

Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Geografía y Ordenación del Territorio

Trabajo Fin de Grado

La creciente importancia del enoturismo en la Denominación de Origen Rueda.

Autor: Adrián Cítores Nieto

Tutora: Milagros Estilita Alario Trigueros

Resumen: El enoturismo como base para el desarrollo rural en la D.O Rueda.

El despoblamiento del medio rural es una realidad que se intensifica año tras año, afectando en mayor medida a los núcleos de menor tamaño donde se encuentran dificultades para la diversificación económica, predominando las actividades agrarias.

Esta pérdida de población, básicamente por emigración, es menos acusada en los grandes núcleos, donde la población se mantiene y en algunos casos aumenta, convirtiéndose en cabeceras comarcales, relacionados de forma compleja con los de menor entidad en base a unos servicios, oferta laboral e infraestructuras.

Las ciudades se están convirtiendo en centros de aglomeración de trabajo y población, masificando las urbes y haciendo perder la relevancia de nuestro medio rural.

Surge de esta manera la incógnita, ¿Será capaz de resistir el abandono el medio rural?, aunque no parece fácil se están construyendo una serie de pilares para dar una respuesta positiva a este problema, mediante una estrategia apoyada en la utilización de los recursos endógenos como fuente fundamental de crecimiento y diversificación económica.

Estos recursos no son comunes en todos los territorios, si no que cada uno tiene sus potencialidades, en este caso vamos a analizar el enoturismo como fuente de riqueza, desarrollo rural, impulso del territorio y freno al despoblamiento en la D.O Rueda.

Palabras clave:

Desarrollo rural, enoturismo, turismo, actividad agraria, denominación de origen, paisaje, recursos, empleo, inmigración, bodegas, rio Duero, Ruta del Vino de Rueda, Denominación de Origen Rueda.



Este Trabajo de Fin de Grado está sujeto a una licencia Creative Commons de: Reconocimiento de la obra – No comercialización – Sin obra derivada.

Abstract: The enotourism as a base for the rural development in the D.O Rueda.

The depopulation of the rural area is a reality that is getting intensify year after year, affecting more severely the smaller areas where there are economical diversification difficulties and the agricultural activities are predominant.

This migration is smaller in bigger areas where the population is stable and in some cases it increases, becoming the head of rural areas, related in a difficult way with the minor ones based on some services, labour supply and infrastructures.

The cities are becoming centres of agglomeration of work and population, making bigger the big towns and losing the importance of our rural environment.

In this way, it appears the big question: Would the rural area be able to resist the abandonment?, the answer seems clear, but some basis are being made to give a positive answer to this issue, a basic strategy is the use of endogenous resources as a key source of economical development and diversification.

These resources are not usual in all territories, each one has their own potentialities, in this case we are going to analyze the enotourism as a source of wealth, rural development, impulse of the territory and as an obstacle to the depopulation in the “D.O Rueda.”

Keywords:

Rural development, wine tourism, tourism, agricultural activity, designation of origin, landscape, resources, employment, immigration, wineries, Duero river, “Ruta del vino de Rueda”, “Denominación de Origen Rueda”.

Índice:

1-Introducción.....	6
2- Un viñedo de vino blanco en las terrazas y campiñas meridionales del Duero.....	9
2.1- Los viñedos de Rueda en el Duero y en España: de un papel secundario a un liderazgo en los blancos de calidad.....	11
3- Las nuevas formas de explotación, el auge del vino y las bodegas.....	21
3.1- El predominio de la explotación vitícola empresarial, con mano de obra inmigrante.....	21
3.2- La expansión sostenida del número de bodegas.....	27
3.3-Crecimiento progresivo de la comercialización y nuevos mercados.....	30
4- El enoturismo en la Denominación de Origen Rueda.....	32
4.1- Oferta de turismo enológico.....	34
4.2- Relación del enoturismo con el impulso de la economía rural: Ruta del Vino de Rueda.....	42
5- Los servicios turísticos en el espacio de la D.O Rueda, el alojamiento.....	52
5.2- Restauración y otros servicios complementarios.....	55
6-Una demanda turística creciente.....	58
7- Conclusiones: el turismo enológico, una actividad con futuro.....	63
8-Bibliografía y webgrafía.....	69
9-Índice de gráficos, mapas e imágenes.....	71



Table of contents:

1-Introduction.....	6
2-A vineyard of white wine in the terraces and southern countrysides of Duero.....	9
2.1- The Rueda’s vineyards at the Duero and in Spain: from a secondary role to a leadership in the quality white wine market.....	11
3- The new ways of exploitation and the wine and cellars boom.....	21
3.1- The predominance of the entrepreneurial wine production exploitation, with immigrant labour.....	21
3.2- The sustained expansion of the amount of wine cellars and the Rueda’s wine market.....	27
3.3- Progressive increase of the commercialization and new markets.....	30
4- The enoturismo in the “Denominación de Origen Rueda.”.....	32
4.1- The offer of wine tourism.....	34
4.2- The relation of the wine tourism with the impulse of the rural economy: Route “Vino de Rueda.”.....	42
5- The touristic services in the area of the “D.O Rueda,” the rural accommodation.....	52
5.2-Catering and other complementary services.....	55
6- An increasing touristic demand.....	58
7- Conclusions: wine tourism, an activity with future.....	63
8- Websites and bibliograpy.....	69
9- Table of graphics, maps and pictures.....	71

1-Introducción.

A lo largo de las siguientes páginas presento mi Trabajo de Fin de Grado, referente al curso académico 2019-2020 último paso antes de obtener el título de Geografía y Ordenación del Territorio, donde plasmare los conocimientos y habilidades obtenidas a lo largo del grado, cumpliendo también con los requisitos formales y de redacción requeridos por el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Valladolid.

Me lleva a realizar este trabajo la constatación de la importancia del turismo en el actual modelo de desarrollo rural. En este caso voy a analizar una serie de productos turísticos en concreto y de un ámbito determinado, el enoturismo y sus derivados en el área de la D.O. Rueda, así como su peso y relevancia en el entorno al que afecta.

Para analizar y comprender esta adaptación del espacio a este tipo de turismo en base a unos recursos endógenos como es el cultivo de la vid, variedades propias, formas de producción y elaboración, se ha utilizado una metodología cuantitativa basada en la información de fuentes oficiales de la Junta de Castilla y León, como el SIE¹, ACEVIN² para recopilar datos sobre visitantes y establecimientos, la Ruta del Vino de Rueda y la propia Denominación de Origen Rueda, en lo referente a bodegas, producción, servicios y visitantes. Información que se completa con bibliografía. Datos procesados mediante programas de ordenación alfanumérica, así como una redacción de las explicaciones de estos estudios sobre el tema.

Esta visión cuantitativa y de carácter más descriptivo se completa mediante una metodología cualitativa con el trabajo de campo directo en el espacio de la denominación de origen. Se han realizado visitas³ y entrevistas telefónicas⁴ a una serie de bodegas estratégicas y diferenciadas para poder analizar e interpretar el enoturismo y los servicios

¹ SIE: Sistema de información estadística.

² ACEVIN: Asociación Española de Ciudades del Vino

³ Grupo Yllera, Bodegas Viore, y Bodegas Javier Sanz como productores y servicios enoturísticos de la D.O Rueda, de forma comparativa las Bodegas Arzuaga de la D.O Ribera del Duero, disfrutando de un paquete enoturístico básico, visita más cata.

⁴ Bodegas Campo Eliseo con el responsable de turismo.

que ofrecen con su hilo conductor, el vino. Información completada con visitas y entrevistas a responsables turísticos municipales del ayuntamiento de La Seca.

Por otro lado, utilizare información recopilada de unas jornadas de trabajo grupal, con metodología de cartografía colaborativa, realizadas en La Seca en marzo de 2017, municipio situado en el corazón de la D.O donde se analizó el arraigo cultural mediante un sondeo y ciertas preguntas, realizadas a diferentes miembros de la población que dieron una visión de la sociedad sobre su territorio.

El grupo estaba compuesto por diez personas de mediana hasta avanzada edad, todos con perfiles relacionados con el vino en mayor o menor medida, desde funcionarios de la administración pública con un modesto viñedo familiar para consumo propio, pasando por nuevos viticultores de corrientes ecologistas hasta grandes productores de vino y exportadores.

La idea al ser un grupo reducido era obtener una visión de los diferentes estratos de la población sobre el territorio, por lo tanto, se comenzó la sesión de forma conjunta con una serie de preguntas abiertas no condicionantes sobre el espacio y apoyándonos con la cartografía de la zona de estudio para que los sujetos pudiesen identificar los sitios que para ellos evocaban alguna de las sensaciones que les indicásemos.

Con todo este trabajo se pretende analizar la realidad actual de la producción vitivinícola en el entorno estudiado, pero sobre todo los productos relacionados que han dado un nuevo enfoque a la realidad territorial que hasta hace unos años estaba enfocada en la producción de vino, pero en la actualidad se complementa cada vez más con el desarrollo de otras actividades como el enoturismo, que ha tomado gran importancia, diferenciando así este espacio e impulsándolo desde otra perspectiva.

1-Introduction.

In the next pages I will be presenting my end-of-degree project, relating to the 2019-2020 year, last step before getting the college degree in Geography and Territorial Planning. I will reflect the knowledges and skills I obtained throughout the degree, meeting the formal and writing requirements demanded by the Geography and Territorial Planning Department and Valladolid University.

The realisation of the importance of tourism and the current system of rural devolpment leads me to make this project, in this case I am going to analyze a few touristic products from a particular field, the enotourism and its derivatives in the “D.O Rueda,” as well as it importance in the environment it affects.

To analyze and comprehend the adaptation of the area to this type of tourism based on endogenous resources as vine cultivation, varieties, ways of production and elaboration, I will be using a quantitative methodology based on information of official sources of “Junta de Castilla y León,” such as “SIE,” “ACEVIN” to collect info about visitants and establishments, The “Ruta del Vino de Rueda” and the “Denominación de Origen Rueda” regarding wine cellars, production, services and visitants, bibliographic information, data i will process through alphanumeric management programs, as well as writing the explanations of this studies about the topic.

This quantitative and descriptive vision is complemented through a qualitative methodology with the work on the field in the area of the D.O. We will visit a few strategic and distinctive wine cellars so we can analyze and understand the enotourism based on the services they offer based on the main theme, the wine.

On the other hand, I will use information collected from a team work session made in La Seca on March 2017, municipality situated in the centre of the D.O, where I pretended to analyze the cultural roots through a survey and certain questions asked to different people of the zone that gave me a vision of the society on territory.

The group was formed by ten people from medium age to old age, all the profiles were related to the wine, from administration officials to a modest vineyard for self-

consumption, through new winegrowers of the environmental movement and big winemakers and exporters.

Being a small group, the idea was to obtain a vision of the different layers of population on the territory, so the session was jointly initiated with questions about the space and leaning on the cartography of the zone so the individuals could be able to identify the places that evoked them any of the sensations that we point.

With all this work I will analyze the current reality of the wine production in the studied environment, above all, the related products that have given a new perspective to the territorial reality, that a few years ago was focused in the production of wine, but in the present is even more complemented with the development of other activities as the enotourism, which has taken a big importance, distinguishing this area and giving it impulse from another perspective.

2- Un viñedo de vino blanco en las terrazas y campiñas meridionales del Duero.

Contextualizando para entender de forma más precisa el estudio que vamos a realizar a lo largo de estas páginas, vamos a comenzar remarcando los elementos de la D.O Rueda con referencia a su elemento definitorio, el río Duero, sin olvidar sus afluentes como el Trabancos, Zapardiel y Adaja.

El espacio de la D.O Rueda se sitúa en la cuenca del Duero, en el área central que forma esta depresión, sobre un tipo de relieve suavemente alomado, trabajado por los ríos anteriormente mencionados que un día fueron los que erosionaron el entorno, dando lugar a las formas que hoy vemos y ligeramente más elevado en altitud que el entorno colindante.

El clima mediterráneo de interior que se ve influenciado por las características geomorfológicas y de altitud (entre 600m y 800m) se define por su carácter contrastado, de bajas temperaturas, 5 meses con temperaturas medias por debajo de los 10°C y escasas precipitaciones, entre 300mm y 500mm anuales, obligando a la cepa a penetrar con su sistema radicular en busca de humedad y recursos para su propia vida, ya que este rango

de precipitaciones podemos considerarlas críticas para el desarrollo vegetal, haciendo plantas duras y resistentes, siendo aquí donde encontramos la verdadera clave y la diferenciación de la D.O Rueda frente al resto de los viñedos del Duero.

Nos encontramos con suelos sueltos de canto rodado, transportados por el río Duero y depositados en lo que un día fue su cauce pero que ahora no quedan más que sus terrazas fluviales y relieves donde las suaves lomas interrumpen levemente la vista hacia el horizonte, dejando lugar a un espacio idóneo para el cultivo de la vid, por su carácter filtrante con buen drenaje y oxigenación.



Imagen 1: Suelos de canto rodado en Serrada, tipo predominante en la D.O Rueda. A. Cítores.

Por otro lado, los minerales principales que encontramos en estos suelos cascajosos son el calcio y el magnesio que junto con un pH que oscila entre 7 y 8, hacen que los viñedos del área estudiada sean únicos, sobre todo por sus particulares suelos que confieren un

ciclo vital a la planta completamente diferente al resto, como bien puntualiza el consejo regular de la denominación de origen. (*D.O Rueda, www.dorueta.com/es/, consultado 26/09/2019*)

Estas características climáticas y espaciales configuradas por el río Duero dan lugar a un espacio idóneo para el cultivo de la vid y la producción del vino, con un carácter muy marcado y diferenciado del resto de denominaciones de origen que podemos encontrar a lo largo de su recorrido, pues nos encontramos claramente ante un río vitivinícola.

2.1- Los viñedos de Rueda en el Duero y en España: de un papel secundario a un liderazgo en los blancos de calidad.

El buque insignia de Rueda es el vino blanco, que ha convertido a este espacio en una de las pocas zonas especializadas en estos vinos de toda Europa, concretamente verdejo, nombre que recibe de la variedad de uva así denominada históricamente como podemos observar en los archivos de la D.O y en muchas de sus antiguas bodegas. Tenemos que hacer hincapié en este tipo de uva con personalidad propia que, como reza la D.O Rueda, es su variedad autóctona y la más valorada en todas las campiñas meridionales del Duero, la que más extensión ocupa y con gran reconocimiento internacional.



Imagen 2: Racimo de uvas de la variedad verdejo. Fuente: Bodega Matarromera.

No podemos olvidar que históricamente esto no fue siempre así. Antes de la puesta en marcha de la D.O encontramos una falta de carácter, una búsqueda de identidad que llevó,

en la década de los 30, 50 o 70, a la sustitución del verdejo por otras variedades foráneas. La producción se basaba en variedades como Palomino Fino, Viura o Sauvignon Blanc.

Será cuando tome importancia la variedad verdejo el momento en el que este espacio empezará a ser único, así como sus vinos y donde podremos ver una evolución, desde un papel secundario a un liderazgo en los blancos a partir de la década de los ochenta, coincidiendo con la puesta en marcha de la D.O. No podemos olvidar, que abrió paso al resto, siendo la primera de todo Castilla y León, aprobada el 12 de Enero de 1980, tras una intenso trabajo y búsqueda de protección de la variedad autóctona verdejo, y la segunda en España por detrás de la D.O Rioja, que surge el 6 de junio de 1925.

Este crecimiento comienza de forma progresiva durante las dos primeras décadas desde la creación de la D.O, pero será desde comienzos del siglo XXI hasta la actualidad cuando quedará claro el potencial, aumentando significativamente la producción, comercialización y exportación, siendo patente su avance y renombre sobre todo en cuanto a la variedad verdejo que será considerada la joya de la corona y que dará la personalidad a esta denominación, mundialmente conocida. (*Molina et al, 2018*)

De hecho, en la actualidad el 97% de la superficie de viñedo corresponde a los blancos, con tendencia a la monoespecialización varietal del verdejo. Esta clara evolución de las variedades de blanco y más concretamente de la variedad verdejo podemos observarla analizando el grafico 1:

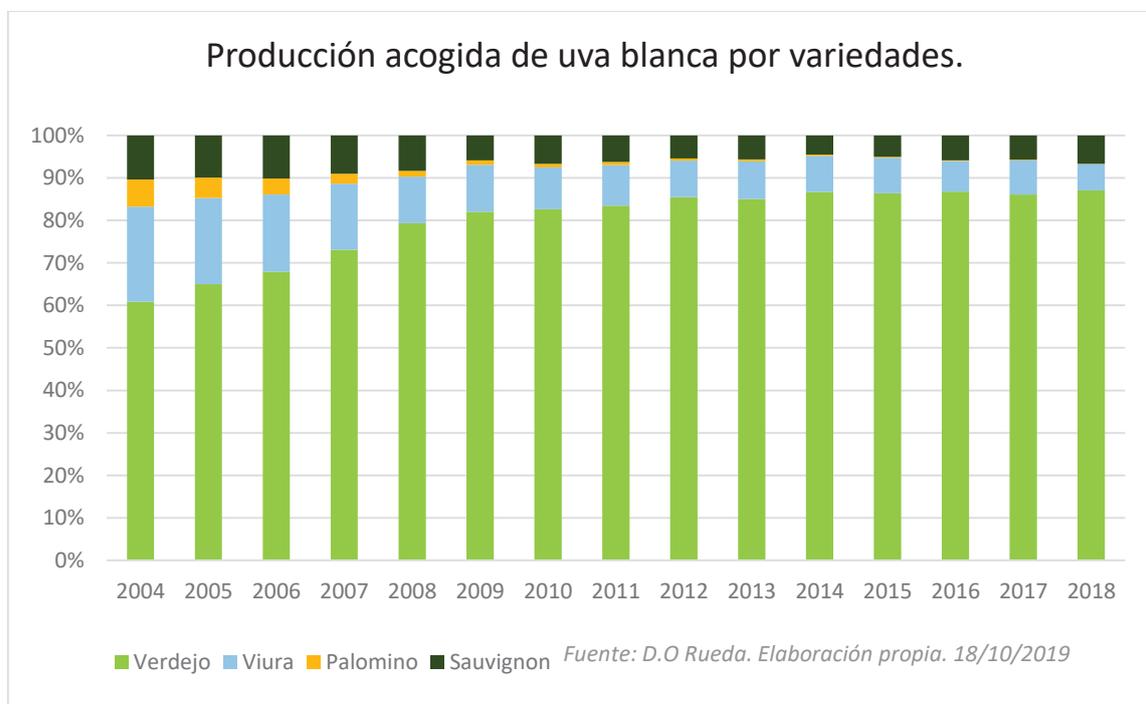


Gráfico 1: Producción acogida de uva blanca por variedades 2004-2018 Fuente D.O Rueda.

La relevancia de los blancos es clara, como veremos después, y destaca especialmente el verdejo, mejorando año tras año y aumentando su producción, con una cuota de mercado del 36,2% en vinos blancos, según confirma la D.O, siendo en 2012 cuando alcanza el primer puesto en vinos blancos y el tercero en el conjunto de vinos con respecto al resto de denominaciones de origen de España con un 8,7% de cuota de mercado.

Como se aprecia en el gráfico 1, donde desglosamos la importancia por variedades blancas en la D.O Rueda, el verdejo, se ha convertido en la verdadera seña de identidad, sobre todo en los últimos años, pasando de un 60% en 2004 a casi un 90% del total de la producción de blanco en el pasado 2018, remarcando la tendencia hacia los blancos de calidad, tomando el primer puesto de estos y dejando clara la importancia de algo único, con personalidad y carácter. En efecto, el vino blanco verdejo se ha convertido en el elemento identitario de este espacio y constituye la base de todo el estudio posterior, ya que en torno a él surgen el resto de propuestas turísticas y comerciales en base a la explotación, paisaje y caldos reseñables de este espacio.

