



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Enoturismo en la Ribera del Duero: el complejo *Abadía
Retuerta Le Domaine* como caso de estudio.**

Presentado por Belén López González

Tutelado por Esther Gil Álvarez

Segovia, junio 2024

ÍNDICE

Introducción.....	4
--------------------------	----------

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DEL ENOTURISMO

1.1 Definición y Concepto de enoturismo.....	8
1.1.1 Enoturismo.....	8
1.1.2 Enoturista: definición, clasificación y perfil.....	10
1.1.3 Conceptos vinculados con el turismo del vino.....	15
1.1.4 Tipos de experiencias enoturísticas y su impacto en la promoción del vino.....	18
1.2 Importancia económica y cultural del enoturismo en las regiones vitivinícolas.....	21
1.3 Factores que influyen en el éxito del enoturismo.....	23

CAPÍTULO II: LA RIBERA DEL DUERO: UN DESTINO ENOTURÍSTICO POR EXCELENCIA

2.1 Historia y geografía de la Ribera del Duero.....	27
2.2 La Denominación de Origen Ribera del Duero y su relevancia en el enoturismo.....	29
2.3 Atractivos turísticos en la Ribera del Duero: bodegas, paisajes, patrimonio cultural, gastronomía, etc.....	31
2.3.1 Patrimonio y recursos territoriales culturales.....	32
2.3.2 Patrimonio territorial natural.....	35

CAPÍTULO III: *ABADÍA DE RETUERTA LE DOMAINE* COMO ESTUDIO DE CASO

3.1 Historia, características y reconocimientos de <i>Abadía de Retuerta Le Domaine</i>.....	38
3.1.1. Historia.....	38
3.1.2. Características de la Abadía de Retuerta Le Domaine.....	41
3.1.3. Reconocimientos.....	43
3.2 Oferta enoturística de <i>Abadía de Retuerta Le Domaine</i>:	44
3.3 Estrategias de marketing y promoción de <i>Abadía de Retuerta Le Domaine</i> como destino enoturístico.....	50

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Evaluación del impacto del enoturismo en la Ribera del Duero y <i>Abadía de Retuerta Le Domaine</i>	55
4.2 Comparación con otros destinos enoturísticos en España.	57
CONCLUSIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y WEBGRAFÍA.....	66

INTRODUCCIÓN

Introducción y justificación

España es uno de los países más visitados de todo el mundo gracias a sus playas, parques naturales, paisajes, cultura, clima y tradiciones que conforman un atractivo turístico muy significativo. Con el tiempo, han surgido nuevas tipologías de turismo, motivadas junto a otros factores, por la creciente diversificación y motivaciones de los gustos y expectativas de los turistas. El enoturismo se encuentra dentro de estas nuevas modalidades turísticas, y está ganando cada vez más relevancia. Es una variante turística que se centra en las experiencias relacionadas con el vino, incluyendo visitas a bodegas, degustaciones, el proceso de elaboración del vino y otros aspectos asociados a esta cultura en los que indagaremos más adelante.

En este Trabajo de Fin de Grado, exploramos el enoturismo desde diferentes perspectivas, analizando la historia, las características, las modalidades, la relevancia y otros factores que influyen en su éxito. Nos centraremos en investigar desde una perspectiva teórica y práctica, el turismo del vino tomando como referencia el estudio de caso del complejo enoturístico Abadía de Retuerta Le Domaine.

El objetivo principal de este TFG es realizar un análisis detallado del turismo vinícola y su impacto en la Ribera del Duero. Para ello, hemos dividido el trabajo en cuatro capítulos entre los que se incluye el marco teórico, la historia y las características de la Denominación de Origen de la Ribera del Duero, el estudio de caso mencionado anteriormente y un análisis de los resultados y del impacto que genera este turismo tanto en la zona seleccionada como en todo el país.

La elección de este tema se debe a mi procedencia. Soy de Tudela de Duero, una pequeña localidad situada justo al final de la Ribera del Duero en la provincia de Valladolid. Me he criado rodeada de viñedos y de su cultura. Es por eso que siempre he tenido cierta motivación por conocer un poco más del mundo del vino, por comprender lo que tengo a mi alrededor y a lo que tantas personas de mi entorno se dedican. Aunque el enoturismo es una fuente importante de ingresos sobre todo en esta región, también colabora con la preservación de las tradiciones locales y el mantenimiento del patrimonio y la cultura.

Indudablemente, la Ribera del Duero se ha consolidado como una de las regiones vitivinícolas más destacadas de nuestro país. En su interior, no sólo se encuentran bodegas y viñedos, sino también un conjunto diverso de recursos turísticos, como castillos, iglesias, museos, paisajes pintorescos, historias locales, tradiciones o festividades. Estos elementos impulsan el atractivo de esta zona, consiguiendo atraer a visitantes de todo el mundo, lo que desemboca en la generación de mucho beneficio para este territorio. No obstante, para optimizar los ingresos derivados de esta actividad, en este proyecto se han analizado los factores que intervienen a la hora de enriquecer las experiencias de los visitantes y los que aseguran su prosperidad. Ya que hoy en día es fundamental apostar por prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente si queremos lograr que nuestros recursos los puedan disfrutar más generaciones.

Con este TFG proporcionamos una base teórica sobre el enoturismo, indagando en su definición, en los perfiles de las personas que lo disfrutan y en los diferentes tipos de experiencias enoturísticas. Además, aportamos un análisis detallado sobre la Ribera del Duero, destacando su historia, geografía y atractivos turísticos, lo que permite entender su éxito. Con el estudio de caso ofrecemos una visión práctica y concreta de cómo una bodega puede desarrollar y promocionar su oferta turística de manera efectiva. Por último, se incluye en este trabajo una comparación de destinos enoturísticos para identificar las buenas prácticas y las áreas de mejora. Por lo tanto, aparte de proporcionar información ampliada sobre el turismo del vino, con el TFG pretendemos ofrecer herramientas prácticas para la promoción de destinos turísticos y su gestión, que como estudiante de la doble titulación de Publicidad, Relaciones Públicas y Turismo, considero que son relevantes.

Finalmente para conseguir estos objetivos, he seguido una metodología basada en la consulta exhaustiva de documentos relevantes sobre el enoturismo, la Ribera del Duero y los conceptos principales que se desarrollan en este trabajo. Las principales fuentes de información han sido estudios realizados por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) y la página web de Abadía Retuerta Le Domaine para el estudio de caso que ha proporcionado una perspectiva práctica y actual sobre el tema. También me he servido de bases de datos como STATISTA, etc. Esta combinación de fuentes documentales y empíricas ha permitido un análisis detallado y profundo del enoturismo en España.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DEL ENOTURISMO

1.1 Definición y Concepto de enoturismo

1.1.1 Enoturismo

Para comenzar a desarrollar mi proyecto es necesario comprender los conceptos básicos que engloba el enoturismo, entre ellos, su propia definición, la de enoturista¹ y diferentes terminologías vinculadas con las instituciones y los consejos que regulan este tipo de turismo.

El turismo del vino, turismo enológico, turismo vitivinícola o enoturismo consiste en desplazarse con el fin de conocer un lugar determinado en el que se cultiva el vino, y en el que se puede aprender acerca de su proceso de elaboración, su historia, así como disfrutar de las instalaciones, actividades y servicios relacionados con el sector.

