



---

**Universidad de Valladolid**

**TRABAJO DE FIN DE**  
**GRADO**

**La Denominación de**  
**Origen Cigales y su**  
**influencia en el territorio**

*Alumno: Gonzalo Saldaña Cardona*

*Tutora: Luz María Martín Delgado*

*Curso: 2022-2023*

*Grado de Geografía y Ordenación del Territorio*

## **Resumen**

Este trabajo fin de grado se ha centrado en el análisis de la influencia territorial que puede generar una marca de calidad, concretamente, la Denominación de Origen Cigales eligiendo como laboratorio de estudio los municipios de carácter rural que se integran en este territorio. El análisis se aborda en distintas fases. En primer lugar, se llevó a cabo una revisión bibliográfica que ha permitido definir conceptos, conocer la legislación/normativa sobre este tipo de marcas de calidad, así como analizar las repercusiones territoriales de las denominaciones de origen. En segundo lugar, se realizó un diagnóstico demográfico que ha reflejado el crecimiento de la población en este territorio; y, un análisis evolutivo de la creación de bodegas y alojamientos turísticos, el cual ha permitido constatar que a partir de la creación de la Denominación de Origen Cigales se ha experimentado un crecimiento de ambos. Por último, se realizó un estudio para conocer la opinión que la población local tiene sobre esta marca de calidad. Para ello, se recurrió al diseño de una encuesta y su difusión mediante trabajo de campo, así como a la posterior creación de una base de datos con toda la información, la cual fue sometida a un análisis estadístico. Esto ha permitido extraer interesantes resultados entre los que se encuentra el grado de conocimiento que la población local tiene sobre el concepto “denominación de origen” y sus implicaciones territoriales, los aspectos positivos y negativos que desempeña la D.O. Cigales en los municipios que la integran, así como conocer nuevas medidas que los habitantes piensan contribuirían al mayor desarrollo de esta comarca.

**Palabras claves (5):** Denominación de Origen (D.O.), Cigales, Percepción social, implicaciones territoriales, influencia turística.

## **Abstract**

This final degree project has focused on the analysis of the territorial influence that a quality mark can generate, specifically, the Cigales Denomination of Origin, choosing as a study laboratory the rural municipalities that are integrated into this territory. The analysis is approached in different phases. In the first place, a bibliographic review was carried out that has allowed defining concepts, knowing the legislation/regulations on this type of quality marks, as well as analyzing the territorial repercussions of appellations of origin. Secondly, a demographic diagnosis was made that has reflected the growth of the population in this territory; and, an evolutionary

analysis of the creation of wineries and tourist accommodation, which has made it possible to verify that since the creation of the Cigales Denomination of Origin there has been a growth of both. Finally, a study was carried out to find out the opinion that the local population has about this quality brand. For this, the design of a survey and its dissemination through field work were used, as well as the subsequent creation of a database with all the information, which was subjected to statistical analysis. This has made it possible to extract interesting results, among which is the degree of knowledge that the local population has about the concept of "designation of origin" and its territorial implications, the positive and negative aspects that the D.O. Cigales in the municipalities that make it up, as well as knowing new measures that the inhabitants would think would contribute to the further development of this region.

**Keywords (5):** designation of origin, Cigales, Social perception, territorial implications, Tourist influence.

## *AGRADECIMIENTOS*

*Quisiera agradecer a las personas a quienes, con su ayuda y su constante apoyo, he conseguido obtener este resultado en este trabajo final.*

*Lo primero, agradecer a mi tutora, Luz María Martín, quien sin su constante apoyo no podría haber logrado este trabajo. De ella me llevo sus enseñanzas y un cambio de vista para futuras investigaciones, y con sus palabras he cambiado y evolucionado hacia un mejor conocimiento de esta materia.*

*Agradecer a mi familia, que durante este tiempo han procurado ayudarme dentro de sus posibilidades. A mis amigos, que han estado a mi lado durante este proceso y con los cuales he intercambiado conocimientos para desarrollar este trabajo.*

*Por último, agradecer a todas las personas que han participado activamente en el desarrollo, ya sea a través de las encuestas o aportando sus puntos de vista.*

# Índice

1. Introducción.....	7
2. Metodología .....	14
2.1. Hipótesis y objetivos.....	14
2.2. Área de estudio. ....	14
2.3. Fuentes de información y técnicas.....	19
3. Resultados .....	25
3.1. Evolución histórica de las bodegas en la comarca de Cigales.....	25
3.2. Evolución histórica de los alojamientos turísticos en la comarca de Cigales.....	28
3.4. Percepción de la población local sobre la Denominación de Origen Cigales.....	48
3.4.1. Perfil sociodemográfico del encuestado.....	48
3.4.2. Análisis del conocimiento sobre el concepto “denominación de origen”.....	49
3.4.3. Implicaciones territoriales de la Denominación de Origen Cigales.....	51
3.4.4. Opinión y Observaciones sobre la D.O. Cigales.....	57
4. Conclusiones. ....	60
5. Bibliografía.....	62
6. Fuentes de Información.....	65

## **Índice de tablas y figuras**

Tabla 1: Normativa de las D.O.P. de Vinos. ....	8
Tabla 2: Población y superficie de los municipios de la D.O. Cigales.....	17
Tabla 3: Usos del suelo (Hectáreas y porcentajes). ....	18
Tabla 4: Fuentes de Información. ....	20
Tabla 5: Estructura del cuestionario. ....	23
Tabla 6: Ficha técnica. ....	24
Tabla 7: Natalidad, mortalidad y saldo migratorio (1991/2021). ....	47
Tabla 8: Perfil sociodemográfico de los encuestados.....	49
Tabla 9: Análisis del conocimiento sobre el concepto "denominación de origen". ....	50
Tabla 10: ¿Cómo crees que son estos efectos en tu territorio?.....	53
Tabla 11: Fomento de la creación de iniciativas. ....	55
Tabla 12: ¿Qué medidas pondrías tú en marcha para fomentar este recurso de la D.O. Cigales? .....	56
Figura 1: Mapa de las D.O. de vinos en España.....	11
Figura 2: Mapa de localización de los municipios pertenecientes a la D.O. Cigales.....	15
Figura 3: Mapa de usos del suelo de los municipios pertenecientes a la D.O. Cigales..	19
Figura 4: Proceso metodológico. ....	22
Figura 5: Evolución del número de bodegas de la D.O. Cigales (1991-2022).....	26
Figura 6: Geolocalización bodegas de la D.O. Cigales. ....	28
Figura 7: Evolución del número de plazas disponibles en los alojamientos turísticos de la D.O. Cigales (2000-2022).....	30
Figura 8: Evolución alojamientos turísticos. ....	33
Figura 9: Evolución de la población de la D.O. Cigales (1990-2022). ....	37
Figura 10: Movimiento natural de la población (1991-2021). ....	39
Figura 11: Evolución de los movimientos migratorios en la zona de la D.O. Cigales (1991-2021). ....	41
Figura 12: Pirámide de población comparativa (1991/2021). ....	44

# **1. Introducción**

La Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) tiene como objetivo principal actuar como herramienta para contribuir a conservar la calidad y diversidad de los distintos productos agrícolas, así como para salvaguardar el patrimonio cultural y gastronómico de un territorio (Criado *et al.*, 2016). La declaración de un producto como D.O.P. permite obtener una seña de identidad y calidad dentro del territorio donde tiene lugar esta declaración. Para ello, existe una rigurosa normativa a escala europea que trata de delimitar qué es un producto D.O.P., así como cuáles son los requisitos necesarios para poder ser declarado como tal. En este contexto, la página oficial del Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación del gobierno de España, define como producto bajo una Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) a *“aquel cuya calidad o características se deben al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan siempre en esa zona geográfica delimitada de la que toman el nombre”*. En esta definición puede resaltarse la *“tipicidad”* como factor diferenciador, pues es la manera de identificar un producto, ya sea por su forma de producción o por la propia dimensión geográfica. Al mismo tiempo, se incluye el componente cultural, es decir, la forma en la que ha sido producido o el componente histórico que lo caracteriza (Van Der Lans *et al.*, 2001).

A lo largo de los años, han ido surgiendo diferentes denominaciones de origen en todo el mundo, especialmente en España, siendo muchas de ellas de productos de alimentación. Entre ellas se encuentran las relacionadas con el sector vitivinícola. La primera denominación de origen vitivinícola regulada data del 10 de septiembre de 1756. En ese momento el Marqués de Pombal creó en Oporto (Portugal) una agrupación llamada *“Compañía General de la Agricultura de las Viñas del Alto Duero”*, buscando con ello la protección y la diferenciación del vino de la comarca de Oporto (Pereira, 1991). Por otro lado, a escala nacional, puede citarse como referente en España el *“Vino de Rioja”*, siendo reconocida su Denominación de Origen el 6 de junio de 1925, aunque la falta del órgano del Consejo Regulador dificultó su comienzo hasta 1926 (Gómez, 2000).

La figura del *“Consejo Regulador”* se encarga de regular y normalizar las actuaciones de los distintos agentes adscritos a una D.O.P., siendo además los responsables del cumplimiento de las normas acordadas defendiendo con ello la propia denominación de origen y sus intereses (De la Calle, 2002).

La tabla 1 contiene un resumen sobre la evolución de las principales normativas, referentes a las denominaciones de origen, que se han ido aprobando a lo largo del tiempo, así como las principales modificaciones que introducen cada una de ellas.

**Tabla 1: Normativa de las D.O.P. de Vinos.**

<b>Ámbito</b>	<b>Normativa</b>	<b>Año</b>	<b>Modificación</b>
Nacional	<i>Ley de 26 de mayo de 1933/ 1ºEstatuto del Vino</i>	1933	Definición de D.O.P y de otros términos; Reconocimiento del “Consejo Regulador” como órgano legislador de cada D.O.P.
Nacional	<i>Ley 25/1970 de 2 de diciembre/ Estatuto de la Viña y del Vino</i>	1970	Complementación de definiciones con respecto a la normativa anterior.
Nacional	<i>Ley 24/2003 de julio de la Viña y el Vino</i>	2003	Adaptación a la normativa nacional con la marcada desde la legislación comunitaria, desligándose de la autonomía que mostraba la Ley de 1970.
Regional	<i>Ley 8/2005 de 10 de junio de la Viña y el Vino de Castilla y León</i>	2005	Adaptación de la “Ley 24/2003 de Julio de la Viña y el Vino” en la Comunidad Autónoma de Castilla y León. La comunidad autónoma obtiene las competencias dentro de este marco normativo en materia de agricultura.
Nacional	<i>Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.</i>	2015	Renovación de la Ley 24/2003 de julio de la Viña y el Vino.

**Fuente:** *Elaboración Propia*

La normativa sólida a nivel nacional surge en 1933, aprobando el “Primer Estatuto del Vino” y reconociendo las denominaciones de origen. en España (Dos Ries Lopes, 2022). Entre su articulado destaca el número 30, donde aparecen otras definiciones, como zonas de crianzas o producción. Al mismo tiempo, en el artículo 32, se reconoce al Consejo Regulador como órgano legislador de cada denominación de origen (Estatuto del Vino, 1933).

A partir del “Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes” (Ley 25/1970 de 2 de diciembre) se empieza a tomar en serio la regulación, promoción y protección de vinos de calidad (Miranda, 2011). La entrada en la CEE en 1986 fortalece el sentido comunitario y supone la llegada de grandes ayudas para reconvertir y reestructurar los viñedos con problemas, fomentando la figura de los vinos de calidad producidos en cada



región y las denominaciones de origen. En ese mismo año se contaba con 27 denominaciones de origen de Vinos de Calidad, las cuales afectaban a 487.714 ha, siendo el 32,2% del viñedo total en España. Esta incorporación provoca una adaptación del marco normativo (con fecha de 29 de julio de 1988) sobre la producción agrícola en el ámbito rural, aportando ayudas en las zonas a desarrollar y protegiendo las distinciones de marcas de calidad (Does Ries Lopes, 2022).

El reglamento (Reglamento (CEE) N° 823/87) se modificó en varias ocasiones. La primera de ellas, en 1992, involucrando a la PAC y al Desarrollo Rural dentro del ámbito de diversidad agraria (Criado *et al.*, 2016). Asimismo, se incluyen los siguientes aspectos:

- Definiciones de: Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.), Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (E.T.G.).
- Las diversas instrucciones de uso y reproducción de logotipos.
- Las reglas de etiquetado: aspectos que diferencien a cada producto en particular.

Esto hizo que muchos productos se incluyeran en alguna denominación de origen cifrando las estadísticas oficiales en 382 los productos que en 1 de julio de 1996 se encontraban bajo alguna protección (Folken, 2015, p.29). Sin embargo, estos reglamentos tuvieron una corta vigencia, pues la Organización Mundial del Comercio (OMC) presentó argumentos en contra de la protección de las IG desembocando en un nuevo cambio de normativa que entró en vigor el 31 de marzo de 2006: Reglamento (CE) n.º 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios. Estos reglamentos se derogaron en favor del vigente: Reglamento (UE) n.º 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. (Dos Ries Lopes, 2022).

La normativa vigente en la actualidad a escala nacional es la “*Ley 24/2003, de 10 de julio de la Viña y del Vino*”, adaptándose a legislación comunitaria y anulando la “*Ley de 1970*”. La aprobación de esta nueva normativa se debe a la tendencia creciente de consumo de vino y la entrada a nuevos mercados, aplicando medidas políticas restrictivas y poco populares entre los vinicultores, así como buscando el equilibrio entre la oferta y la demanda (Portela, 2014).

Uno de los últimos reglamentos fue el aprobado en el año 2009 con el “*Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español*” que aparece en el “*Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español*”. Este recoge cinco medidas que benefician al campo vitivinícola y al desarrollo de esta actividad agrícola:

- 1.) Promoción en mercados de terceros países.
- 2.) Reestructuración y reconversión de los viñedos.
- 3.) Eliminación de subproductos.
- 4.) Destilación de alcohol para uso de boca.
- 5.) Ayuda a situaciones de desequilibrio del mercado, causado por excedentes importantes o por problemas de calidad.

Por último, cabe mencionar que la Ley del 2003 fue reformulada por la “*Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico*”, actualizando algunos términos que se encontraban obsoletos en la ley anterior.

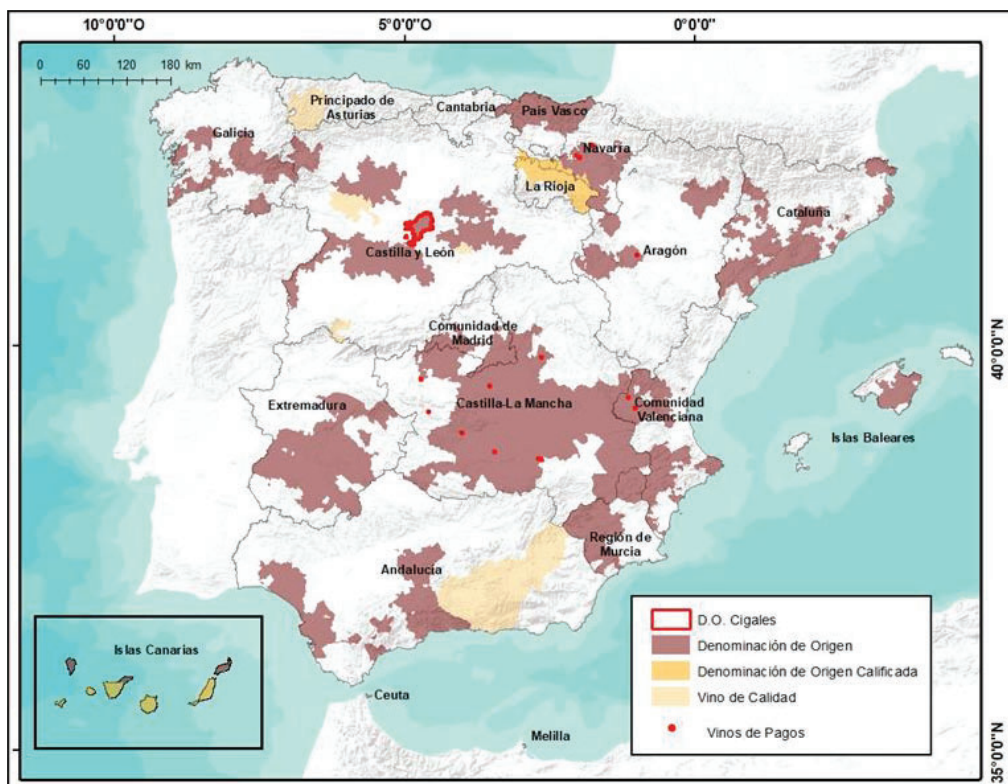
En la actualidad, existen 96 D.O.P. vitivinícolas en España repartidas por todo el territorio nacional, las cuales aparecen representadas en la figura 1. Estas se subdividen en 4 tipos, cuyas definiciones, por orden de importancia, aparecen a continuación:

- **Vinos de Calidad:** vinos producidos y elaborados en una región, comarca, localidad o lugar determinado con uvas procedentes del mismo espacio de producción, cuya calidad, reputación o características se deben al medio geográfico, al factor humano o a ambos, en lo que se refiere a la producción de la uva, a la elaboración del vino o a su envejecimiento (Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino).
- **Denominación de Origen:** una identificación de un producto, en este caso el vino, cuya calidad o características se deben al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan siempre en esa zona geográfica delimitada de la que toman el nombre
- **Denominación de Origen Calificada:** es un grado mayor de protección y más estricto que la D.O. Para que una zona adquiriera esta calificación debe pertenecer

al menos 10 años dentro de una denominación de origen ya reconocida, es decir, llevar un tiempo manteniendo elevados niveles de calidad. Otra de las normas para conseguir esta calificación es que el vino debe ser embotellado en bodegas inscritas y ubicadas dentro de la zona geográfica delimitada. También deberá llevar un sistema de control de la producción hasta la comercialización respecto a calidad y cantidad (control físico-químico y organoléptico por lotes homogéneos de volumen limitado). Su zona de producción está delimitada por la marcada por los municipios pertenecientes a esta denominación de origen, pues los terrenos de esta zona se consideran aptos en la producción de vinos con esta clasificación. Además, está prohibida la coexistencia en la misma bodega de vinos sin este derecho (Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino).

- **Vinos de Pago:** se trata de la calificación de más alta distinción que puede alcanzar un vino en España, teniendo en cuenta que debe pertenecer a una denominación de origen y tener una buena trayectoria de por lo menos 10 años. Al mismo tiempo, entre otros requisitos, debe de ser elaborado con uvas procedentes de un solo Pago (terreno) y ser elaborado y embotellado en la bodega próxima al pago (Iverson, 2015).

