?iden=4&proye=1>.

Último acceso: 11/04/2016

Ayuntamiento de La Seca.

Recuperado de: <http://www.laseca.ayuntamientosdevalladolid.es/>

Último acceso: 11/03/2016

Ayuntamiento de Rueda. “*Una villa para bebérsela*”.

Recuperado de: <http://www.rueda.ayuntamientosdevalladolid.es/>

Último acceso: 11/03/2016

Berasategui, M. y Hoffman, M. (2009). Enoturismo. Gastronomía para los Negocios.

Universidad de Huelva.

Recuperado de:

<http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>

Último acceso: 04/03/2016.

Cano Piqueras, D. (2008). La evolución del enoturismo conquista al viajero.

Recuperado de: https://www.evadium.com/acerca/NP_20080414

Último acceso: 04/03/2016.

Cata del Vino (2014). ¿Cómo es el Marketing del Enoturismo en Europa?.

Recuperado de: <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/como-es-el-marketing-del-enoturismo-en-europa>

D.O. Rueda.

Recuperado de: <http://www.dorueda.com/es/>

Último acceso: 17/04/2016

El Norte de Castilla. “*Así es mi pueblo*”.

Recuperado de:

http://pueblos.elnortedecastilla.es/segovia/tierras_de_santa_maria_la_real_de_nieva/nieva/datos

Último acceso: 11/03/2016

El País. “*España lidera las exportaciones mundiales de vino pero vende barato*”.

Recuperado de:

http://economia.elpais.com/economia/2016/02/28/actualidad/1456679185_773790.html

Último acceso: 11/03/2016

INE.

Recuperado de: http://www.ine.es/inebmenu/mnu_cifraspob.htm

Último acceso: 08/03/2016.

MARTUÉ:

Recuperado de: <http://www.martue.com/>

Último acceso: 07/05/2016

Rueda.

Recuperado de: <http://www.dorueda.com/es/informaciongeneral/>

Último acceso: 08/03/2016.

Ruta del Vino de Rueda.

Recuperado de: <http://www.rutadelvinoderueda.com/es/>

Último acceso: 28/04/2016

Vinos de España.

Recuperado de:

http://www.winesfromspain.com/icex/cda/controller/pageGen/0,3346,1559872_6763376_6792160_1120_0,00.html

Último acceso: 08/03/2016.

VINTUR. Carta Europea del Enoturismo.

Recuperado de: http://www.recevin.net/downloads/Charte_ES.pdf

Último acceso: 04/03/2016.

VINTUR. Vademecum del Enoturismo Europeo.

Recuperado de:

http://recevin.net/downloads/VADEMECUM_ENOTURISMO_EUROPEO_ES.pdf

Último acceso: 04/03/2016.

Vivanco (2015). Denominaciones de Origen del Vino en España.

Recuperado de:

<http://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>

Último acceso: 04/03/2016.

We blog Turismo (2014). El Enoturismo en España.

Recuperado de: <http://elblogdeturismo.es/el-enoturismo-en-espana/>

Último acceso: 04/03/2016.

ANEXO II:

En el anexo II incluimos la tabla a la que hemos hecho referencia en el apartado 2.3 (Bodegas y Marcas acogidas a la D.O. Rueda), donde aparecen todas las bodegas que pertenecen actualmente a la D.O. Rueda.

NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA
Agrícola Sanz, S.L.	Rueda	Valladolid
Altos de Ontañón, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodega de Sarría, S.A. (PALACIO DE BORNOS)	Rueda	Valladolid
Bodega Gótica, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodega Hermanos del Villar, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodegas de los Herederos del Marqués de Riscal, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodegas Félix Sanz, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodegas Garci Grande, S.A.	Rueda	Valladolid
Bodegas Grupo Yllera, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodegas Menade, S.L.	Rueda	Valladolid
Bodegas Mocén, S.A.	Rueda	Valladolid
Bodegas Pinord, S.A.	Rueda	Valladolid
Bodegas PradoRey, S.L.	Rueda	Valladolid
Explotaciones Agrícolas Páramo de Valdecuevas, S.L.U.	Rueda	Valladolid
Finca Montepedroso, S.L.U.	Rueda	Valladolid
Marqués de la Concordia Family Of Wines	Rueda	Valladolid
Pago Traslagares, S.L.	Rueda	Valladolid
Pagos del Rey, S.L.	Rueda	Valladolid
Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A. (BODEGAS AURA)	Rueda	Valladolid
Velasco Estero, S.L.	Rueda	Valladolid
Vinos Sanz, S.A.	Rueda	Valladolid
Bodegas y Viñedos Shaya, S.L.	Aldeanueva del Codonal	Segovia
Agrícola Castellana Sdad. Coop. Ltda. (CUATRO RAYAS)	La Seca	Valladolid
Ángel Rodríguez Vidal	La Seca	Valladolid
BELONDRADE, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas José Pariente, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Naia, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Pedro Escudero, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Protos, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Teodoro Recio, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Vidal Soblechero, S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas y Viñedos Mayor de Castilla, S.L	La Seca	Valladolid

ANEXO II

Isaac Cantalapiedra, S.L.	La Seca	Valladolid
Javier Sanz Viticultor S.L.	La Seca	Valladolid
Predio de Vascarlón S.L.	La Seca	Valladolid
Sdad. Coop. Bodega Reina de Castilla	La Seca	Valladolid
Sdad. Coop. Valdechimoza	La Seca	Valladolid
Solar de Muñosancho S.L.	La Seca	Valladolid
Bodegas Garciarévalo, S.L.	Matapozuelos	Valladolid
Bodega Matarromera, S.L. (EMINA Medina del Campo)	Medina del Campo	Valladolid
Solana Arco Iris, S.L.	Montejo de Arévalo	Segovia
Álvarez y Díez, S.A.	Nava del Rey	Valladolid
Bodega Valdehermoso, S.L.	Nava del Rey	Valladolid
Bodegas Señorío de Nava, S.A.	Nava del Rey	Valladolid
Sdad. Coop. Viñedos La Granadilla	Nava del Rey	Valladolid
Herrero Vedel, S.L. (HERRERO BODEGA)	Nieva	Segovia
Viñedos de Nieva S.L.	Nieva	Segovia
Bodega La Soterraña, S.L.	Olmedo	Valladolid
Bodegas Félix Lorenzo Cachazo, S.L.	Pozaldez	Valladolid
Bodegas y Viñedos Ángel Lorenzo Cachazo, S.L.	Pozaldez	Valladolid
S.A.T. Rueda Pérez nº 10054-VA	Pozaldez	Valladolid
Arroyo Izquierdo, S.L.	Puras	Valladolid
Viñedos Verderrubi, S.L.	Rubí de Bracamonte	Valladolid
Avelino Vegas, S.A.	Santiuste de San Juan Bautista	Segovia
Bodegas Cerrosol, S.A.	Santiuste de San Juan Bautista	Segovia
Bodegas Val de Vid, S.L.	Serrada	Valladolid
Diez Siglos de Verdejo, S.L.	Serrada	Valladolid
Hijos de Alberto Gutiérrez, S.A. (BODEGAS DE ALBERTO)	Serrada	Valladolid
Unión Vitivinícola, S.A. (MARQUÉS DE CÁCERES)	Serrada	Valladolid
Bodegas Copaboca, S.L.	Torrecilla de la Abadesa	Valladolid
Vicente Sanz Rodilana	Valdestillas	Valladolid
Bodega El Albar Lurton, S.L.	Villafranca de Duero	Valladolid
Selección de Torres, S.L.	Villafranca de Duero	Valladolid
Javier Ruiz	Villanueva de Duero	Valladolid
Bodegas Castelo de Medina, S.A.	Villaverde de Medina	Valladolid
Hijos de Antonio Barceló, S.A.(Finca Caserío de Dueñas)	Villaverde de Medina	Valladolid

Fuente: <http://www.dorueda.com/es/bodegasymarcas/>. Último acceso: 28/03/2016.