Sun y Drakeman (2020) como se cita en Martínez et al (2023) señalan que “la combinación del vino y el turismo representa una experiencia diferente para los turistas, permitiendo mejorar, al mismo tiempo, el bienestar económico, social y medioambiental de los territorios en los que se desarrolla la actividad”

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y tal y como recoge el blog de la página web www.catadelvino.com concibe el enoturismo como aquel que “incluye visitas a bodegas, degustaciones y otros eventos relacionados con la producción del vino, así como visitas a viñedos y otras atracciones culturales y naturales relacionadas con el vino en una región determinada” (www.catadelvino.com, 2023)

De igual manera, y en un blog de su página web, las *Bodegas Altanza*, situadas en la Rioja, otra importante región vitivinícola como es bien sabido, define el enoturismo como:

“...un tipo de actividad turística que se lleva a cabo en las zonas de producción vinícola con el objetivo de potenciar la riqueza vitivinícola y darla a conocer. Ese tipo de actividad guarda una estrecha relación con el turismo gastronómico y cultural. Quienes optan por disfrutar de una experiencia enológica de estas lo hacen con la intención de degustar diferentes vinos de gran calidad, típicos de la zona en la que se encuentren, así como conocer su historia”. Emesa (2022)

¹ Enoturista: persona que se desplaza con el propósito de sumergirse en el mundo del vino, para disfrutar de vivencias y experiencias únicas vinculadas con esta bebida.

Como podemos observar no hay una única acepción para el turismo del vino, sino varias que evolucionan y cambian con el paso de los años. Desde mi punto de vista es relevante entender que este turismo engloba no sólo la práctica de conocer y experimentar el proceso de obtención del vino en establecimientos especializados como son las bodegas, sino otros tipos de turismo que conforman una experiencia completa, como son el turismo gastronómico y cultural. En realidad, el enoturismo es un subtipo del turismo gastronómico y la gastronomía es cultura, por lo que el vínculo y relaciones entre ellos son más que evidentes.

Además, es importante para comprender mejor el concepto de enoturismo, que la sociedad avanza y cambia constantemente. Su mentalidad, sus preferencias y/o sus motivaciones van variando con el tiempo. El turismo no es ajeno a ello, siendo un sector en constante movimiento, que evoluciona y se adapta a los cambios de las tendencias de los turistas. Al igual que antes el turismo de sol y playa era el más importante de nuestro país, en la actualidad, y por lo que a España respecta, aunque sigue siendo aún el producto estrella, desde hace ya varias décadas y por distintas razones, convive con otros productos turísticos diferentes, en un contexto de progresiva y creciente diversificación de la oferta y aparición de nuevas modalidades, destacando las que presentan un sesgo más alternativo y experiencial, entre las que el enoturismo, por ejemplo, está adquiriendo cada vez más importancia. En este sentido y como apunta Medina. “Las necesidades del consumidor se están modificando sustancialmente en los últimos años, demandando cada vez más viajes de corta duración y con mayor frecuencia; buscando descubrir nuevos lugares y apostando por un turismo más ligado a las experiencias personales. El turismo del vino responde a estas características de la demanda, con un apoyo creciente de entidades públicas, al mismo tiempo que va rompiendo las prevenciones iniciales de las inversiones privadas” (Medina. 2011, pp 691).

De este modo, y en apretada síntesis, el enoturismo puede desempeñar un papel significativo en el progreso de las áreas dedicadas a la producción del vino, impulsando tanto su crecimiento económico como social al fomentar la creación de empleo y la generación de riqueza. Asimismo, ofrece a los visitantes experiencias exclusivas y enriquecedoras, diferentes al turismo convencional, que contribuyen al éxito del turismo vinícola.

Todo ello nos lleva, como hemos señalado anteriormente, a desgranar otro vocablo interrelacionado como es el de enoturista.

1.1.2 Enoturista

Una vez entendido el concepto de enoturismo, es importante conocer el tipo de público al que va dirigido. A grandes rasgos se puede entender como enoturista a la persona que viaja con el fin de disfrutar y experimentar la cultura del vino, que busca vivencias nuevas y auténticas relacionadas con esta bebida.

Diversas clasificaciones han sido propuestas para categorizar los diferentes tipos de enoturistas, siendo notables las de Hall (1996) y Chartres y Ali-Knight (2002), citada por Fernández (2012). Ambas clasificaciones coinciden en que hay tres tipos de enoturistas según su nivel de interés en el vino. En primer lugar, están los “conocedores del vino”, quienes poseen un amplio saber sobre esta bebida y muestran un gran interés por la gastronomía y geografía de las regiones vitivinícolas. Luego, se encuentran los “interesados en el vino”, que tienen un conocimiento básico sobre el tema y se centran principalmente en la bebida, sin profundizar en aspectos como la elaboración o la gastronomía. Por último, están los “curiosos del vino”, que carecen de conocimientos previos, pero desean ampliar su comprensión y disfrutar de la experiencia de visitar bodegas y su entorno.

Otra clasificación más reciente es la propuesta por Alebaki Lakovidou (2011) información obtenida de León (2022) quien divide a los enoturistas en cuatro categorías distintas. En primer lugar, están los “turistas parásitos”, quienes principalmente buscan desconectar y disfrutar del turismo. No tienen un interés particular por el vino, sino que buscan algo diferente para romper con la rutina y explorar nuevos lugares.

En otra categoría, están los “visitantes ocasionales”, cuya principal motivación para visitar una bodega es disfrutar del entorno, la gastronomía y la experiencia de estar en una bodega más que del propio vino. Ellos se sumergen en la cultura de un lugar específico donde se produce vino.

En tercer lugar, están los “neófitos”, quienes tienen un interés en el vino y desean aprender sobre su proceso de producción, lo que implica visitar bodegas y lugares específicos. Por último, figuran los “amantes del vino”, que se caracterizan por ser más técnicos en cuanto al conocimiento del tema y desean profundizar al máximo acerca de los componentes de la bebida, su tiempo de fermentación etc.

Ambas clasificaciones de enoturistas presentan una división basada en el nivel de conocimiento e interés en el vino, aunque con diferentes grados de detalle. Las dos reconocen

la existencia de enoturistas que tienen un conocimiento profundo y gran interés por el vino, así también como aquellos que tienen un conocimiento más básico o nulo sobre el tema. En resumen, ambas reconocen la diversidad de motivaciones y conocimientos entre los enoturistas.

Para profundizar más acerca del perfil que tiene un enoturista, nos hemos querido centrar en la clasificación que realizó la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN)², organización que estudiaremos más adelante, acerca de las personas que visitan las bodegas españolas. La tabla que a continuación mostramos representa el análisis de la demanda turística de las Rutas del Vino de España³, edición 2023 (julio 2022 - junio 2023).(ACEVIN- RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA,2023)

Perfil sociodemográfico	Comportamiento del enoturista	Promoción y comercialización	Impacto económico
<p>Sexo</p> <p>53,7% mujeres Edición anterior 61,02% (-12,06%)</p>	<p>Tamaño medio del grupo</p> <p>5,2 Edición anterior 5,32 (-2,58%)</p>	<p>% Encuestados recomendados por familiares y amigos</p> <p>33,83% Edición anterior 25,94% (+7,89%)</p>	<p>Gasto medio diario</p> <p>201,8 € Edición anterior 199,99 € (+1,1%)</p>
<p>Edad</p> <p>36,46% entre 46 y 65 años Edición anterior 39,56% (-3,1%)</p>	<p>% Encuestados que han llegado en vehículo propio o alquilado</p> <p>75,6% Edición anterior 85,40% (-9,8%)</p>	<p>% Encuestados que han reservado online</p> <p>63,06% Edición anterior 54,1% (+8,96%)</p>	<p>Gasto medio por estancia</p> <p>504,4 € Edición anterior 493,97 € (+1,1%)</p>
<p>Relación con el mundo del vino</p> <p>36,8% son aficionados Edición anterior 45,26% (-8,46%)</p>	<p>Estancia media</p> <p>2,85 Edición anterior 2,47 (+15,22%)</p>	<p>% Encuestados conocedores del Club RVE</p> <p>60,99% Edición anterior 57,00% (+2,99%)</p>	<p>Gasto medio diario del turista español</p> <p>79,09 € Edición anterior 69,68 € (+1,1%)</p>

Fig 1.1. Resumen del perfil del enoturista en España. Fuente: ACEVIN (2023)

Antes de comenzar a analizar los resultados obtenidos es importante conocer que la población objeto de la investigación tal y como muestra la imagen anterior es de viajeros nacionales e internacionales que visitan Rutas del Vino de España, mostrando un total de 2.487.244

² ACEVIN: Asociación Española de Ciudades del Vino: reúne ciudades que tienen como denominador común el predominio de la industria vitivinícola en su economía.