**Figura 1: Mapa de las D.O. de vinos en España.**



***Fuente:*** *Elaboración propia a partir de los datos obtenidos dentro de la Página Web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

Las denominaciones de origen tienen una gran influencia en el territorio donde se localizan, cumpliendo las funciones de protección de un producto específico y de su posterior comercialización. Así permiten la revitalización de las zonas rurales, protegiendo con ello sus tradiciones. En este escenario, surge el término de “Nueva Ruralidad”, recogido por muchos autores en sus distintos artículos (Criado *et al.*, 2016; Miranda, 2011) y definiéndolo como “*la manera de organización y el cambio en las funciones de los distintos espacios tradicionales “no urbanos”, dentro de aspectos de la movilidad de personas, bienes, deslocalización de actividades económicas, nuevos usos especializados, etc.*” (Ruiz, pp.78, 2008).

El dar un nombre a una denominación de origen no es solo para diferenciar que existen, sino más bien como una forma de reconocimiento de una zona geográfica, además de poner en valor otras características, como puede ser el destacar las cualidades específicas que un producto puede tener por parte de factores humanos de la misma zona de origen de estos productos, por ejemplo, los conocimientos determinados o tradiciones de fabricación concreta (Cambra-Fierro *et al.*, 2009).

Los procesos relacionados con las D.O., como es el caso de su comercialización, necesitan una implicación territorial por parte de los habitantes y productores locales (Mauleón, 2022). De esta forma, el mundo rural toma iniciativa de promover sus productos gracias a la adjudicación de las denominaciones de origen en sus zonas y, al mismo tiempo, reciben ayudas de la PAC o de los fondos FEDER (Fernández de Trocóniz, 2021). Así, la inclusión de un territorio bajo una DO presenta numerosos efectos positivos económicos, ambientales, culturales y políticos e institucionales (Fernández de Trocóniz, 2021). Entre los económicos, la declaración de una DO ayuda a incluir sus productos en un mercado globalizado y, al mismo tiempo, contribuye a la diversificación del medio rural a través del desarrollo de actividades como el turismo. Un ejemplo podría ser el caso de la producción de los vinos, los cuales aprovechan para hacer visitas a las bodegas, explicando su historia y vendiendo su producto. Otra de las medidas turísticas que más se han implantado son las “Rutas de Vinos”, donde se fomentan o bien una ruta por el terreno de viñedos, o a través de visitas a distintas bodegas (Miranda, 2011). A nivel ambiental su producción suele ser con métodos o recursos naturales tradicionales, favoreciendo esa marca de identidad propia de la zona (Ruiz, 2008). Por otro lado, culturalmente supone

la presencia de patrimonio arquitectónico como pueden ser las bodegas tradicionales o de los conocimientos de elaboración, que suponen asumir la tradición de la zona (García, 2014). Y, por último, política e institucionalmente con la existencia de normativas y de órganos legisladores favorece el buen funcionamiento de todas estas zonas (Fernández de Trocóniz, 2021).

A pesar de ello, algunos autores hablan sobre los factores negativos que presentan estas D.O. en el territorio (Alonso, 2012). Entre ellos se encuentran las dificultades de pequeños empresarios, en este caso bodegueros, para alcanzar los requisitos impuestos en los Consejos Reguladores como consecuencia de la falta de recursos, pues son varios autores los que exponen este tipo de problemas dentro de sus artículos (Criado *et al.*, 2016; Alonso, 2012, Lozano *et al.*, 2010).

Ante los numerosos efectos positivos que genera la existencia de una denominación de origen y la necesidad de la implicación de la población local en su desarrollo, el siguiente trabajo persigue analizar la percepción social que tienen los habitantes de la Denominación de Origen de Cigales sobre sus efectos a nivel territorial. Aunque existen algunos trabajos que han abordado las implicaciones territoriales de esta denominación de origen (Miranda, 2011), no se ha analizado la percepción social de sus habitantes sobre esta D.O, siendo este trabajo muy novedoso.

## **2. Metodología**

Las denominaciones de origen son unas entidades de gran importancia para los municipios de pequeño tamaño, pues revitalizan la economía de la zona en donde se encuentra. Por ello, es necesario la implicación de la población en el desarrollo de este tipo de marcas de calidad (Cambra-Fierro, 2009). En este escenario, resulta de gran interés conocer la percepción que tiene la población local de la zona de Cigales sobre la DO.

En este caso se ha elegido la “Denominación de Origen Cigales”, pues se trata de una Marca de Calidad llamativa que tiene como aspecto diferenciador el desarrollo el vino “Clarete”.

### **2.1. Hipótesis y objetivos.**

La hipótesis de partida planteada en esta investigación es la siguiente:

“La población local de la denominación de origen Cigales conoce las implicaciones territoriales de esta marca de calidad”.

Al mismo tiempo, se plantean el siguiente objetivo principal: conocer la percepción que la población local residente en los municipios que integran la Denominación de Origen Cigales tiene sobre esta marca de calidad.

Complementariamente se persiguen los siguientes objetivos principales:

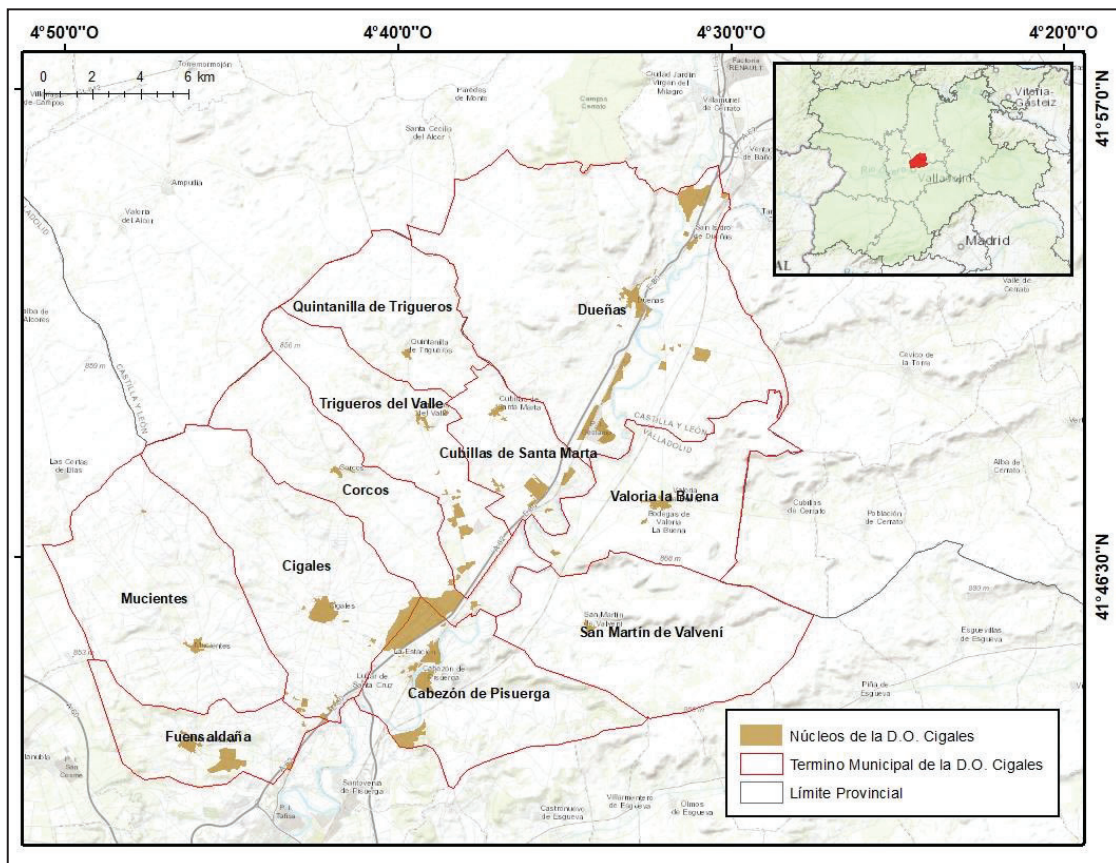
- Determinar si la creación de esta denominación de origen ha generado la creación de nuevas bodegas en el territorio
- Analizar la influencia de esta denominación de origen en la evolución de alojamientos turísticos.
- Conocer la situación sociodemográfica del área de estudio.

### **2.2. Área de estudio.**

El laboratorio territorial de este trabajo está formado por los municipios que integran la Denominación de Origen Cigales, centrándose solamente en aquellos municipios con un carácter eminentemente rural. Así, Valladolid queda fuera de este marco de estudio, dado que el objetivo es el de conocer la percepción social de la población en áreas rurales.

Esta D.O. se localiza geográficamente en la comunidad autónoma de Castilla y León, formando parte de ella 11 municipios, 10 en la provincia de Valladolid y el restante en la provincia de Palencia. Estos municipios aparecen reflejados en figura 2 y son: Dueñas (Palencia), Cabezón de Pisuerga, Cigales, Corcos del Valle, Cubillas de Santa Marta, Fuensaldaña, Mucientes, Quintanilla de Trigueros, San Martín de Valvení, Trigueros del Valle y Valoria la Buena.

**Figura 2: Mapa de localización de los municipios pertenecientes a la D.O. Cigales.**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Visor del CNIG.*

Su carácter rural está marcado por el número de habitantes, así como por su densidad de población. Así, en España denomina municipio rural de pequeño tamaño a aquellos que posean menos de 5000 habitantes y como medio rural aquellos territorios con una densidad inferior a los 100 habitantes por km<sup>2</sup>. La tabla 2 representa los datos poblacionales referentes a los municipios que integran el área de estudio pudiendo distinguir tres grupos en función a su densidad:

- **1 a 10 hab/km<sup>2</sup>**. En este grupo aparecen aquellos municipios que no superan los 500 habitantes, salvo alguna excepción, pues debido a su menor superficie del término municipal y a su concentración en ella aparece en el grupo siguiente. Los municipios que aparecen dentro de este grupo son: San Martín de Valvení, Quintanilla de Trigueros, Corcos del Valle y Trigueros del Valle. Estos son municipios de pequeño tamaño con una superficie que ronda desde los 38 km<sup>2</sup>, en el caso de Trigueros del Valle, hasta los 58,66 km<sup>2</sup> en San Martín de Valvení.
- **De 10,1 a 21:** en este grupo aparecen aquellos municipios que superan los 500 habitantes, salvo la excepción del grupo anterior siendo los siguientes: Cubillas de Santa Marta, Mucientes. Valoria la Buena y Dueñas. Estos presentan superficies que rondan desde los 23,55 km<sup>2</sup>, en el caso de Cubillas de Santa Marta, siendo además una población concentrada dentro del término municipal más pequeños de la zona del estudio; hasta los 124,4 km<sup>2</sup> en el caso de Dueñas, siendo este el municipio con mayor población dentro de este grupo, y el tercero con más población de la zona de estudio.
- **De 80 a 87.** Este es el grupo que alberga los municipios con más densidad de población de la zona de estudio, además de que superan los 2000 habitantes. Los municipios lo integran son: Fuensaldaña, Cabezón de Pisuerga y Cigales. Se trata de municipios con una superficie que ronda desde los 80,71 km<sup>2</sup>, en el caso de Fuensaldaña, siendo el municipio con menor número de población dentro de este grupo; hasta los 60,97 km<sup>2</sup> en el caso de Cigales, siendo este el municipio con mayor número de habitantes de la zona de estudio y el pueblo que da nombre a la denominación de origen.



**Tabla 2: Población y superficie de los municipios de la D.O. Cigales.**

<b>Municipio</b>	<b>Habitantes (2022)</b>	<b>Superficie ( km<sup>2</sup>)</b>	<b>Densidad de población (hab./ km<sup>2</sup>)</b>
Cabezón de Pisuerga	3769	45,28 km <sup>2</sup>	83,24
Cigales	5286	60,97 km <sup>2</sup>	86,7
Corcos del Valle	199	42,55 km <sup>2</sup>	4,68
Cubillas de Santa Marta	368	23,55 km <sup>2</sup>	15,63
Dueñas	2592	124,4 km <sup>2</sup>	20,84
Fuensaldaña	2025	25,09 km <sup>2</sup>	80,71
Mucientes	659	64 km <sup>2</sup>	10,3
Quitaniella de Trigueros	104	32,16 km <sup>2</sup>	3,23
San Martín de Valvení	78	58,66 km <sup>2</sup>	1,33
Trigueros del Valle	312	38 km <sup>2</sup>	8,21
Valoria la Buena	683	43,22 km <sup>2</sup>	15,8

*Fuente: Elaboración Propia a partir de obtención de datos del Padrón Municipal del INE.*

Otra de las características a analizar es la cobertura o los usos de suelo. Para su análisis se ha calculado la superficie en hectáreas que abarca en el área de estudio cada uno de ellos apareciendo esta información representada en la tabla 3. En ella, las tierras de labor de secano son aquellas que tienen una mayor representatividad en el área de estudio abarcando algo más del 57% del total, siendo los cultivos del cereal y la cebada los más representativos. Con una menor significación se encuentran los terrenos regados permanentemente (10,2%), los bosques de frondosas (8,0%), así como los viñedos (6,4%) presentando el resto de usos una superficie inferior a las 3000 hectáreas.

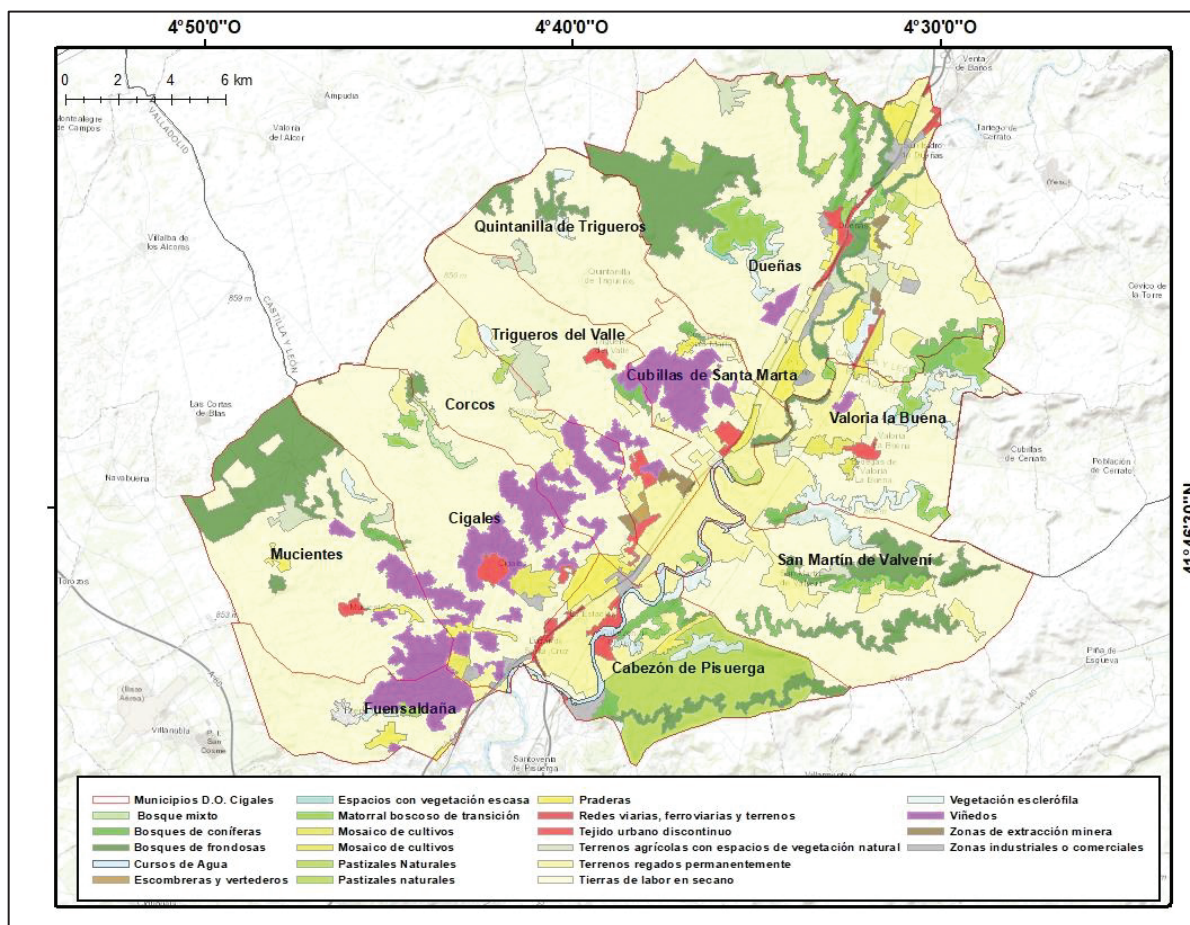
**Tabla 3: Usos del suelo (Hectáreas y porcentajes).**

Usos del Suelo	Área (ha)	Porcentaje (%)
Tierras de labor en seco	31 799,34	57,2
Terrenos regados permanentemente	5707,07	10,3
Bosques de frondosas	4468,57	8,0
<b>Viñedos</b>	<b>3552,81</b>	<b>6,4</b>
Pastizales naturales	2136,69	3,8
Bosques de coníferas	1233,80	2,2
Vegetación esclerófila	1205,76	2,1
Praderas	1114,35	2,0
Matorral boscoso de transición	1093,96	2,0
Terrenos agrícolas con espacios de vegetación natural	779,27	1,4
Tejido urbano discontinuo	646,04	1,2
Zonas industriales o comerciales	511,82	0,9
Mosaico de cultivos	457,53	0,8
Cursos de Agua	317,01	0,6
Redes viarias, ferroviarias y terrenos	259,40	0,5
Zonas de extracción minera	156,83	0,3
Bosque mixto	88,96	0,2
Escombreras y vertederos	39,01	0,1
Espacios con vegetación escasa	27,17	0,1
<b>Total de Hectáreas</b>	<b>55 595,39</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: elaboración propia.*

A pesar de que, inicialmente, el área ocupada por el viñedo parece ser escasa, la figura 3 muestra su concentración en los municipios de: Valoria la Buena, Dueñas, Cubillas de Santa Marta, Trigueros del Valle, Corcos del Valle, Cigales, Mucientes y Fuensaldaña. Estos tres últimos albergan la mayor superficie de viñedo con 846,74 hectáreas, suponiendo el 23,62% del viñedo que hay en la zona de estudio.