No podemos olvidar que la tradición vitivinícola de esta zona es muy antigua, con fuertes fluctuaciones de extensión e importancia del viñedo. Ha pasado por diferentes etapas, pues a mediados del siglo XIX se habla incluso de unas 50.000 ha de viñedo en la provincia de Valladolid (de Castro Rodríguez, 2016: 4) que, tras la llegada de la filoxera, quedaron muy mermadas debido a los estragos que causó este insecto en forma de plaga y, por efecto de la cual, estos espacios devastados se orientaron a cultivos cerealistas de secano, más rentables por esa época.

No será hasta el primer quinquenio (1985) de funcionamiento de la D.O cuando volveremos a tener datos sobre la superficie que ocupaban las viñas, concretamente 7.352 ha (Molinero Hernando, 2011. 90).

Superficie variedades blancas y tintas			
Año	UVA BLANCA	UVA TINTA	Superficie total (ha)
2001	5.533,43	1.272,63	6.806,06
2002	5.721,27	1.542,90	7.264,17
2003	5.697,74	1.665,85	7.363,59
2004	5.954,54	1.646,85	7.601,39
2005	6.235,68	1.529,53	7.765,21
2006	6.524,30	1.236,44	7.760,74
2007	8.075,40	963,23	9.038,63
2008	9.141,15	804,65	9.945,80
2009	9.991,28	751,58	10.742,86
2010	11.013,30	725,87	11.739,17
2011	11.893,14	696,43	12.589,57
2012	12.162,70	691,18	12.853,88
2013	12.252,38	690,24	12.942,62
2014	12.321,67	673,56	12.995,23
2015	12.441,26	633,2	13.074,46
2016	13.072,47	456,67	13.529,14
2017	14.264,18	488,96	14.753,14
2018	15.904,31	454,02	16.358,33

Fuente: D.O Rueda. Elaboración propia.

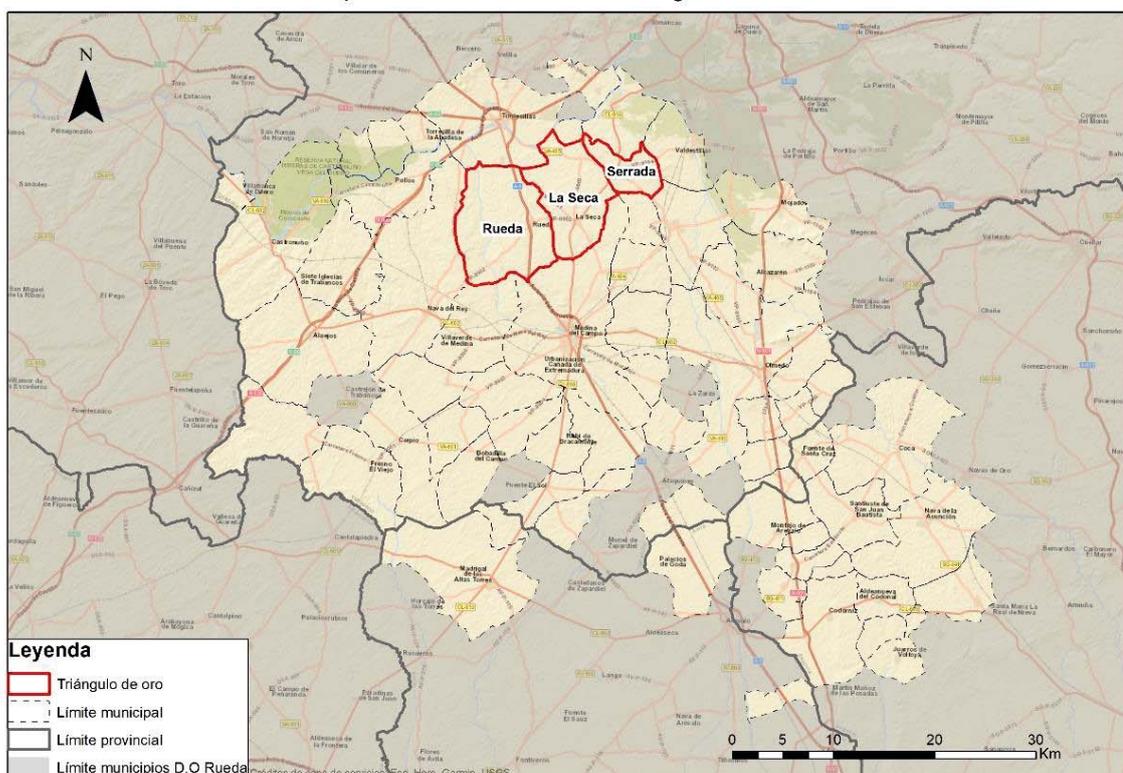
Tabla1: Superficie variedades blancas y tintas 2001-2018. Fuente D.O Rueda.

Según los datos que aporta la D.O Rueda, con actualización del 2018, la superficie de variedades inscrita es de 16.358 ha, más del doble con respecto a las últimas cifras citadas. La expansión del cultivo es reciente, pues la extensión de los viñedos se mantiene estable hasta 2002, con prácticamente las mismas hectáreas (7.245 ha) poniendo de manifiesto que este crecimiento exponencial se ha producido en apenas quince años.

Si observamos la tabla 1 podemos remarcar, además, que el importante incremento de superficie inscrita total, pasando de algo más de 6.806 ha en 2001 a casi el triple en 2018, 16.358 ha se relaciona, directamente y sin ningún tipo de duda, con el ya señalado predominio de los blancos. En efecto, en los últimos dieciocho años la superficie acogida a la D.O ha ido aumentando, pero no de forma uniforme, pues son los viñedos de uva blanca los que mantienen un crecimiento exponencial, de 5.533 ha en 2001 a 15.904 en 2018 con una tendencia claramente diferenciadora entre ambos, pues el viñedo de tinto no solo no aumenta si no que decrece, ocupando esté un espacio claramente menor al que ocupa el blanco. La superficie de tinto pierde un 73% entre el 2003, año donde más hectáreas inscritas había, y el 2018, donde ya solo cuenta con 454 hectáreas de las 1.665 que tenía en 2003. El viñedo blanco ocupa el 97% de la superficie acogida a la D.O.

Esta fuerte especialización, que no ha dejado de avanzar en los últimos 15 años de manera muy agresiva, expresa la necesidad de focalizar los esfuerzos en un producto propio, que se diferencia de otras denominaciones de origen. Se aprovecha la visibilidad cada vez más mediatizada y conocida por inercia propia de las variedades blancas, dejando a otras denominaciones como la de Rioja o Ribera del Duero competir por los puestos referentes a los tintos donde su potencial es mayor que la de Rueda, decidiendo no abrir una guerra donde sus recursos endógenos no son los más fuertes.

Municipios de la Denominación de Origen Rueda



Elaboración: Adrián Cítores Nieto

Mapa 1: Extensión de la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda. Elaboración propia

Son 65 los municipios acogidos a la D.O que tienen viñedos registrados en mayor o menor medida (Mapa 1), en algunos casos son localidades, lo que hace muy complejo identificar con exactitud los límites, por ejemplo nos encontramos la localidad de Bernuy de Coca, perteneciente a Santiuste de San Juan Bautista, Montuenga perteneciente a Codorniz o Villagonzalo de Coca que forma parte del municipio Segoviano de Coca pero este último no está acogido en su totalidad, obligando a señalarlo en el mapa pero remarcando que solo algunas parcelas están acogidas.

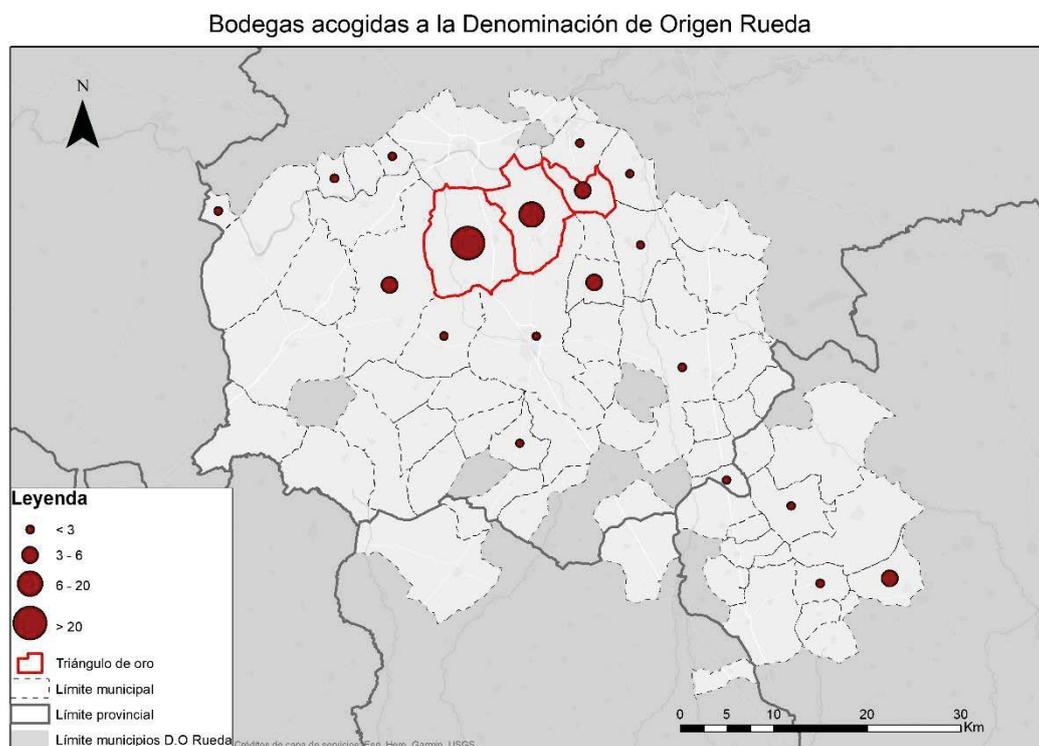


Relación de viñedos de uva blanca, tinta y número de bodegas por municipio.					
	Municipio	Viñedo uva blanca	Viñedo uva tinta	Total Ha viñedo	Nº de Bodegas
Avila	Blasconuño de matcabras	3,6003		3,6003	
	Madrigal Las Altas Torres	47,9664		47,9664	
	Orbita	15,2954	0,062	15,3574	
	Palacios de Goda	15,373	3,104	18,477	
Total Av		82,2351	3,166	85,4011	0
Segovia	Aldeanueva	203,2019		203,2019	1
	Aldehuela	68,7472	2,0853	70,8325	
	Bernuy De Coca	8,5502		8,5502	
	Codomiz	133,378	0,55	133,928	
	Fuente De Santa Cruz	3,07		3,07	
	Juarros De Voltoya	4,5426		4,5426	
	Montejo de Arevalo	17,8352	3,3587	21,1939	
	Montuenga	25,4667		25,4667	
	Moraleja De Coca	98,064		98,064	
	Nava De La Asuncion	65,4653	3,0967	68,562	
	Nieva	117,265	3,2057	120,4707	3
	Rapariegos	17,3957		17,3957	
	San Cristobal De La Vega	30,1058		30,1058	
Santiuste San Juan B.	108,9686	0,3403	109,3089	2	
Tolocirio	0,772		0,772		
Villagonzalo De Coca	11,6878		11,6878		
Total SG		914,516	12,6367	927,1527	6
Valladolid	Aguasal	6,8696		6,8696	
	Alaejos	115,9623		115,9623	
	Alcazaren	79,7331	0,2751	80,0082	
	Almenara De Adaja	21,8095		21,8095	
	Bobadilla del Campo	21,134		21,134	
	Bocigas	20,7508	0,5	21,2508	
	Brahojos De Medina	15,1399		15,1399	
	Carpio	80,3624	0,8374	81,1998	
	Castronuño	70,72	6,0721	76,7921	
	El Campillo	187,1939		187,1939	
	Fresno el Viejo	4,2376		4,2376	
	Fuente El Sol	9,0999		9,0999	
	Fuente Olmedo	0,8315		0,8315	
	Hornillos	190,0272		190,0272	
	La Seca	3013,8488	73,4829	3087,3317	17
	Llano de Olmedo	28,2716		28,2716	
	Lomoviejo	29,0657		29,0657	
	Matapozuelos	296,7097	21,6301	318,3398	1
	Medina del Campo	1143,5684	15,8331	1159,4015	1
	Mojados	7,9976		7,9976	
	Moraleja de las Panaderas	10,2761		10,2761	
	Nava Del Rey	628,1255	6,0686	634,1941	4
	Nueva Villa De Las Torres	106,5017		106,5017	
	Olmedo	92,5912	4,2794	96,8706	1
	Pollos	170,2483	32,1159	202,3642	
	Pozal De Gallinas	253,6695	2,02	255,6895	
	Pozaldez	436,0431	10,0098	446,0529	3
	Puras	13,8167		13,8167	1
	Ramiro	1,1897		1,1897	
	Rubi de Bracamonte	45,398		45,398	1
	Rueda	1853,6452	93,7944	1947,4396	22
	San Pablo de la Moraleja	6,817		6,817	
	San Vicente del Palacio	14,2908		14,2908	
Serrada	802,5755	43,6122	846,1877	4	
Sieteiglesias de Trabanco	16,7084		16,7084		
Tordesillas	74,061		74,061		
Torreclilla De La Abadesa	432,8816		432,8816	1	
Torreclilla de la Orden	97,8287		97,8287		
Valdestillas	457,6091	51,5215	509,1306	1	
Velascalvaro	37,7947	1	38,7947		
Ventosa De La Cuesta	335,9869	12,8406	348,8275		
Villafranca de Duero	23,6424	2	25,6424	2	
Villalba De Adaja	1,1215		1,1215		
Villanueva de Duero	351,8189	11,303	363,1219	1	
Villaverde De Medina	500,9591	18,5396	519,4987	2	
Total VA		12108,9341	407,7357	12516,6698	62
Total D.O		13105,6852	423,5384	13529,2236	68

Fuente: D.O Rueda, datos 2016. Elaboración propia. 12/11/2019

Tabla 2: Relación por tipo de viñedo, uva blanca o tinta, expresado en ha y Nº de Bodegas acogidas a la D.O por municipio. Fuente: D.O Rueda. Elaboración propia.

A escala local también podemos observar, en el desglose por municipios y superficie de viñedo de uva blanca y tinta de la tabla 2, la diferencia abismal entre ambas clases de uva. Se aprecian, igualmente, las enormes diferencias entre municipios en lo que a peso del cultivo de la vid se refiere. Espacialmente hablando, esta evolución y expansión conforma un paisaje caracterizado por el viñedo, que es mucho más claro sobre todo en el área central vallisoletana, especialmente los municipios de La Seca, Rueda y Serrada, indicando la fuerte recuperación del viñedo en lugares donde se había producido una fuerte reducción.



Elaboración: Adrián Cítores Nieto

Mapa 2: Concentración de bodegas acogidas en la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda. Elaboración propia.

Aunque la D.O tiene su mayor extensión en la provincia de Valladolid, también engloba Segovia y Ávila, pero es Valladolid en su parte sur la que concentra el mayor número de bodegas y viñedos. Según la relación de bodegas acogidas a la D.O Rueda de las 68 registradas a 26/09/2019, 62 pertenecen a Valladolid, mientras que las otras 6 están en la provincia de Segovia, no habiendo en la actualidad ninguna en Ávila. (Mapa 2)

Para comprender más esta realidad territorial es muy ilustrativo hablar sobre la concentración de bodegas por municipios, apoyándonos en el mapa 2, pues el reparto de estas no es ni mucho menos homogéneo en el territorio ocupado por la D.O⁵, más bien desigual si nos centramos en el número de bodegas y extensión del viñedo (Tabla2).

En esta distribución desigual destacan sin duda tres grandes focos vitivinícolas de gran tradición, La Seca, Serrada y Rueda (con fondo gris en la tabla 2 y remarcados en rojo en el mapa 1) donde su sector económico más importante gira en torno al vino. Rueda, con 22 bodegas y 1.947 ha, La Seca con 17 bodegas y 3.087 ha, Serrada con 4 bodegas y 846 ha de viñedo, constituyen la parte más representativa de la D.O, ya que entre estos tres municipios se reparten el 59% del total de las bodegas acogidas a la D.O y el 43% del espacio dedicado al cultivo de viñedos reconocidos, conformando así lo que se suele denominar el “triángulo de oro”.



Imagen 3: Paisaje caracterizado por el viñedo en el municipio de La Seca. A.Citores.

⁵ La puesta en marcha de la D.O marca un antes y un después en la superficie de viñedo, cantidad y calidad de la producción vitivinícola.

Cabe destacar que a la expansión del sector vitivinícola, directamente relacionada con la explotación directa del vino como recurso económico, acompañan otros los productos asociados a este, como enoturismo, alojamientos y otros de los que hablaremos posteriormente.

El claro aumento de superficie de cultivo dedicada al viñedo, así como el aumento del número de bodegas, sobre todo desde el inicio del siglo hasta la actualidad ha consolidado un paisaje vitivinícola como seña de identidad. Sin embargo, el número de viticultores no aumenta significativamente pasando de 1.300 a 1.478 lo que nos indica dos cosas, en primer lugar, que la tradición sobre el cultivo de la vid ya estaba muy arraigada y por otro lado que las superficies cultivadas pasan a ser de mayores dimensiones, explotadas por empresas más grandes. (Molina et al, 2018)



Imagen 4: Bodega de carácter empresarial en Rueda. A. Cítores.

El viñedo ha formado parte de la historia social y economía de sus habitantes como puede apreciarse en las respuestas obtenidas de la entrevista grupal realizada. En cuanto al paisaje y patrimonio la percepción es coincidente sobre el viñedo, siendo éste el que define el territorio, para ellos muy importante pues sienten orgullo de su territorio y que forman parte de este conjunto. Así mismo en cuanto al patrimonio inmaterial relacionado con las fiestas patronales y la fiesta del verdejo, dejan patente una vez más su relación y sentimiento hacia éste.

3- Las nuevas formas de explotación, el auge del vino y las bodegas.

En la actualidad nos encontramos con una fuerte mecanización del campo y nuevos horizontes en cuanto al cultivo del viñedo, hecho que podemos confirmar con los datos anteriores ya que la superficie de cultivo ha aumentado considerablemente pero no lo ha hecho el número de viticultores, lo que nos indica dos cosas, que el tamaño de las explotaciones es mayor, encontrando grandes extensiones de viñedo, así como una gran especialización en la técnica y aprovechamiento de los productos vitivinícolas, al contrario de lo que sucedía antiguamente, cuando existían muchas explotaciones pequeñas, de carácter complementario, que suponían un añadido a la actividad principal, generalmente producciones agrícolas de cereal.

3.1- El predominio de la explotación vitícola empresarial, con mano de obra inmigrante.

Uno de los pilares fundamentales de esta nueva forma de economía es la mecanización del campo, así como disponer de la mano de obra adecuada, todo en busca de la rentabilidad que permita mantener un producto de calidad a precios competitivos, tanto en el mercado nacional como en el exterior.

En esta búsqueda de rentabilidad hay que destacar algunos cambios significativos en el sistema de cultivo. Así, por lo que refiere a la forma de plantación, se ha pasado de la plantación en vaso, al absoluto predominio de la espaldera.



Imagen 5: Viñedos en espaldera. A. Cítores.