³ Rutas del Vino de España: nacen en 2001 por iniciativa de ACEVIN. Su objetivo es convertir las zonas productoras de vino en destinos turísticos de calidad, potenciando la tradición, cultura y gastronomía local a través de la cooperación público-privada

visitantes en 2022. Para llevar a cabo este estudio se han realizado encuestas a las personas que finalizaban una visita enoturística en una de las 36 rutas del Vino existentes en España. Además, realizaron una campaña de promoción bajo el hashtag #IloveEnoturismo, para fomentar la participación de los visitantes.

Ficha técnica del estudio	
Población objeto de la investigación:	Viajeros nacionales e internacionales que visitan Rutas del Vino de España. Universo del estudio: 2.487.244 visitantes en 2022.
Número de encuestas realizadas:	628
Nivel de confianza:	95%
Margen de error:	3,9%

Fig 1.2. Ficha técnica del estudio. Fuente: ACEVIN (2023).

Como podemos observar en el gráfico inicial (Fig. 1.1) y desde la perspectiva poblacional sigue siendo mayoritario el número de mujeres que realizan este tipo de turismo con respecto a los hombres, aunque cabe destacar que el porcentaje ha bajado un 12.06% respecto a la edición anterior.

La franja de edad comprendida entre 46 y 65 años representa un 36.46%, es decir, el grupo mayoritario. Por debajo de este se encuentra el grupo de personas con una edad comprendida entre los 36 y 45 años con un 23.89% pero muy seguido del grupo de personas que tienen entre 26 y 35 años que representan un 23.41%. Las personas con más de 65 años representan una minoría, alcanzando tan solo un 4.14% del total.

La estructura de los grupos según el estudio revela que los viajes en pareja, aunque han reducido su porcentaje respecto al año 2022, siguen predominando. Por debajo y muy seguido con una diferencia de 2.20% con respecto a éstos, están los realizados con grupos de amigos, que ha experimentado un aumento en relación con el año anterior. Por último, hay que destacar que los viajes sólo son los que menos con un porcentaje que no llega al 4 % (3.8%).

Tal y como dice el informe de ACEVIN, el tamaño medio del grupo se mantiene estable en torno a 5 personas: 5.20 personas en el 2023 frente a 5.32 personas en el 2022. También es

importante destacar que son muchos los que repiten las experiencias enoturísticas en ciertos destinos de España, un 73.25% frente al 26.75% que no repitió experiencias en 2023.

En relación con las clasificaciones que comentamos anteriormente sobre los enoturistas se observa que una gran parte de los visitantes de este sector son aficionados, es decir que tienen un gran conocimiento sobre el vino y en las Rutas Españolas del Vino representan un 36.80%. Seguidamente, nos encontramos con los apasionados o entusiastas del vino que representan un 32.20%, que según la clasificación de Hall (1996) y Chartres y Ali-Knight (2002) pertenecen al grupo de los “interesados del vino” y que respecto al año 2022 ha aumentado notablemente. Por último, resaltar que solo un 2.39% del total no tienen ningún conocimiento sobre el tema. En cuanto a la estancia media del enoturista en 2023 ha aumentado, alcanzando 2.85 días, que supone un 0.38 más que en 2022.

Respecto a la manera en la que hacen las reservas los enoturistas, las plataformas online ya no solo a nivel general si no a nivel específico, van liderando el podio de los métodos de reserva que utilizan los enoturistas. La diferencia con respecto al siguiente método que es por teléfono es del 45.23% y en crecimiento en relación con el estudio anterior.

Los alojamientos preferidos por los visitantes son los hoteles de 4 estrellas, con un 23.76 %. Por debajo nos encontramos con los alojamientos rurales con un 17.19%. Hay que destacar la gran disminución de las casas de amigos - familia, que desde 2021 se ha reducido en un 8.69%. Por otro lado, como menciona el informe, los alojamientos con mayor crecimiento porcentual durante el último año han sido el hostel-pensión (10.86%) y el hotel de 5 estrellas (7.01%). Si queremos fomentar la economía rural y local, estos datos obligan a reflexionar en el sentido de impulsar políticas de promoción, subvención etc. que induzcan a los turistas a alojarse más en establecimientos de turismo rural y similares.

El medio de transporte más utilizado y con mucha diferencia es el vehículo propio o alquilado que representa un 75.60%, seguido del autobús con un 19.60%.

Y con respecto a las actividades que realiza un enoturista durante su visita, destacan las visitas a las bodegas con un 70.90%. A continuación, y con el mismo porcentaje ambas, destacan las visitas a pueblos y disfrutar de la gastronomía local con un 56.70%. Gracias al estudio podemos comprobar que las clasificaciones iniciales a pesar de que son antiguas se

asemejan bastante con la realidad actual, ya que la gastronomía y la cultura son dos de los principales motivos de los enoturistas para viajar.

Por último, a pesar de que el informe contiene mucha más información acerca del enoturista, hemos querido resaltar el gasto medio diario y el gasto medio por estancia que tiene una persona que disfruta del turismo del vino.

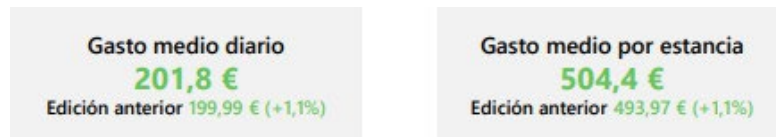


Fig 1.3. Gasto medio por estancia y diario. Fuente: ACEVIN, 2023

Se puede apreciar que el enoturismo es una tipología del turismo con un gasto medio elevado con respecto a otras tipologías como puede ser el turismo de sol y playa que es el principal en nuestro país o el turismo cultural; Esto se debe a que al no ser un turismo de masas y poseer un carácter más diferente y exclusivo el precio es más elevado, aunque esto también hay que vincularlo con el tipo de bodega que se visita, pues no todas son iguales obviamente.

En síntesis, de acuerdo con la información proporcionada por ACEVIN, el perfil del turista en el enoturismo se caracteriza por:

- El gasto medio por persona es de 201,80€.
- La satisfacción alcanza un 8.46 de media sobre 10, la cual ha sido medida a través de 11 aspectos clave como la estancia, la oferta gastronómica, la relación calidad-precio etc.
- Aunque esté equilibrado hay más mujeres que hombres que practiquen este turismo y predominan las personas con edad media comprendida entre los 46 y 65 años.
- La mayor parte de los enoturistas acuden al territorio en pareja y un 70.36% del total de enoturistas ya han visitado alguno de los lugares, es decir no son primerizos en el enoturismo.
- La estancia media es de 2.85 días y el alojamiento favorito es el hotel de 4 estrellas seguido del alojamiento rural.
- El vehículo más utilizado es el propio, aunque cada vez aumenta más el uso de medios de transportes colectivos como el autobús.

- La mayoría de los enoturistas conocen las marcas que visitan es por eso por lo que el gasto es mayor, ya que confían en ellas y es parte de la motivación del viaje el hecho de conocer una marca concreta.
- La actividad principal que realizan es la de visitar bodegas, y en general las visitas a las Rutas del Vino de España están motivadas por el enoturismo, seguido del ocio y vacaciones.
- Hay que destacar la diferencia entre turista y excursionista, ya que el segundo viaja motivado fundamentalmente por el enoturismo mientras que el turista, diversifica el motivo de su visita realizando más actividades como la gastronomía o la cultura.