**Figura 3: Mapa de usos del suelo de los municipios pertenecientes a la D.O. Cigales.**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del CORINE.*

### **2.3. Fuentes de información y técnicas**

En este trabajo se han empleado distintas fuentes de información alfanuméricas y cartográficas que aparecen representadas en la tabla 4. Como puede observarse en el primero de los casos, las fuentes alfanuméricas, se encuentran el Instituto Nacional de Estadística a través del cual se han obtenido los datos demográficos; y, por último, la principal fuente alfanumérica empleada en esta investigación ha sido la referente a un cuestionario creado mediante la herramienta de cuestionarios de Google y difundido entre la población local residente en el área de estudio. Por otro lado, las principales fuentes de información cartográfica empleadas han sido el Corine Land Cover y los límites municipales del Centro de descargas del Instituto Geográfico Nacional; y la base de datos de alojamientos turísticos georreferenciada disponible en el Instituto de Estadística de Castilla y León.

**Tabla 4: Fuentes de Información.**

Tipo	Fuente de información	
Alfanumérica	Instituto Nacional de Estadística (INE)	Padrón Municipal, Censo Municipal, Movimiento Natural de la Población (Natalidad y Mortalidad) y Movimientos Migratorios
	Cuestionario Google Formularios	
Cartográfica	Centro de descargas del Instituto Geográfico Nacional	Corine Land Cover
		Límites municipales
		Iberpix
	Instituto de Estadísticas Castilla y León	Alojamientos turísticos
	Sistema de Información Estadística (SIE)	Infraestructuras Turísticas
	Página Web de la D.O. Cigales	Geolocalización de Bodegas

*Fuente: elaboración propia.*

El proceso metodológico se ha estructurado en distintas fases, las cuales aparecen representadas en la figura 4 y que pueden resumirse en los siguientes puntos:

- **1ª Fase:** se ha realizado la revisión bibliográfica y normativa que ha permitido contextualizar el fenómeno estudiado, así como analizar la evolución normativa de las denominaciones de origen en España. Para ello, se realizaron numerosas consultas en base de datos científicas como Google Scholar, Scopus o Web of Sciences. Al mismo tiempo, se descargaron los datos demográficos del Instituto Nacional de Estadística, la base de datos sobre los alojamientos turísticos publicada por el Instituto de Estadística de Castilla y León, así como la información cartográfica procedente del Centro de descargas del Instituto

Geográfico Nacional sobre coberturas del suelo (Corine Land Cover) y límites municipales.

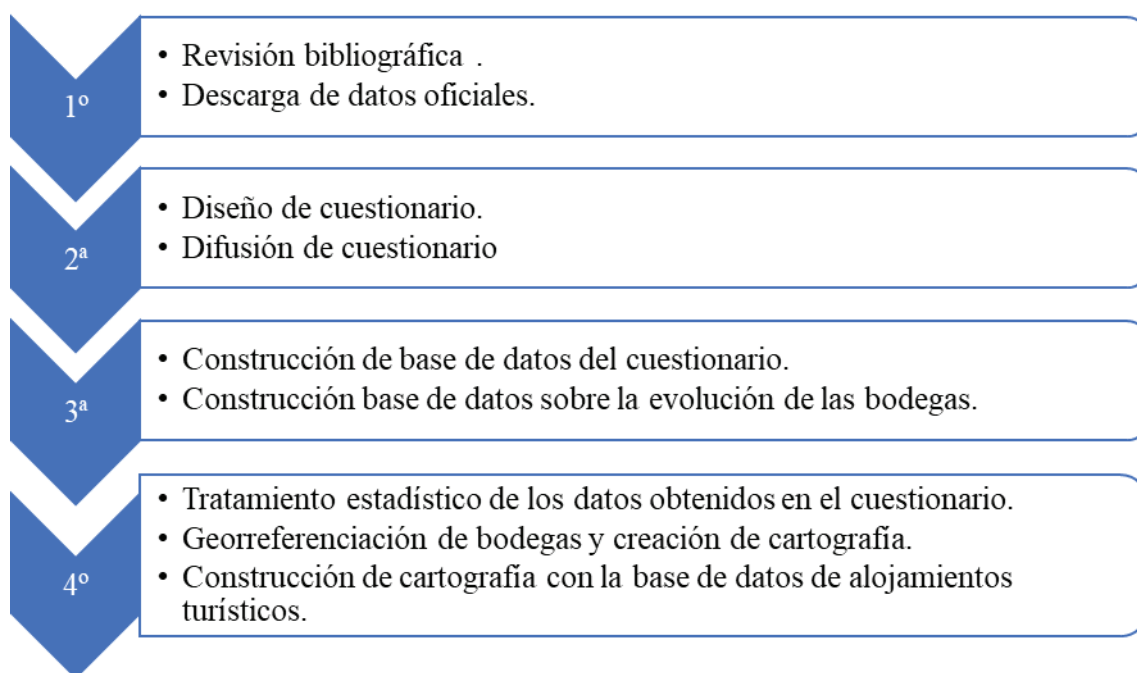
- **2ª Fase:** en la segunda fase se procedió al diseño del cuestionario mediante la herramienta formularios de Google. La selección de las preguntas se realizó atendiendo a los objetivos planteados al inicio de esta investigación. Posteriormente, se procedió a su difusión con la colaboración de algunos ayuntamientos de los municipios del área de estudio, así como un intenso trabajo de campo que consistió en la visita a estas poblaciones para realizar la encuesta de manera personal, con un contacto directo con los habitantes de estas zonas.

- **3ª Fase:** tras la difusión del cuestionario se construyó una base de datos con la información recopilada y, al mismo tiempo, se elaboró una base de datos sobre la evolución de las bodegas en el área de estudio mediante la visita a las distintas páginas web de la denominación de origen de Cigales (<http://do-cigales.es/es/consejo>) y a las propias bodegas.

- **4ª Fase:** Durante la cuarta y última fase, se procedió al tratamiento estadístico de los datos recopilados mediante la difusión de las encuestas, a la georreferenciación de las bodegas tras la creación de la base de datos y su integración en un proyecto SIG, así como a la construcción de cartografía referente a la evolución de los alojamientos turístico.

Sobre la evolución histórica de las bodegas en la zona de Cigales, hay que decir que toda la información obtenida ha sido dentro de la página web de la D.O. de Cigales, en la cual aparece las 31 bodegas que en la actualidad se encuentran dentro de la denominación de origen, donde aparecen sus respectivas páginas web, las cuales muestra el año de apertura y su elaboración del producto.

**Figura 4: Proceso metodológico.**



***Fuente:** elaboración propia.*

Por lo tanto, la principal fuente de información que ha permitido realizar esta investigación ha sido el cuestionario diseñado y difundido entre la población residente en los municipios que conforman la Denominación de Origen de Cigales. Este estaba integrado por una serie de preguntas que aparecen representadas en la tabla 5. En ella puede apreciarse la estructura de este cuestionario en diferentes bloques: el dedicado a conocer el perfil sociodemográfico de los encuestados, el dedicado a analizar el conocimiento real que tienen los habitantes sobre el concepto “denominación de origen”, el tercero y uno de los más importantes utilizado para saber la opinión que tiene la población sobre las implicaciones territoriales de esta marca de calidad; y, por último, un bloque destinado a recoger las opiniones y observaciones de los encuestados sobre la denominación de origen. Al mismo tiempo, estos bloques estaban integrados por varias preguntas, siendo el tipo de respuesta distinto en cada caso. De manera general, se han utilizado dos tipos de preguntas:

- **Abiertas:** donde el encuestado podía redactar una respuesta corta o larga.
- **Cerradas:** en ellas el encuestado debía seleccionar una o múltiples respuestas de las varias opciones.

**Tabla 5: Estructura del cuestionario.**

<b>Bloques</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Tipo</b>
Perfil sociodemográfico del encuestado	Edad	Respuesta corta
	Género	Varias opciones
	Nivel de estudios	Varias opciones
	Municipio de residencia	Varias opciones
	Situación laboral	Varias opciones
Análisis del conocimiento sobre el concepto “denominación de origen”.	¿Conoces el concepto denominación de origen?	Varias opciones
	Si la respuesta ha sido afirmativa, ¿cuál de estas opciones es la correcta?	Varias opciones
	¿Conoces la Denominación de Origen de Cigales y para qué sirve esta figura?	Varias opciones
Implicaciones territoriales de la Denominación de origen Cigales	¿Crees que la creación de la D.O. Cigales ha tenido algún efecto en tu territorio?	Varias opciones
	¿Cómo crees que son estos efectos en tu territorio?	Varias opciones
	Señala las implicaciones "Positivas" de la D.O. en el territorio.	Selección múltiple
	Señala los efectos "Negativos" de la D.O. en el territorio.	Selección múltiple
	¿Crees que la D.O. Cigales ha fomentado la creación de iniciativas para el público, empresarios, etc.?	Varias opciones
	¿Qué medidas pondrías tú en marcha para fomentar	Selección múltiple

	este recurso de la D.O. Cigales?	
Opinión y observaciones sobre esta figura.		Respuesta larga

***Fuente:*** elaboración propia.

El resultado de la difusión de este cuestionario fue la recopilación de 88 encuestas cumplimentada por la población residente en el área de estudio. La fiabilidad estadística aparece reflejada en la ficha técnica (Tabla 6). Esta fiabilidad es reducida ya que el margen de error para el 95% de confianza se sitúa en el peor de los casos en el 10,4% ( $pq=0,50$ ) y en el 6,3%, en el mejor de ellos ( $pq=6,3\%$ ). El reducido número de encuestas se debe a las dificultades que han aparecido a la hora de difundir el cuestionario, pues una buena parte de los ayuntamientos no han querido colaborar con esta investigación obteniéndose la mayor parte de las respuestas mediante el trabajo de campo realizado de manera personal. A pesar de ello, estos datos permiten obtener una aproximación del fenómeno estudiado. Este trabajo de campo se realizó desde el 15 de enero hasta el 15 de mayo de 2023 y consistió en la visita a los distintos municipios, donde se realizó el proceso de encuesta de manera personal.

**Tabla 6: Ficha técnica.**

Universo (Población residente en los municipios que integran el área de estudio)	16 075
Muestra:	88
Nivel de confianza	95%
Margen de error	$pq\ 0,50 = 10,4\%$ ; $pq\ 0,90 = 6,3\%$
Fecha de realización	Desde el 15 de enero hasta el 15 de mayo 2023
Medio:	Cuestionario elaborado con la herramienta “formularios” de Google

***Fuente:*** elaboración propia.

La principal técnica utilizada en este trabajo ha sido la estadística descriptiva, concretamente, el cálculo de frecuencias. La aplicación de esta ha permitido conocer la frecuencia con la que los encuestados se han decantado por uno u otra respuesta. Complementariamente, se han empleado los Sistemas de Información Geográfica (SIG).



Estos han sido empleados para la creación de cartografía que ha permitido conocer la evolución de las bodegas y los alojamientos turísticos en el área de estudio.

### **3. Resultados**

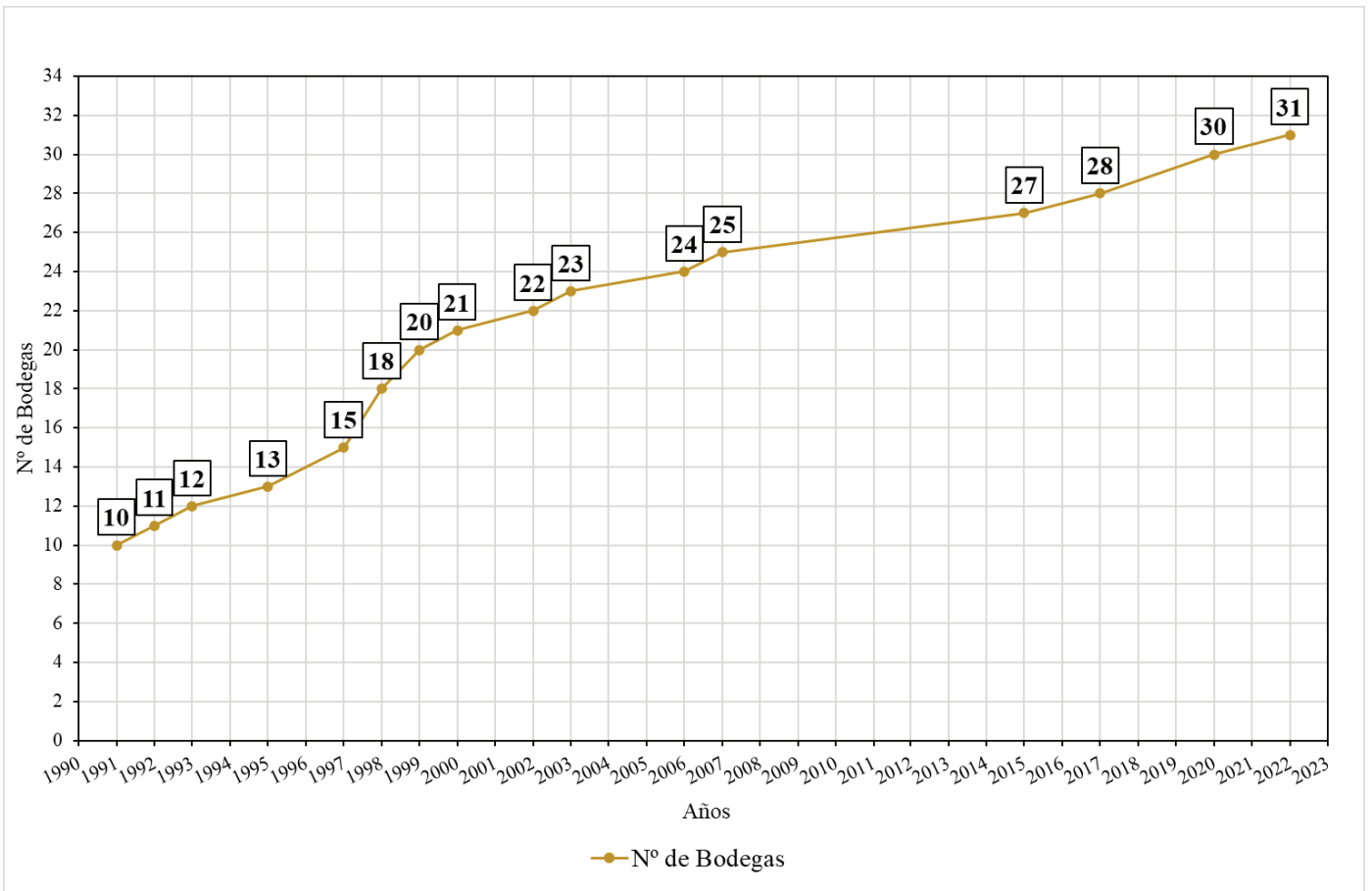
En este punto se va a realizar un análisis sobre el efecto que la D.O. Cigales ha tenido en la evolución del número de bodegas, de alojamientos turísticos, así como en su población local. Al mismo tiempo, se abordará la percepción social de sus habitantes sobre esta figura.

#### **3.1. Evolución histórica de las bodegas en la comarca de Cigales.**

La Denominación de Origen Cigales inició su trayectoria en el año 1991 rigiéndose a través de un Consejo Regulador con unas normas internas, las cuales fueron publicadas en el BOCYL el 29 de septiembre de 2011, mediante la Orden AYG/1197/2011, de 22 de septiembre, por la que se aprueba el nuevo Reglamento de la Denominación de Origen Cigales y del propio Consejo Regulador (DO Cigales, 2014).

La figura 5 representa la evolución del número de bodegas en la D.O. Cigales desde su creación en el año 1991 hasta la actualidad. En él puede observarse el paulatino crecimiento del número de bodegas que conforman esta denominación de origen, desde las 10 existentes en 1991 hasta las 31 alcanzadas en la actualidad. En este periodo temporal pueden observarse momentos de mayor o menor auge, así durante los diez primeros años se produjo un incremento del número de bodegas más acelerado alcanzando en 2007 las 25. Sin embargo, a partir de ese momento y hasta el año 2015 se aprecia un parón relacionado con la crisis económica que existió en España. En ese último año, se produjo la incorporación de dos nuevas bodegas aumentando, de manera leve, hasta las 31 en 2023. Este descenso en el ritmo de crecimiento también puede estar motivado por la crisis sanitaria del COVID-19 acontecida a inicios de 2020.

**Figura 5: Evolución del número de bodegas de la D.O. Cigales (1991-2022).**



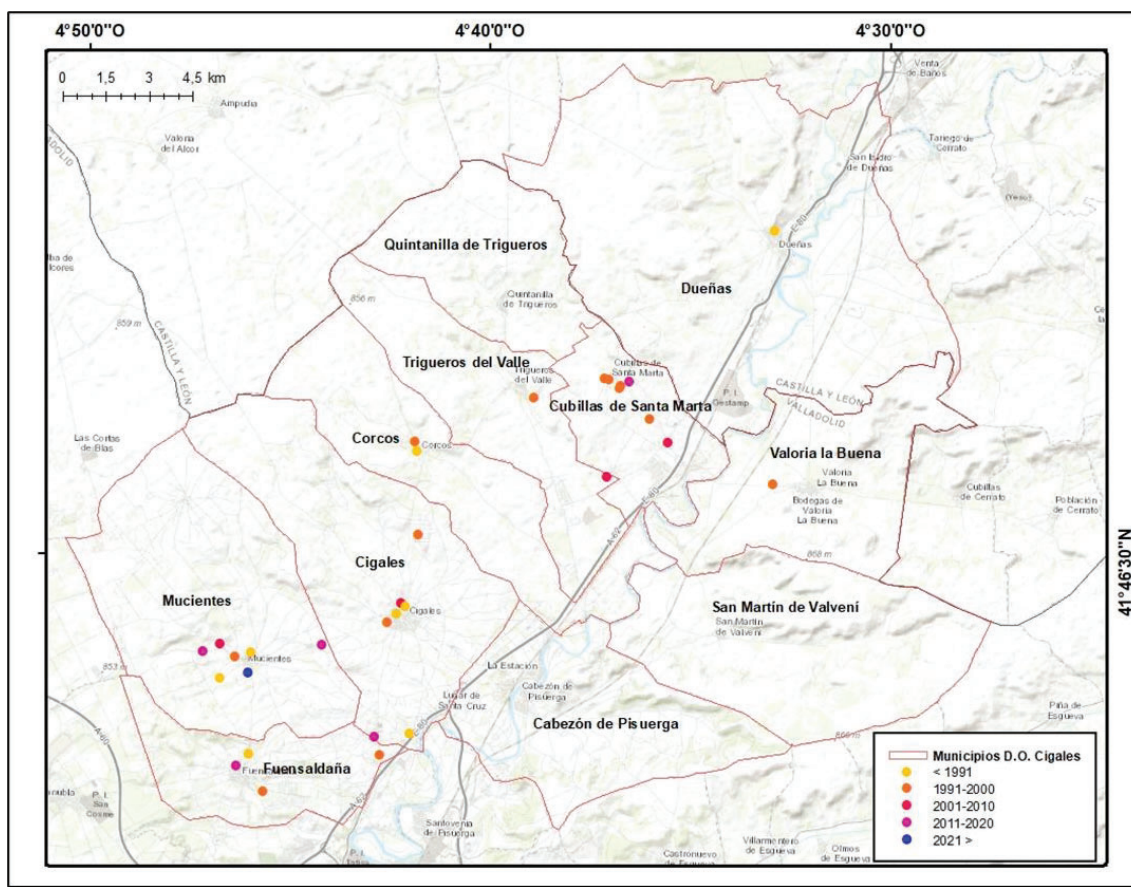
***Fuente:*** elaboración propia a partir de los datos recopilados de la página web de la D.O..