Tradicionalmente se hacía en vaso, a marco real, que consiste en la plantación de la viña sin ningún tipo de guía auxiliar más que la poda, que generaba un paisaje más agradable y de calidad, aunque más susceptible de enfermedades fúngicas, pues está más pegada al suelo, con menor productividad y una dificultad de manejo añadida pues no se puede mecanizar su cultivo. En la actualidad, este sistema ha sido sustituido por el de conducción por espaldera, clave para la mecanización ya que utiliza un entramado, generalmente de hierro y alambres, para guiar las ramas de la viña, facilitando las tareas de poda y vendimia, además comienza a producir antes y en mayor cantidad debido a que se puede sembrar una viña por cada metro, dejando dos entre espaldera y espaldera (2 x 1,5) generando plantaciones de mayor densidad frente al tradicional tres por tres de la plantación en vaso (3 x 3).

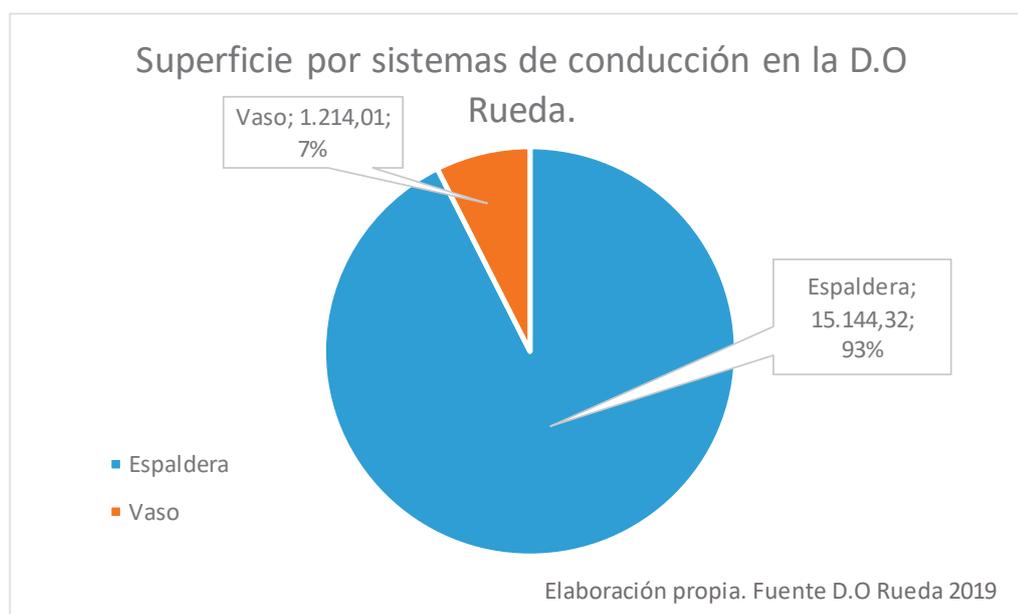


Gráfico 2: Superficie de viñedo por sistemas de conducción expresado en hectáreas.

Los datos del gráfico 2 son muy ilustrativos de este proceso y manifiestan la clara relevancia de la plantación en espaldera, las 15.144,32 ha, 93% del total de las acogidas a la D.O, dedicadas a un cultivo intensivo y muy productivo demuestran la clara orientación hacia un modelo productivista adaptado a los mercados actuales, que exigen cada vez una mayor productividad y calidad.



Imagen 6: Viñedos de nueva plantación en espaldera, iniciando la guía mediante el sistema de alambres en La Seca. A. Citores, 2020.

Por el contrario, la plantación en vaso, es el 7% del total, con 1.214,01 hectáreas, ahora bien, su valor excede al meramente productivo, pues como comentare más adelante este tipo de cultivo tradicional es más valorado, paisajísticamente hablando, y genera otros beneficios, básicos en el desarrollo del turismo enológico.



Imagen 7: Viñedos en vaso del municipio de La Seca. Fuente propia.

A pesar de la mecanización del campo sobre la que veníamos hablando, el uso de mano de obra sigue siendo necesario, sobre todo en las tareas de poda y vendimia. Es aquí donde entra en juego la mano de obra inmigrante, que se ha convertido en un factor fundamental en el mantenimiento del viñedo, pues este tipo de trabajos son poco cualificados, requieren gran esfuerzo físico y son poco remunerados.

Relación lugar de nacimiento en el extranjero y residencia frente a población total.			
Lugar de nacimiento en el extranjero y residencia en los municipios de la D.O		Población total	
1996	2018	1996	2018
499	4.774	67.683	64.625
Elaboración propia. Fuente: SIE, Padrón Municipal 2018 y 1996			

Tabla 3: Residentes en los municipios de la D.O Rueda con lugar de nacimiento en el extranjero y población total. Fuente: SIE, Padrón municipal 2018. Elaboración propia.

De esta manera con la tabla 3 podemos confirmar este hecho, pues observamos la evolución de población con lugar de nacimiento en el extranjero y residencia en los municipios de la D.O. En 1996 no era un segmento de la población relevante, tan solo agrupaba 499 personas de 67.683 del total, menos del 1%, por lo tanto, el empleo de este tipo de mano de obra no estaba extendida y la llegada de inmigrantes no era generalizada. Si analizamos los datos más recientes del padrón municipal 2018 hay un claro aumento de población inmigrante, hasta las 4.774 personas, la mayoría de nacionalidad europea (3.849 personas), principalmente de Bulgaria y Rumania, que representan un 7,38% de los 64.625 habitantes totales. Realizando un sondeo a pie de calle y preguntando a varios agricultores el porqué de este hecho confirman que los trabajadores extranjeros son muy eficientes en las labores del campo y que los jóvenes residentes de nacionalidad española del propio municipio optan por otros trabajos más cualificados y menos sacrificados.

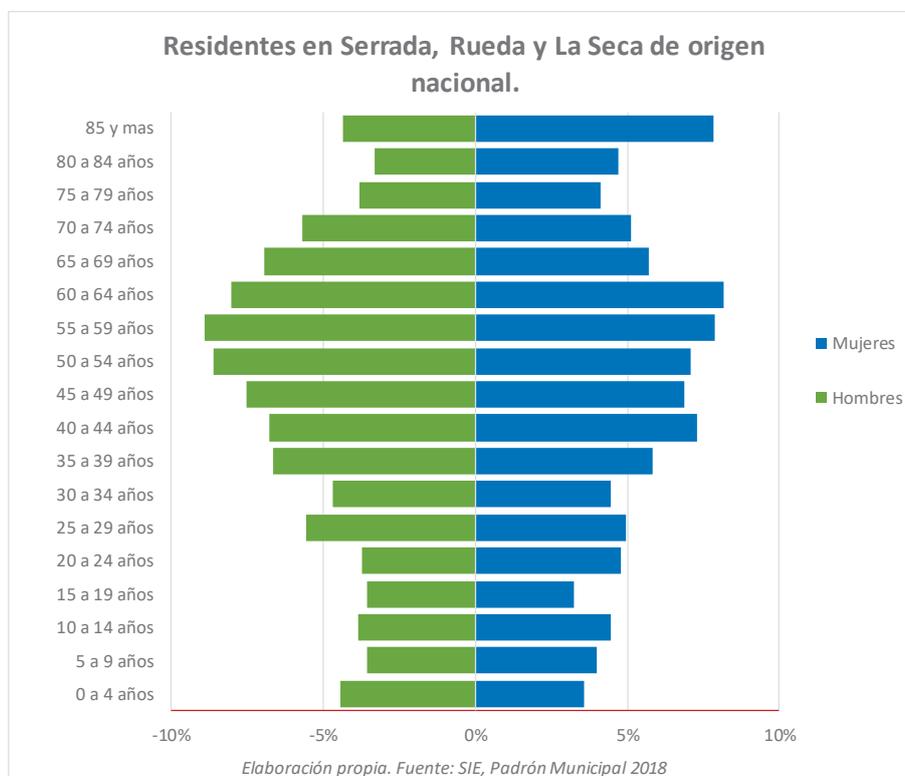


Gráfico 3: Pirámide de población de residentes de origen nacional en el núcleo de la D.O Rueda. (Serrada, Rueda y La Seca) sin población inmigrante. Fuente: SIE, Padrón municipal 2018. Elaboración propia.

Analizando las pirámides de población del núcleo de la D.O, Serrada, Rueda y La Seca (Gráfico 3 y 4) observamos una clara diferencia entre la población inmigrante y la total, extrayendo de esta última los residentes con lugar de nacimiento en el extranjero para clarificar aún más el estudio. En el gráfico 3 vemos una población con clara tendencia al envejecimiento, hecho que es acusado en el medio rural y sobre todo en Castilla y León como confirma la forma ancha en su parte superior y estrecha en la base, pocos nacimientos frente a grupos de edad avanzados. Esto nos indica que no hay una mano de obra joven, al contrario de lo que vemos en el gráfico 4 referente a la población inmigrante, que responde a un modelo claro de inmigración económica. Su objetivo al llegar aquí es trabajar e intentar mejorar la calidad de vida que tenían en sus países de origen, laborando en el campo, principalmente en el cultivo de la vid. Por lo tanto, aparte de ofrecer mano de obra rejuvenecen los núcleos de población y favorecen un cambio positivo al cada vez más acusado envejecimiento de estos.

El peso de la población inmigrante es bastante importante en los municipios, algo que no se puede obviar y que seguirá aumentando con el paso de los años como hemos visto en la tabla 3 con una tendencia positiva.

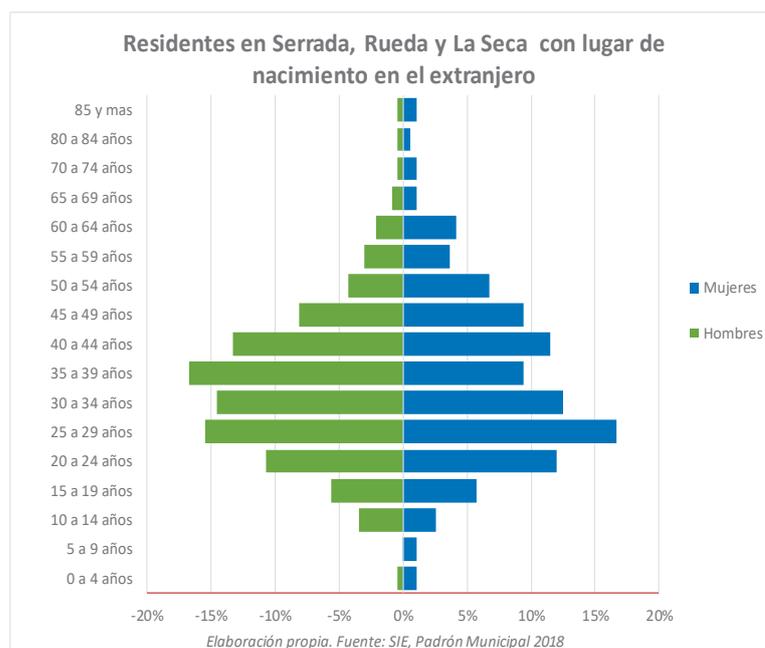


Gráfico 4: Pirámide de población de residentes en el núcleo de la D.O Rueda. (Serrada, Rueda y La Seca) con lugar de nacimiento en el extranjero. Fuente: SIE, Padrón municipal 2018.
Elaboración propia.

Podemos observar su forma, característica de una pirámide de inmigración laboral, ancha en su parte media e inferior lo que nos indica que la población de origen extranjero es joven, comprendida entre los 15 y 49 años lo que ratifica nuestra afirmación anterior, población en edad de trabajar, esto se hace más patente entre los rangos de 25 a 39 años pues los trabajos del campo son duros debido al esfuerzo físico y a las temperaturas, generalmente calurosas en vendimia y muy frías en poda, desempeños que no todo el mundo puede soportar jornada tras jornada.

Por otro lado, si nos centramos en los grupos de edad de 0 a 9 años y de 69 a 85 vemos que el número de personas que comprenden estos grupos de edad son marginales, esto tiene una razón de ser y es que principalmente los inmigrantes vienen en busca de trabajo y en contadas ocasiones como podemos observar traen a parte de su familia, bien hijos,

padres y/o abuelos para darles una mejor calidad de vida, no obstante, lo normal es que vengan los adultos en edad de trabajar y les envíen el dinero a sus familias al país de origen de ahí esta pirámide que rejuvenece la media de edad de estos municipios como ya hemos comentado. Una vez establecidos y con cierta suficiencia económica deciden traer a sus familias, con intención de proporcionarles una mejor vida que la que puedan mantener en sus países de origen.

Otro de los puntos a analizar es la población por sexo, donde se aprecia un cierto desequilibrio. El número de varones es mayor al de mujeres excepto en los grupos de avanzada edad pues la primera migración que realiza una familia, sobre todo cuando van a dedicar su vida al laboreo campestre, suele hacerla el hombre y posteriormente vienen el resto de miembros. En este caso las mujeres también obtienen un salario con el cultivo de la vid, pero como han podido confirmar varios viticultores generalmente en el periodo de vendimia y raras veces en la poda, quedando esta parte más centrada en el género masculino.

Esta parte que acabamos de estudiar, focalizada en la población inmigrante tiene una estrecha relación con la rentabilidad, pues estas personas vienen con ganas de trabajar y buscar un jornal, dispuestos a sacar adelante trabajos que otras muchas personas no estarían dispuestas a hacer. Constituyen un elemento básico para la producción, aunque socialmente no está exento de problemas pues, según la encuesta realizada a la población residente, se mantiene la percepción social del peligro y una clara preocupación hacia esta parte de la población.

3.2- La expansión sostenida del número de bodegas.

Los cambios en la forma de explotación y cultivo de la vid están condicionados por varios motivos, directamente relacionados con el mercado, el crecimiento de la demanda en los mercados existentes y la expansión del consumo de este producto tanto a nivel nacional como internacional. El ámbito empresarial es mucho más competitivo, debido a las técnicas mencionadas y a un conocimiento enológico superior, que permite elaborar vinos de calidad con las mediciones adecuadas, a diferencia de lo que ocurría anteriormente

mediante el ensayo y error. El cultivo de autoabastecimiento y de carácter más familiar no permitían introducir estos en un circuito comercial más amplio y exigente.

Los productores se enfrentan a un mercado complejo, con gran especialización y donde entran en juego un gran número de factores, como la población inmigrante y la mecanización, pero aun así las puertas no están cerradas a nuevos emprendedores vitivinícolas, que deben hacer una inversión fuerte, un buen estudio de mercado y marketing para lograr diferenciar su marca del resto como veremos a continuación.

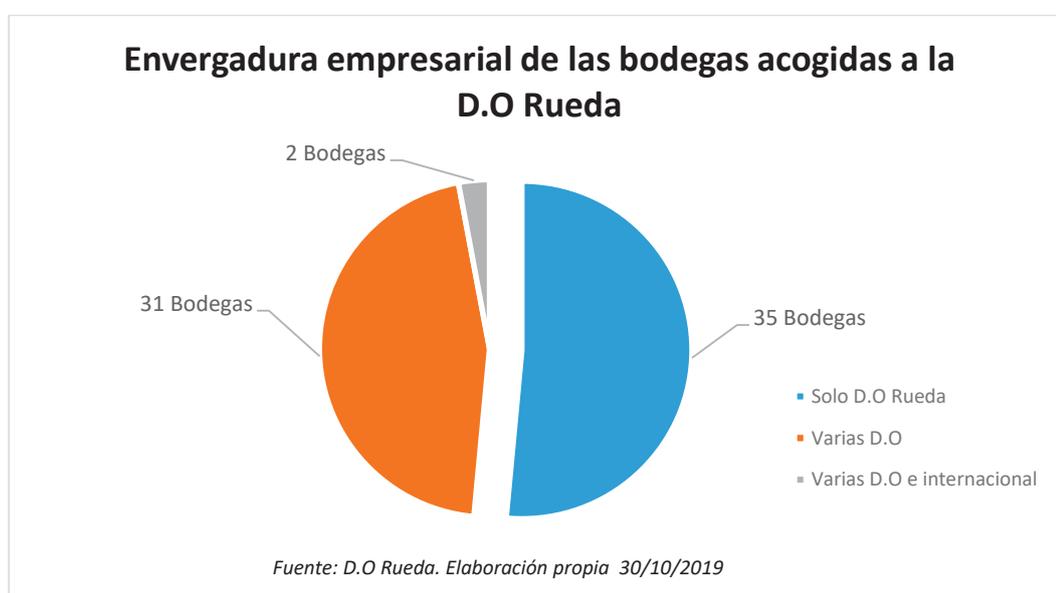


Gráfico 5: Envergadura empresarial de las bodegas acogidas a la D.O Rueda. Fuente: D.O Rueda. Elaboración propia 30/10/2019.

Por lo que se refiere a las características de las bodegas de la D.O, en lo relativo a su tamaño (gráfico 5) es evidente el peso de aquellas con arraigo cultural a la tierra, a la variedad verdejo y al entorno local, aunque se constata, cada vez más, la fuerte presencia de grupos empresariales de gran entidad.

Así, nos encontramos con treinta y cinco bodegas que solo producen vino acogido a esta denominación de origen, Son las más vinculadas al territorio, su forma de hacer vino está basada en la tradición vinícola, generalmente heredada de su familia con raíces de varias generaciones anteriores aunque no significa que sean empresas poco productivas,

simplemente que solo elaboran con esta D.O pues sus métodos y técnicas siguen la tradición, pero adaptados a las nuevas formas de mercado y producción, estando completamente integrados en los modelos económicos de mercado.

Por otro lado, las que producen en varias D.O son treinta y una, enclavadas al territorio de dos formas, las de ámbito regional, con presencia normalmente en Rueda y Ribera del Duero, que siguen manteniendo sus raíces y aquellas que producen por toda España, buscando nuevos nichos de mercado y no centrándose tanto en la historia del territorio exógeno a sus orígenes, generalmente en La Rioja.

A pesar de ser empresas de gran envergadura su estrategia de producción podríamos definirla, en una palabra, diversificación, utilizando su gran recorrido en el mundo del vino como seña de calidad, trasladando su saber hacer originario de otras denominaciones de origen a la de Rueda, centrando sus elaboraciones en el producto estrella, el verdejo, y abarcando mejor las necesidades de mercado en los que están presentes.

En último lugar hay que mencionar dos bodegas de carácter internacional, con una envergadura que supera el ámbito de las D.O nacionales, pues también tienen viñedos y producen en otros países, concretamente en Chile y Francia, aunque también explotan en su imagen el arraigo con el territorio, introducen nuevas técnicas de sus países de origen, como la maceración en cemento, técnica ya implantada en Francia y que empieza a dar sus primeros pasos en la D.O Rueda.

Estas han entrado en el territorio y a pesar de ser grandes grupos empresariales no siempre lo hacen con grandes bodegas, es decir en muchos casos son pequeñas buscando abrirse paso en este nuevo mercado para ellas, esto también permite a la D.O Rueda ser más visible en otros entornos más lejanos del territorio original como veremos reflejado a continuación en la serie de comercialización.

3.3-Crecimiento progresivo de la comercialización y nuevos mercados.

La producción para un mercado en expansión se ha convertido en la razón de ser de la D.O. Rueda. Este aumento en la comercialización de todos los tipos de vino de la D.O se refleja claramente en las ventas totales de botellas de $\frac{3}{4}$ de litro que podemos observar en el gráfico 6, vemos que en los últimos veintidós años el crecimiento es exponencial, 85.489.668 botellas en 2016, catorce veces más que en 1994 con 6.282.582 botellas.