1.1.3 Conceptos vinculados con el turismo del vino.

El enoturismo se ha vuelto una pieza esencial para el crecimiento sostenible del turismo rural. Además, representa una oportunidad valiosa para promover tanto las bodegas y sus vinos, como los lugares donde se producen, a nivel nacional e internacional. Debido a su exponencial crecimiento, y como hemos señalado anteriormente, han surgido una serie de instituciones y organizaciones que regulan y controlan su práctica. Para poder comprender cuáles son las instituciones y sus funciones, es fundamental conocer unos conceptos básicos relacionados con el mundo del vino, que presentamos a continuación:

1- DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO)

La Denominación de Origen Protegida (DO) es definida en el llamado “Arreglo de Lisboa”, relativo al compromiso que mantienen algunos países para proteger en sus territorios las denominaciones de origen de sus productos aprobadas por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) como:

“La denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendiendo los factores naturales y los factores humanos” (Arreglo de Lisboa, 1958, p. 1).

Una DO establece las condiciones específicas de fabricación y elaboración de sus vinos, combinando variables naturales como el suelo y el clima, con variables humanas, como la

experiencia y los conocimientos técnicos, con el objetivo de asegurar que los vinos relacionados con su región de origen alcancen la más alta calidad.

2- CONSEJO REGULADOR

En el marco de una Denominación de Origen, el ente encargado de la gestión y supervisión es el Consejo Regulador, compuesto por representantes de los productores locales (viticultores) y de los elaboradores (bodegas). A través de acuerdos, estos actores toman decisiones que afectan a las condiciones de elaboración y producción.

3-INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (I.G.P)

Por otro lado, existe la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P) que es un sistema de protección reconocido en la Unión Europea que reconoce y ampara a determinados productos agrícolas, alimenticios y vinos en virtud de una serie de características ligadas al origen geográfico que confieren al producto una calidad diferenciada. (Lara, 2023).

La principal diferencia entre la Denominación de Origen (D.O.) y la IGP es que en esta última sólo es necesario que una de las fases se realice en la misma zona geográfica, al contrario que las Denominaciones de Origen que requieren que todas sus fases de producción estén hechas en una zona geográfica definida.

4-RUTA DEL VINO

Para poder introducirnos un poco más en el mundo vitivinícola es importante conocer también el concepto de Rutas del Vino. Tal y como describe Millán, G. (2012):

Las rutas del vino, consideradas rutas gastronómicas por producto son los recorridos señalados y publicitados con paneles especiales en los cuales se insiste en los valores naturales, culturales, medioambientales, viñedos y bodegas, explotaciones agrícolas individuales o cooperativas abiertas al público; estos constituyen el instrumento con el cual los territorios vitícolas y sus producciones relacionadas pueden ser divulgados, comercializados y disfrutados en forma de oferta turísticas. (Millán, 2012, p. 52)

Por otro lado, como presenta Hernández, R. (2017):

Ruta del Vino es un producto/destino turístico muy complejo lo que resulta en la formación de asociaciones comerciales de carácter público y privado, que integran tanto a empresas especializadas y otras industrias tradicionalmente alejadas del

turismo (bodegas, enotecas, tiendas especializadas, restaurantes, bares, hoteles, alojamientos rurales etc.). (Hernandez, 2017)

Una Ruta del Vino debe cumplir ciertos estándares de calidad y seguir reglas específicas establecidas por ACEVIN y la Secretaría de Estado de Turismo, como se detalla en el Manual del Producto Turístico Rutas del Vino de España. El manual abarca desde la forma en la que se debe gestionar, señalar, promocionar y comercializar las Rutas del Vino, hasta los criterios de calidad que deben cumplir todos los establecimientos que forman parte de la oferta de servicios de la Ruta del Vino, como restaurantes, alojamientos, bodegas etc.

Como hemos mencionado previamente existen distintas instituciones que regulan el enoturismo y se encargan como en el caso de las Rutas del Vino de controlar que se cumplan los criterios de calidad. Algunas de las instituciones que a continuación vamos a explicar, de carácter nacional, han sido seleccionadas debido a su directa relación con esta tipología de turismo y con el poder que tienen a la hora de influir en cómo se puede o no llevar a cabo esta actividad.

5- ACEVIN

En primer lugar quiero destacar ACEVIN, la Asociación Española de Ciudades del Vino, mencionada previamente en el análisis del enoturista. Es una asociación que reúne varias ciudades españolas, que tienen como parte de su economía la industria vitivinícola. Está compuesta por una asamblea general, órgano supremo, por una presidencia y vicepresidencia, con participación de ayuntamientos, una secretaría, una tesorería y vocales. Entre sus funciones principales destacan: la potenciación de la agroindustria, la planificación urbanística, la creación de instrumentos de promoción local y de diversificación de la actividad económica, y la protección de la cultura y el turismo vitivinícola.

Es una asociación importante porque promueve el enoturismo como una forma de desarrollo económico sostenible, preservando al mismo tiempo la cultura y tradiciones relacionadas con el vino en España.⁴

⁴ Información disponible en: <https://acevin.es/asociacion> Fecha de consulta (17/03/2024)

6- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENOTURISMO (AEE), ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENOTURISMO Y TURISMO GASTRONÓMICO (AEEG) E INSTITUTO DE ENOTURISMO DE ESPAÑA (IEE)

Existen también la Asociación Española de Enoturismo (AEE) y la Asociación Española de Enoturismo y Turismo Gastronómico (AEEG). Ambas agrupan a diferentes empresas y entidades nacionales relacionadas con el enoturismo, y con la gastronomía en el caso de AEEG, cuyo objetivo principal es la promoción de este tipo de turismo. Por otro lado, tenemos el Instituto del Enoturismo de España (IEE) cuyo objetivo principal es mejorar la competitividad del sector tanto en el mercado nacional como global a través de su estrategia de Gestión del Conocimiento. Está compuesto por expertos en turismo y cultura del vino, por altos directivos empresariales especializados en Gestión Turística, Enoturística y Gastronómica. Busca impulsar un modelo de gobernanza solidario y sostenible, siguiendo la línea de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. (Asociación Española de Enoturismo, s. f.)

Por último, quiero destacar la importancia del sector público en la regulación del turismo del vino. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se encarga de la promoción y ordenación de esta actividad. Además, las Comunidades Autónomas, las Diputaciones Provinciales y los Ayuntamientos también colaboran para sacar el máximo potencial a la vez que se aseguran de mantener un control y una calidad.

Las páginas que siguen nos adentran en el conocimiento de los tipos de experiencias enoturísticas más comunes y su efecto en el vino desde la perspectiva del marketing.

1.1.4 Tipos de experiencias enoturísticas y su impacto en la promoción del vino.

Como se ha apuntado, el enoturismo agrupa un conjunto amplio de diversas experiencias, en las que puedes de una manera u otra disfrutar del vino, su entorno, su elaboración etc. Estas experiencias dependen de los recursos que una zona determinada tenga y del enoturista, puesto que no todos desean hacer las mismas actividades como ya vimos en el apartado relativo al perfil del enoturista.

Las actividades más comunes dentro de este tipo de turismo son las siguientes⁵:

⁵ Información disponible en: <https://www.acevin.com/>, <https://www.abadia-retuerta.com/experiencias-unicas>, <https://vinopremier.com/blog/tipos-de-catas-de-vino-que-existen/>, <https://wineroutesofspain.com/en/home-en/>.