La figura 6 representa la localización de estas bodegas, así como su evolución mediante una gama de colores que va desde el tono amarillo para aquellas bodegas que se constituyeron antes de la creación de la denominación de origen, pasando a un tono naranja para las bodegas constituidas desde 1991 hasta el 2000, siguiendo con un tono rojo para las bodegas constituidas desde 2001 hasta 2010, estando después las bodegas constituidas en el 2011 hasta el 2021 con un tono magenta, y por último las bodegas posteriores al 2021 representadas con un tono de azul oscuro. En primer lugar, cabe destacar que existen tres municipios que no poseen bodegas dentro de la denominación de origen, los cuales son: Cabezón de Pisuegra, Quintanilla de Trigueros y San Martín de Valvení. Al mismo tiempo, existen otros municipios que tan solo poseen una bodega, siendo este el caso de Dueñas, la cual su apertura fue anterior a la creación de la denominación de origen en el año 1885 siendo la más antigua dentro de la DO; Trigueros del valle, cuya bodega se instauró en el año 1991, justo en el inicio de la Denominación

de Origen; y Valoria la Buena, donde la bodega se abrió entre los años 1991 y 2000. Por otro lado, se encuentra la localidad de Corcos del Valle con un número total de dos bodegas. Estas se localizan dentro del núcleo urbano, siendo la más antigua del año 1989, dos años antes de la instauración de la denominación de origen. La otra bodega se incluyó entre los años 1991 y 2000. El siguiente municipio es Fuensaldaña, el cual cuenta con cuatro bodegas dentro de la DO perteneciendo cada una de ellas a fechas distintas. La primera en instaurarse en el municipio data del año 1982, siendo anterior a la formación de la Denominación de Origen, le siguen por antigüedad dos bodegas que se instauraron entre los años 1991 y 2000. Por último, la más reciente de instaurarse en el municipio fue en el año 2020, siendo la penúltima bodega en introducirse dentro de la Denominación de Origen. En el siguiente nivel se encuentran Cigales y Mucientes, con 7 bodegas cada municipio. Por antigüedad, Cigales posee 3 bodegas anteriores al comienzo de la DO instauradas en los años 1931, siendo esta la segunda bodega más antigua de la zona, en el 1957 y en el 1960. En el caso de Mucientes, posee 2 bodegas de las más antiguas pertenecientes a la DO, datadas en los años 1948 y 1986. Con respecto a las que se inauguraron entre los años 1991 y 2000, fueron 3 bodegas: 2 en Cigales y 1 en Mucientes. Siguiendo con el orden, entre los años 2001 y 2010 se inauguraron 2 bodegas, una en cada municipio. Con respecto a las bodegas que se introdujeron en la denominación de origen entre los años 2011 y 2020, en Mucientes se establecieron 2, exactamente en el año 2015, mientras que en Cigales se inauguró solo 1. Por último, posterior al año 2021, tan solo se instaló una sola bodega en toda la zona, siendo la más reciente, y localizándose en el municipio de Mucientes, en el año 2022.

Por último, el municipio de la zona con más bodegas integradas dentro de la D.O. de Cigales es Cubillas de Santa Marta, con 8 bodegas en su término municipal. Entre los años 1991 y 2000 se incorporaron 5 bodegas, una de ellas el mismo año que se instauró la denominación de origen. Entre los años 2001 y 2010, fueron 2 bodegas las que se incorporaron. Y en el año 2020 fue la última bodega que se incorporó en Cubillas de Santa Marta. Hay que destacar que este municipio incorpora una de las grandes empresas, nacida dentro de otra denominación de origen, y la cual tiene un renombre a nivel nacional dentro de la industria vitivinícola, como es Protos, la cual se instaló en la D.O. Cigales en el 2020.

**Figura 6: Geolocalización bodegas de la D.O. Cigales.**



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos de la página web de la D.O..

Por lo tanto, en el año de inauguración de la Denominación de Origen, ya existían 8 bodegas, las cuales se integraron a esta seña de identidad, siendo la más antigua la Bodega “Herederas de Remigio de Salas”, localizada en Dueñas y siendo inaugurada en el año 1885. A partir de ese momento se ha registrado un constante crecimiento del número de bodegas en los municipios que integran esta D.O. detectándose la influencia que la creación de esta marca de calidad ha tenido en el territorio.

### **3.2. Evolución histórica de los alojamientos turísticos en la comarca de Cigales.**

Otro de los objetivos planteados en esta investigación ha sido el de conocer si la creación de la D.O. de Cigales ha influenciado de alguna manera en el ámbito turístico de la comarca mediante el análisis de la evolución del número de plazas en los alojamientos turísticos que aparece representado en la figura 7. Inicialmente, el número de plazas parece elevado, pero se debe tener en cuenta la existencia de un camping, el Camping de Cubillas de Santa Marta, presentando este de manera exclusiva 486 de las 590 plazas

existentes en el año 2000. Hasta el año 2004 no se produce un nuevo incremento en el número de plazas siendo este debido a la incorporación de un nuevo alojamiento, el cual suma 9 plazas nuevas. Desde ese momento hasta el año 2008, se produce un constante incremento del número de plazas debido a la bonanza económica que atravesaba el país, así como a la llegada de ayudas económicas desde la Unión Europea que fomentaban el desarrollo del turismo rural (Zaar, 2022). Sin embargo, la caída de la burbuja inmobiliaria y su consiguiente crisis económica, desembocó en el estancamiento de esta creación de alojamientos turísticos desde el 2008 hasta el 2015, alcanzando en este último año 742 plazas. Es por ello, que gracias al proyecto de LEADER 2007-2013, esa caída del número de alojamientos se revertió, alcanzando un posterior crecimiento hasta el año 2015, donde se solapo con el LEADER 2014-2020, para el continuo crecimiento de las zonas rurales. Esta marca también el inicio del mayor ritmo de crecimiento del número de plazas hasta la actualidad, incrementándose en prácticamente 100 plazas en tan sólo 7 años (Zaar, 2022).

Estos datos muestran que la creación de la propia D.O. ha tenido poco que ver en el aumento del número de plazas turísticas. Sin embargo, cabe mencionar que a raíz de ello apareció la figura de la “Ruta del Vino de Cigales”. Esta es una entidad encargada de la promoción de sendas por la zona de viñedos, además de ser la marca turística de esta D.O. y la cuál abandera el término de Clarete como seña de identidad. Este factor atrae a excursionistas que vienen a pasar el día por la zona, como también a turísticas que vienen a permanecer unos días en estos pueblos, pudiendo encontrar toda esta información en la propia página web de la “Ruta del Vino Cigales” (<https://rutadelvinocigales.com/>).

**Figura 7: Evolución del número de plazas disponibles en los alojamientos turísticos de la D.O. Cigales (2000-2022).**



***Fuente:*** elaboración propia a partir de datos obtenidos del SIE.

Al mismo tiempo, se ha realizado un análisis evolutivo de los alojamientos turísticos por tipología en los municipios que integran la zona de la D.O. Cigales mediante la geolocalización de los distintos alojamientos ubicados en el área de estudio, los cuales aparecen representadas en la figura 8.

En primer lugar, en la figura 8A aparecen aquellos alojamientos que fueron inaugurados entre los años 1991 y 2000, existiendo un total de 4 establecimientos: 1 camping y 3 alojamientos hoteleros. Estos se encuentran repartidos en 3 municipios de la zona de estudio: 2 en Dueñas, 1 en Cubillas de Santa Marta y 1 en Fuensaldaña. En el caso de Dueñas, se trata de 2 alojamientos hoteleros, uno de ellos es un 1 motel con una capacidad de 40 plazas, y el otro se trata de un hostel con 26 plazas. Siguiendo el orden, se encuentra Cubillas de Santa Marta con un camping, siendo el alojamiento turístico con más plazas de alojamientos en toda la zona, con un total de 486 plazas. Por último, en Fuensaldaña se encuentra un hostel con una capacidad de 38 plazas de alojamiento. En total, desde que

se inauguró la denominación de origen hasta el año 2000, el número de plazas se situó en las 590 plazas.

En la figura 8B, aparecen los alojamientos turísticos que se inauguraron entre los años 2001 y 2010. En este periodo temporal fueron seis los alojamientos turísticos inaugurados, dos de ellos responden a la categoría de alojamientos hoteleros y los cuatro restantes a la de alojamientos de turismo rural. Estos establecimientos se distribuyeron en cuatro municipios distintos: dos en Cubillas de Santa Marta, dos en Dueñas, uno en Cabezón de Pisuerga y uno en Valoría la Buena. En el municipio de Cubillas de Santa Marta, se encuentran dos alojamientos de turismo rural, siendo uno de ellos un hotel rural con una capacidad de 16 plazas, y otra restante una casa rural con un total de 5 plazas. En total, en Cubillas de Santa Marta hay una disponibilidad de 507 plazas, si se le suma la capacidad del camping, convirtiéndose en el municipio con más plazas de alojamientos hasta la actualidad. En el caso del municipio de Dueñas, se trata de 2 alojamientos turísticos: un alojamiento hotelero con 62 plazas y un alojamiento de turismo rural, en este caso, una casa rural, con una capacidad de 18 plazas. Si se suma el número de establecimientos hasta el 2010, en Dueñas habría 4 alojamientos turísticos, con un total de 146 plazas de alojamientos. Los municipios que incorporan algún tipo de alojamiento a partir del año 2001 hasta el 2010, siendo los primeros alojamientos en su término municipal son: Cabezón de Pisuerga y en Valoría la Buena. Por lo tanto, hasta el año 2010, el total de alojamientos dentro de la zona de la D.O. Cigales era de diez, con un total de 725 plazas, destacando el caso de Cubillas de Santa Marta, el cual se convierte en el municipio con más número de plazas (507 plazas en total) y siendo Cabezón de Pisuerga el municipio con menos número de plazas hasta el año 2010 (9 plazas en total).

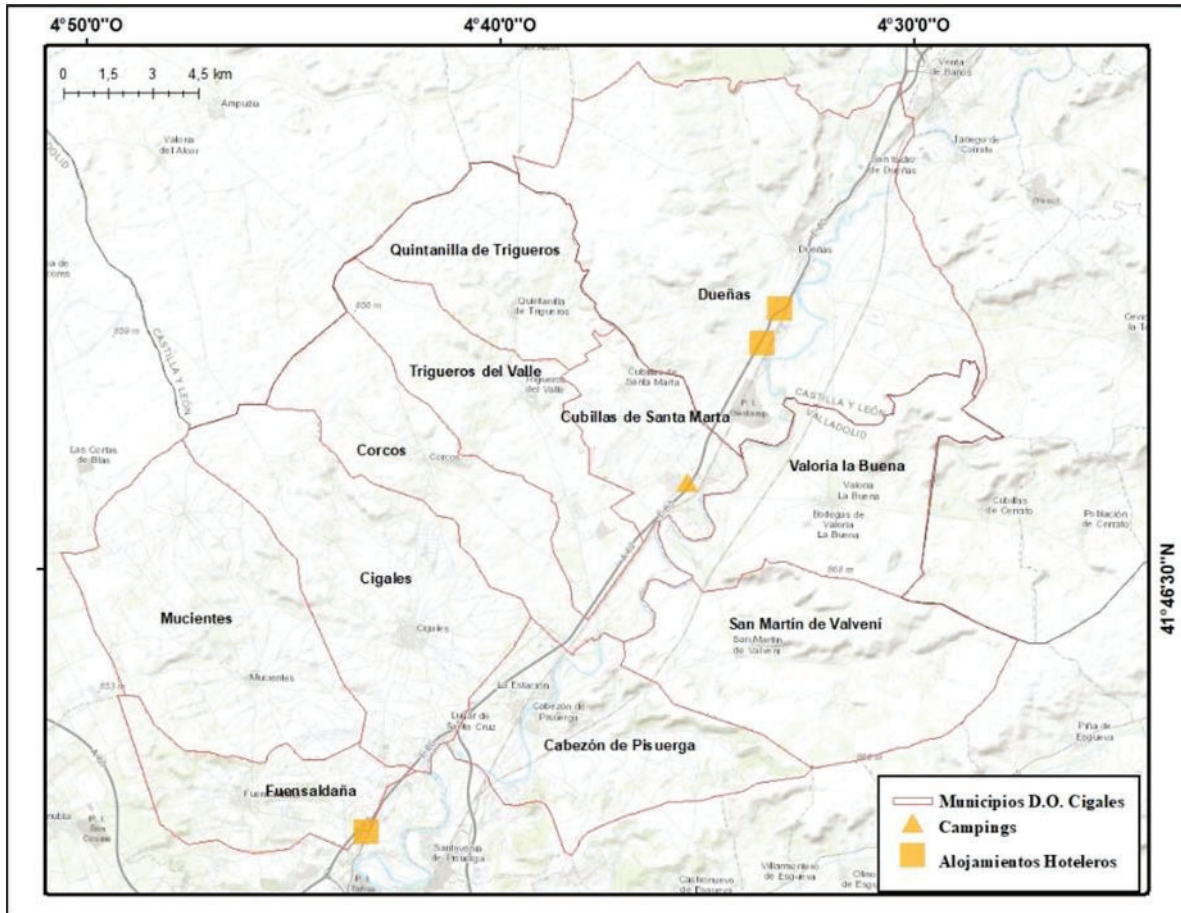
Por último, la figura 8C muestra los distintos alojamientos turísticos que aparecieron entre los años 2011 y 2022. Durante este tiempo aparecen once nuevos alojamientos turísticos, de los cuales siete pertenecen a la categoría de alojamientos de turismo rural y tres a la de viviendas turísticas. Todos ellos se distribuyen en siete municipios distintos: tres en Trigueros del Valle, dos en Cabezón de Pisuerga, dos en Mucientes y un alojamiento distinto en Dueñas, Fuensaldaña, San Martín de Valvení y en Valoria la Buenas. En primer lugar, llama la atención la inexistencia de ningún tipo de alojamiento turístico en las localidades de Cigales, Corcos del Valle y Quintanilla de Trigueros, a pesar de que el municipio de Cigales es uno de los más grandes de la zona y el que da nombre a la propia denominación de origen. Por otro lado, el municipio que más alojamientos nuevos

incorporó fue Trigueros del Valle, con un total de tres alojamientos de turismo rural: 2 casas rurales, una de ellas inaugurada en el año 2015 con una capacidad de 11 plazas, y la otra casa rural inaugurada en el año 2020, con 6 plazas; y, un hotel rural, inaugurado en 2018 y con una capacidad de 8 plazas. En el caso de Cabezón de Pisuerga, en esa época se instalaron dos nuevos alojamientos bajo la categoría de viviendas turísticas, la primera de ellas en el año 2019 con una capacidad de siete plazas y la segunda inaugurada en el año 2022 con una capacidad de ocho plazas. Este último se trató, además, del último alojamiento turístico en establecerse dentro de los municipios que componen la D.O. Cigales. En el caso de Mucientes, aparecen dos alojamientos de turismo rural, inaugurado el primero de ellos en el año en el 2016, el cual posee veintiuna plazas; y el siguiente, en el año 2017, con un total de seis plazas. En Dueñas, aparece un alojamiento de turismo rural, con una capacidad de seis plazas, que sumadas a las plazas que ya tenía el municipio hacen un total de 152 plazas de alojamientos distribuidas en 5 alojamientos turísticos. En el municipio de Fuensaldaña, se crea una vivienda turística, inaugurada en el año 2018 y con un total de siete plazas. Siguiendo el orden, en San Martín de Valvení se inaugura en el año 2021 un alojamiento de turismo rural con una capacidad de ocho plazas. Por último, en Valoria la Buena, se inaugura en el año 2018 un alojamiento de turismo rural, concretamente una casa rural, con una capacidad de doce plazas de alojamientos.

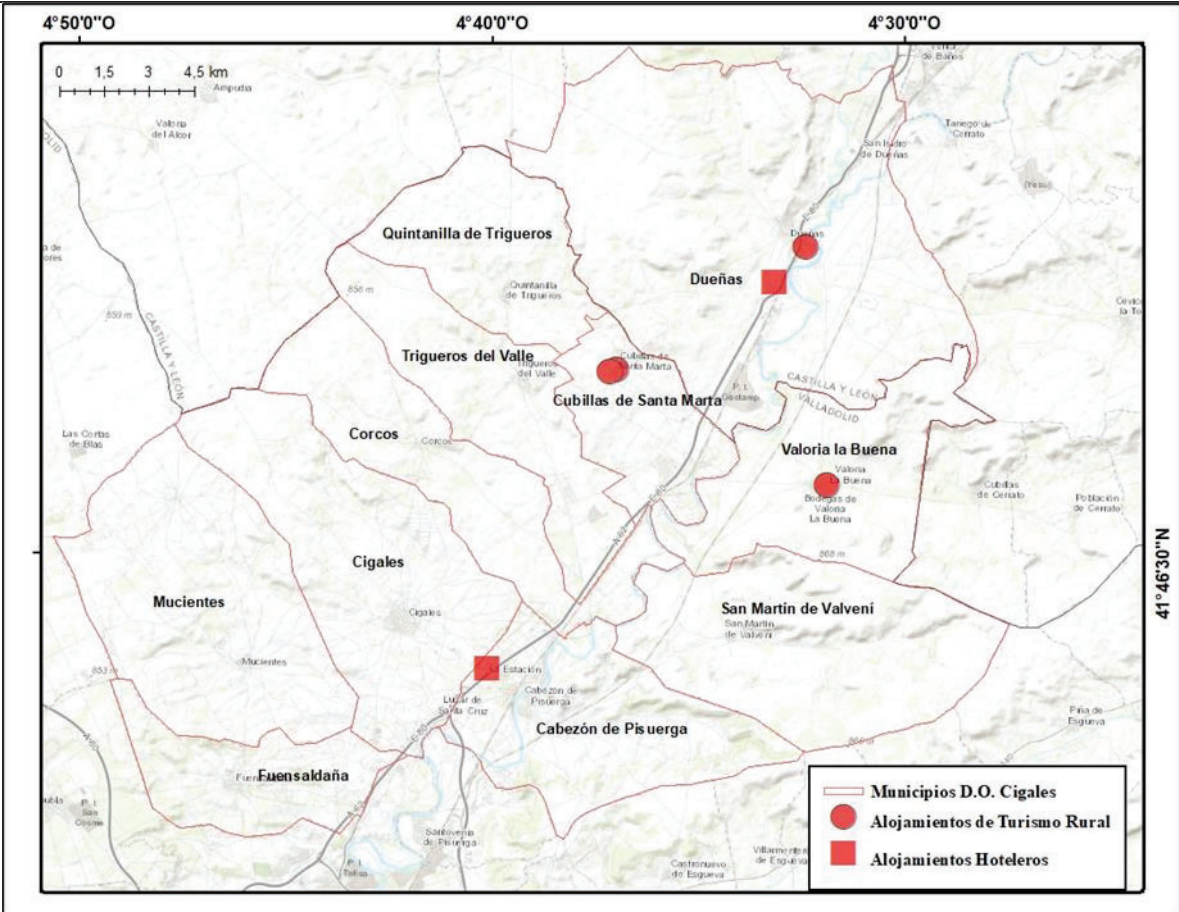


Figura 8: Evolución alojamientos turísticos.