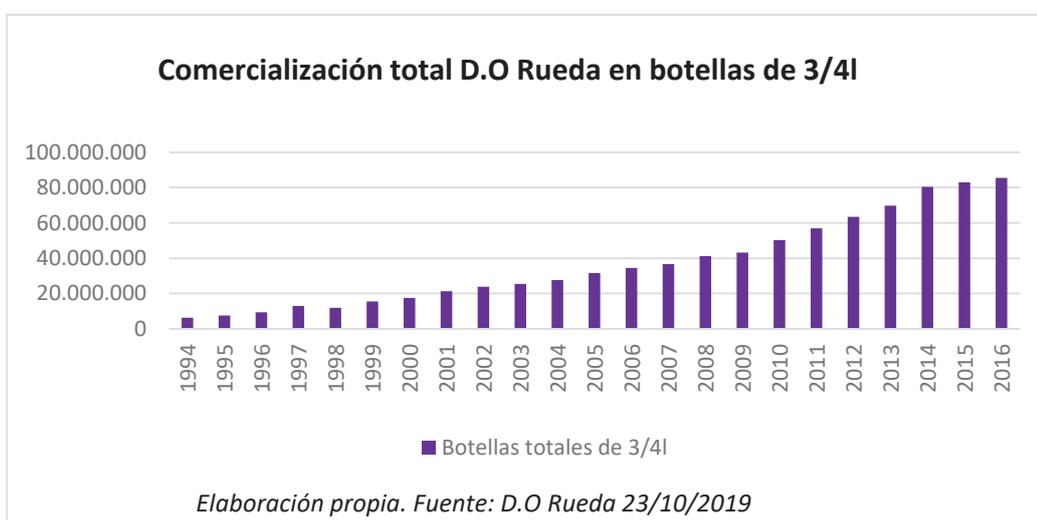


Gráfico 6: Evolución de la comercialización total de vinos blancos, tintos y rosados en botellas de $\frac{3}{4}$ de litro en los últimos veintidós años. Fuente: D.O Rueda. Elaboración propia 26/10/2019.

El aumento de la producción y la fama de estos vinos ha dado lugar a un sistema de producción particular, *Por y Para*⁶, da la opción de producir vino sin tener bodega ni viñedos. Consiste en apalabrar con una bodega las condiciones y el importe por el cual van a producir el vino que les pidas con unas determinadas características químicas, embotellado y etiquetado. Para certificar que el caldo es de la D.O hay que pedir las tiras al consejo regulador, en caso de que se cumplan los requisitos y se quiera dar este plus de imagen al vino que se va a hacer. Esta particular forma de hacer vino como confirman los bodegueros es sobretodo utilizada por empresarios de Madrid que quieren invertir en vino, o particulares de la restauración que demandan vinos únicos para ellos.

⁶ Ejemplo: Por: Grupo Yllera, Para: Adrián Cítores Nieto.

Otro dato que deducimos a simple vista observando el gráfico de barras anterior es que este crecimiento sigue manteniéndose año tras año, todavía no ha sufrido una etapa de estancamiento o meseta y mucho menos de decrecimiento lo que indica el gran potencial, así como la proyección a futuro de estos productos debido a la elevada demanda.

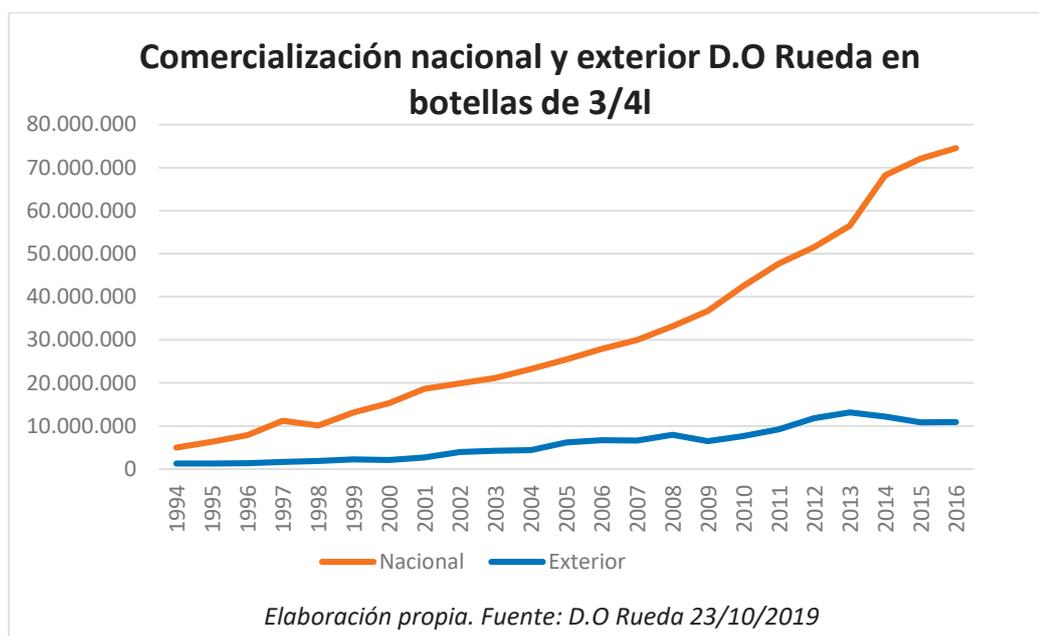


Gráfico 7: Evolución de la comercialización exterior e interior de vinos blancos, tintos y rosados en botellas de ¾ de litro en los últimos veintidós años. Fuente: D.O Rueda. Elaboración propia 26/10/2019.

En cuanto al destino de la producción (Gráfico 7), nos encontramos con que el mayor peso de ventas se produce en el mercado nacional, con más de un 88% de las ventas totales (74.546.971 botellas), frente a un 12% de la comercialización exterior con 10.942.697 botellas. Se observa también la continuidad de crecimiento de ambos mercados, pero remarcando que el mercado nacional es mucho más estable aumentando todos los años sin excepción, mientras que el exterior, en cómputo general ha crecido, pero si nos centramos en años determinados como este último quinquenio vemos que las ventas han caído desde 2013 con casi tres millones de botellas menos exportadas.

Si desglosamos todavía más en cuanto al mercado exterior podemos decir que los países que más vino de Rueda importan son Holanda y Alemania, con 3.378.429 y 2.527.536

botellas respectivamente, ambos países europeos, mientras que los países fuera de Europa que más consumen son E.E.U.U con 1.220.554 botellas y Rusia con 521.759.

Hay que destacar que E.E.U.U con la implantación de nuevos aranceles al comercio del vino, ha restringido su entrada en el país de este producto, pero, como confirman diversos bodegueros, no les ha afectado mucho debido a que las bodegas que exportan lo hacen en diferentes países y lo que no han vendido a los americanos lo han hecho a otros mercados como el asiático o el sudamericano, ya que la demanda es muy alta y nunca se cubre todo lo que se podía vender, por lo tanto lo único que han hecho ha sido readaptar sus ventas a los nuevos impuestos.

Mención especial merece el mercado asiático, con una cultura diferente a la nuestra, pero aun así países como Japón con 188.067 botellas importadas tienen hueco para los productos de Rueda. (*D.O Rueda, www.dorueda.com/es/, consultado 28/10/2019*).

Estamos claramente ante un modelo empresarial productivista, orientado principalmente al comercio del producto base, el vino, con una imperiosa necesidad de producir más cantidad y a más ritmo, pero sin dejar de lado la calidad, ofreciendo unos estándares muy altos debido al aumento de la demanda. Los circuitos económicos donde se integra este producto son complejos y requieren de una gran distinción y puesta en valor del producto frente al resto de competidores. Otro punto a tener en cuenta es la especialización, siempre conducida por los cánones de la D.O y el potencial de un producto en concreto, el verdejo considerado el mejor blanco a nivel nacional muy valorado a nivel internacional.

4- El enoturismo en la Denominación de Origen Rueda.

Una vez explicado el contexto económico, social y territorial de la Denominación de Origen Rueda y su entorno vamos a hablar del tema que nos atañe: el turismo del vino, las nuevas formas de negocio y la potenciación de los espacios con el vino como protagonista, aportando una serie de datos recopilados y sintetizados de forma manual para comprender de mejor manera esta realidad territorial en auge.

El peso de la población ocupada nos da una visión de la relevancia de este sector con respecto al total, así como una comparativa con el sector que tradicionalmente emplea al grueso de habitantes en el medio rural, el agrícola.

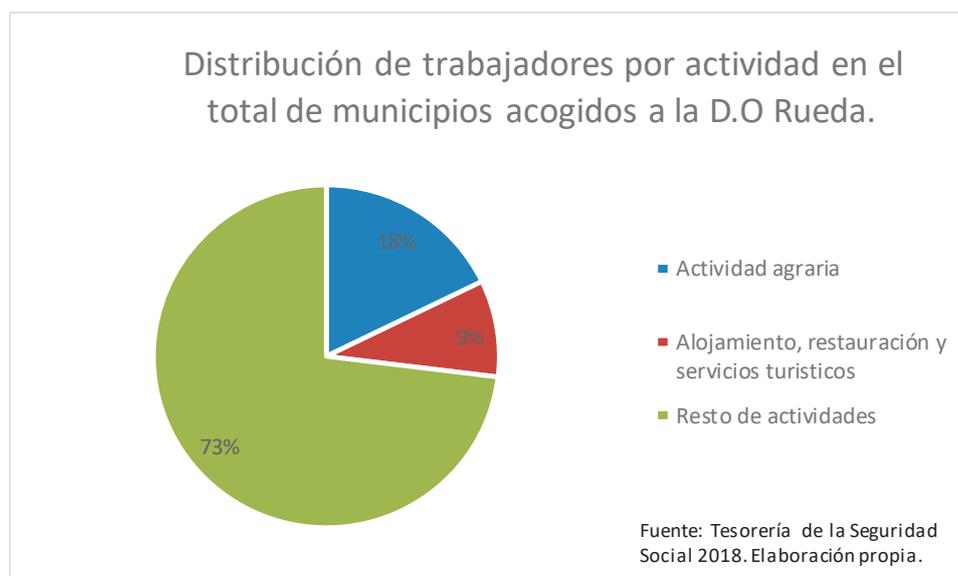


Gráfico 8: Distribución de trabajadores por sector en los municipios de la D.O Rueda. Fuente: Tesorería de la Seguridad Social 2018. Elaboración propia 26/10/2019.

El medio rural siempre se ha caracterizado por tener un alto porcentaje de población empleada en actividades agrarias, en este caso del 18%, dato relevante que vuelve a ser indicativo de este modelo productivista, centrado en la elaboración y comercialización de caldos. Los ocupados en actividades de alojamientos, restauración y servicios turísticos solo alcanza el 9%, la mitad que los dedicados al mundo agrario.

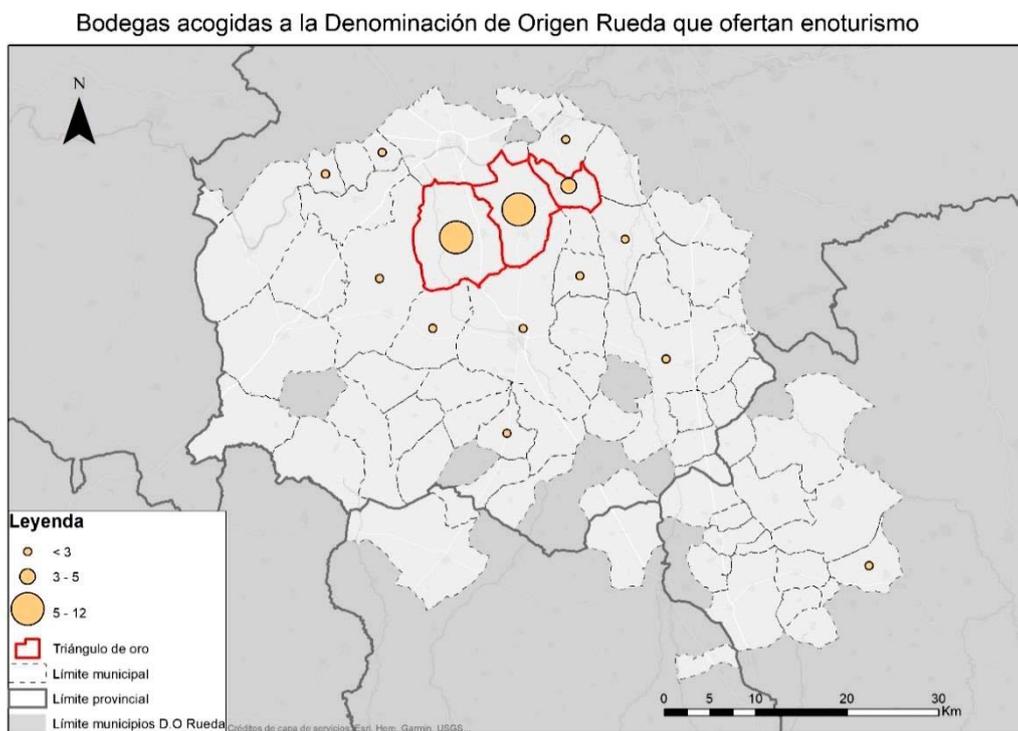
Las posibilidades son muy amplias y la tendencia de creación de empleos en este sector es cada vez mayor como confirman los empresarios de varias bodegas, que en un futuro cercano darán más relevancia a estas actividades, ofreciendo más servicios como sucede en otras denominaciones de origen, por ejemplo, la Denominación de Origen Ribera del Duero que explota todas las posibilidades turísticas de forma muy efectiva.

Un ejemplo de estas nuevas iniciativas es la bodega Javier Sanz en La Seca, muy arraigada al territorio, es la quinta generación de bodegueros de la familia, y actualmente ha invertido en la restauración de la Iglesia de la Orden tercera de los Franciscanos,

aprovechando esto para relacionarlo con el vino y el enoturismo, ofreciendo servicios de eventos y una gran diversificación del mercado, pero todavía no le han dado un impulso publicitario fuerte. Comienza de esta manera su andadura en el mercado del enoturismo como forma de negocio, creación de empleo e imagen de marca.

4.1- Oferta de turismo enológico.

Todo lo anterior nos da una visión del alcance que tiene esta denominación de origen, el peso que tiene como sector empleador, así como el potencial del producto elaborado en base al cual surgirán nuevas propuestas comerciales de productos no tangibles como tal, una oferta turística y de calidad, en torno a esta cultura del vino. Aun siendo los caldos el hilo conductor nos encontraremos diferentes formas de negocio que venden un servicio, una información o una experiencia, lejos de la tradicional compra de un objeto material.



Elaboración: Adrián Citores Nieto

Mapa 3: Numero de bodegas que ofertan enoturismo en la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda. Elaboración propia

El enoturismo ofertado directamente es, aún, en buena parte de las bodegas de la D.O. un horizonte a descubrir. Solo el 55% ofrecen estos servicios, agrupadas en la parte sur de Valladolid principalmente como podemos ver en el mapa 3. Sigue siendo el “Triángulo de oro”, remarcado en rojo, el que ha comenzado a explotar este mercado, sobre todo La Seca y Rueda. No hay que olvidar que los servicios son bastante discretos y que todavía hay mucho potencial por explorar, desglosando a continuación los servicios directos que existen.

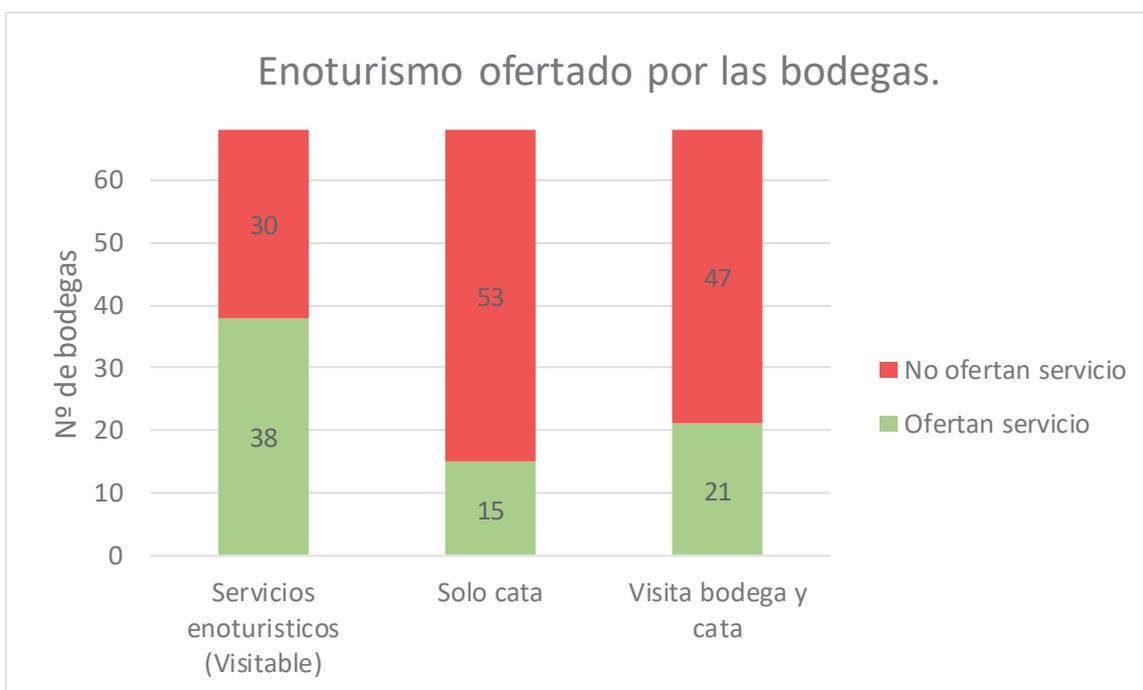


Gráfico 9: Servicios turísticos ofertados por las bodegas de la D.O Rueda. Fuente: Páginas web de las bodegas, 2019. Elaboración propia.

Desde las propias bodegas surge una oferta enoturística, como hemos comentado, complemento a la producción y comercio vitivinícola con lo que dan a conocer su marca y diversifican su mercado con un producto diferente. (Gráfico 9) De las 68 bodegas acogidas 38 ofertan servicios turísticos de algún tipo, desde una simple visita de unos 20 a 40 minutos, hasta cenas maridaje explicadas por un experto en vino o gastronomía, con una gran variedad de productos enoturísticos sobre los que profundizaremos más adelante. Uno de los productos básicos que se ofertan es la cata, generalmente presentada por un guía de la bodega, o enólogo si es más selecta, con un rango de precios entre los

5€ y los 30€ por persona, que varía en función de los vinos degustados y el tiempo de duración. No hay que olvidar que en la cata no se produce degustación de alimentos. Actualmente 15 bodegas dan este servicio.

El más común de todos estos servicios es la visita a la bodega con cata, es el más demandado por los clientes donde conocen el interior de las bodegas, su proceso de elaboración y finaliza con una cata, apto para todos los públicos, con excepción de la degustación de los caldos para menores, supliendo este por una bebida no alcohólica. Este servicio es el más dinámico y completo dentro de un rango de precios asequible, ya que se puede visitar una bodega con cata, de las 21 que mantienen este producto, desde 6€ por persona hasta los 50€ las más exquisitas y preparadas.

Este tipo de servicios básicos y más extendidos se completa con otros mucho más complejos, elaborados y elevados en precio.