- Visitas a bodegas. Las visitas guiadas a bodegas son como vimos en el informe de ACEVIN, la actividad más realizada. Los turistas pueden conocer y explorar las instalaciones donde se elaboran algunos de los vinos más famosos e importantes de una zona. Además, puedes aprender el proceso de elaboración y degustar las diferentes variedades que una bodega puede ofrecer. Dependiendo del tamaño de la bodega la visita puede ser más o menos completa, por ejemplo en la *Abadía de Retuerta Le Domaine*, estudio de caso de nuestro proyecto y que indagaremos más adelante, al tener una extensión tan grande, no sólo ofrece visitas a las bodegas sino a todo el complejo que lo conforma.
- Catas de vino. Permiten a los visitantes degustar y probar una gran variedad de vino bajo la guía de expertos enólogos o sumilleres. Mediante estas degustaciones el cliente puede aprender acerca de las características de cada vino, como el aroma, el sabor o la textura.
- Maridaje de vinos y alimentos. Estas experiencias combinan el enoturismo con el turismo gastronómico, lo que se denomina maridaje. Esta técnica consiste en unir una bebida con una comida que combine con ella. Normalmente son los sumilleres los encargados de hacer recomendaciones a los clientes respecto a las combinaciones que pueden hacer. El objetivo de esta práctica es la de crear sensaciones nuevas, haciendo que los vinos en este caso realcen ciertos alimentos y provoquen en el visitante un conjunto de sentimientos agradables. Existen restaurantes en regiones vitivinícolas como la Ribera del Duero o la Rioja, que ofrecen menús degustación donde combinan platos tradicionales con vinos de la zona.
- Paseos por los viñedos. Ofrecen a los turistas la oportunidad de indagar en los paisajes naturales que se forman gracias a la producción y cultivación de la vid. Estas excursiones suelen ir complementadas con explicaciones sobre los diferentes tipos de uva, sus cuidados, sus métodos de cultivo y la importancia del territorio. Como explican, las viñas son un recurso ampliamente utilizado tanto para conocer las vides y el proceso de elaboración del vino, como espacio de juego en el cual se pueden realizar actividades físicas y como paisaje a admirar. (Martínez del Vas et al. (2021)).
- Eventos y festivales del vino. Las zonas vitivinícolas con cierta importancia organizan festivales y eventos relacionados con el vino, que pueden incluir ferias gastronómicas, degustaciones, conciertos y competiciones enológicas. Estos festivales ofrecen al enoturista una experiencia muy completa. Por ejemplo, la Fiesta de la Vendimia de Jerez, una celebración que sucede en Jerez de la Frontera, Cádiz, y marca el inicio de

la cosecha de uva. Durante esta festividad se realizan catas de vino y otras actividades relacionadas con el vino de Jerez.

- Talleres y clases. Ciertas bodegas ofrecen cursos y clases donde los visitantes pueden aprender sobre temas específicos relacionados con el vino, como la elaboración casera de este producto, la armonización de vinos y quesos, el embotellado etc. Estos talleres suelen incluir actividades como pisar uvas, prensado y fermentación.
- Alojamiento en bodegas y viñedos. Algunas bodegas de gran tamaño tienen las infraestructuras necesarias como para alojar a sus clientes, lo que brinda a los turistas la oportunidad de hospedarse en un entorno vitivinícola y hacer una experiencia más inmersiva.

Estas son algunas de las actividades más comunes que se pueden realizar en el enoturismo. La evolución del mercado turístico por un consumo de productos que impliquen una mayor participación del turista es también palpable en el enoturismo y en el segmento de las familias (Martínez del Vas et al., 2021). La diversidad de actividades que existen tienen un impacto en la promoción del vino significativo y se puede observar en varios aspectos.

En primer lugar, hay que destacar la conexión emocional con la marca. Este tipo de experiencias permiten a los visitantes conectar emocionalmente con las marcas de vino y con las bodegas. Al experimentar en primera mano el entorno en el que se produce el vino y conocer a todas las personas implicadas en su proceso hace que los visitantes empaticen y creen un vínculo más profundo con la marca.

Por otro lado, la educación y el conocimiento del producto por parte de los turistas hace que aumente la apreciación por el vino, a la vez que se fomenta la lealtad por las marcas que ofrecen experiencias educativas y a su vez esto concluye en un aumento del turismo del vino, ya que los clientes al estar satisfechos tal y como se mostraba en los gráficos anteriores, promueven más este tipo de turismo. Esta difusión se hace mediante el boca a boca y recomendaciones, a amigos, familiares o en redes sociales, una consecuencia positiva para todas aquellas marcas que ofrecen experiencias vitivinícolas.

Todo ello también provoca una generación de ingresos adicionales, puesto que el consumo aumenta, las visitas aumentan y el número de participantes en las diferentes actividades también. Además, en relación con la conexión que se genera entre marca y cliente durante estas vivencias, provoca la fidelización de clientes.

Por lo tanto, podemos hablar de que la especialización de las empresas tiene un impacto positivo tanto para ellas como para los clientes, porque les provoca nuevas emociones, les proporciona educación, y para las empresas es un medio de promoción y generación de ingresos.

Finalizamos este capítulo con el comentario de dos aspectos esenciales, a saber, la importancia económica y cultural del turismo del vino y los factores que han motivado su auge en los últimos lustros.

1.2 Importancia económica y cultural del enoturismo en las regiones vitivinícolas

El enoturismo, que combina la producción y el disfrute del vino con el turismo, tiene un gran impacto desde el punto de vista económico como cultural en las regiones vitivinícolas.

Como menciona la consultora Afi, empresa de asesoramiento, formación y consultoría relacionada con la economía las finanzas y la tecnología, en un estudio sobre la importancia económica y social del sector vitivinícola en España:

La contribución de este sector a la economía española, en términos de PIB y de empleo es relevante, como también lo es su aportación desde la perspectiva del desempeño del sector exterior, la dimensión social y la gestión de los retos en materia de sostenibilidad medioambiental.

La cadena de valor del sector vitivinícola en España engloba desde el viticultor hasta el comercializador del vino (producto terminado), así como a toda una serie de actividades suministradoras (industrias del corcho, madera, vidrio, productos enológicos, fitosanitarios, logística y transporte, publicidad, etc.). Además, existe un buen maridaje entre el sector vitivinícola y las actividades turísticas (enoturismo), culturales y de ocio (por ejemplo, museos dedicados al vino) e incluso de salud y belleza (vinoterapia), entre otras. (Afi, 2020, pp. 9)

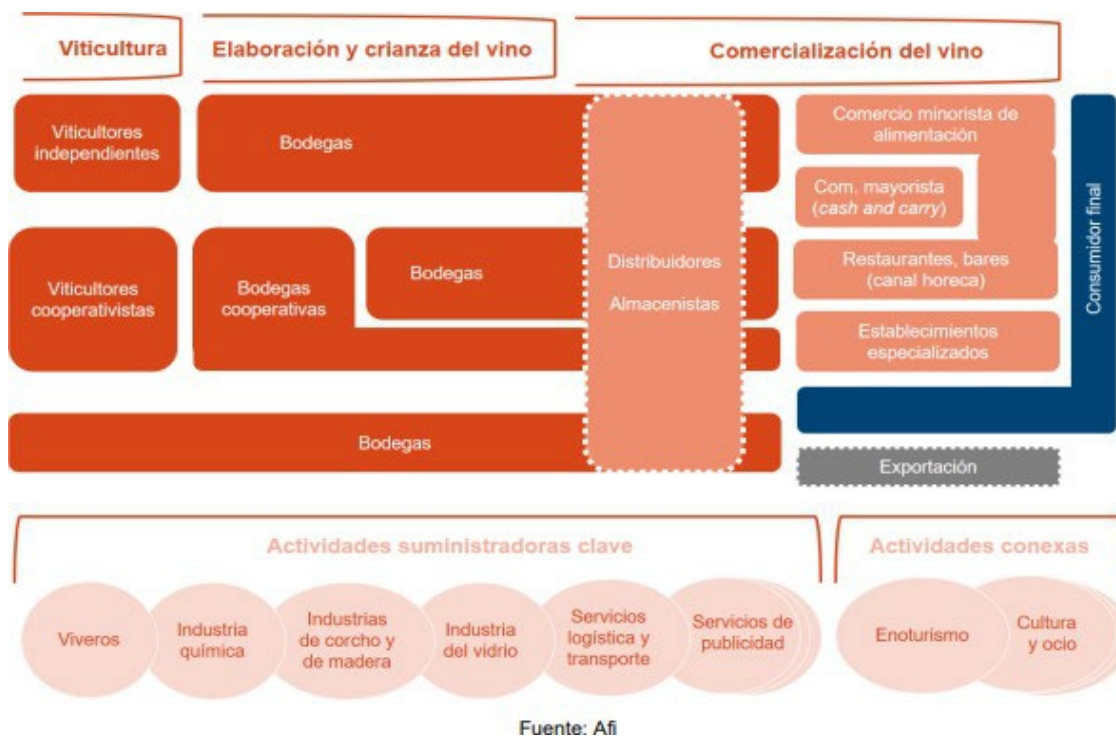


Fig 1.4. Cadena de valor del sector vitivinícola. Fuente: Afi.