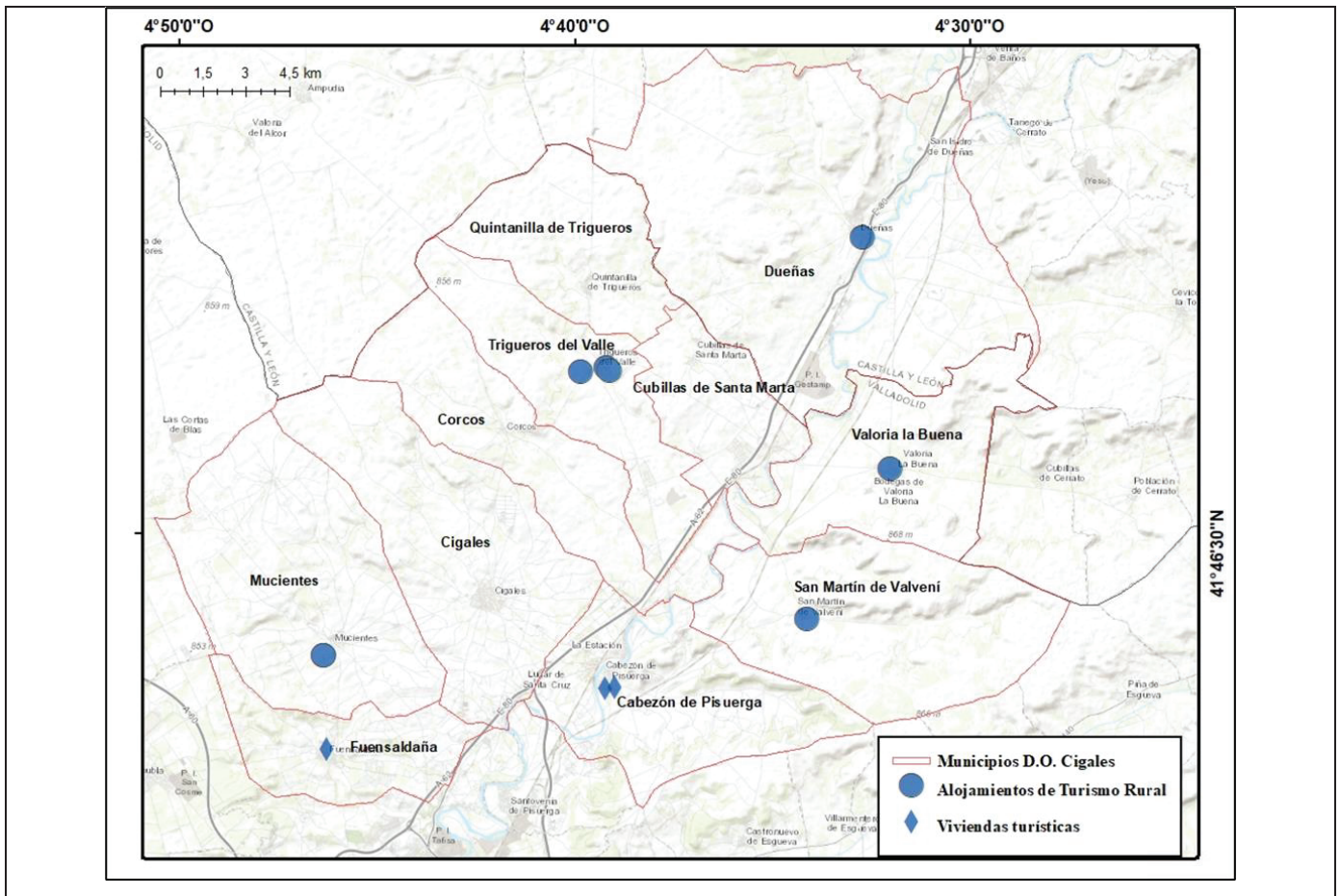
A) 1991-2000.



B) 2001-2010



C) 2011-2022



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del SIE.

Como análisis general, durante el periodo comprendido desde la creación de la D.O. Cigales hasta la actualidad se han creado un total de 825 plazas repartidas en 21 alojamientos turísticos y de la siguiente forma entre los municipios que constituyen el área de estudio: San Martín de Valvení (8 plazas), Cabezón de Pisuerga (24 plazas), Trigueros del Valle (25 plazas), Mucientes (27 plazas), Valoria la Buena (37 plazas), Fuensaldaña (45 plazas), Dueñas (152 plazas) y Cubillas de Santa Marta (507 plazas).

Con los datos mostrados en las figuras 7 y 8, se aprecia cómo ha evolucionado el crecimiento en el número de alojamientos en la zona de la D.O. Cigales, destacando el ascenso en el número de plazas de alojamientos y de infraestructuras turísticas en los últimos años. Entre las tipologías que han crecido con una mayor incidencia se encuentran las viviendas turísticas, una tendencia a fomentar nuevos tipos de alojamientos turísticos alternativos a los que ya existían, destacando los municipios pioneros de estos nuevos establecimientos en esta zona de estudio: Cabezón de Pisuerga y Fuensaldaña; las casas rurales en aquellos municipios de menor tamaño como es el caso de San Martín de

Valvení o Mucientes entre otros, debido a las ayudas que aportan los fondos LEADER, entre otros (Zaar, 2022).

En el caso de Cigales, siendo el núcleo central de la denominación de origen, el no poseer ningún alojamiento turístico beneficia a los pueblos de alrededor, los cuales aprovechan a ofertar alojamientos de turismo rural como experiencia alternativa en la zona.

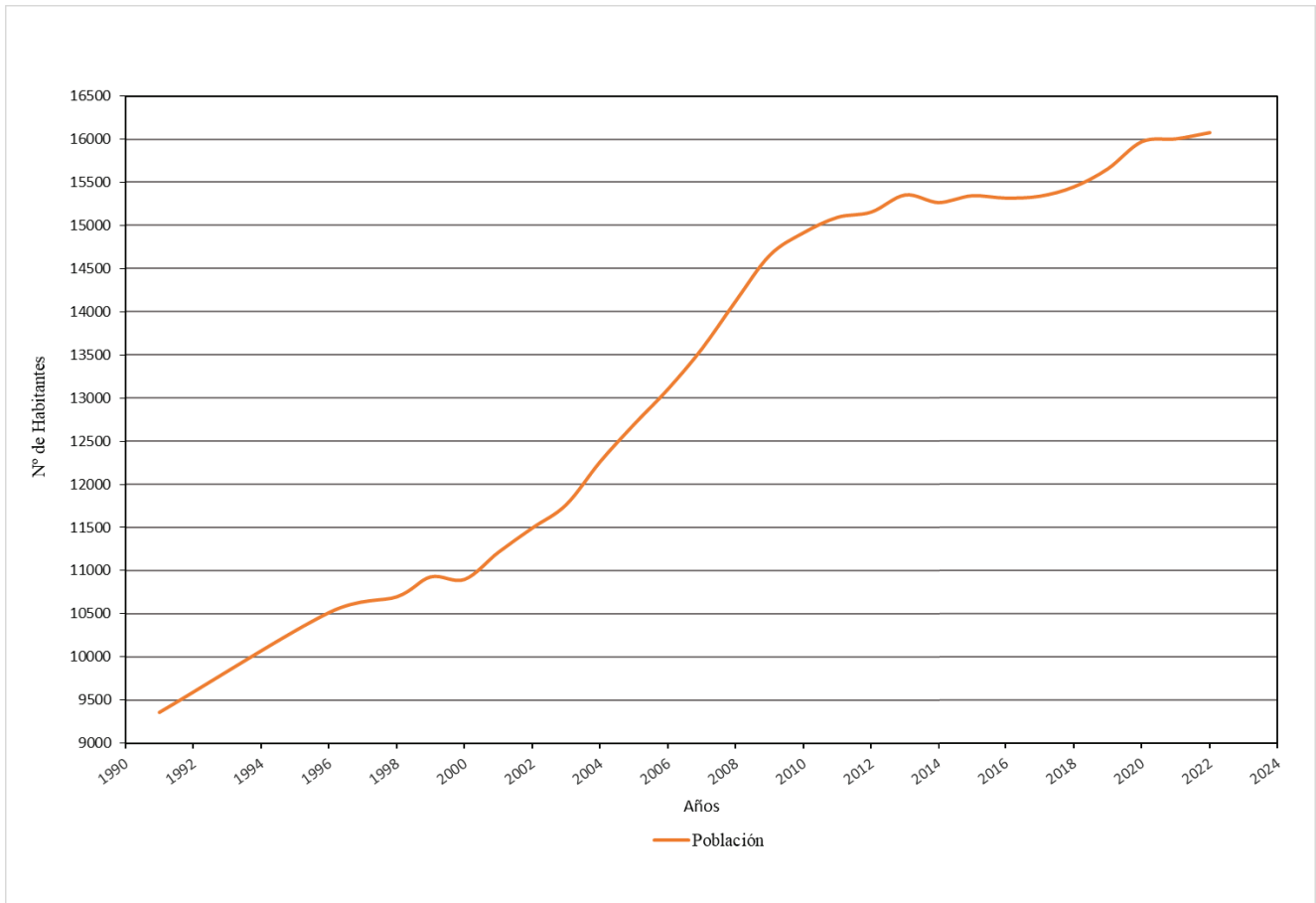
### **3.3. Análisis Sociodemográfico de la población de Cigales.**

Otra de las variables analizadas en esta investigación son las demográficas, siendo el objetivo de este apartado el de comprobar si la creación de la D.O. de Cigales ha influido en su evolución.

En primer lugar, la figura 9 representa la evolución de la población en el área de estudio. Como se puede observar en esta gráfica, se ha experimentado un constante crecimiento de la población en esta zona desde el año 1991 con 9362 habitantes hasta los 16 075 habitantes en el año 2022. Esto quiere decir que se trata de una zona en constante crecimiento de población, pues es algo beneficioso tanto para cada municipio, como a la propia denominación de origen. Aunque se aprecia un crecimiento constante, existen ciertas variaciones habiendo años con pocos recesos. El primero de ellos fue entre el año 1998 hasta el 2000, momento en el que su crecimiento se ralentizó, aunque no llegó a afectar demasiado a la zona, pues la población no paro de crecer hasta el año 2012, donde hubo un pequeño descenso. Este crecimiento se debe a que la población inmigrante cada vez es mayor en estos municipios como se podrá observar en la figura 11, siendo una época álgida en España, con el crecimiento económico.

Entre los años 2012 hasta 2019, no hubo gran variación en el crecimiento de la población, siendo a partir del año 2020, tras la pandemia provocada por el Covid-19, cuando esta zona volvió a seguir una tendencia de crecimiento de población debido, fundamentalmente, a su localización en las estribaciones de la ciudad de Valladolid incentivando la llegada de población joven a este territorio que busca en él el acceso a viviendas de menor coste y a una mejor calidad del entorno teniendo una mayor repercusión en los municipios de Cabezón de Pisuerga, Cigales, Cubillas de Santa Marta y Fuensaldaña (Estrada, 2021). Esta tendencia afecta en menor medida al resto de municipios, los cuales pierden pocos habitantes o se mantiene su población.

**Figura 9: Evolución de la población de la D.O. Cigales (1990-2022).**



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del censo de población del año 1991 y del Padrón de población de 1996-2022 (INE).

En la figura 10 se representa el número de nacimientos, de defunciones y el crecimiento vegetativo el área de estudio, donde las variables se representan de la siguiente manera: los nacimientos con una línea amarilla, las defunciones con una línea naranja, y el crecimiento vegetativo con una línea azul.

En el año 1991, es decir, el año inicial de la denominación de origen, el crecimiento vegetativo se situó en el -9, una cifra baja, pues el número de defunciones era mayor que el de nacidos. Esta tendencia cambiaría a partir de 1991 momento en el que alcanza valores positivos, con 89 nacimientos, 82 defunciones y un crecimiento vegetativo con valor 7. Se trató de un crecimiento lento, pues el número de nacimientos y de defunciones fueron a la par durante los años noventa hasta que en el año 2002 el número de nacimientos se multiplicó, haciendo indicar un crecimiento en la población, con 130 nacimientos y 120 defunciones y un crecimiento vegetativo con valor de 10. Se puede

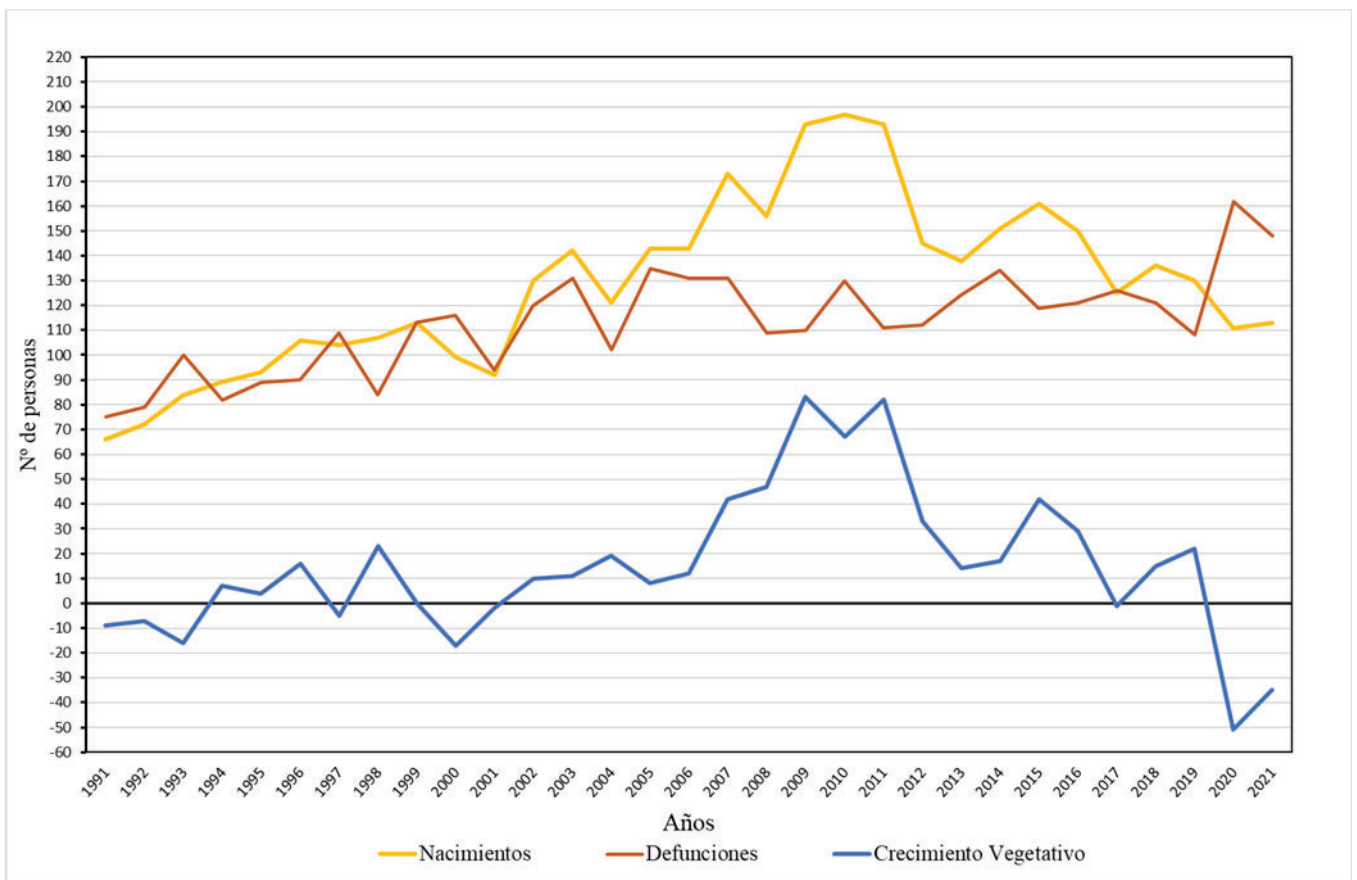
intuir que la población de la zona cada vez es más joven y el número de nuevas familias está en aumento durante el periodo del 2002 al 2016, momento en el que el crecimiento vegetativo es positivo y en aumento. Dentro de este mismo periodo se puede dividir en dos partes: el auge de los nacimientos entre el 2002 y el 2010, y el descenso de estos a partir del 2010, como se puede observar en la figura 10. Esto se puede ver con claridad en la línea que representa el crecimiento vegetativo, donde el año 2010 marca un cambio en la tendencia que se empezó a dar en la zona, pasando de un crecimiento en el número de nuevas familias, a una tendencia de defunciones en la zona por el creciente aumento de la edad de la zona. En el período de 2002 al 2010, el dato del crecimiento vegetativo se situó en los 83 en el año 2009, con 193 nacimientos y 110 defunciones. Es en el año 2010, cuando se data el mayor número de nacimientos dentro del periodo que se está estudiando, pues en total hubo 197 nacimientos, donde el número de defunciones se situó en los 130 y donde el crecimiento vegetativo marcó un valor de 67. Es en el año 2012 cuando el ascenso de nacimientos empieza a descender (145 en total), y las defunciones comienzan a ascender (112 en total), con el crecimiento vegetativo en un 33. Se puede ver como esta zona avanzó durante el periodo de crisis del 2008, manteniendo los nacimientos ante los problemas económicos que se sufría en esa época. Es en el año 2012, donde se puede ver con más claridad el efecto de la crisis, reduciéndose el número de nacimientos. Es en el año 2017, cuando el crecimiento vegetativo vuelve a marcar valores negativos, en este caso se situó en el -1, pues en el total de defunciones se situó en los 126 frente a los 125 nacimientos. Esto marca un caso de asentamiento de las familias en la zona, a la vez que un descenso en el número de hijos en esta zona, frente al aumento del envejecimiento.