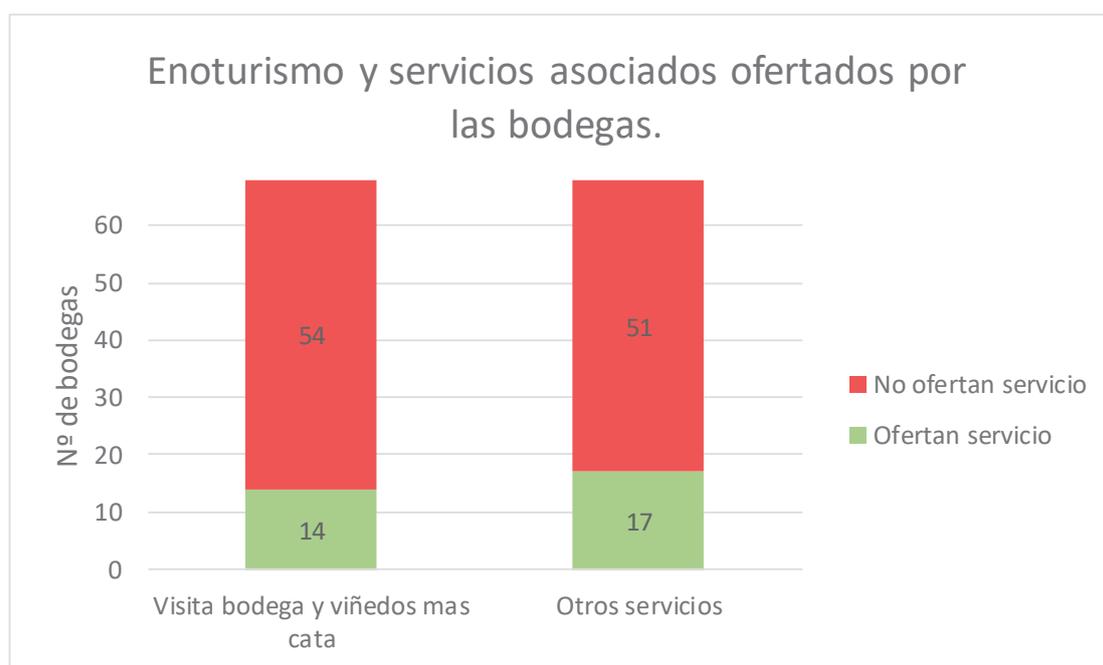


Gráfico 10: Otros servicios turísticos ofertados por las bodegas de la D.O Rueda. Fuente: Páginas web de las bodegas, 2019. Elaboración propia.

Uno de estos ejemplos es la visita a la bodega y los viñedos con una cata como culminación (14 bodegas de las 68 mantienen este tipo de visita), se muestra todo el trabajo de la bodega, desde la producción vitícola en el campo con sus técnicas y

procedimientos para el cultivo de la vid hasta la vitivinícola dentro de la bodega, terminando con una cata o maridaje de sus vinos y productos típicos del territorio (Gráfico 10), como la Bodega Gótica, situada en Rueda. El precio es más elevado, oscila entre los 20€ y 100€ por persona, requiere de una consulta con la bodega debido a que el tiempo y época del año influyen en cuándo y qué podremos ver, sobre todo en lo referente al trabajo en el campo. La duración también es mayor, la bodega que ofrece un recorrido más corto parte desde 1h y 30 min hasta 3h la más larga. En este tipo de visitas, a pesar de ser aptas para todos los públicos, las bodegas dejan claro que los niños no disfrutan o pueden aburrirse, debido a ser más largas y en el campo, donde dependiendo de la estación podría llover o bajar la temperatura de los 0°C, junto con los tecnicismos y desplazamientos, hacen que los niños de menos de 12 años no encuentren mucho atractivo a este servicio. Cabe destacar alguna excepción, donde las bodegas han decidido adaptarse a las parejas con niños, ofreciendo un recorrido alternativo o específico para niños previa consulta como el grupo Yllera.



Imagen 8: Fachada de la bodega Yllera con acceso al público. Fuente propia.

Surgen en torno a este producto más formas de explotar el negocio como servicios asociados que han creado las bodegas, en algunos casos más comerciales que turísticos pero que se nutren del número de visitantes. Son 17 las bodegas que los tienen, divididos entre servicios turísticos alternativos de máxima calidad, establecimientos comerciales de pequeño tamaño o centros de culto al vino y su historia.

El más común de estos servicios comerciales es una tienda anexa en la propia bodega, 5 de las 17 la tienen, dedicada al vino y a productos concretos de la tierra, con la excepción de que una de ellas no es una tienda al uso si no una vinoteca, de la bodega Viore, comercio donde el vino es el principal protagonista y se presenta una información muy detallada sobre éste, como la añada, calidad, datos químicos precisos, comentarios del enólogo o vinos muy exclusivos.



Imagen 9: Bodegas Viore en Rueda, se observa en el edificio rojo la reivindicación de la vinoteca y tienda. Fuente propia.

Los servicios de eventos y caterings también empiezan a ofertarse ya que 6 bodegas organizan bodas, eventos empresariales o personalizados en función del cliente, cediendo las instalaciones y preparando todo lo necesario, desde bebida, alimentos y servicio de

hostelería hasta orquestas y juegos, en función del evento requerido. Yllera sigue manteniendo una amplia oferta enoturística ofertando también este servicio, la Bodega Finca Monte Pedroso y Teodoro Recio son otros ejemplos de ello. Teodoro Recio es la bodega con precio más bajo por persona para este tipo de eventos, 35€ y menores gratis, pero como contrapartida ofrecen un evento más cerrado y menos personalizable a diferencia del resto. El precio va condicionado en función de las opciones que incluyamos en nuestro evento, desde servicio de camareros, vinos a elegir, espectáculos musicales o infantiles, así como una amplia variedad de alimentos desde embutidos de alta calidad a un servicio de catering más modesto.

Ahora bien, el servicio puramente enoturístico más arraigado y que define la esencia del vino, dentro de los de alta calidad, como confirman las 10 bodegas que lo tienen, es el maridaje, entendido como la máxima expresión entre la unión del alimento con su respectivo vino. Hay muchas variantes, desde una cena en el restaurante propio de la bodega El hilo de Ariadna, grupo Yllera, o el de reciente creación por parte de la bodega Mayor de Castilla⁷ o en uno con estrella Michelin como Campo Eliseo, que ofrece visita, cata y maridaje de lujo en la Bodega y para culminar cena maridaje en el Restaurante La Botica situado en Matapozuelos. Otros maridajes más simples, pero no de menos calidad, con quesos y embutidos, así como el menos conocido, chocolate, producto que enlaza muy bien en boca con el vino pero que apenas está extendida esta combinación, siendo pionera la Bodega Ramón Bilbao.

Hay que hacer especial mención a los servicios turísticos más llamativos y únicos, pues no se repiten en las bodegas como algo común si no que constituyen una oferta excepcional. Encontramos un spa con productos de cuidado relacionados con el vino (Bodega Félix Sanz), una granja de insectos autóctonos empleados para la polinización de diversas plantas y concretamente para la vid (Bodegas Menade), considerándolos imprescindibles para el correcto desarrollo de estas, es visitable y apta para todos los públicos. Un museo de arte y biblioteca propio de la bodega Mocén, así como visitas a

⁷ Los restaurantes propios dentro de las bodegas en la D.O Rueda tienen un carácter residual, hecho que contrasta con otras D.O como la de Ribera del Duero donde un gran número de ellas lo tienen, con grandes resultados y aceptación.

los viñedos más antiguos plantados a marco real en época de vendimia, permitiendo al visitante formar parte de ella y con transporte en todoterreno incluido. Hay que hacer referencia al valor paisajístico y enoturístico de las viñas pre filoxéricas que conservan, por ejemplo, en La Seca, las Bodegas Javier Sanz, que son la base de vinos especiales, únicos, muy valorados y exclusivos lo que se traduce en un precio más elevado. Estos viñedos tienen un valor histórico y paisajístico muy importante, datados en 1863, pero la empresa ha decidido aprovechar su valor vitícola, siguiendo la tónica general de la D.O, en vez de un desarrollo turístico⁸, ya que muy pocas sobrevivieron y las que lo hicieron fue gracias a la pobreza de los suelos arenosos.

En cuanto a las catas podemos diferenciar dos tipos, la más común es la horizontal, probando diferentes vinos y calidades, la vertical por su parte se centra en el mismo vino pero de diferentes añadas para diferenciar los matices, es poco común y demandada por verdaderos amantes del vino, debido a su complejidad, podemos encontrarla en diferentes bodegas pero la que más explota este servicio es Montepedroso, ofreciendo directamente este tipo sin necesidad de pedirlo a la bodega de manera particular.

En cuanto a la visita más particular y llamativa tenemos que hablar de las bodegas de Campo Eliseo, estas ofrecen una visita completa a sus viñedos, con avistamiento de fauna y flora propia del territorio, así como una ruta con cata y maridaje desde globo aerostático con un precio de 170€ por persona y para un mínimo de dos, aterrizando en las cercanías de sus viñedos y realizando la cata in situ.

Siguiendo las líneas de productos llamativos hay que hablar de la bodega Clavidor, en La Seca, es la primera productora de vino de hielo de la variedad verdejo. Se procede a realizar la vendimia nocturna, en el pago de viñedo Pozo La Nieve, que se sitúa en la parte más profunda del valle del municipio lo que permite que la uva congelada (de ahí su nombre) se vendimie entre las 6 y las 8 de la mañana, las dos horas donde se registran las temperaturas más bajas. Este tipo de producto tiene una oferta muy limitada y un precio de 50€ por botella de 0,750l. Encontramos aquí un producto aún poco explotado

⁸ La explotación de los recursos únicos como producto enoturístico es muy limitada y en caso de existir es complejo encontrar el servicio.

turísticamente, al que se le puede dar mucha más visibilidad, las vendimias nocturnas guiadas en diciembre (fecha de recolección para este tipo de vino), catas de este selecto caldo o rutas didácticas sobre el proceso químico de elaboración con visita al pago.

Especial mención merece la recuperación del patrimonio histórico artístico⁹ por parte de algunas bodegas, con objeto de su explotación enoturística. Estos elementos, en el caso de muchas bodegas de larga historia, han sido destruidos o sepultados para la renovación de instalaciones productivas de nueva generación. La labor de restauración y mantenimiento ha sido posible gracias a la visión de algunos empresarios que conciben estos elementos como un recurso turístico, recuperando la inversión y generando una rentabilidad a largo plazo, no hay mejor manera de conservar algo que buscando un interés económico en ello.

La bodega Campo Eliseo ha sido la primera en recuperar un conjunto subterráneo tradicional, han explotado su recuperación de dos formas, de manera productivista, elaborando un vino a 12 metros de profundidad¹⁰ en el conjunto histórico y ofreciendo una visita guiada. Castelo de Medina y Félix Sanz tienen una antigua bodega del siglo XV, permitiendo visitarla y explicando el proceso tradicional de elaboración de vino, con todos los elementos y objetos usados décadas atrás, junto con una visita a la fábrica de barricas única de Castelo de Medina. El Hilo de Ariadna, perteneciente al grupo Yllera, ha optado por una temática mitológica, dando un aire laberintico a la antigua bodega situada en Rueda, donde se puede disfrutar de una experiencia diferente, visitarla guiada por el mito del ovillo que entrego Ariadna a Teso para salir del laberinto del Minotauro. No hay que olvidar la, ya mencionada, de Javier Sanz que ha decidido invertir en la recuperación de la Iglesia de la Orden Tercera de los Franciscanos, para realizar eventos privados y ofrecer servicios enoturísticos.

⁹ El patrimonio histórico artístico siempre ha mantenido una estrecha relación con el vino, las iglesias y monumentos presentes, casi en su totalidad han sido sufragados por el poder económico vinculado al vino entre los ciudadanos de a pie y poderosos terratenientes vitivinícolas a diferencia de como ocurría en otras comarcas que lo hacía la nobleza.

¹⁰ Otra forma de especialización y diferenciación no solo es el tipo de uva, si no el procedimiento, poniendo en valor en este caso una elaboración tradicional en un conjunto histórico recuperado.

La oferta enoturística privada desarrollada por las bodegas se completa y complementa con otra promovida por los ayuntamientos de los municipios más dinámicos en la D.O., especialmente Serrada, La Seca y Rueda. En estos casos, el departamento de turismo se encarga de crear productos turísticos o promover jornadas particulares para dinamizar y diversificar la economía local aprovechando el enoturismo, desarrollando actividades y rutas de visitas, agrupando cada vez a unas bodegas diferentes, buscando una relación o potencial con los espacios, tradiciones o, por ejemplo, las técnicas tradicionales de producción o el patrimonio histórico (conjuntos subterráneos). Un ejemplo de ello son las jornadas de poda, impulsadas por el ayuntamiento de La seca, desarrolladas en febrero de 2020 o la ruta ecuestre entre viñedos impulsada por Rueda, La Seca y Medina del Campo. Este tipo de apoyo a las bodegas ha fomentado la recuperación de otro tipo de patrimonio, el inmaterial. Gracias a todas las iniciativas, en este caso de carácter público, las bodegas y los propios municipios han buscado formas de promover productos atractivos inmateriales, como la fiesta del verdejo en La Seca.

4.2- Relación del enoturismo con el impulso de la economía rural: Ruta del Vino de Rueda.

Papel fundamental en el impulso del enoturismo en la D.O. Rueda tiene, sin duda, la Ruta del Vino Rueda, asociación de productores, empresas e instituciones interesadas en promover el desarrollo turístico asociado al vino en este espacio. Surge para dar más visibilidad a aquellas bodegas, establecimientos y comercios que quieren asociarse al enoturismo de forma clara y explotar este mercado con el potencial de la D.O Rueda, manteniendo una oferta turística y comercial mucho más directa, permitiendo formar parte pagando la cuota correspondiente.



Imagen 10: Indicaciones de la Ruta del Vino de Rueda¹¹, señalizando las bodegas adheridas. Fuente propia.

Esta asociación se registra en 2013 en la Junta de Castilla y León, de la mano de los socios de la D.O Rueda de ACEVIN, responsable de las Rutas del Vino de España a petición de los ayuntamientos de Medina del Campo, Rueda y la Mancomunidad de Tierras de Medina a los que se sumaran Nava del Rey, La Seca, Serrada, el Consejo Regulador de la propia D.O, la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid y la Asociación de Ciudadanos por la Defensa del Patrimonio de Valladolid para lograr un mayor dinamismo turístico en el territorio, aprovechando el potencial del vino verdejo de estos territorios y el esfuerzo de entidades públicas y privadas. (*Ruta del Vino Rueda*, www.rutadelvinorueda.com/es/, consultado 28/11/2019)

Están adheridos 18 municipios de los 65 pertenecientes a la D.O de las tres provincias que la integran y 25 bodegas del total de 68, con una oferta directa, tanto turística de las bodegas como comercial, que hace mucho más visibles todos los servicios que se ofertan, dando un plus de publicidad frente a aquellas entidades que no están asociadas.

Trece establecimientos de comercio son los que se destacan en la Ruta del Vino Rueda, principalmente dedicados a la elaboración y venta de alimentos entre obradores,

¹¹ Un claro ejemplo de visibilidad es la señalización de las bodegas en la cartelería del municipio.

confiterías, carnicerías y queserías. También encontramos una tonelería, englobada en artesanía y transformación, íntimamente ligada al mundo del vino sobre el que venimos hablando, por último, menos relacionada con el enoturismo, una empresa de decoración. (Gráfico 11)

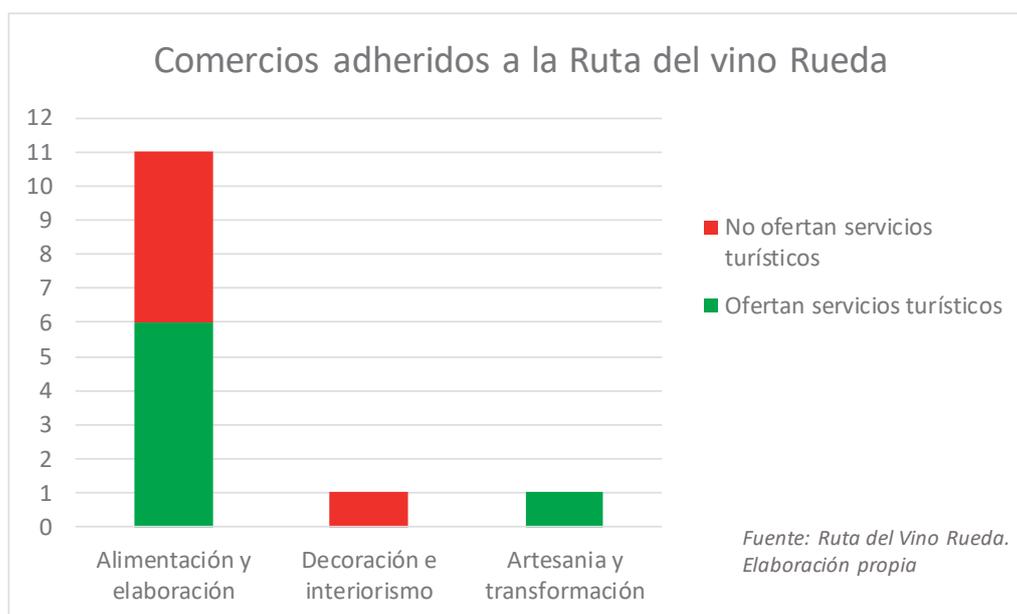


Gráfico 11: Comercios adheridos a la Ruta del Vino Rueda. Fuente: Ruta del Vino Rueda, 2019.

Elaboración propia.

Un punto muy importante a destacar es la oferta turística por parte de estos establecimientos, esto nos indica lo bien aprovechado que está el negocio que gira en torno al vino y más concretamente asociado a la Ruta del Vino Rueda. Siete del total ofrecen varios servicios turísticos, catas, degustación de los productos y maridajes en tres establecimientos, talleres en tres de ellos, uno para hacer pan, otro de elaboración de quesos y el último gastronómico, dos ofrecen visitas a su lugar de trabajo, una visita a museo privado y por último una que ofrece turismo cultural en el municipio de Matapozuelos.

A parte de los comercios, en la ruta se agrupan también otros 13 establecimientos y organismos centrados en otro tipo de servicios, no tan importantes y menos relacionados con el turismo y el vino pero que requieren una mención. Están dedicados a imagen y

sonido, construcción, decoración, deporte y asociaciones¹², estas últimas más ligadas al tema que nos atañe pues nos encontramos con el Consejo Regulador de la D.O y cuatro asociaciones que ofrecen turismo enológico, histórico-patrimonial, gastronómico y organización de rutas. Estas asociaciones sin ánimo de lucro, no buscan un beneficio económico directo, más bien social para dar a conocer su territorio, situadas en Medina del Campo, Tordesillas y en Valladolid, esta última opera en la D.O pero tiene su sede en el municipio de Valladolid

En cuanto a ocio directo ofrecido por la ruta sin contar las propias bodegas hay 17 empresas y asociaciones, 9 en Medina del Campo, 2 en Olmedo, 2 en Rueda, 2 en Fresno el Viejo, 1 en Tordesillas, 1 en Mojados. Las asociaciones mantienen un tipo de turismo cultural, centrado en el patrimonio y en rutas por el casco urbano, las agencias en la organización de viajes y búsqueda de paquetes vacacionales de todo tipo, dos balnearios como turismo de desconexión, de alta calidad y focalizado en un público de mediana a avanzada edad, un cortijo ganadero que ofrece clases de doma y monta con ganado, un zoológico y, mención especial, merece el oleoturismo, no muy extendido en la zona centro de la península debido a la escasez de olivares más propios del sur, pero en este caso es muy llamativo como a parte de la fabricación de aceite también se explota en el municipio de Medina del Campo de forma muy similar al enoturismo pero a menor escala, asociado a la bodega Emina y ofertado como un servicio complementario.