El enoturismo es una importante fuente de ingresos para las regiones vitivinícolas. Los visitantes contribuyen no solo a la bodegas, sino también a los alojamientos, restaurantes y otros servicios relacionados que generan beneficios en la economía local y en la generación de empleo. Según un estudio realizado por la citada consultora:

La actividad vitivinícola, incluyendo la viticultura, la elaboración del vino y su comercialización, genera un VAB superior a los 23.700 millones de euros en España. Ello equivale al 2.2% del VAB español, y tiene en cuenta los efectos directo, indirecto e inducido de dicha actividad, estimados aplicando la metodología input-output.

En términos de empleo, en cómputo agregado, se estima que el sector vitivinícola aporta más de 427.700 puestos de trabajo, que dependen de manera directa, indirecta e inducida de este sector, lo que representa el 2.4% del empleo en España. (Afi, 2020, p. 9).

Además del impacto económico, el enoturismo diversifica la economía local. Un factor especialmente importante en las zonas rurales donde las opciones de empleo pueden ser limitadas.

Como hemos podido comprobar esta tipología de turismo no solo afecta a la economía si no a la cultura de un país. Ciertos autores afirman que:

La formación de paisajes de viñedos, centenarios en muchos casos, y la construcción de bodegas, lagares y edificaciones de diferentes tipologías arquitectónicas y tecnológicas en el curso de los últimos siglos, conforman auténticos itinerarios de la cultura del vino y de la arqueología industrial vinícola. Su puesta en valor ha sido reconocida por la sociedad, que demanda un mayor conocimiento sobre dichas manifestaciones, y por las instituciones y administraciones públicas, que focalizan también su interés en la conservación de las instalaciones principalmente. (Martínez-Carrión et al., 2010, p.149).

El enoturismo fomenta la preservación de la cultura vitivinícola local al permitir a los visitantes conocer la historia, las tradiciones y el proceso de elaboración en el lugar de origen, además se promueve la identidad regional. Este tipo de turismo permite la participación de los turistas en actividades, con la oportunidad de conocer a residentes locales y poder hacer un intercambio cultural.

En España, aunque es un turismo muy reconocido y cada vez más en auge, debido a la especialización de los turistas, no hay ninguna zona vitivinícola española declarada como patrimonio cultural de la humanidad, pero ha habido diversas tentativas. El proceso para la incorporación de nuevas candidaturas se muestra complejo ante las numerosas demandas desde finales del siglo XX (Martínez-Carrión et al., 2010)

Por lo tanto podemos concluir, que el enoturismo emerge como una fuerza económica y cultural significativa en las regiones vitivinícolas. Desde una perspectiva económica, podemos ver reflejado su impacto en el PIB y en la generación de empleo. Por otro lado, el enoturismo enriquece la cultural local ya que ayuda a preservar su historia, sus tradiciones y además fomenta el intercambio cultural.

1.3 Factores que influyen en el éxito del enoturismo

España es uno de los principales destinos de enoturismo del mundo. Actualmente ocupa el tercer puesto como productor mundial del vino, además lidera el ranking mundial por superficie de viñedo de producción ecológica. Según Domínguez Orta, actualmente España

se posiciona en el tercer puesto dentro de los países que lideran el turismo de vino a nivel mundial en 2023. (Domínguez Orta, 2023)

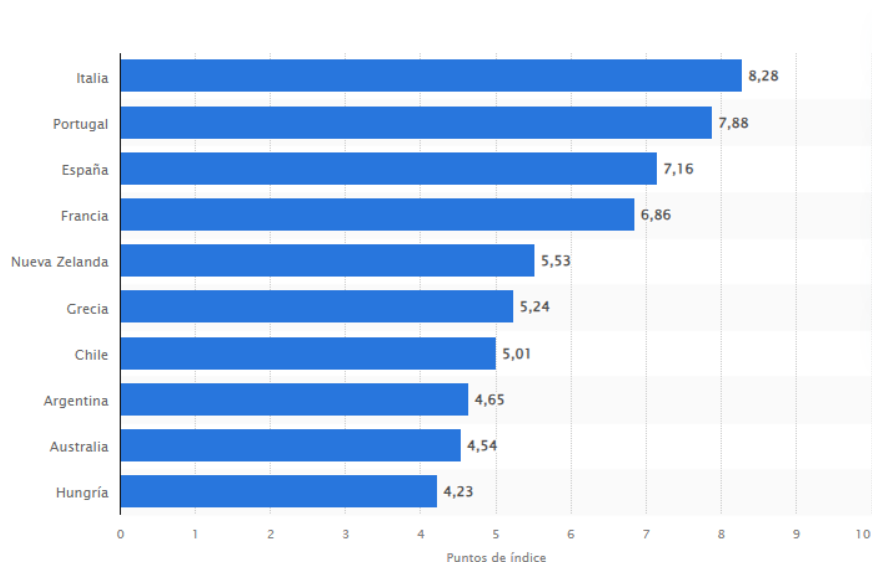


Fig 1.5. Países líderes en turismo del vino a nivel mundial en 2023. Fuente: Statista.

Aunque nuestro estudio está centrado en la Ribera del Duero, analizaremos los factores que influyen en el éxito del turismo enológico en España.

En primer lugar, hay que destacar la diversidad geográfica con la que España cuenta, lo que implica desde la óptica de nuestro trabajo es que tiene muchas variedades de regiones vitivinícolas, cada una con unas características y tradiciones particulares lo que hace que los turistas estén interesados en explorar diferentes estilos de vino y culturas vinícolas.

Por otro lado, una de las claves del éxito del enoturismo en España es su patrimonio cultural y gastronómico, ya que se pueden combinar las tres modalidades de turismo, lo que hace a los destinos aún más atractivos para que los visitantes tengan más razones para conocer un lugar.

También hay que resaltar la importancia de la promoción turística. Organismos como ACEVIN o la Ruta del Vino de España, promueven el turismo y colaboran con bodegas y empresas locales para mejorar la experiencia del turista, como se ha comentado.

Además, España cuenta con unas infraestructuras turísticas desarrolladas, es decir en las regiones vitivinícolas podemos encontrar no solo bodegas sino restaurantes, alojamientos,

actividades complementarias etc. Y la accesibilidad y red de transportes públicos que el país ofrece, facilita y fomenta los viajes tanto desde el interior como desde el exterior del país.

Por último, y no menos relevante hay que vincularlo con el ya apuntado auge de los turismos alternativos al convencional modelo turístico de sol y playa que, aunque siendo el producto líder en España, convive desde hace ya unas décadas con otras tipologías opuestas a éste último (identificado como un claro exponente del turismo de masas, especialmente en el litoral mediterráneo y los archipiélagos balear y canario, generador de impactos negativos a nivel ambiental, social, etc.-ruidos, contaminación, aberraciones urbanísticas,etc.-). Ello, unido a un turista que, de forma progresiva y creciente apuesta por la sostenibilidad, un turismo más activo y experiencial, más blando, difuso y respetuoso con el medio ambiente, ha supuesto un aumento de subproductos como el turismo rural, de naturaleza, de salud, gastronómico, cultural, en entornos rurales y naturales, de interior; y en este contexto, el enoturismo no ha sido una excepción, con una demanda cada vez más mayoritaria.

A continuación, nos centramos en el estudio de la Ribera del Duero, como se ha mencionado previamente para ir aproximándonos al estudio de caso que se sitúa dentro de esta región, aunque no pertenece a la denominación, algo que procederemos a explicar en los capítulos siguientes.