En el año 2020, la tendencia de defunciones aumentó considerablemente frente a los nacimientos, situando el crecimiento vegetativo en -53, siendo este el valor más negativo de la zona desde la creación de la denominación de origen. Hubo un total de 111 nacimientos frente a las 162 defunciones. Estos datos corresponden al año del Covid-19, que se caracterizó por el confinamiento en los hogares y el elevado número de fallecimientos por causa de esta enfermedad, por lo que estas cifras muestran el claro caso de como afecto a esta zona en concreto. En el último año que aparece reflejado en la figura 10, 2021, el número de defunciones se situó en 148, mientras que los nacimientos registrados fueron 113, dando lugar a un crecimiento vegetativo de -35. Esto se debe a una pequeña recuperación tras la pandemia vivida, donde el número de defunciones fue

bastante superior al de nacimientos, debido a que los fallecidos seguían repercutiendo durante esos años posteriores, aunque con ese ligero descenso.

En modo de resumen, se trata de una zona que durante los primeros años de la instauración de la denominación de origen sufrió un ligero ascenso en el número de nacimientos, que se agravó a partir del año 2004, y donde la tendencia de nacimientos fue en ascenso, provocando un aumento de la población. En cambio, las defunciones fueron leves hasta el año 2014, donde se fue acercando al número de nacimientos. Esta situación se revertió en el año 2020, siendo superior el número de defunciones frente a los nacimientos, situación provocada por el Covid-19. Se debe destacar, que en el último año del que se tiene dato, la situación ha mejorado levemente, descendiendo el número de defunciones y aumentando a su vez los nacimientos, aun estando el crecimiento vegetativo en negativo, sin olvidarnos que en el año anterior los fallecidos en la pandemia seguían siendo altos.

**Figura 10: Movimiento natural de la población (1991-2021).**



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del Movimiento Natural de la Población (INE).

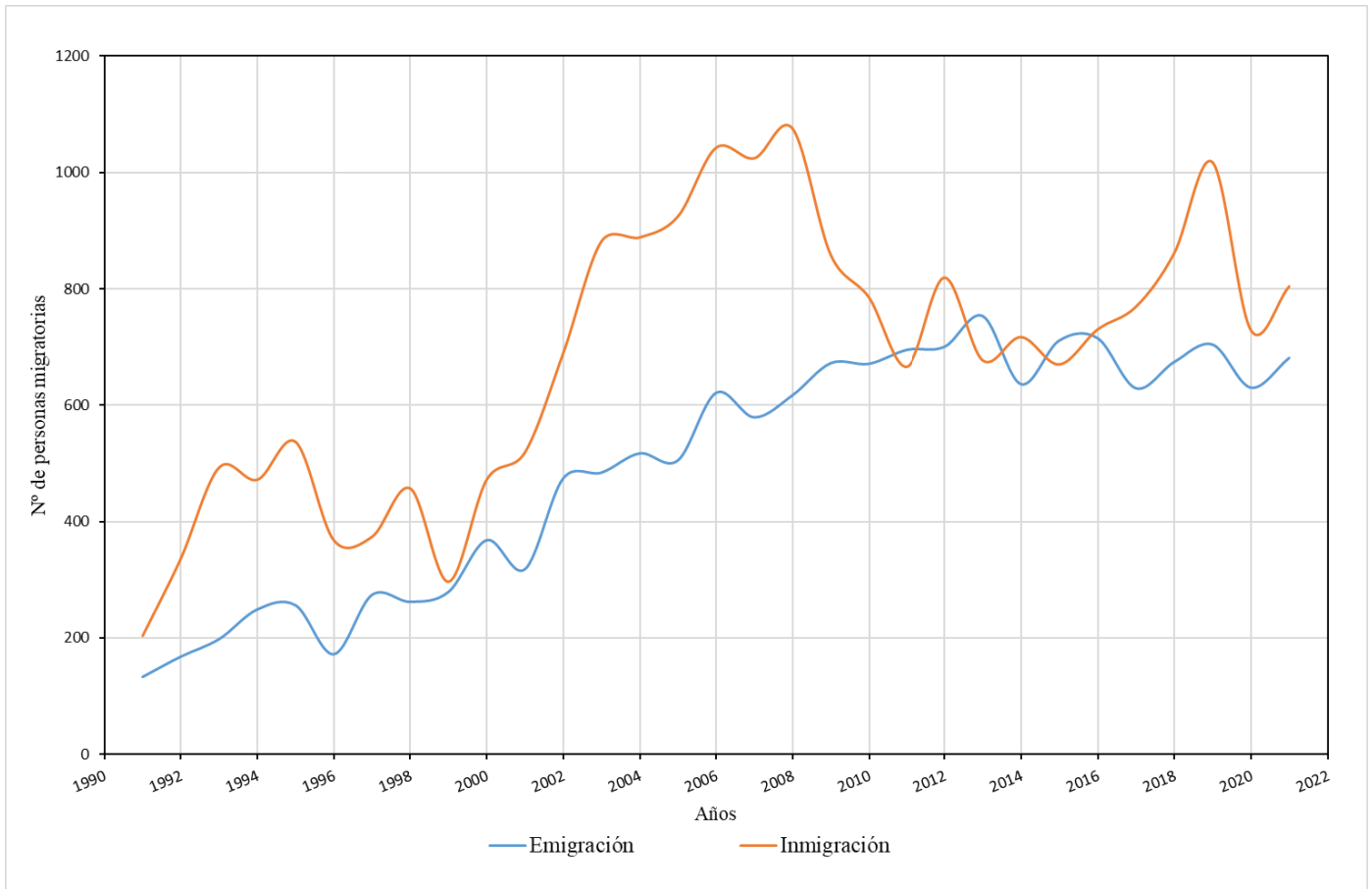
La figura 11 representa la evolución de las migraciones en la zona de la D.O. Cigales desde el 1991 hasta el 2021, donde la línea naranja representa las inmigraciones y la línea azul las emigraciones. En el primero de estos años, la población inmigrante se situó en 204 habitantes, frente a los 113 que emigraron de la zona, provocando un aumento en la población en 71 habitantes nuevos. Esta tendencia marcada por la mayor llegada de inmigrantes que emigrantes continuó en los siguientes ocho años. El periodo temporal comprendido entre el año 2000 hasta el 2008 destacó precisamente por este crecimiento de la población de inmigrantes, registrando la llegada de 858 frente a las 672 emigrantes. Estas alteraciones en el crecimiento del número de inmigrantes se deben a los años anteriores a la crisis económica del 2008, pues mucho de estos municipios aumentaban el número de viviendas, atrayendo así a nuevas personas que fueran a vivir a esos nuevos hogares. Es por ello, que, tras la crisis, ese aumento de inmigrantes fue en descenso, y con ello, creciendo el número de emigrantes que se marchaban fuera de estos municipios. Sin embargo, esta tendencia cambia a partir del año 2011, momento en el que, por primera vez, se produjo el aumento de la población emigrante, superando en cifras a los inmigrantes, es decir, 695 personas emigraron frente a los 666 inmigrantes, registrando una pérdida de 29 habitantes en esta zona. Por ello, se abre una nueva época de alteraciones en la migración, con aumentos y descensos constantes tanto de la población emigrante como de la inmigrante. Tras este suceso, habría que esperar hasta el año 2017 para presenciar un nuevo aumento del número de inmigrantes, frenando la tendencia que se vivió en los años anteriores. Al mismo tiempo, este periodo coincide con el momento en el que el número de bodegas y los alojamientos turísticos aumentaron. Llegado el año 2020, se volvió a una tendencia de descenso tanto en número de emigrantes como en el de inmigrantes, provocado por la pandemia del COVID-19, pues se trató de un periodo donde las normas restrictivas de confinamientos provocaban el escaso movimiento de la población en la zona. En la actualidad, se ha vuelto a recuperar la tendencia creciente de inmigrantes como de emigrantes.

En modo de resumen de este análisis, la zona se ve enriquecida por la presencia de población inmigrante que viene a estos pueblos, debido a la cercanía a la ciudad de Valladolid, y su creciente aumento de nuevas urbanizaciones en la zona (Estrada, 2021). Aunque, también se debe tener en cuenta que los movimientos migratorios se ven afectados por los periodos de crisis, pues la población de la zona se marcha en búsqueda de nuevas oportunidades fuera de sus pueblos, aumentando con ello el número de



emigrantes y descendiendo los inmigrantes. En la actualidad, la zona sufre un periodo de crecimiento, provocando el aumento de inmigrantes, seguido del aumento menor del número de emigrantes.

**Figura 11: Evolución de los movimientos migratorios en la zona de la D.O. Cigales (1991-2021).**



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del Movimiento migratorio (INE).

La figura 12 muestra una pirámide de población por grupos quinquenales, que alberga dos años distintos: el de la creación de la D.O, Cigales (1991) representado con las barras transparentes, y el 2022, representado con las barras azules (para los hombres) y rosas (para las mujeres). Esta pirámide permite realizar una comparativa en la evolución de la población desde que se inauguró la denominación de origen hasta la actualidad, viendo a su vez los cambios que han podido suceder entre los distintos grupos de edad. Se debe tener en cuenta dentro del análisis de las pirámides es la diferencia de población en un año y en otro, pues en 1991 eran 9362 habitantes, frente a los 16 075 habitantes que son en el año 2022.

La pirámide correspondiente al año 1991 posee una forma más ancha en su base y a partir de los 35-39 años se estrecha, manteniendo esa tendencia hasta el grupo de edad de 60-64 años, donde sobresale a los demás grupos, volviendo después a esa estrecha tendencia.

La pirámide correspondiente al año 2022 tiene esa forma de bulbo por el gran número de personas que se encuentran entre los 40-45 hasta los 65-69 años, comparado por el resto de edades, y donde las edades jóvenes (inferiores a los de 40-45 años) se muestran más estrechas. Con respecto a las edades superiores (más de 65-69 años) tienden a un avance decreciente según avanza hacia la cúspide.

Tras el análisis inicial de las formas de las dos pirámides pueden apreciarse las siguientes cuestiones:

- Dentro del grupo de edad joven, entre los 0-4 años hasta los 10-14 años, las dos pirámides son semejantes, aunque se aprecia la predominancia de las mujeres en el año 1991. Al mismo tiempo, se puede ver cómo hay un aumento en el número de nacidos en la zona en el año 2022, aunque en la pirámide se represente de forma distinta.
- En el grupo de edad adulta, (desde los 15 hasta los 64 años), se puede comprobar cómo en el año 1991, la población que se situaba entre los 15 hasta los 30, en la actualidad se localiza entre los grupos de edad de entre los 30 años hasta los 54 años, intuyéndose que la población de esas edades, en su mayoría se han mantenido en estos municipios, aunque también ese aumento es gracias a la población inmigrante que viene a estos municipios en búsqueda de empleo.

Se comprueba que el grupo de edad donde se concentra mayormente la población es entre los 45-49 años, con predominancia de hombres, siendo un 5,30% de hombres frente al 4,46% de mujeres en este grupo de edad. La importancia de que la población adulta de la zona sea abundante es la de aportar riquezas, pues son las edades donde se sitúa la población activa, y donde normalmente a partir de los 25 años la gente empiezan a formar sus familias, provocando ese crecimiento en el número de nacimientos de la zona.

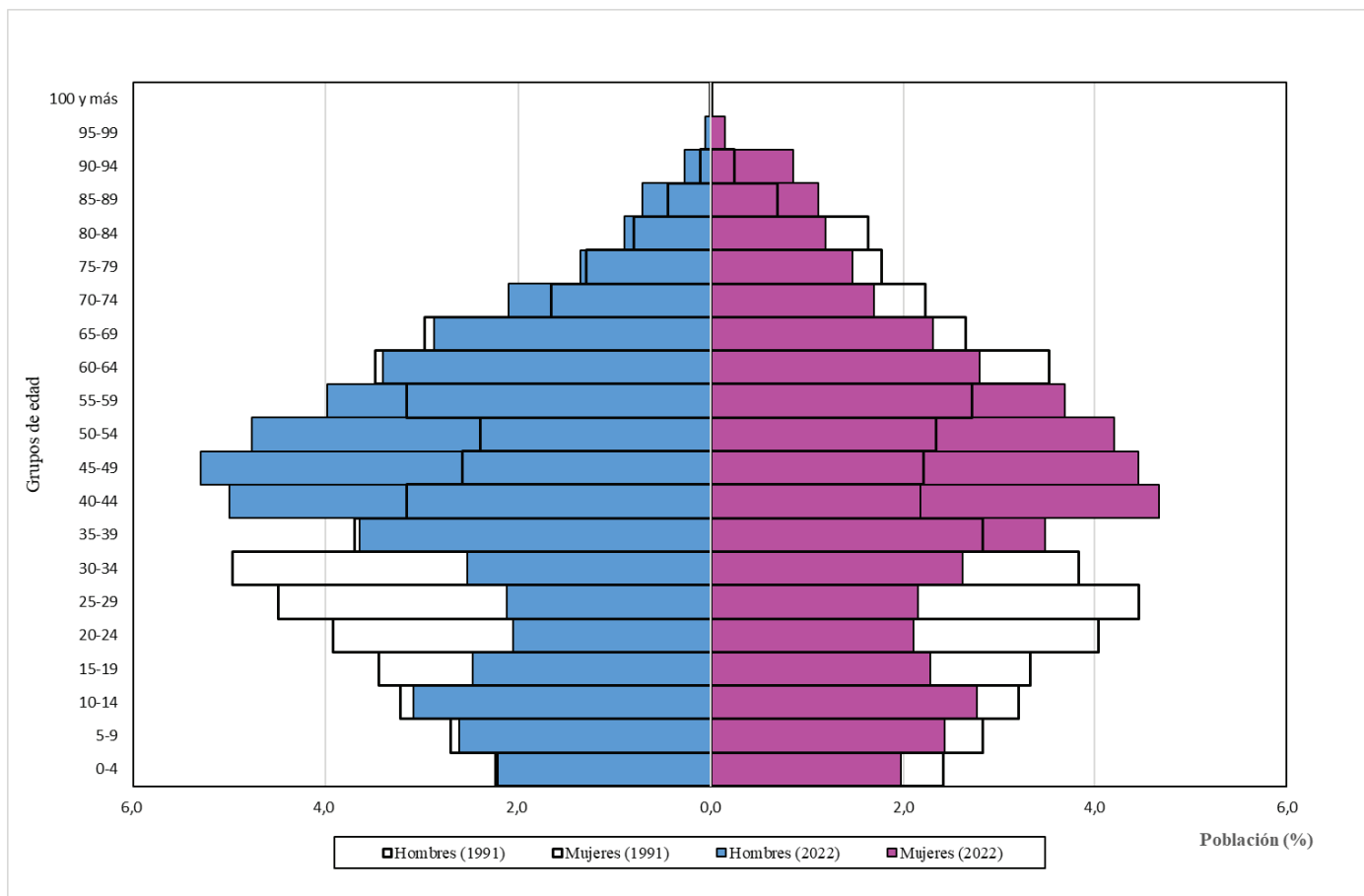
Es por ello, que las cifras del 2022 indican que la comarca ha crecido en comparación con el año 1991, siendo uno de los factores de crecimiento la implantación de la DO Cigales, aportando trabajo a la zona, y con ello atracción de personas inmigrantes y de formación de la familia en esta zona.

- Por último, las edades comprendidas entre los 65-69 años hasta más de 100 años componen las edades de ancianos, siendo aquellas personas en edad de jubilación, donde hay un crecimiento, debido al aumento considerable de la esperanza de vida en esta zona. Si se compara la pirámide de población del año 1991 con la del 2022, se puede comprobar cómo ha aumentado la población dentro de esas edades, siendo mayor el número de mujeres debido a que su esperanza de vida es mayor que la de los hombres. También se observa cómo la población de 2022 supera levemente los 100 años, siendo este un indicativo del aumento de esa esperanza de vida.

Por lo tanto, la pirámide de población refleja el crecimiento en el número de habitantes registrado en la comarca desde el inicio de la denominación de origen hasta la actualidad. Esto puede deberse al ser una zona cercana a la ciudad de Valladolid, donde muchas personas viven en los pueblos del alfoz, siendo estas ciudades dormitorio (Estrada, 2021). Otro de los factores a tener en cuenta en este grupo de edad, es la influencia de inmigrantes que vienen en busca de empleo para poder cuidar de sus familias, y como se ha podido ver en la figura 11, ese aumento de población inmigrante en los últimos años.

Con respecto a las edades más jóvenes, el aumento de nacimientos también se ha podido observar dentro de esta comparativa de los años, siendo cada vez más población joven de la que había anteriormente. En referencia al grupo de edad de los ancianos, estos cada vez tienen una esperanza de vida mayor, siendo más población en el año 2022 frente al 1991.

**Figura 12: Pirámide de población comparativa (1991/2021).**



**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del Censo y del Padrón (INE).

Por último, dentro del análisis sociodemográfico de la zona de la D.O. Cigales, se debe destacar diversos datos como: la Tasa de Natalidad, la Tasa de Mortalidad y el Saldo Migratorio. Esta información servirá como base de análisis dentro de una comparación de datos de 1991 frente a los datos de 2021, en este caso a nivel municipal.

La tabla 7 representa estos datos, donde puede apreciarse cómo la Tasa de Natalidad en el total del área de estudio era de 7,05 % en el año 1991 hasta alcanzar los 7,06 % en el 2021. Con respecto al análisis a nivel municipal cabe destacar el caso de Quintanilla de Trigueros, al no tener nacimientos en el 1991 ni en el 2022, no existen datos de la tasa de natalidad. Por otro lado, encontramos municipios que presentan tasas por encima de la media comarcal, en el año 1991, siendo estos los casos de San Martín de Valvení (16,53%), Corcos del Valle (11,67%), Fuensaldaña (8,61 %), Valoria la Buena (8,60%) y Cigales (8,30%). Estas cifras tan altas se deben a que, al ser municipios de bajo número de habitantes, su cifra de tasa de natalidad se incrementa con un número de nacimientos

reducido. Por otro lado, existen otras localidades que presentan tasas de natalidad inferiores a la media de la comarca, siendo estos los casos de: Dueñas (6,80‰), Cabezón de Pisuerga (5,91‰), Mucientes (4,63‰), Cubillas de Santa Marta (3,77‰) y Trigueros del Valle (3,58‰).