La Ruta del Vino de Rueda otorga una visibilidad mayor a los negocios que se acogen a ella, relacionados prácticamente en su totalidad con el turismo y generando sinergia con el potencial que tiene la D.O en base al vino. El desarrollo turístico de este espacio tiene un efecto importante y un amplio margen de expansión, en lo referente al alojamiento y gastronomía, los dos sectores más demandados por los visitantes.

¹² Asociación de empresarios Círculo de Progreso de Medina Del Campo.
Mancomunidad Tierras de Medina.
Centro de Iniciativas Turísticas de Tordesillas.
Ciudadanos por la Defensa del Patrimonio de Valladolid.

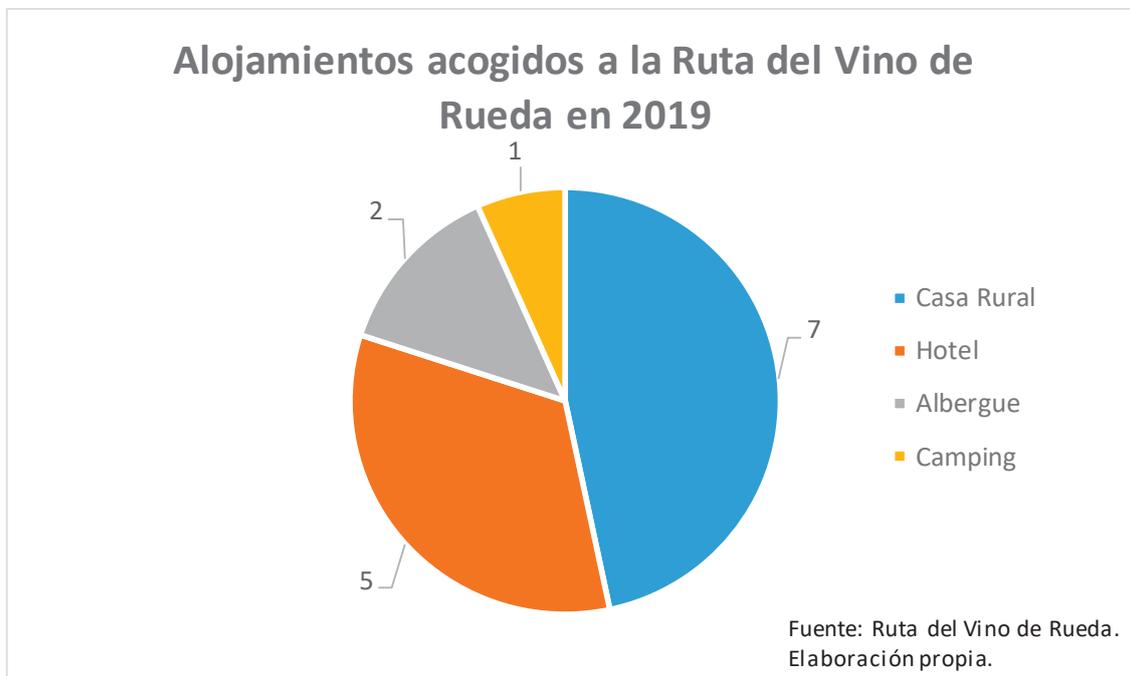


Gráfico 12: Alojamientos adheridos a la Ruta del Vino Rueda. Fuente: Ruta del Vino Rueda, 2019.

Elaboración propia.

Alojamientos acogidos a la Ruta del vino Rueda			
Municipio	Tipo	Calidad	Valoración Clientes
La Seca	Casa rural	230 € Noche	4,6/5
La Seca	Hotel	50€ Noche	4/5
Matapozuelos	Casa rural	109€ Noche	5/5
Medina del Campo	Albergue	14€ Noche	4,2/5
Medina del Campo	Hotel	81€ Noche	4,1/5
Olmedo	hotel/Balneario	120€ Noche	4,5/5
Rueda	Casa rural	220€ Noche	4,7/5
Rueda	Casa rural	230€ Noche	4,4/5
Serrada	Albergue	16€ Noche	4,4/5
Serrada	Casa rural	425€ Noche	5/5
Tordesillas	Camping	23€ Noche	4,3/5
Tordesillas	Hotel/Parador	75€ Noche	4,2/5
Fresno el Viejo	Casa rural	100€ Noche	4,2/5
Madrigal de las altas torres	Hotel	125€ noche	4,8/5
Nava de la Asunción	Casa rural	500€ noche	5/5

Fuente. Ruta del Vino de Rueda. Elaboración propia.

Tabla 4: Alojamientos adheridos a la Ruta del Vino Rueda desglosados por municipio, tipo, precio y valoración. Fuente: Ruta del Vino Rueda, 2019. Elaboración propia.

Estamos ante un tipo turismo fundamentalmente rural, relacionado con el vino, por lo tanto, el tipo de alojamientos más presente en la ruta son las casas rurales (Gráfico 12), los precios son para grupos, debido a que cuentan con varias habitaciones dentro de la propia casa no estando divididas de forma individual, generalmente solo cuentan con la cerradura principal a diferencia de los hoteles que tienen cerraduras individuales por habitación, es por lo tanto un alojamiento colectivo, para amigos o familias dando un concepto más hogareño y rustico, contacto con el medio rural, la forma de vida y sus productos, propio del turismo relacionado con el vino.

Este concepto de turismo rural queda claro si analizamos la valoración de los clientes, 3 casas rurales presentan una puntuación de 5/5, siendo las más valoradas en cuanto a calidad del servicio tienen la puntuación más alta de todos los alojamientos remarcando el interés sobre este sector.

Los precios oscilan desde los 109€ por noche, en el caso de la casa de Las Gavias, en Matapozuelos, el precio es obligatoriamente por fin de semana, sumando un total de 220€ independientemente del número de personas que se alojen, llegando hasta 500€ en Nava de la Asunción, casa rural Los Olivos, siendo también imprescindible el alquiler integro. (Tabla 4).

Los hoteles por su parte ofrecen un abanico de precios más amplio por persona y noche, desde los 50€ hasta los 125€, encontrando un parador y un balneario, con servicios de calidad y alternativos como circuitos termales en el caso de este último, sin embargo, la media de valoraciones está por debajo de la de las casas rurales, un 4,3 entre los 5 hoteles acogidos.

En cuanto a los alojamientos más modestos encontramos 2 albergues con un precio medio de 15€ por noche, ofertando una litera en habitación compartida y baño común, servicio más propio y demandado por peregrinos, que hacen rutas a pie o en bicicleta, necesitando un alojamiento sencillo debido a que pernoctan cada día en un lugar durante todo lo que dure la ruta, generalmente desde tres días a un mes. El camping también se encontraría entre este tipo, solo hay uno acogido, demandado por familias y personas que son asiduos

a esta forma de alojamiento con un precio por noche que parte desde los 23€ en caso de alquilar una parcela básica para tienda de campaña.

Junto con el alojamiento, una parte intrínseca del enoturismo es la gastronomía, el vino es un producto, una bebida cuya finalidad es acompañar a otros alimentos o degustarla individualmente, por lo tanto, no podemos entender el vino sin los alimentos, siendo la hostelería parte principal e inseparable de la ecuación.

Hay que definir los dos tipos que se presentan, cafetería/bar, el espacio dedicado a la venta de bebidas y con una oferta reducida de alimentos, generalmente en barra sin servicio de comidas/cenas. Por otro lado, el restaurante es un establecimiento dedicado principalmente al servicio de comidas y cenas, estableciendo una carta y menú diario teniendo generalmente una barra similar a la de una cafetería donde también hay servicio exclusivo de bebidas sin necesidad de consumir alimentos.



Imagen 11: Hostelería y comercios que explotan el negocio del vino en el municipio de Rueda. A.Citores

Hostelería acogidos a la Ruta del vino Rueda			
Municipio	Tipo	Calidad	Valoración Clientes
Matapuzuelos	Restaurante	€€	4,5/5
Matapuzuelos	Restaurante	€	4,6/5
Medina del Campo	Bar	€	4,4/5
Medina del Campo	Bar	€	4,2/5
Medina del Campo	Restaurante	€€	4/5
Medina del Campo	Restaurante	€€€	4/5
Nava del Rey	Restaurante	€	4,3/5
Olmedo	Restaurante	€€	4,2/5
Olmedo	Restaurante	€€	4,1/5
Rueda	Restaurante	€	4/5
Rueda	Restaurante	€	4,5/5
Tordesillas	Restaurante	€	4,5/5
Tordesillas	Restaurante	€€€	4,4/5
Madrigal de las Altas Torres	Restaurante	€€	4,2/5
Mojados	Restaurante	€	3,9/5
Valdestillas	Restaurante	€€€	4,8/5
Fuente. Ruta del Vino de Rueda. Elaboración propia.			

Tabla 5: Hostelería en la Ruta del Vino Rueda desglosada por municipio, tipo, precio¹³ y valoración.

Fuente: Ruta del Vino Rueda, 2019. Elaboración propia.

Los restaurantes son el tipo más común acogido a la ruta debido a la estrecha relación que surge entre los caldos y los alimentos. Los visitantes que practican este tipo de turismo buscan una buena gastronomía que pueden encontrar entre los 14 restaurantes con una valoración media de 4,2 acogidos a la ruta y 2 bares para degustar vinos de la tierra. El abanico de precios es muy grande y para todos los públicos (Tabla 5), desde menos de 15€ por persona con un menú del día, hasta más de 20€ en el caso de los dos restaurantes más selectos situados en Medina del Campo y Tordesillas.

¹³€: hasta 15 euros/pers. // €€: Entre 15 y 20 euros/pers. // €€€: Más de 20 euros/pers



Imagen 12: Restaurante La Botica en Matapozuelos, con una Estrella Michelin, perteneciente al turismo gastronómico de calidad. Fuente: Trip advisor.

Hay que mencionar que todos los restaurantes acogidos ensalzan su reserva de vinos como principal atractivo, haciendo especial hincapié en los de Rueda pues saben que es el recurso principal de la ruta y tratan de explotarlo al máximo como reclamo.

Como restaurante relevante hay que hablar de La Botica (Imagen 12), situado en Matapozuelos, único con estrella Michelin¹⁴ de toda la D.O y adherido a la ruta. Se expresa de esta manera una vez más el potencial de este espacio, en todos los sentidos, para todos los públicos y poder adquisitivo.

Este desglose de servicios turísticos directos nos permite observar una aún muy tímida estrategia enfocada a la oferta de restauración y alojamiento integrada con el enoturismo, ya que este modelo de oferta en la bodegas es muy escasa. El Hilo de Ariadna es de las pocas bodegas que cuentan con un restaurante dentro de la propia bodega, estrategia que

¹⁴ En todo Castilla y León solo existen otros 11 restaurantes con Estrella Michelin.

ha generado muy buenos resultados en otras denominaciones de origen como Ribera del Duero, donde un buen número de bodegas ofrecen servicios de restauración propios, como las bodegas Arzuaga, Cepa 21, Abadía de Retuerta... Aún más extraordinario, en el caso de la D.O. Rueda, es que las bodegas ofrezcan servicios de alojamiento propio, como ocurre en la bodega Félix Sanz que posee un hotel rural de cuatro estrellas y spa con temática vitícola. Un modelo que está, igualmente, bastante más desarrollado en otras denominaciones de origen como la anteriormente mencionada Ribera del Duero (Arzuaga, Abadía de Retuerta...). Queda claro que en el enfoque empresarial de la D.O. Rueda todavía no se ha tomado conciencia del potencial y la importancia de unos servicios en auge y con tanta demanda, como se ha demostrado en los buenos resultados obtenidos en otras denominaciones de origen.

La Ruta del Vino de Rueda es un gran elemento de visibilidad, poco utilizado por los empresarios de la D.O como hemos podido observar, estos se muestran reticentes a pagar la cuota anual debido a que no saben con certeza el retorno económico que tendrán. Adherirse a ella no significa solamente tener el nombre en su página, si no que requiere de un trabajo por parte de la bodega para explotar esta publicidad y ofrecer unos servicios enoturísticos. Esta dinámica viene dada por la clara prioridad que se concede a la producción de vino y la falta de inversión en enoturismo por parte de los bodegueros, así como la imposibilidad de medir la rentabilidad económica a corto plazo de esta inversión, pero que sin duda siempre es positiva en cuanto a imagen de marca al estar en un circuito que extiende sus lazos de forma muy efectiva y amplia.

5- Los servicios turísticos en el espacio de la D.O Rueda, el alojamiento.

Comprender el peso de la oferta enoturística directamente vinculada a la Ruta del Vino de Rueda, exige su análisis en el contexto del total de la comarca, donde incluimos todos los municipios adheridos a la D.O.

Encontramos un total de 172 establecimientos de alojamiento en los municipios adheridos a la D.O, divididos en diferentes tipos como veremos a continuación.

Oferta de alojamientos de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid						
CATEGORIA	ALBERGUES TURÍSTICOS	ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL	ALOJAMIENTOS HOTELEROS	APARTAMENTOS TURÍSTICOS	CAMPINGS	VIVIENDAS USO TURÍSTICO
Provincia						
Valladolid	5	49	41	4	1	16
Segovia	2	29	7	5	1	9
Ávila	0	2	1	0	0	0

Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

Tabla 6: Oferta de alojamientos de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia, Valladolid y Ávila. Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

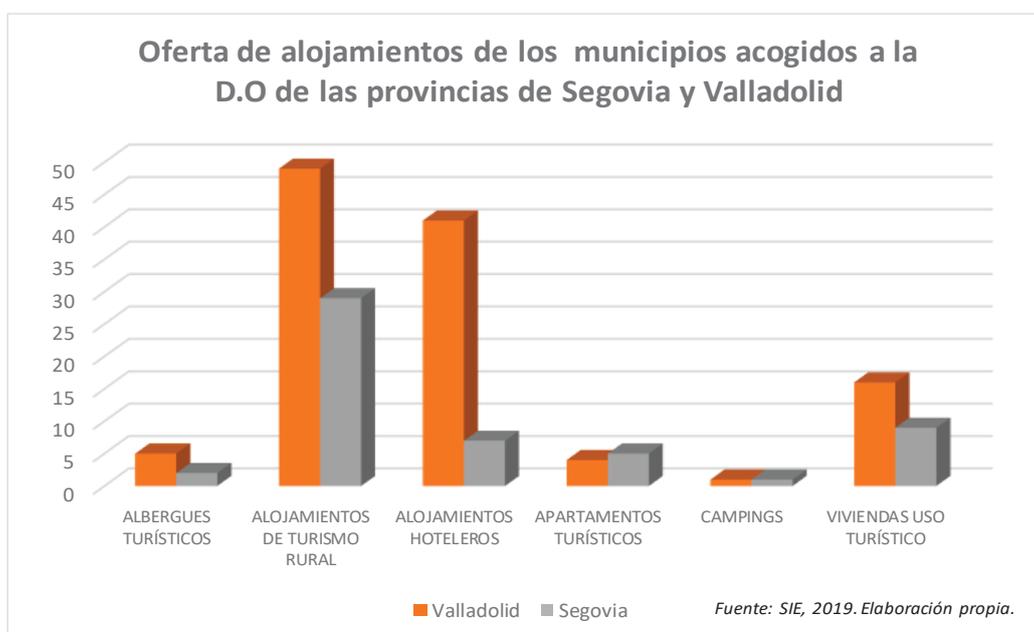


Gráfico 13: Oferta de alojamientos de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid. Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

Queda clara la relevancia de la D.O en cuanto al impulso del desarrollo rural relacionado con el enoturismo, Segovia agrupa seis bodegas y Valladolid sesenta y dos, aumentando proporcionalmente la oferta turística en general como veremos a continuación y concretamente los alojamientos.

Ávila, la provincia con menos peso dentro de la D.O, no tiene ninguna bodega acogida y poco viñedo, por lo tanto, el número de servicios relacionado es menor, cuenta con una oferta turística inapreciable y por lo tanto, de los cuatro municipios acogidos tan solo Madrigal de las Altas Torres cuenta con dos alojamientos de turismo rural y uno hotelero, unos datos anecdóticos y que van muy relacionados con la presencia de la D.O en el territorio como vamos a ver a continuación con las provincias de Valladolid y Segovia.

Hablamos de turismo rural y queda claro con los datos, pues el principal tipo ofertado en relación al turismo enológico son los alojamientos rurales, es el que más encaja con este entorno y ambiente rural, por lo tanto, el más demandado. Este nicho del turismo generalmente está enfocado a una población con un poder adquisitivo medio y los alojamientos son para grupos, siendo de carácter muy social. (Tabla 6 y Grafico 13).

A mayor peso de la D.O mayor mercado, pero hay que mencionar que los municipios segovianos explotan muy bien este tipo de turismo, aunque su relevancia en el cómputo general de bodegas y viñedos es menor que en los vallisoletanos, esta diferencia no es tan grande en la oferta de alojamientos de carácter rural donde cuentan con 29 y 2 albergues frente a los 49 y 5 albergues vallisoletanos. La causa de este suceso en particular esta originada por la cercanía de Madrid, municipio con gran demanda de turismo y que se traduce en un mayor mercado para Segovia, aunque su peso en la denominación de origen sea menor.

Los alojamientos hoteleros son más demandados por personas con una renta mayor, pues el coste de estos por noche es más elevado, aquí es donde Valladolid se desmarca frente a Segovia, con 41 frente a 7 respectivamente, por dos motivos, la presencia de más bodegas y mayor entidad en Valladolid, así como una mayor oferta de servicios enoturísticos por parte de estas, en algunos casos más lujosos y que atraen a otro tipo de población que demanda este tipo de servicios.

Si hablamos de campings y apartamentos turísticos las opciones son mucho más limitadas ya que no se demandan este tipo de servicios, generalmente el turismo del vino se realiza en escapadas cortas con escaso número de pernoctaciones, fines de semana e incluso en el mismo día lo que da lugar a un mercado muy pequeño en ambos tipos de alojamiento.

Especial mención merecen las viviendas de uso turístico, un mercado en auge que ha surgido gracias a la web Air BnB, permite a particulares ofrecer su vivienda o habitaciones por separado y alquilarla por días, como una especie de hotel particular, donde se ofrecen diferentes servicios tales como desayuno o alojamiento autorizado para mascotas. Este nuevo servicio abre aún más el abanico de posibilidades, encontrando precios muy variados, desde viviendas de lujo a habitaciones aptas para todos los públicos, encontramos 9 en los municipios de Segovia y 16 en los de Valladolid, estos números nos muestran lo significativo de este nuevo producto asociado al enoturismo y que seguirá creciendo debido a sus grandes posibilidades.

Del total de los 172 alojamientos que encontramos en los municipios solo 15, que representan solo un 10% del total, están adheridos de forma directa a la explotación del vino en la Ruta del Vino de Rueda, esto no indica que el resto no se beneficien del turismo atraído por el vino, pero sí que las posibilidades y la visibilidad que se pueden dar es mayor.

5.2- Restauración y otros servicios complementarios.

No podemos olvidar el mundo de la hostelería que está muy estrechamente relacionado con el turismo y considerándose inseparable del vino como complemento a la gastronomía típica de cada territorio.

Cafeterías y restaurantes de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid		
CATEGORIA	Cafeterías	Restaurantes
Provincia		
Valladolid	16	115
Segovia	2	9
Ávila	0	6
Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.		

Tabla 7: Establecimientos hosteleros asociado a los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid. Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

Lo primero que llama la atención en la tabla 8 es la gran diferencia que hay entre la cantidad de restaurantes, un 87,8% frente a un 12,2% del número de cafeterías, esto es debido a que como hemos explicado en la mayoría de los casos los restaurantes cuentan con servicio de barra, nos encontramos entonces con un servicio completo. Esta diferencia también la encontramos en los adheridos a la Ruta del Vino de Rueda, el 87,5% son restaurantes, dejando claro que este tipo está mucho más diversificado y satisface la demanda completa en un solo establecimiento.