CAPÍTULO II: LA RIBERA DEL DUERO: UN DESTINO ENOTURÍSTICO POR EXCELENCIA

2.1 Historia y geografía de la Ribera del Duero

La comarca de la Ribera del Duero, situada en un valle entre páramos, es conocida por sus suelos idóneos para el cultivo de uvas y por su terreno protegido para ello. Aunque no ha sido hasta recientemente cuando ha alcanzado una gran importancia, es una zona con una extensa tradición vitivinícola gracias a sus condiciones ecológicas, generadora de un paisaje singular que ha formado parte de la historia durante siglos.

Para comprender mejor su evolución es importante saber cómo se menciona en la página web de <https://www.rutadelvinoriberadelduero.es> al respecto:

La Ribera del Duero es una comarca agrícola cuyo territorio abarca las cuatro provincias de Valladolid, Segovia, Burgos y Soria a lo largo de 110 km. Dentro de este territorio se encuentran 118 localidades de las cuales 81 son municipios y 37 son pedanías o entidades locales menores. La población en 2021 que es cuando se realizó este estudio era de 60.000 habitantes. Actualmente se han incorporado tres municipios nuevos que son Arandilla, Brazacorta y Coruña del Conde. (Del Vino Ribera del Duero, 2021)

Provincia	Superficie has	Sobre el total
Burgos	19.437,16	71,32%
Segovia	234,08	0,86%
Soria	1.405,66	5,16%
Valladolid	6.175,91	22,66%
TOTAL	27.252,81	100,00%

Fig 2.6. Tabla sobre la superficie por provincias de la Ribera del Duero. Fuente:

<https://www.riberadelduero.es>

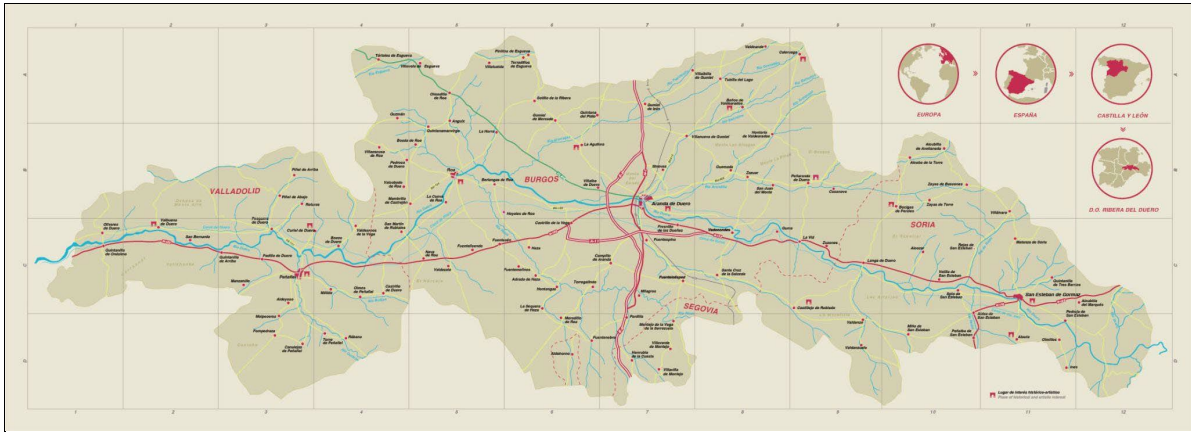


Fig 2.7. Mapa de la Ribera del Duero. Fuente: <https://www.riberadelduero.es>

Se sitúa a una altitud de entre 720 y más de 1000 metros sobre el nivel del mar. El Duero y la naturaleza que conforma la zona han generado con el tiempo un suelo cuyas características han hecho que sea una región idílica para el cultivo de la vid.

La cuenca del Duero está vinculada a los movimientos tectónicos que tuvieron lugar durante el Mesozoico y el Cenozoico. Además, la sedimentación y erosión que tuvieron lugar a lo largo de los siglos colaboraron con su creación. Durante el Mesozoico, la región estuvo cubierta por un mar de poca profundidad cuyos depósitos marinos, limos, calizas y arcilla, se consolidaron con el tiempo formando las rocas sedimentarias que se encuentran hoy en día.

Posteriormente durante el Cenozoico como consecuencia de la orogenia alpina se alzaron en pie unas montañas que dan forma a la actual cuenca del Duero. Por su parte, los ríos que por la cuenca fluyen colaboraron a transportar sedimentos y erosionar las montañas, formando llanuras y valles que caracterizan la zona hoy en día. (Cata de Vino, 2017)

En la Ribera del Duero podemos encontrar tres tipos de suelo que la página web de la propia ribera clasifica como:

Suelos arcillosos, aquellos formados por granos finos pardos rojizos y que retienen el agua. Aportan estructura y carácter. Suelos calizos, ricos en sales calcáreas, de color blanco. Son suelos secos y áridos. Aportan elegancia y complejidad. Y por último suelos pedregosos, formados por rocas de todos los tamaños, sin retención de agua. Aportan madurez y melosidad. La composición del suelo de la ribera favorece el cultivo de la uva porque la retención del agua y nutrientes es muy buena, además de los drenajes. (Ribera del Duero, s.f)

Por otro lado, y siguiendo a Esteban “la vid es una planta robusta que se adapta a muchos tipos de suelo por lo que es fácil su desarrollo en suelos de procedencia granítica, pizarrosa... El terreno menos fértil es la superficie óptima para el desarrollo de este vegetal. Dependiendo de las características y los compuestos de la tierra, cada vino va a tener unas singularidades propias, lo que se denomina tipicidad de la zona” (Esteban, 2022, p.32)

El clima es otro factor importante en la Ribera del Duero, ya que influye no solo en el suelo sino en el desarrollo y cultivo de la vid. Es un factor determinante en la calidad del vino. La zona en la que se encuentra está caracterizada por un clima mediterráneo continentalizado propio de la meseta central española. En este clima predominan los veranos calurosos y los inviernos fríos, con una gran amplitud térmica entre la noche y el día que fomenta la formación de sabores y aromas de las uvas, ya que la maduración es lenta y gradual.

Las heladas durante el invierno son frecuentes, aunque de corta duración, lo que favorecen el período de dormancia de la vid, necesario para un adecuado desarrollo. Por lo contrario, en verano las temperaturas pueden superar los 35 grados durante el día, aunque con el cambio climático estas temperaturas están ascendiendo.

La precipitación no es muy abundante, pero se concentra en primavera y otoño, no como los veranos que son secos y ayudan a mantener la salud de las vides y a reducir el riesgo de enfermedades fúngicas. Aunque el agua a la vez es un factor fundamental ya que es necesaria para el crecimiento de las plantas.

En resumen, la Ribera del Duero debido a su composición geomorfológica, su clima, y su relieve tiene las condiciones necesarias para la producción de un vino de calidad, de ahí su explotación y fama. (Ribera del Duero, s.f.)

2.2 La Denominación de Origen Ribera del Duero y su relevancia en el enoturismo

Como hemos mencionado previamente la Ribera del Duero es una de las comarcas vitivinícolas más importantes de España. Su historia se remonta a la cultura vaccea en torno al S.V a.C. En Padilla del Duero se encontraron los primeros signos que probaban que esta

sociedad había producido vino. Otra de las primeras referencias que se encontró fue el hallazgo de un mosaico romano de 66 metros cuadrados, descubierto en Baños de Valdearados durante la vendimia de 1972. En él se hace referencia al dios Baco, el dios del vino.