En el caso de 2021, son solo 2 municipios los que no poseen datos sobre la tasa de natalidad al no haber registrado nacimientos en ellos: Quintanilla de Trigueros y San Martín de Valvení. Sobre el resto, encontramos municipios que presentan tasas por encima de la media comarcal, siendo estos los casos de Fuensaldaña (10,52 ‰), Mucientes (9,35‰), Valoria la Buena (8,85‰), Cubillas de Santa Marta (8,52‰), Dueñas (7,72‰) y Cabezón de Pisuerga (7,47‰). Estas cifras tan altas se deben a que, al ser municipios de bajo número de habitantes, su cifra de tasa de natalidad se incrementa con un número de nacimientos reducido, como ocurre en el año 1991. Por otro lado, existen otras localidades que presentan tasas de natalidad inferiores a la media comarca, en el caso de 2021, siendo estos los casos de: Trigueros del Valle (6,47‰), Corcos del Valle (4,93‰) y Cigales (4,91‰). Sorprende el caso de Cigales, pues se trata del municipio con más habitantes y a su vez el que menor tasa de natalidad posee.

Como también se muestra en la tabla 7, representa la Tasa de Mortalidad, pues en el total del área de estudio era de 8,01 ‰ en el año 1991 hasta alcanzar los 9,25 ‰ en el 2021. Con respecto al análisis a nivel municipal cabe destacar el caso de Quintanilla de Trigueros, al no tener nacimientos en el 1991 ni en el 2022, por lo que no existen datos de la tasa de mortalidad. Por otro lado, encontramos municipios que presentan tasas por encima de la media comarcal, en el año 1991, siendo estos los casos de Trigueros del Valle (14,34‰), Valoria la Buena (11,46‰), Cubillas de Santa Marta (11,32‰), Fuensaldaña (8,61‰), Cabezón de Pisuerga (8,54‰), y San Martín de Valvení (8,26‰). Estas cifras tan altas se deben a que, al ser municipios de bajo número de habitantes, su cifra de tasa de mortalidad se incrementa con un número de fallecidos cada vez mayor. Por otro lado, existen otras localidades que presentan tasas de mortalidad inferiores a la media comarca, siendo estos los casos de: Mucientes (7,72‰), Dueñas (7,12‰), Cigales (7,11‰) y Corcos del Valle (3,89‰), siendo estos datos muy reducidos en comparación con los datos de los anteriores pueblos mencionados.

En el caso de 2021, al igual que en la tasa de natalidad, son solo 2 los municipios que no poseen datos sobre la tasa de mortalidad, al no haber registrado defunciones en ellos: Quintanilla de Trigueros y San Martín de Valvení. Sobre el resto, encontramos

municipios que presentan tasas por encima de la media comarcal, siendo estos los casos de Valoria la Buena (16,22‰), Dueñas (16,20‰), Trigueros del Valle (16,18‰), Corcos del Valle (14,78‰), Cubillas de Santa Marta (14,20‰), Mucientes (12,45‰) y Fuensaldaña (10,02‰). Estas cifras tan altas se deben a que, al ser municipios de bajo número de habitantes, su cifra de tasa de mortalidad se incrementa con un número de defunciones que cada año va en aumento como se puede comprobar en el aumento de la media respecto al 1991. Por otro lado, existen otras localidades que presentan tasas de mortalidad inferiores a la media comarcal, en el caso de 2021, siendo estos los casos de: Cabezón de Pisuerga (6,41‰), y Cigales (5,66‰). El caso de estos municipios muestra que poseen una población más rejuvenecida y a su vez, un menor número de defunciones con ello.

Sobre el saldo migratorio, la cifra total en el año 1991 se sitúa en 71 habitantes, respecto a los 123 habitantes que hay en el año 2021, por lo que la zona de la denominación de origen ha crecido en beneficio de los inmigrantes que llegaron al territorio. En el año 1991, tan solo 4 municipios no perdieron población, sino que aumentaron su número, siendo los siguientes municipios: Fuensaldaña (44 habitantes), Cabezón de Pisuerga (32 habitantes), Cigales (19 habitantes) y Corcos del Valle (2 habitantes). En cambio, el lado negativo de este saldo son las pérdidas de población, siendo 7 de estos municipios los que sufren estas pérdidas: Dueñas (-7), Valoria la Buena (-7), Cubillas de Santa Marta (-5), Mucientes (-3), San Martín de Valvení (-2), Quintanilla de Trigueros (-1) y Trigueros del Valle (-1). Estas cifras negativas representan un problema para estos municipios, pues poseen muy poca población y la pérdida de ellos puede agravar esta tendencia.

En el año 2021, la tendencia se revertió, siendo muchos de estos municipios quienes se benefician con la llegada de población, teniendo valores positivos como son los casos de: Fuensaldaña (28 habitantes), Dueñas (24 habitantes), Cubillas de Santa Marta (21 habitantes), Mucientes (19 habitantes), Valoria la Buena (11 habitantes), Cigales (9 habitantes), Cabezón de Pisuerga (7 habitantes) y Trigueros del Valle (7 habitantes). En el lado opuesto, se encuentran aquellos municipios que, aunque hayan solo perdido a un habitante, les repercute de mayor manera, siendo los municipios con menos habitantes de esta zona, como son el caso de: Corcos del Valle, Quintanilla de Trigueros y San Martín de Valvení.

Como se ha comprobado, tras el análisis de la tabla 7, se observa que se trata de una zona donde el crecimiento de la población viene dado por dos formas: el número de

nacimientos y el aumento de población inmigrante que viene a esta zona en el año 2021. En el caso de pérdidas de población, estas cifras proceden al aumento de la tasa de mortalidad media del año 1991 al año 2021, pues al aumento de la esperanza de vida, provoca que aumente las posibilidades de que más población fallezca, además, el número de emigrantes también se asienta como uno de los factores de pérdida de población.

Las cifras más características se pueden observar en los municipios de menor tamaño de población, los cuales sus cambios son escasos, siendo cifras cada vez menores, en lo que se refiere a nacimientos y de población inmigrante, aunque en el número de defunciones crece, pero de forma más lenta.

En el caso del municipio con mayor población, Cigales, se trata de una población adulta, pues posee cifras bajas en las tasas de mortalidad y natalidad, y cuya cifra de inmigrantes ronda los 9 habitantes nuevos, en comparación a la cantidad que llega a Fuensaldaña, que son 28 habitantes. Por ello, son los municipios más habitados los que crecen en beneficio a las pérdidas de población que aporta los municipios más pequeños.

**Tabla 7: Natalidad, mortalidad y saldo migratorio (1991/2021).**

	TASA NATALIDAD (‰)		TASA MORTALIDAD (‰)		SALDO MIGRATORIO (Número)	
	1991	2021	1991	2021	1991	2021
<b>Cabezón de Pisuerga</b>	5,91	7,47	8,54	6,41	32	7
<b>Cigales</b>	8,30	4,91	7,11	5,66	19	9
<b>Corcos del Valle</b>	11,67	4,93	3,89	14,78	2	-1
<b>Cubillas de Santa Marta</b>	3,77	8,52	11,32	14,20	-5	21
<b>Dueñas</b>	6,80	7,72	7,12	16,20	-7	24
<b>Fuensaldaña</b>	8,61	10,52	8,61	10,02	44	28
<b>Mucientes</b>	4,63	9,35	7,72	12,46	-3	19
<b>Quintanilla de Trigueros</b>	-	-	-	-	-1	-1
<b>San Martín de Valvení</b>	16,53	-	8,26	-	-2	-1
<b>Trigueros del Valle</b>	3,58	6,47	14,34	16,18	-1	7
<b>Valoria la Buena</b>	8,60	8,85	11,46	16,22	-7	11
<b>TOTAL</b>	7,05	7,06	8,01	9,25	71	123

**Fuente:** elaboración propia a partir de datos obtenidos del SIE.

### **3.4. Percepción de la población local sobre la Denominación de Origen Cigales.**

En este apartado, se hará un análisis de los resultados obtenidos en la encuesta que se lanzó en los distintos municipios de la zona de estudio, siendo sus habitantes los únicos que podrían contestar a esta encuesta. Para ello, se ha realizado esta encuesta de forma online, y mediante trabajo de campo.

El total de respuestas recopiladas tras la difusión de cuestionarios ha sido de 88 entre los 11 municipios que se encuentran dentro de la zona de estudio, cuyos resultados vienen reflejados en las siguientes tablas que se mostrarán dentro de 4 apartados:

- Perfil sociodemográfico del encuestado.
- Análisis del conocimiento sobre el concepto “denominación de origen”.
- Implicaciones territoriales de la denominación de origen de Cigales.
- Opinión y Observaciones sobre la D.O. Cigales.

#### **3.4.1. Perfil sociodemográfico del encuestado**

El perfil sociodemográfico de los encuestados se caracteriza por la escasa presencia de jóvenes menores de 15 años, representando al 3,41% de los encuestados; mientras que los adultos (15-64 años) son los mayoritarios, pues representan al 79,54% de la muestra de estudio. Por último, se encuentra los ancianos, con un 17,05%, los cuáles son un grupo de edad que ha vivido el inicio de la D.O. Cigales. El género de los encuestados se reparte de forma prácticamente equitativa, así, el 47,7% se corresponde con hombres y el 52,27% con mujeres. Estos presentan un nivel de estudios muy variado, destacando la presencia de los titulares de estudios universitarios (32,95%) y de aquellos que poseen estudios secundarios (21,59%) frente a una escasa presencia del grupo que tan sólo tiene estudios primarios (18,18%). Por otro lado, con respecto a su situación profesional destaca la presencia de aquellos que se dedican al sector terciario (31,82%), así como los jubilados (25%).



**Tabla 8: Perfil sociodemográfico de los encuestados.**

Pregunta	Respuestas	Número de Respuestas	Porcentaje (%)
Edad	Menores de 15 años	3	3,41
	Entre 15 y 65 años	70	79,54
	Más de 65 años	15	17,05
Género	Hombre	42	47,73
	Mujer	46	52,27
Nivel de estudios	Educación Primaria	16	18,18
	Educación Secundaria	22	21,59
	Estudios Universitarios	29	25%
	Estudios FP-I y FP-II	16	18,18
	Estudios de Posgrado	5	5,68
Situación profesional	Jubilado	22	25%
	Desempleado	-	-
	Estudiante	16	18,18%
	Ama de Casa	2	2,27
	Sector Primario	2	2,27
	Sector Secundario	12	13,64
	Sector Terciario	28	31,82
	Otro...	6	6,82

***Fuente:** elaboración propia.*

### **3.4.2. Análisis del conocimiento sobre el concepto “denominación de origen”.**

En este se realiza un análisis sobre el conocimiento que la población local tiene sobre el concepto “Denominación de Origen”. Las respuestas registradas aparecen representadas en la tabla 9. Así un 90,91% respondieron que “Sí” saben lo que es una denominación de origen, mientras que el 9,09% aseguraron “No” saber lo que es. Para constatar que los encuestados que afirman conocer el concepto D.O. se realizó una nueva pregunta en la que deberían elegir entre una serie de términos, de los cuales uno alude a la definición correcta y el resto son falsos. Así, pudo corroborarse que algo más del 80% de los encuestados que afirmaron conocer el concepto D.O. seleccionaron la opción correcta, mientras que el resto, a pesar de estar seguros de que conocen el término, no lo hacen.

Por último, se formuló una tercera pregunta, la cual decía si se conocía la D.O. Cigales y para qué servía. En este caso, la respuesta más elegida es aquella que afirma que esta figura permite promocionar y comercializar los productos derivados del vino en la zona de Cigales, siendo seleccionada por casi el 73% de la muestra de estudio. En segundo lugar, le sigue como respuestas más contestadas, con un 11,36%, aquella en la que los encuestados afirman desconocer la figura de la D.O. Cigales. la respuesta que hace referencia a la D.O. Cigales como un organismo que conserva y protege el patrimonio (material e inmaterial) en la zona de Cigales. Al mismo tiempo, el otro 11,36% de la muestra de encuestados reconoce a esta figura como un organismo que permite proteger el patrimonio material e inmaterial; mientras que las menos elegidas son aquella que identifica a la D.O. Cigales como la encargada de promocionar productos gastronómicos (3,14%) y la que hace referencia a su actuación como entidad promotora de rutas de senderismo (1,14%).

**Tabla 9: Análisis del conocimiento sobre el concepto "denominación de origen".**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Número de Respuestas</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>¿Conoces el concepto denominación de origen?</b>	Sí	80	90,91
	No	8	9,09
<b>Si la respuesta ha sido afirmativa, ¿cuál de estas opciones es la correcta?</b>	Son aquellos cuya calidad o características se deben al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan siempre en esa zona geográfica delimitada de la que toman el nombre.	71	80,68
	Son aquellos aspectos físicos y culturales que hacen reconocer a una comarca específica.	10	11,36
	Son aquellas congregaciones de ayuntamientos de una misma zona, los	7	7,95

	cuales colaboran en aspectos gastronómicos, culturales y de todo tipo.		
<b>¿Para qué sirve esta figura?</b>	Sí, como organismo de promoción de productos gastronómicos.	3	3,41
	Sí, como entidad que promociona las rutas de senderismo en la zona de los pueblos de Cigales.	1	1,14
	Sí, como organismo que conserva y protege el patrimonio material e inmaterial de la zona de los pueblos de Cigales.	10	11,36
	Sí, es una entidad vitivinícola que promociona y comercializa los productos de los pueblos de la zona de Cigales.	64	72,73
	No, no conozco que es.	10	11,36

***Fuente:*** elaboración propia.

### **3.4.3. Implicaciones territoriales de la Denominación de Origen Cigales.**

Este apartado realiza un análisis específico sobre la percepción que la población local tiene sobre la creación de la Denominación de Origen Cigales, así como sus repercusiones territoriales.

La tabla 10 representa la opinión que los encuestados tienen sobre los efectos territoriales que la D.O. Cigales ha tenido en su territorio. En este caso, el 10,23% no ha querido responder a esta cuestión. Por otro lado, algo más del 77% de los encuestados realmente creen que ha tenido efectos en el territorio, mientras que el 12,50% piensa que no ha repercutido en el territorio la creación de la denominación de origen. En este escenario, en torno al 79% de ellos piensa que estos efectos en el territorio han sido positivos, mientras que el 4,5% afirma ser negativos y otro casi 16% asegura que no ha tenido ningún tipo de repercusión. Entre los efectos positivos que los encuestados piensan que la D.O. Cigales tiene en el territorio destaca el de dar una señal de identidad común para el conjunto de municipios (61,4%), el de servir como apoyo para conservar la tradición vinicultora entre generaciones (60,2%), así como aportar riqueza a los municipios siendo la opción menos elegida (48,9%) la de atraer turistas al pueblo poniendo de manifiesto

una realidad que ha podido constatarse con el análisis sobre la evolución de los alojamientos turísticos en el área de estudio. Al mismo tiempo, fuera de las afirmaciones positivas planteadas al encuestado, cuatro de ellos realizan otra serie de consideraciones que, aunque están insertas dentro del apartado de efectos positivos, algunas podrían identificarse como negativos. Ejemplo de ello es el caso del encuestado que afirma ser una mera marca comercial o aquel que opina que esta D.O. tan sólo tiene efectos positivos en un municipio, el de Cigales. Al mismo tiempo, otros dos opinan que permite dar a conocer la zona fuera de Valladolid, así como incrementar el número de viñedos. Por otro lado, con respecto a los efectos negativos, como pudo apreciarse anteriormente son percibidos con una menor incidencia que los positivos. A pesar de ello, la población local que respondió al cuestionario identifica como las consecuencias más negativas la de priorizar la denominación de origen por encima de los problemas de los municipios (31,8%), que esta figura tape la propia identidad de los municipios (29,5%) y que la explotación vitivinícola pueda llevar a la monopolización del producto. Por el contrario, la masificación de turistas no es visto como un efecto negativo. De hecho, los resultados obtenidos llevan a pensar el escaso desarrollo del turismo en la zona. Con respecto a las opiniones sobre los aspectos negativos destacan las siguientes: uno de los encuestados opina que la D.O. Cigales es muy exclusiva, por lo que no todo el que quiera comercializar el vino lo va a tener fácil para entrar dentro de esta denominación. Otro de los encuestados opina que son los bodegueros los que se preocupan de ellos mismo, sin importarle al pequeño bodeguero que está empezando. Una de las opiniones más llamativas es la de uno de los encuestados, el cual opina lo siguiente: *“Que lleve el nombre "Cigales" al coincidir con el de una localidad en concreto lleva a confusión pues hay quien piensa que el vino acogido a la D.O. solo se elabora en ese municipio. A lo que hay que añadir que el resto de los pueblos sean menos conocidos y queden relegados.”*, pues se trata de una respuesta común que han mostrado varios encuestados en el apartado de opinión, siendo como dice, un efecto negativo al resto de municipios que no sea el propio Cigales. Esta misma visión la tuvo otro encuestado, pero en vez de decir que Cigales era el único beneficiado, el aseguro que para Dueñas no tenían aspectos positivos, pero para el resto de los municipios sí, queriendo decir que a su municipio no le ayuda para nada.