El sector hostelero es muy importante pues asociado al turismo del vino comprende toda la parte gastronómica, en un restaurante podremos maridar los vinos de la tierra con sus respectivos alimentos o bien degustar directamente los vinos de la D.O Rueda, sin necesidad de acudir a un comercio a comprar una botella o a la bodega a efectuar una cata, sin olvidar que en muchos casos son centros de ocio y reunión para lugareños y turistas.

Para mostrar la relevancia de estos datos hemos calculado la media de las cafeterías y restaurantes de los municipios acogidos a la D.O por provincia. Valladolid vuelve a mantenerse a la cabeza en cuanto a explotación de los recursos asociados al enoturismo



con 2,9 establecimientos por municipio de sus 45, Ávila mejora su media con respecto a otro tipo de servicios donde siempre estaba a la cola y tiene 1,5 de media en sus 4 municipios, demostrando que es un sector con potencial y donde han conseguido abrirse hueco, Segovia por su parte es la que menos explota el sector hostelero, con 0,68 establecimientos por municipio de los 16 pertenecientes a la D.O.

Comparando la cantidad total con los integrados en la Ruta del Vino de Rueda seguimos confirmando lo que veníamos diciendo; poco interés por parte de los establecimientos de adherirse a la Ruta, solo 16 están en ella mientras que en el total de los municipios hay 148.

Esta infraestructura turística en base al vino genera conjuntamente otro tipo de servicios anexos dedicados al recreo, que, aunque no tan centrados en lo enológico aprovechan el número de clientes que atrae.

Turismo asociado a los municipios acogidos a la D.O de Segovia y Valladolid			
CATEGORIA	AGENCIAS DE VIAJE	EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO	OTRAS ACTIVIDADES TURISTICAS
Provincia			
Valladolid	13	3	3
Segovia	1	1	0

Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

Tabla 8: Establecimientos de turismo asociado a los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid. Fuente: SIE, 2019. Elaboración propia.

Observamos una clara diferencia entre Valladolid y Segovia, esta última con escasa presencia de estos servicios. Valladolid explota este segmento, pues como sabemos es la cabeza de la D.O, la que más turismo mueve, con mayor diversidad de clientes y por lo tanto la que tiene una oferta más diversificada.

Las agencias de viaje se encargan de organizar escapadas con transporte y alojamiento incluido, no centrándose especialmente en las actividades turísticas, esta parte la llevan a cabo las empresas de turismo activo, que ofrecen una gran diversidad de productos, paseos a caballo, vuelos en medios aerotransportados, partidas de paintball, carreras de karts entre otros, cubriendo de esta forma más nicho de mercado para todos aquellos que quieran complementar de forma diferente sus viajes turísticos. Como ejemplo concreto y

bien definido encontramos el Tren turístico de la Ruta del Vino de Rueda, surge de la colaboración entre Renfe, la Ruta del Vino de Rueda y el Ayuntamiento de Medina del Campo. Por el precio de 49,50€ este paquete turístico ofrece el transporte en un tren alvia, ida y vuelta desde Madrid a Medina del campo, traslados dentro de este último municipio, visitas al patrimonio, guías, una serie de servicios enoturísticos como visita a una bodega con cata y obsequio con una botella de verdejo.

Las empresas de turismo se benefician del impulso directo que ofrece la D.O, aunque los servicios que oferten no sean puramente enoturísticos, el 80% están adheridas a la Ruta, dato reseñable y que nos indica que estas empresas al dedicarse completamente al turismo en sus diferentes variables han sabido ver el potencial de este sector, explotando así el mercado de una forma más eficiente. Las agencias de viaje por su parte no han mostrado el mismo interés y siguen aplicando la metodología tradicional sin asociarse a ningún tipo de grupo que permita darles visibilidad dentro del ámbito del vino, curiosamente solo la agencia de Medina del Campo está presente en la ruta, frente a las 14 totales. Hay que destacar que en el municipio de Medina del Campo cuentan con grandes conocimientos y experiencia en el desarrollo local como podemos observar en sus trabajos de impulso de las Reales Carnicerías, la celebración de diferentes ferias a lo largo del año o su asociación a diferentes rutas de peregrinación históricas y religiosas, mostrando una vez más la importancia del saber hacer y aprovechando los recursos que se poseen como medio para el crecimiento y el desarrollo rural.

Toda esta información cuantitativa nos permite observar que el vino genera una infraestructura muy relevante, en este caso en todo el entorno al que afecta la D.O, pero como hemos visto en el turismo asociado, los alojamientos y la hostelería todavía no aprovecha plenamente la visibilidad que ofrece la propia D.O y más concretamente la Ruta del Vino que presenta un fuerte potencial de crecimiento. Esta escasa explotación del turismo está estrechamente relacionada con el modelo empresarial predominante, puramente productivista como hemos visto con anterioridad y que da más importancia a la venta de vino que a los servicios asociados que pueden surgir de este.

6-Una demanda turística creciente.

Toda esta infraestructura turística se ha desarrollado en función de una demanda que no deja de incrementarse año tras año (Gráfico 14) Así, se han registrado crecimientos de un 9,3% entre el 2016 y el 2017 y un 17,41% en el periodo de 2017 a 2018, quedando claro que el aumento en este trienio ha sido exponencial, de un periodo a otro prácticamente se ha duplicado el ritmo de crecimiento. Estos datos nos confirman las posibilidades de crecimiento del enoturismo de Rueda, especialmente si los comparamos con el número de visitantes de la D.O Ribera del Duero, muy cercana espacialmente hablando, con 383.150 visitantes en el año 2018. Nos encontramos con una gran capacidad de incrementar el número de visitantes.

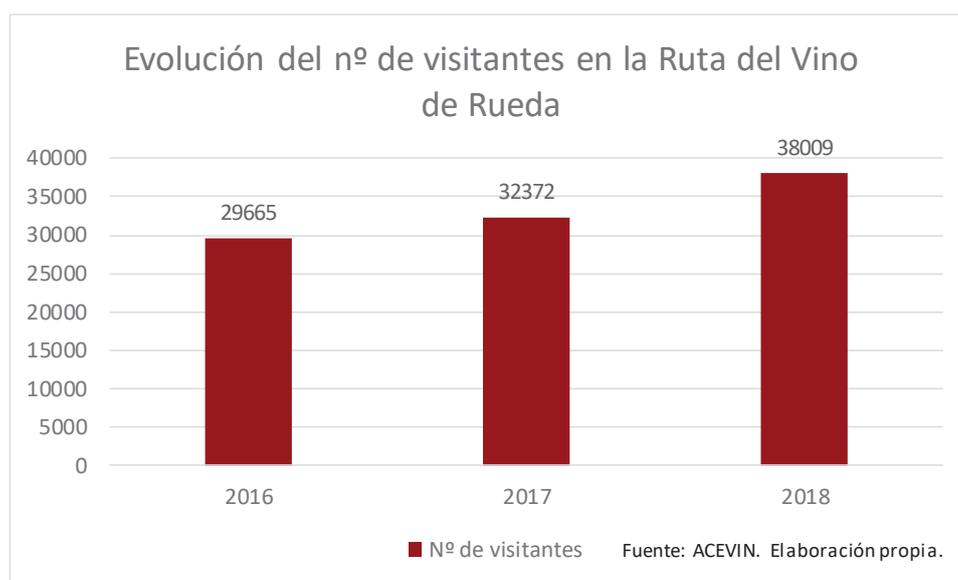


Gráfico 14. Evolución del número de visitantes en la Ruta del Vino de Rueda, 2016-2018. Fuente: ACEVIN Elaboración propia

Una demanda que presenta unos perfiles sociales y económicos específicos, así como un gran número de particularidades que pueden ser aprovechadas para enfocar el sentido de la inversión enoturística. Según los datos recopilados para el conjunto de las rutas del vino por ACEVIN en su Análisis de la Demanda Turística Rutas del Vino de España 2018-2019, con más de 2213 encuestados, y confirmados para nuestro caso de estudios

por la propia gerencia de la Ruta del Vino de Rueda, el tipo de turismo más practicado se efectúa en pareja (Gráfico 15), el 44% de los encuestados han hecho enoturismo de esta manera, esto nos da una visión de hacia donde se puede enfocar el turismo, ofreciendo paquetes románticos o para realizar entre dos. Algunas bodegas ya han observado esta tendencia y como hemos comentado anteriormente ofrecen cenas románticas o viajes en globo aerostático.

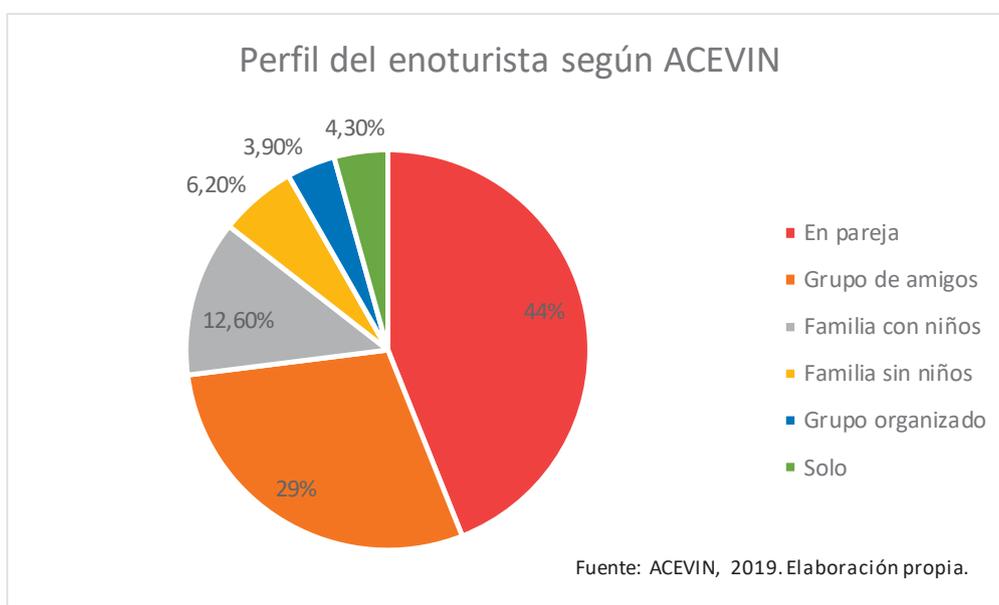


Gráfico 15: Perfil del enoturista según ACEVIN. Fuente: ACEVIN Elaboración propia

Los viajes entre grupos de amigos que representan el 29% del total, también son relevantes, buscando un turismo abierto, en la mayoría de los casos requieren de menos intimidad a diferencia del efectuado en pareja y sí más dinamismo debido a que generalmente los integrantes de un grupo suelen presentar cierta heterogeneidad. En la D.O Rueda ya se ha empezado a cubrir este nicho de mercado, ofreciendo eventos personalizados para grupos por parte de las bodegas o incluso por los ayuntamientos. Previo contacto con el departamento de turismo de La Seca se organizan visitas y rutas para grupos, por 10€ por persona y para un mínimo de 8, ellos se adaptan a tus requisitos y contactan con las bodegas que mejor se puedan amoldar a tu paquete personalizado.



Respecto a las familias con niños y sin niños, abarcan un 12,6% y un 6,2% respectivamente, este tipo de turismo es menos practicado debido a la complejidad de adaptar los recursos de las visitas a un público excesivamente joven y que bajo impedimento legal no ha desarrollado el gusto por el vino. Aun así sigue siendo relevante ya que las familias no se cierran a esta modalidad de turismo y quizás solo sea necesaria una readaptación de la oferta para llamar más a estos grupos familiares.

La estancia media es de 2,4 días en 2019, cifra que ha caído por segundo año consecutivo desde el 2017, con 2,54 días. Si a esto le sumamos que los desplazamientos se realizan en coche, el 85% de los turistas utilizan este medio, nos indica una gran movilidad del turista, que buscara una oferta dinámica y tendrá la libertad para terminar su visita cuando desee sin depender de horarios de transporte público. Por otro lado, parece obvia la necesidad de establecer una oferta más dilatada en el tiempo por parte de las bodegas que consigan mantener unos días más al turista, por ejemplo, jornadas de vendimia, prensa y maceración del vino.

El gasto medio por día es de 160€ por persona, correspondiendo el 50% a la gastronomía y el alojamiento, el otro 30% a servicios enoturísticos y compras de vino mientras que el 20% restante a otro tipo de gastos. Si realizamos un cálculo básico, multiplicando los días por la estancia media, obtenemos un gasto medio de 384€, un dato muy significativo y que permitirá a los empresarios calcular con precisión la cuota de mercado que podrán abarcar en base a sus servicios. Si las bodegas analizasen detenidamente las actividades más realizadas, podrían focalizar sus esfuerzos por cubrir este mercado aun inexplorado en la D.O Rueda.

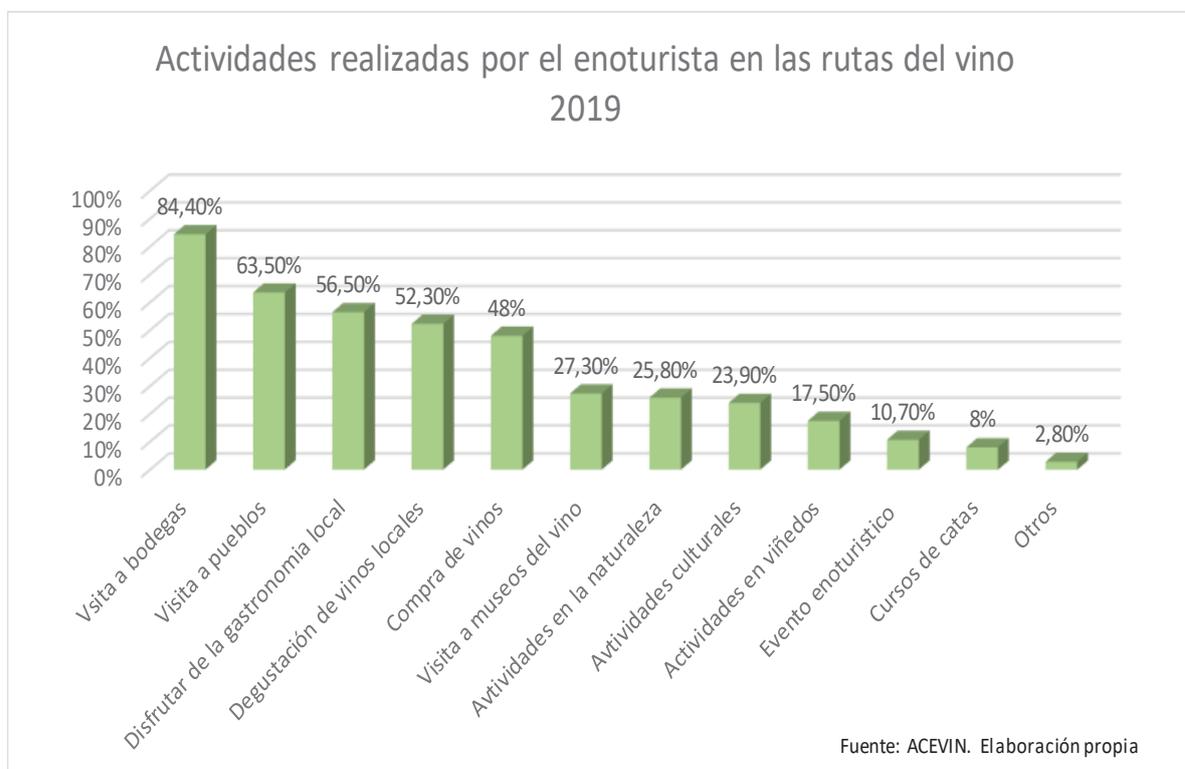


Gráfico 16: Actividades realizadas por el enoturista en las rutas del vino. Fuente: ACEVIN Elaboración propia

Entre las actividades más practicadas por los turistas esta la famosa y más explotada visita a la bodega (Gráfico 16), un 84,4% la realizan, suelen ser muy asequibles y bastante dinámicas, cada bodega intenta diferenciarse explicando su historia. La duración no suele ser de más de 3 horas, por lo que permite compaginarlo con otras actividades el mismo día, por ejemplo, visitar el pueblo donde se sitúan, practicado por más del 63% y que permite conocer el contexto histórico del territorio donde se enclavan las bodegas y sus caldos. Estas actividades van seguidas muy de cerca por la gastronomía y degustación del vino local ambas con más del 50% de aceptación entre los turistas. Como dato reseñable hay que mencionar los cursos de cata, solo practicados por el 8% y enfocados a un enoturista apasionado, que representa el 21,5% del total, si hablamos de la relación de estos con el vino. Por su parte el resto del turismo es practicado por aficionados 39%, principiantes 23,4%, mientras que los profesionales agrupan al 5,8% y el 9% restante no mantiene ninguna vinculación.

Nos encontramos por tanto con un perfil enoturista poco variado, esto hace que sea más fácil estudiar el mercado. Un nivel de conocimientos y vinculación al vino que podríamos dividir en tres, básico, primeros contactos con el vino, intermedio, muestra interés hacia la cultura de los caldos y experto, le apasiona el vino, el mundo que le rodea y sus tradiciones, en definitiva, ama la cultura del vino.

La posible segmentación de la oferta para la D.O Rueda queda clara, por su forma de hacer turismo, en pareja, en grupo ... y por su nivel de conocimiento básico, intermedio o experto. Siguiendo estas pautas se podrían conseguir unas actividades con gran aceptación, facilitando el trabajo y las inversiones de los bodegueros, enfocando todo al mercado existente, que como sabemos está en crecimiento y poco aprovechado en nuestro ámbito de estudio. Limitar el margen de error en base a estos datos facilitaría mucho la reticencia de los empresarios a invertir en infraestructuras turísticas. Si además de focalizar la oferta, conocemos el potencial de crecimiento en nuestro ámbito de trabajo se puede fomentar aún más el crecimiento e inversiones en este sector.

En el caso de la D.O Rueda queda claro que el turismo más practicado es el directamente relacionado con la elaboración del vino, con 34.110 visitantes de bodegas y 3.899 visitas a museos. A diferencia de otras rutas con unos recursos diferentes¹⁵, donde el peso de estos es mayor que el del vino, claro ejemplo de ello es la Ruta de Utiel-Requena con un 50% más de visitas a museos que a bodegas o la Ruta del Vino del Bierzo que tiene el mismo número de visitas a bodegas que a museos. Queda, por tanto, mucho por desarrollar para aprovechar el potencial de este territorio en lo que se refiere a patrimonio cultural e histórico, así como el que rodea a la uva.

El origen de los visitantes en el caso de Rueda es sobre todo nacional, aproximadamente el 90,71% de los visitantes son de nacionalidad española, el otro 9,28% restante de los 38.009 visitantes de 2018 son extranjeros. Si lo comparamos con Ribera del Duero donde el 13,15% de los 383.150 visitantes son de origen extranjero, queda claro que el potencial del mercado está en los visitantes de nacionales, debiendo hacer hincapié en la publicidad

¹⁵ Recursos históricos, artísticos o naturales son también fuentes potenciales de turismo en los ámbitos de las diferentes rutas.

interna, dentro del país, por supuesto, sin olvidar el interesante turismo externo. No hay que dejar de mencionar que los vinos blancos de Rueda son muy apreciados en el extranjero como hemos confirmado anteriormente, quizás con una pequeña inversión publicitaria en agencias de viaje extranjeras o vía electrónica se puedan mejorar notablemente las cifras de visitantes extranjeros en la D.O Rueda.