**Tabla 10: ¿Cómo crees que son estos efectos en tu territorio?**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Número de Respuestas</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
¿Crees que la creación de la D.O. Cigales ha tenido efectos en el territorio?	Sí, ha tenido diversos efectos en el territorio.	68	77,27
	No, ha tenido muy poca repercusión en el territorio	11	12,5
	NS/NC	9	10,2
¿Cómo crees que son estos efectos en tu territorio?	Positivos	70	79,5
	Negativos	4	4,6
	Ni positivos ni negativos	14	15,9
Efectos positivos	Aporta riqueza a los municipios.	50	56,8
	Conserva la tradición vinicultora entre generaciones.	53	60,2
	Atrae a multitud de turistas a los pueblos.	43	48,9
	Da una seña de identidad común para el conjunto de los municipios	54	61,4
	Otras: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es una mera marca comercial.</li> <li>- Positivo para el pueblo de Cigales en concreto.</li> <li>- Posibilidad de agrandar y añadir nuevos viñedos.</li> <li>- Da a conocer la zona fuera de Valladolid.</li> </ul>	4	4,5
Efectos negativos	Masificación de turistas.	4	4,5
	Explotación vitivinícola de los terrenos cultivables del pueblo (monopolización del producto).	17	19,3

	Seña de identidad de los propios municipios tapada por la identidad de la D.O..	26	29,5
	Priorizar la D.O. ante los problemas de los municipios.	28	31,8
	Otros: <ul style="list-style-type: none"> <li>- La D.O. es demasiado exclusiva.</li> <li>- Las bodegas sólo se centran en ella.</li> <li>- Que lleve el nombre "Cigales" al coincidir con el de una localidad en concreto lleva a confusión pues hay quien piensa que el vino acogido a la D.O. solo se elabora en ese municipio. A lo que hay que añadir que el resto de pueblos sean menos conocidos y queden relegados.</li> <li>- En Dueñas no ayuda, pero en el resto de municipios benefician</li> </ul>	4	4,5

**Fuente:** elaboración propia.

Dentro de la tabla 11, se muestran los resultados obtenidos a la cuestión planteada sobre su opinión al respecto de si la Denominación de Origen Cigales ha fomentado la creación de iniciativas en el sector público o privado. En primer lugar, llama la atención que algo más del 21% no sabía responder a esta esta pregunta. Por otro lado, el 60,23% de los opinan que sí ha beneficiado y ayudado a los distintos entes, ya sean empresas públicas, privadas o a los propios autónomos. En cambio, el 18,18% afirma que no ha beneficiado ni aportado ayuda ninguna.

**Tabla 11: Fomento de la creación de iniciativas.**

Pregunta	Respuesta	Número de Respuestas	Porcentaje (%)
¿Crees que la D.O. Cigales ha fomentado la creación de iniciativas para el público, empresarios,...?	Sí, ha beneficiado y ayudado a distintos entes (empresas públicas o privadas, autónomos, etc.).	53	60,2
	No, no ha beneficiado ni aportado ayuda a ninguna iniciativa.	16	18,2
	NS/NC	19	21,6

***Fuente:*** elaboración propia.

Por último, la tabla 12 muestra las medidas que los encuestados piensan que deberían tomarse en un futuro para fomentar los beneficios derivados de la D.O.. Las respuestas más señaladas en esta cuestión fueron las referentes a la opción de tomar nuevas medidas que permitan dar a conocer la tierra que rodea nuestros municipios como eje central de la viticultura de la zona (60,2%), crear nuevas empresas (47,7%), así como construir iniciativas que fomenten el desarrollo del turismo activo (45,5%). Sin embargo, un escaso número de personas piensa que sea necesario la creación de infraestructuras accesibles (26,1%). Al mismo tiempo, han realizado sus propias aportaciones sobre medidas complementarias que les gustaría que se pusieran en marcha en la zona de estudio. Entre las medidas que han propuesto algunos encuestados destacan las siguientes:

- Poner a cargo de esta D.O. a la gente de la zona, pues según el encuestado, los dirigentes de esta entidad no representan a la población de la zona que la compone. Otro de los encuestados propone incluso el cambio de nombre, con la intención de tener un nombre común y que identifique a todos los municipios, pueblos y bodegas.
- Varios de los encuestados tienen una misma idea, pero expresada de forma distinta, destacando como eje sobre el que trabajar la promoción de la denominación de origen para dar apoyo a los municipios que la componen. Uno de los encuestados va más allá de una simple promoción de la denominación, sino que también dar a conocer las bodegas y viñedos de los demás municipios que la

conforman incidiendo más en el nombre de las distintas poblaciones en las que se ubican.

- El resto de los encuestados que han aportado su opinión en esta pregunta se centra en ámbitos más culturales e históricos como pueden ser: la realización de “Ferias del Vino”, el valorar aquellos viñedos centenarios, fomentar el acercamiento de la población más joven al mundo de la denominación de origen, y el aportar ayudas a su vez a aquellos vinicultores que van a comenzar en este mundo.

**Tabla 12: ¿Qué medidas pondrías tú en marcha para fomentar este recurso de la D.O. Cigales?**

Respuesta		Número de Respuestas	Porcentaje (%)
Infraestructuras accesibles de la D.O.		23	26,1
Actividades de "Turismo activo".		40	45,5
Creación de nuevas empresas que beneficien a los municipios.		42	47,7
Hacer conocer la tierra que rodea nuestros municipios como eje central de la viticultura de la zona.		53	60,2
Otras.	Ninguna	11	12,5
	Poner a cargo de esta denominación a la gente de la zona.		
	Cambiar de nombre, uno común y que identifique a todos los municipios, pueblos y bodegas.		
	Ferias del Vino		
	Más promoción y más señalización.		
	Valorar los viñedos centenarios.		
	Ayudas para los nuevos vinicultores.		
	Mayor acercamiento a la población más joven y mayor promoción en el resto de España.		



	D.O. Cigales se ha encargado de promocionar su territorio y acoger a municipios de alrededor para que también sean conocidos a través de su marca.		
	Promocionar y dar a conocer las bodegas y viñedos de los demás municipios que la conforman incidiendo más en el nombre de las distintas poblaciones en las que se ubican.		
	NS/NC		

***Fuente:** elaboración propia.*

#### **3.4.4. Opinión y Observaciones sobre la D.O. Cigales**

Este último apartado de la encuesta recoge las opiniones y observaciones de los encuestados tras responder a las cuestiones anteriores. En este caso, no todos han querido aportar una opinión concreta, siendo tan solo 34 aquellos que han registrado algún tipo de observación fuera de lo recogido en este cuestionario sobre la D.O. Cigales.

Para ello, se va a realizar un análisis conjunto de las opiniones agrupándolas en: positivas, negativas y otras ideas. Este apartado es el más llamativo, pues muestra lo que realmente piensa los encuestados sobre la denominación de origen, llegando incluso a sacar muchas cosas en clave para futuros análisis o investigaciones

##### *1.) Opiniones Positivas*

Dentro de las opiniones registradas 11 de ellas puede identificarse como positivas, es decir, que están a favor de la D.O. Cigales. Estas ven a esta entidad como un factor de promoción cultural, así como un punto de encuentro turístico que hace que, económicamente, los negocios tomen un respiro, además de dar a conocer a los pueblos.

##### *2.) Opiniones Negativas*

Por otro lado, con respecto a las negativas se han registrado 12 respuestas, las cuales tratan sobre las mejoras en aspectos de gestión de la denominación de origen; mientras que otras muestran su desacuerdo.

Las primeras críticas hablan de la necesidad de ayudar a los pequeños vinicultores por parte de la D.O. Cigales, para que puedan desarrollar su labor inicial dentro de la viticultura de forma más sencilla.

Otra de las críticas más recurrentes es el desequilibrio de favores entre las bodegas, pues son las bodegas más grandes las que más beneficios se llevan respecto a las bodegas más pequeñas, las cuales se ven con dificultades para elaborar y promocionar sus productos debido a la gran competencia que tienen. Siguiendo con las críticas relacionadas con estos desequilibrios se habla sobre el existente entre municipio. Así algunos encuestados sacan a la luz el problema de que el resto de municipio se sienten bajo la sombra de Cigales, siendo este el más beneficio de la existencia de la D.O..

Más aspectos que resaltan entre las opiniones es la falta de ayudas a la creación de nuevas empresas en la D.O. Cigales. Al mismo tiempo se observa otra crítica al marketing o la promoción realizada por esta entidad sobre sus productos, afirmando no sabe promocionarlo correctamente a través de los anuncios. Por último, las críticas más duras son aquellas que acusan a la denominación de origen de ser oligarcas, así como de favorecer a sus socios y no ayudar a otros municipios por no hacer sombra a Cigales.

### 3.) Opiniones sobre las tradiciones, cultura y mejoras en la promoción y divulgación de la D.O. Cigales

Algunas de las opiniones que se expusieron en este apartado reflejan un carácter de mejora de algunos aspectos promocionales y el hecho de fortalecer la cultura. En este caso son 11 las respuestas identificadas dentro de este grupo.

Algunos de los encuestados apuestan por conservar las tradiciones en torno a la recogida del producto, su proceso de elaboración, apostando con ello al valor de su precio y para dar mayor importancia a la conservación a los viñedos centenarios. Por otro lado, pueden apreciarse opiniones más centradas en la promoción cultural, destacando aquellas que quieren que la denominación de origen pueda darse más a conocer y promover su producto estrella, como es el clarete. Además, hay críticas respecto al lugar de celebración de la tradicional “Fiesta de la Vendimia”, la cual únicamente se celebra en Cigales reclamando el resto de los municipios que cada año se lleve a cabo en un municipio de la denominación de origen distinto.

Por último, dentro de este aspecto de mejora, uno de los encuestados habla del tamaño de esta denominación de origen, diciendo que es pequeña y que el encargado de dar el impulso al crecimiento es el propio Consejo Regulador, el cuál su cometido fundamental es sobre la elaboración del Vino, los aspectos más relacionados sobre el territorio y el turismo, aunque este último es tarea de la Ruta del Vino Cigales, pues para ello debe haber una relación entre el Consejo Regulador, los ayuntamientos de los municipios pertenecientes a la D.O. Cigales y a otras pequeñas entidades (queserías, restaurantes, museos, etc.) con el objetivo de promocionar y hacer crecer la D.O. Cigales.

## **4. Conclusiones.**

La realización de este trabajo fin de grado ha permitido extraer las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, se ha producido un incremento generalizado del número de bodegas existentes en los municipios que integran la Denominación de Origen Cigales tras la creación de esta en el año 1991. Excepto en los casos de Cabezón de Pisuerga, Quintanilla de Trigueros y San Martín de Valvení, donde no se instaló ninguna bodega en ellos. Tanta importancia adquiere esta zona, que cada vez son más las empresas bodegueras que buscan expandir su negocio en esta zona, como es el caso de “Protos” en Cubillas de Santa Marta.
- En segundo lugar, se ha observado el crecimiento, al mismo tiempo, del número de alojamientos turísticos desde la creación de esta D.O., excepto en los municipios de Cigales, Corcos del Valle y Quintanilla de Trigueros, donde no existen este tipo de establecimientos. El caso de Cigales es el más llamativo, pues se trata del municipio de mayor tamaño dentro de la denominación y el que da nombre a esta D.O., pero no tiene ningún tipo de alojamiento para los turistas que visiten la zona. Esta situación, unida a los datos extraídos del análisis de los cuestionarios recopilados en este trabajo, lleva a pensar que, quizás, el incremento del número de alojamientos venga propiciado por las medidas que se han tomado desde los distintos gobiernos autonómicos destinadas al desarrollo y el fomento del turismo rural en toda España como herramienta de diversificación económica en este tipo de territorios (Herrera, Blanco, Cánoves, 2005; Valiente, Tamajon y Moreno, 2012) más que a los efectos relacionados con la creación de la Denominación de Origen Cigales.
- A diferencia de lo que ocurre en otros municipios de carácter rural en España (Molinero y Alario, 2022) caracterizados por la tendencia hacia el decrecimiento, en el área de estudio se está produciendo un incremento de la población. Esta situación puede estar condicionada por su cercanía a la ciudad de Valladolid, sirviendo de destino para la población joven que busca viviendas de menor precio y una mayor calidad del entorno.
- Por último, en lo referente a la percepción de la población local sobre la Denominación de Origen Cigales se pueden confirmar las siguientes cuestiones:

- La mayor parte de la población es consciente de la existencia de la Denominación de Origen de Cigales y están relacionados con este concepto. Al mismo tiempo, saben para qué se utiliza esta marca de calidad.
- La mayor parte de los encuestados reconocen que la creación de la Denominación de Origen ha tenido efectos en el territorio, de los cuales sobresalen los aspectos positivos. Entre ellos se identifican como los principales el de dar una señal de identidad común para el conjunto de municipios o el de servir como apoyo para conservar la tradición vinicultora entre generaciones. Sin embargo, su efecto sobre la atracción de turistas al territorio no se observa con tanta magnitud reduciéndose por debajo del 49% aquellos que afirman que este es un aspecto derivado de la creación de la denominación de origen. Al mismo tiempo, los encuestados reconocen la existencia de efectos negativos, aunque con una menor trascendencia, identificando entre los principales los siguientes: lleva a priorizar la denominación de origen por encima de los problemas de los municipios, esta figura oculta la propia identidad de los municipios y la monopolización del producto vitivinícola.
- Por último, los encuestados estiman que es necesaria la puesta en marcha de nuevas medidas destinadas a dar a conocer los municipios como eje central de la viticultura en la zona, crear nuevas empresas e iniciativas que promulguen el desarrollo del turismo activo.

Por lo tanto, puede corroborarse la hipótesis de partida concluyendo que la población local residente en los municipios que conforman la Denominación de Origen Cigales conoce las implicaciones territoriales que esta marca de calidad tiene en su territorio.

## 5. Bibliografía

- Alonso Santos, J. L. (2012). Vinos de Calidad y Denominaciones de Origen: Fricciones recientes en los Consejos Reguladores. La experiencia en Castilla y León. En: *Los productos con indicación geográfica en el sistema agroalimentario español: tradición y modernidad* (Eds.: Frutos Mejías, L. M. y Ruiz Budría, E.). Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca; 109-124.
- Boletín Oficial del Estado N.º 165 (2003): Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino (11/07/2003). Recuperado de: <https://www.boe.es/eli/es/l/2003/07/10/24/con>
- Boletín Oficial del Estado N.º 51 (2009): Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español. Recuperado en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2009/02/27/244/dof/spa/pdf>
- Cambra-Fierro, J. y Villafuerte Martín, A. (2009). Denominaciones de origen e indicaciones geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España. *Mediterráneo económico*, N.º. 15, 329-350.
- Criado, E. A.; Corchuelo, S. A.; Moreno, I. (2016). Alimentos con calidad. Nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores. *Arxiu d'etnografia de Catalunya*, 16, pp. 137-152. DOI: <https://doi.org/10.17345/aec2016137-152>
- De la Calle Robles, L. (2002). Denominaciones de Origen y protección económica. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 194, 27-48.
- Diario oficial de la Unión Europea N.º 510 (2006): Reglamento (CE) n.º 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios. Recuperado de: <https://www.boe.es/doue/2006/093/L00012-00025.pdf>
- Dos Ries Lopes, C. M. (2022). *Prácticas de place branding basadas en productos agroalimentarios de calidad. Un análisis de su contribución al desarrollo territorial sostenible de Extremadura (España) y Região centro (Portugal)*. Doctorado en Desarrollo Territorial Sostenible, 480 pp.

- Estrada, L. G. (2021). El censo se ‘desangra’ en nueve de cada diez municipios durante la última década. *Revista digital: Diario de Valladolid*, El Mundo. Recuperado de: <https://diariodevalladolid.elmundo.es/articulo/provincia/censo-desangra-cada-diez-municipios-ultima-decada/20210116213440393606.html>
- Fernández de Trocóniz, L.F. (2021). El desarrollo rural al amparo de las denominaciones de origen y en especial las vitivinícolas. Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País; Comisión de Álava; pp. 1-62.
- Fernández Portela, J. (2014). *La industria del vino y la viticultura en Castilla y León. Su incidencia en el Paisaje y en el Desarrollo Rural*. Tesis Doctoral de la Universidad de Valladolid, 761 pp.
- Folkesson, C. (2005). Geographical Indications and Rural Development in the EU. *School of Economics and Management*. Lund University; pp.1-128.
- García Velasco, M.A. y Fernández Portela, J. (2014). Las bodegas tradicionales: Patrimonio olvidado en la cultura del vino en la Denominación de Origen de Cigales (Castilla y León, España). *Geographicalia*, 65, 61-86.
- Gómez Urdáñez, J. L. (2000). *El Rioja histórico, la denominación de origen y su consejo regulador*. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja; pp. 238.
- Herrera, L.; Blanco Romero, A.; Cánoves Valiente, G. (2005). Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de Geografía*, 77, 41-58.
- Ivison, P. (2015). Los mejores Pagos de los vinos de Pago. *Revista Digital: Selectus Wines*. Recuperado en: <https://www.selectuswines.com/es/los-mejores-pagos-de-los-vinos-de-pago/24>
- Lozano Cabedo, C. y Aguilar Criado, E. (2010). Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces. *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*, Universidad de Sevilla, 127-139.

- Mauleón, J.R. (2022). Percepción y hábitos de consumo del queso con Denominación de Origen Idiazabal en el País Vasco y Navarra. *Editorial Lurralde*. N.º 45 (2022), p. 125-158.
- Ministerio de Agricultura, Industria y Comercio (1933). *Ley de 26 de mayo de 1933: Estatuto del Vino*.
- Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico (2007). *Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*. Madrid: Imprenta nacional del Boletín Oficial del Estado.
- Miranda Escolar, B. y Fernández Morueco, R. (2011). Vino, Turismo e Innovación: las Rutas del Vino de España, una estrategia integrada de desarrollo rural. *Estudios de Economía Aplicada*, 29-1, 129-164.
- Molinero, F.; Alarios, M. (2022). *Una mirada geográfica a la España Rural*. Revives, Madrid, 278 pp.
- Pereira, G. M. (1991). O Douro e o vinho do Porto de Pombal a João Franco. *Editorial Afrontamento*; pp. 1-127.
- Ruiz Rivera, N. y Delgado Campos, J. (2008). Territorio y nuevas ruralidades: un recorrido teórico sobre las transformaciones de la relación campo-ciudad. *Revista Eure*, XXXIV, 102, pp. 77-95.
- Valiente, G. C.; Tamajon, L. G.; Moreno, J. A. D. (2012). Turismo rural en España: Avances y retrocesos en los últimos veinte años. *Papers de turisme*, (51), 7-21.
- Zaar, M. H. (2022). Del Turismo de Masas al Turismo Rural. La coyuntura española desde las políticas de desarrollo rural y la pandemia Covid-19. *Ar@cne. Revista electrónica de recursos en internet sobre geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona, XXVI, 263, pp. 1-26.



## **6. Fuentes de Información**

- Página Web de la “D.O. Cigales” (2014). Recuperado de: <http://do-cigales.es/es/consejo>
- Página Web de la “Ruta del Vino Cigales” (2014). Recuperado de: <https://rutadelvinocigales.com/>
- Página Web del Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG); apartado del “Centro de Descargas del CNIG”. Recuperado de: <http://centrodedescargas.cnig.es/CentroDescargas/index.jsp>
- Página Web del Instituto Nacional de Estadística (INE). Recuperado en: <https://www.ine.es/>
- Página Web del Instituto de Geológico y Minero de España (IGME); apartado de Cartografía del IGME: “*MAGNA 50 - Hoja 343 (CIGALES)*” (1979). Recuperado de: <http://info.igme.es/cartografiadigital/geologica/Magna50Hoja.aspx?language=es&id=343>