7- Conclusiones: el turismo enológico, una actividad con futuro.

En definitiva, la D.O Rueda muestra una clara inclinación hacia la producción vitivinícola de carácter empresarial basada en el cultivo y elaboración de caldos bancos de la variedad de uva verdejo, que les ha dado gran reconocimiento y diferenciación en el mercado nacional y exterior. Este modelo productivista está apoyado por unas técnicas de cultivo modernas que permiten su integración en circuitos comerciales complejos y explotados, donde prima la necesidad de ser competitivos ofreciendo productos de muy alta calidad a precios adecuados. La mecanización del campo y el uso de mano de obra inmigrante se ha convertido en la tónica general para poder adaptarse al mercado, sin estas dos características no sería posible ofrecer la productividad necesaria.

La comercialización es la base y el objetivo principal de los empresarios, sobre todo la nacional, siendo la denominación de origen que va a la cabeza en venta de botellas de 0,75 l de vino blanco en España, sin olvidar la gran relevancia en el mercado exterior donde sus vinos son muy apreciados y demandados, cada vez más, año tras año pero como nos indican los comerciales de las bodegas es imposible satisfacer la demanda mundial debido a la limitación en las producciones y la ya señalada demanda interior.

Los bodegueros, así como los datos analizados nos dejan claro que su principal fuente de ingresos es la venta de vino, hecho que contrasta con el auge del enoturismo y las bodegas que tienen presencia en otras D.O donde sí ofertan servicios turísticos.

El enoturismo por su parte se encuentra en desarrollo, muy poco explotado aún, precisamente por el modelo empresarial predominante anteriormente mencionado. Nos encontramos en la base del enoturismo, en sus inicios, no todas las bodegas tienen

servicios y las que los tienen son básicos y poco avanzados, con muy pocas excepciones que presentan un buen modelo enoturístico.

Los recursos que encontramos en el entorno de la D.O son muy variados, ofreciendo infinidad de posibilidades. La parte gastronómica es la más aprovechada con los maridajes dentro de la bodega, generalmente centrados en quesos y embutidos típicos de la tierra. Este tipo de servicios gastronómicos cuenta con un abanico amplísimo pues están centrados en el entorno, algo positivo pero que no debe de significar el cierre de otros horizontes. Siempre se debe poner en valor el territorio y sus potencialidades y no podemos olvidar que, aunque la base es el vino, siempre se pueden buscar otros productos alimenticios como maridajes distantes de los de la tierra, ofreciendo un servicio diferente y atractivo, algunas bodegas ya lo tienen como las que realizan maridajes con chocolate, anteriormente mencionada, pero son ejemplos puntuales.

Otras posibilidades con tipos de cocina internacionales inexplorados hasta la fecha, por ejemplo, la francesa, con sus quesos cremosos intensos y tradición vitivinícola, los pescados marinados de Noruega, con un gusto muy diferente a cualquiera de aquí, o sin salir de nuestras fronteras nacionales, el pescado frito andaluz con un verdejo como maridaje ideal. Todos estos tipos pueden dar un servicio alternativo, enseñando la gran cantidad de asociaciones para un vino tan castellano con posibilidades internacionales, mostrando combinaciones gastronómicas para todos los paladares y abriendo nuevos mercados, lo que no indica que haya que perder la esencia de nuestras matanzas y quesos de Castilla, solo complementarlos.

Siguiendo el hilo de la gastronomía, cada vez más en auge y demandado tenemos que hablar de los restaurantes dentro de la propia bodega, asociados a estas, pero que funcionan como un negocio perfectamente articulado, con su jerarquía natural, maîtres, camareros, cocineros y pinches de cocina.

Este tipo de negocio, ínfimamente explotado en esta D.O, permitiría una diversificación amplísima a las bodegas, siempre dentro de los estándares dedicados al vino y los alimentos. La diferencia que encontramos con un restaurante normal y externo a los bodegueros es que estos pueden centrar su carta, menús y alimentos adecuándose a sus

vinos, poniéndolos en valor y haciendo eventos gastronómicos únicos, catas a ciegas, en oscuridad total remarcando el uso de otros sentidos tales como el gusto y el olfato o paquetes gastronómicos preconizados por los enólogos que pueden ser utilizados como presente para otras personas en eventos señalados, dejando atrás el típico regalo material. Otras D.O como Ribera del Duero o Rioja, aprovechan intensamente este tipo de negocios, dando al cliente una experiencia de 360° en la cultura vitivinícola, desde el cultivo, la elaboración hasta el paso final, su consumo y maridaje. Estos centros de cultura gastronómica han demostrado en estas dos denominaciones de origen anteriormente mencionadas ser un pilar muy fuerte dentro de la empresa, así como una gran fuente de ingresos y publicidad para su vino. Por el contrario, en la D.O Rueda los empresarios se han mostrado reticentes en este sentido. Solo dos bodegas tienen su propio restaurante, el Hilo de Ariadna, perteneciente al grupo Yllera y la bodega Felix Sanz, el resto han determinado un escaso interés para invertir en abrir uno, por causas tales como la importancia de fabricar y vender vino en su modelo de negocio, ya que les va bien manteniendo un estándar productivo alejado de la restauración, que daría más trabajo y quebraderos de cabeza en sus inicios. Otros mantienen su presencia en la D.O, a pesar de ser grandes grupos empresariales, únicamente con el afán de producir vino de la variedad verdejo y diversificar así su abanico de caldos, dejando para otras denominaciones de origen en las que están presentes sus ganas de mantener una fuerte oferta enoturística, así como invertir en hostelería y grandes eventos.

Queda claro de esta manera que la gastronomía es el potencial más importante al que se puede asociar el vino, pero en este caso su explotación se limita a maridajes dentro de la bodega, o aquellos más atrevidos en los viñedos. La restauración asociada, que por su parte requiere de una inversión y conocimientos importantes, es todavía marginal, pero con un potencial de expansión y crecimiento enormes, a día de hoy descartado por la mayoría de bodegueros.

En la integración de oferta de alojamiento por la propia bodega nos encontramos con el mismo problema y ejemplo que con la restauración, en la D.O Rueda solo la bodega Félix Sanz tiene la certificación de hotel rural de cuatro estrellas, hecho que en otras D.O es la

tónica general. En nuestro ámbito de estudio ni siquiera se plantea una inversión en alojamientos por los empresarios, ellos mismos confirman tanto en la pequeña bodega como en los grandes grupos que en esta D.O lo que saben hacer es vino y el interés se encuentra en aprovechar el potencial económico y en expansión del verdejo.

Hemos observado que el arraigo cultural es un tema muy importante para todos los municipios que comprenden la D.O, históricamente ha sido un espacio vitivinícola y por lo tanto no podemos olvidar el patrimonio que se fue creando durante este tiempo, en la actualidad es lo que denominamos patrimonio histórico cultural. En este caso también hay un nicho turístico a explotar, recuperando tradiciones y fiestas, antiguos aperos y antiguas bodegas donde se hacía vino de forma tradicional, mostrándoselo al consumidor, generando un contenido de alto valor durante la visita. Actualmente son cuatro las bodegas, ya mencionadas, que han sabido ver el negocio que hay detrás de estos conjuntos históricos, así como la labor social que realizan recuperándolos. Aunque hay una mayor implicación que en la restauración asociada, de entre las 35 bodegas más arraigadas al territorio, que solo tienen presencia en Rueda, todas ellas con posibilidad de recuperar conjuntos históricos y tradiciones, solo 4 son las que han decidido apostar por esta opción, lo que indica que sigue siendo una proporción muy baja. Igualmente se han recuperado algunas tradiciones como las fiestas de la vendimia, la rebusca de las uvas (La Seca)...

En cuanto a las posibilidades de usar el paisaje como recurso vemos que 14 bodegas lo hacen, pero si analizamos más en profundidad solo 3 (Mocén, Ramon Bilbao, Campo Eliseo,) lo ofertan como un producto diferenciador en base a sus antiguos viñedos en vaso. Encontramos dos más con características muy particulares que no son puestas en valor lo suficiente, la bodega de Javier Sanz con un viñedo prefiloxérico, principalmente explotado de forma vitícola, ofertando poco enoturismo de algo tan excepcional, por otra parte las Bodegas Shaya, en la que la totalidad de sus viñedos son en vaso, produciendo únicamente 3 vinos de elevado precio, debido a la particularidad del viñedo, pero que no ofrecen ninguna posibilidad de visitarlos, siendo la única bodega de toda la D.O que no tiene viñedos en espaldera. Por lo tanto, las 1200 ha de viñedo en vaso, que representan

un 7% del total, ofrecen una belleza paisajística, difícilmente igualable por la plantación en espaldera, con un gran potencial enoturístico poco aprovechado.

A pesar de ser pocas las bodegas con un turismo reseñable, la diversificación de la oferta enoturística nos muestra dos modelos, las bodegas que están presentes en varias D.O con un modelo más acorde a una explotación turística fuerte, con una mayor inversión en infraestructuras, restaurantes, circuitos termales y un hotel rural. Esto determina que lo que les funciona a estos grupos en otras D.O también funciona en esta. Por otro lado, las opciones más elaboradas y particulares las encontramos en las que solo están presentes en la D.O Rueda, como granjas de insectos, bibliotecas, conjuntos históricos y vendimias guiadas, otro indicativo de la buena aceptación del enoturismo, pero que indica que las bodegas más arraigadas al territorio tienen un mayor temor a salirse de la producción de vino y hacer grandes inversiones en infraestructuras enoturísticas, pues a pesar de ser servicios únicos las inversiones siguen siendo más altas en la creación de hoteles y restaurantes, más propio de los grandes grupos empresariales.

El impulso sobre la visibilidad del turismo es todavía muy pobre, las pequeñas empresas van dando pequeños pasos, ofreciendo nuevos servicios, pero mostrándose tímidos a publicitarlos en exceso. El modelo enoturístico es menos ágil que en otros lugares. No es el que se encuentra en otras denominaciones de origen, donde puedes acercarte a la bodega y pedir una visita guiada en el momento ya que están programadas, en la D.O. Rueda hay que concertar una cita. Este modelo ha demostrado tener fortalezas y debilidades, por un lado es muy difícil obtener un gran beneficio, debido a que no está pensado para mover grandes masas ni ofrecer un servicio continuo, medido en tiempo y rentabilidad mientras que por otro las visitas son de mucha calidad, al ser concertadas suelen estar muy preparadas, excediendo tiempos que podrían ser rentables ya que ponen mucho énfasis en contar su historia y su vida ya que estas visitas en muchos casos son guiadas por el propio bodeguero o algún familiar, contando desde el corazón el proceso del vino, ofreciendo un servicio muy exclusivo, imposible en modelos de grandes grupos empresariales o en otras D.O que explotan hasta la saciedad el enoturismo.

Hay que hablar del cambio generacional que se está produciendo en la actualidad, donde los hijos o jóvenes empresarios comienzan a adaptarse a las nuevas corrientes y se muestran más abiertos a este tipo de negocio, siendo más receptivos a iniciativas fomentadas por los ayuntamientos como jornadas de poda o vendimia, que les otorgan una visibilidad muy particular y centrada en su bodega.

Concluyendo, queda claro el gran interés en la producción de vino, mostrando su gran potencial de crecimiento y reconocimiento internacional, dando gran visibilidad a las bodegas, tanto únicas en la D.O Rueda como a los grandes grupos empresariales. Invertir en turismo queda en un segundo plano, una reticencia a abrir un mercado enoturístico complejo y elaborado, pero como hemos podido afirmar durante todas estas páginas, con un potencial inexplorado, abierto hacia todas direcciones que facilitaría mucho explorar este camino.

8-Bibliografía y webgrafía.

Bibliografía

Alario, Milagros; Morales, Erica; Molina, Ignacio (2018): "*Paisajes del vino y desarrollo turístico: la comarca de Rueda*". *Comunicación XII CONGRESO IBEROAMERICANO DE ESTUDIOS RURALES (CIER) Territorios Globales, Ruralidades Diversas*. p. 345-348. Segovia 2018 <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/36869>

De Castro Rodríguez, L.J. (2016): *Perspectiva evolutiva de la uva verdejo en diferentes denominaciones de origen de España*, trabajo inédito, 33.

Esteban de Íscar, M. (2015): *Evolución histórica y transformaciones recientes de la agricultura en Tierra de Medina. La especialización vitícola en la Denominación de Origen Rueda. Serrada como ejemplo*. Tesis Doctoral inédita, 1.128.

Molina de la Torre, I.; Alario Trigueros, M.; Morales Prieto, E. (2018): "*La redefinición del potencial endógeno de las áreas vitivinícolas: de la bodega al paisaje del vino en la Ruta del Vino de Rueda vallisoletana*". En CEJUDO, E. y otros (Ed.) : *Nuevas realidades rurales en tiempos de crisis: territorios, actores, procesos y políticas.*, 2018, p. 874-887

Molinero Hernando, F. (1988): *Viñedos y vinos de Valladolid*. Cuadernos Vallisoletanos nº 41, Obra Cultural de la Caja de Ahorros Popular, 30 p.

Molinero Hernando, F. (2011): "Los paisajes del viñedo en Castilla y León: tradición, renovación y consolidación". *Polígonos, Revista de Geografía*, 21, 85-117.

Tesorería de la Seguridad Social; *Ocupados por municipio y actividad económica 2018*. (Sin publicar)

Webgrafía

ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) Información y proyecto rutas del vino <https://www.acevin.es/>

Ultima consulta 27/12/2019

Airbnb, habitaciones de particulares con alquiler por días en los municipios de la D.O Rueda <https://www.airbnb.es/>

Ultima consulta 16/11/2019

D.O Rueda (Denominación de Origen Rueda) Análisis enoturístico por bodegas y marcas acogidas a la D.O. <https://www.dorueda.com/es/bodegas-y-marcas/>

Ultima consulta 03/01/2020

D.O Rueda (Denominación de Origen Rueda) Descarga de datos y estadísticas relativos a la vendimia, variedades y superficie. <https://www.dorueda.com/es/seccion/estadisticas/>

Ultima consulta 08/10/2019

D.O Rueda (Denominación de Origen Rueda) Datos relativos al funcionamiento y organigrama de la D.O <https://www.dorueda.com/es/crdo/composicion/>

Ultima consulta 09/12/2019

D.O Rueda (Denominación de Origen Rueda) Datos sobre el número de municipios y parcelas <https://www.dorueda.com/es/crdo/calidad-y-tipicidad/>

Ultima consulta 14/10/2019

D.O Rueda (Denominación de Origen Rueda) Variedades de uva <https://www.dorueda.com/es/crdo/variedades-de-uva/>

Ultima consulta 06/10/2019

D.O Rueda (Denominación de Origen de Rueda) Hectáreas de viñedo por variedad <https://www.dorueda.com/es/crdo/el-vinedo/>

Ultima consulta 19/10/2019

Google, valoraciones online de los clientes sobre los negocios y establecimientos de alojamiento, restauración y comercios de la Ruta del Vino de Rueda. <https://www.google.es/>

Ultima consulta 18/11/2019

Ruta del vino de Rueda, consulta de turismo y negocios, asociados directamente a la D.O Rueda (Alojamiento, restauración, comercios, empresas de turismo y otros servicios) <https://www.rutadelvinoderueda.com/es/>

Ultima consulta 15/11/2019

SIE (Sistema de Información Estadística) Consulta personalizada para datos del padrón y empleo <https://www.jcyl.es/sie/v2/datosbasv2irAmodulo.html>

Ultima consulta 22/10/2019

Tesorería de la Seguridad Social; Ocupados por municipio y actividad económica 2018. (Sin publicar) <http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Inicio>

9-Índice de gráficos, mapas e imágenes.

Gráficos

Gráfico 1: Producción acogida de uva blanca por variedades 2004-2018

Gráfico 2: Superficie de viñedo por sistemas de conducción expresado en hectáreas.

Gráfico 3: Pirámide de población de residentes de origen nacional en el núcleo de la D.O Rueda. (Serrada, Rueda y La Seca) sin población inmigrante.

Gráfico 4: Pirámide de población de residentes en el núcleo de la D.O Rueda. (Serrada, Rueda y La Seca) con lugar de nacimiento en el extranjero.

Gráfico 5: Envergadura empresarial de las bodegas acogidas a la D.O Rueda.

Gráfico 6: Evolución de la comercialización total de vinos blancos, tintos y rosados en botellas de $\frac{3}{4}$ de litro en los últimos veintidós años.

Gráfico 7: Evolución de la comercialización exterior e interior de vinos blancos, tintos y rosados en botellas de $\frac{3}{4}$ de litro en los últimos veintidós años.

Gráfico 8: Distribución de trabajadores por sector en los municipios de la D.O Rueda.

Gráfico 9: Servicios turísticos ofertados por las bodegas de la D.O Rueda.

Gráfico 10: Otros servicios turísticos ofertados por las bodegas de la D.O Rueda.

Gráfico 11: Comercios adheridos a la Ruta del Vino Rueda.

Gráfico 12: Alojamientos adheridos a la Ruta del Vino Rueda.

Gráfico 13: Oferta de alojamientos de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid.

Gráfico 14. Evolución del número de visitantes en la Ruta del Vino de Rueda, 2016-2018.

Gráfico 15: Perfil del enoturista según ACEVIN.

Gráfico 16: Actividades realizadas por el enoturista en las rutas del vino.

Mapas

Mapa 1: Extensión de la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda.

Mapa 2: Concentración de bodegas acogidas en la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda.

Mapa 3: Numero de bodegas que ofertan enoturismo en la D.O Rueda por municipios, remarcando el triángulo de oro, Serrada, La Seca y Rueda.

Tablas

Tabla 1: Superficie variedades blancas y tintas 2001-2018.

Tabla 2: Relación por tipo de viñedo, uva blanca o tinta, expresado en ha y N° de Bodegas acogidas a la D.O por municipio.

Tabla 3: Residentes en los municipios de la D.O Rueda con lugar de nacimiento en el extranjero y población total.

Tabla 4: Alojamientos adheridos a la Ruta del Vino Rueda desglosados por municipio, tipo, precio y valoración. Fuente: Ruta del Vino Rueda, 2019.

Tabla 5: Hostelería en la Ruta del Vino Rueda desglosada por municipio, tipo, precio y valoración.

Tabla 6: Oferta de alojamientos de los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid.

Tabla 7: Establecimientos hosteleros asociado a los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid.

Tabla 8: Establecimientos de turismo asociado a los municipios acogidos a la D.O de las provincias de Segovia y Valladolid.

Imágenes

Imagen 1: Suelos de canto rodado en Serrada, tipo predominante en la D.O Rueda.

Imagen 2: Racimo de uvas de la variedad verdejo.

Imagen 3: Paisaje caracterizado por el viñedo en el municipio de La Seca.

Imagen 4: Bodega de carácter empresarial en Rueda.

Imagen 5: Viñedos en espaldera.

Imagen 6: Viñedos de nueva plantación en espaldera, iniciando la guía mediante el sistema de alambres en La Seca.

Imagen 7: Viñedos en vaso del municipio de La Seca.

Imagen 8: Fachada de la bodega Yllera con acceso al público.

Imagen 9: Bodegas Viore en Rueda, se observa en el edificio rojo la reivindicación de la vinoteca y tienda.

Imagen 10: Indicaciones de la Ruta del Vino de Rueda, señalizando las bodegas adheridas.

Imagen 11: Hostelería y comercios que explotan el negocio del vino en el municipio de Rueda.

Imagen 12: Restaurante La Botica en Matapozuelos, con una Estrella Michelin, perteneciente al turismo gastronómico de calidad.