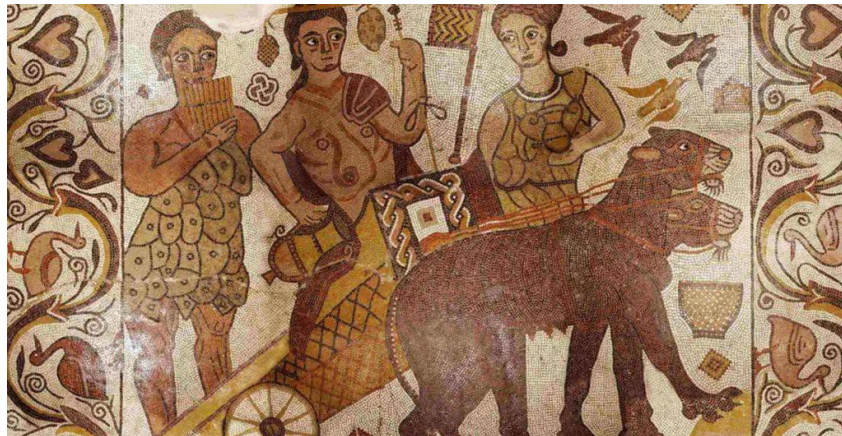


Fig 2.8. Mosaico del dios Baco en Baños de Valdearados . Fuente:

<https://elmosaicodebaco.com>

Sin embargo, no fue hasta la Reconquista española por recuperar las tierras dominadas por los musulmanes, cuando el cultivo de la vid adquirió cierta importancia. Y es que, esta planta se utilizaba para repoblar las zonas devastadas por la guerra. (Ruta del vino Ribera del Duero, 2021)

Otro punto de inflexión para la expansión del cultivo de la vid fue en el S.XII con la creación del Monasterio Cisterciense de Santa María de Valbuena. Los monjes de Cluny⁶ trajeron consigo vides de la Borgoña francesa que plantaron en sus ingentes extensiones, logrando un vasto patrimonio territorial entre los ríos Duero y Esgueva (García, 2024)

La idea de Denominación de Origen no surge hasta 1978 cuando un conjunto de agricultores y bodegueros, junto con el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, los Servicios de Agricultura y las instituciones provinciales y locales quienes solicitaron formalmente este título para dotar de importancia y calidad a los vinos producidos en esta zona.⁷

⁶ Orden de Cluny: orden monástica católica reformada. Se creó en la abadía de Cluny, en Borgoña en el año 910. Toma como base la regla de Benito de Nursia, que es un escrito de la vida monacal.

⁷ Información disponible en:

https://www.riberadelduero.es/sites/default/files/2022-07/DOSSIER%20-%2040%20AN%CC%83OS%20%20DE%20RIBERA%20DEL%20DUERO_0.pdf

(Fecha de la consulta: 06/04/2024)

El 23 de julio de 1980 el Consejo Regulador, en Aranda de Duero, delimitó el área territorial de la D.O. de la Ribera del Duero. Y en 1982, el 21 de julio se aprueba en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación la Denominación de Origen. Se estableció como variedad principal la Tinta del país, que ocupaba el sesenta por ciento de los viñedos de la zona, y se admitieron también la Cabernet Sauvignon, Merlot, Malbec, Garnacha Tinta y Albillo Mayor (Ruano, s.f.) Como se menciona previamente, al ya ser una denominación de origen se ponen en marcha leyes y prácticas de cultivo para la elaboración del vino bajo las características propias de la zona.

Tras la aprobación de la Denominación de Origen la Ribera del Duero no sólo ha aumentado su calidad, también las prácticas como el enoturismo. Actualmente según un estudio de las Rutas del Vino, esta comarca se mantiene como una de las más visitadas en toda España. Pero para alcanzar este punto los bodegueros han tenido que realizar grandes tareas de promoción para impulsar una zona que para muchos era desconocida. (ACEVIN, s.f.)

Para dar a conocer esta zona los viticultores se esforzaron para conseguir un vino excelente, consiguiendo que en 1985 se publicaran los primeros artículos acerca de estos productos. Los calificaban como “muy buenos”. Tras años de perfeccionamiento en la fórmula en 1989 la contraetiqueta de la Ribera del Duero ya era conocida en toda España por su excelencia.⁸ El número de bodegas incrementó y pasó de ser 27 en 1985 a 42 en 1990. En la actualidad son 302 bodegas las que actúan bajo la D.O. Ribera del Duero.

Según un estudio realizado por Nielsen⁹ la Ribera del Duero es la denominación de origen de España que evolucionó más a nivel mundial en 2021, alcanzando una cuota de mercado en volumen¹⁰ de 10.4% y una cuota de mercado en valor¹¹ del 16.8%. Por lo tanto, con estos datos, podemos concluir en que gracias a la buena elaboración del vino y a la asignación de la Denominación de Origen, hoy en día esta región se sitúa como un referente mundial y nacional en cuanto a la producción, comercialización y promoción del vino.

2.3 Atractivos turísticos en la Ribera del Duero

⁸ Información disponible en:

https://www.riberadelduero.es/sites/default/files/2022-07/DOSSIER%20-%2040%20AN%CC%83OS%20%20DE%20RIBERA%20DEL%20DUERO_0.pdf (Fecha de la consulta: 06/04/2024)

⁹ Nielsen: líder mundial en medición de audiencias, datos y análisis.

¹⁰ Cuota de mercado en volumen: cantidad total de productos vendidos por una empresa en comparación con la cantidad total de productos vendidos en el mercado.

¹¹ Cuota de mercado en valor: valor total de las ventas de una empresa en comparación con el valor total de las ventas del mercado.

Como mencionamos previamente el enoturismo no sólo implica actividades relacionadas con el vino si no que combina varias tipologías de turismo como es el cultural y el gastronómico entre otros. La Ribera del Duero es una zona que posee numerosos recursos territoriales con diferente potencial turístico que explicaremos a continuación.

2.3.1 Patrimonio y recursos territoriales culturales

En primer lugar, siendo uno de los elementos centrales del enoturismo y en sí de la región hay que mencionar las bodegas. Actualmente hay 302 bodegas que funcionan bajo la Denominación de Origen de la Ribera del Duero. Distribuidas entre las cuatro provincias que componen esta región. Predominan el número de bodegas situadas en Aranda de Duero, Burgos y en la zona de Peñafiel, Valladolid. Entre todas las bodegas hemos querido destacar algunas, que según páginas como Civitatis, Enoturismo Spain o Ruta Del Vino Ribera Del Duero, destacan no sólo por su vino si no por las visitas, las catas y las bodegas en sí que hacen que los turistas se sientan atraídos por estos lugares.

BODEGAS	AÑO DE INICIO	SUPERFICIE	RECONOMIENTOS Y PREMIOS	BREVE DESCRIPCIÓN
BODEGA PROTOS	1927	177 ha	2010 Empresa Alimentaria del año» por la prestigiosa revista Wine & Spirits 2019 protos verdejo mejor vino joven de España 2023 entra en el ranking de las 50 marcas más admiradas según la revista drinks internacional.	Fue la primera bodega en llevar la etiqueta con la Denominación de Origen. Su moderna estructura diseñada por Richard Rogers, rompe con de manera elegante y atractiva el paisaje que presenta esta localidad. En 2012 fue la bodega más visitada de toda la Ribera.
BODEGA PORTIA	años 90	250 ha	2003 Medalla de Oro al Mejor Tempranillo del Mundo. 2017 Premio Excelencia Gourmet por su renovado Triennia Gastrobar 2018 3 Premios Gran Oro por Mundus Vini	La trayectoria de esta bodega comenzó con la Familia Faustino en los años 90. En 2003 lanzaron uno de sus primeros vinos premiados. La bodega está diseñada por Norman Foster, destaca por su belleza y su funcionalidad.
BODEGA EMINA RIBERA	años 90	33,24 ha (en la Ribera)	2017 Medalla de Oro en el Concurso Internacional de Vinos y Espirituosos por su Emina Reserva 2012. 2018 Mejor Bodega abierta al Turismo en los Premios IV de Enoturismo por ACEVIN	Emina, nace del deseo de Carlos Moro por crear vino único en Castilla y León. Tiene bodegas tanto en la Ribera del Duero como en Rueda
BODEGA DURÓN	1989	100 ha	2022 Mejor Ribera del Duero en la 31ª edición de Mundus Vini 2018 Medalla de Oro en el Challenge International du Vin por su Durón Reserva 2010 Gran Zarcillo e Oro al Gran Reserva 1991	Las Bodegas Durón, pertenecen al Grupo Solar de Samaniego de Roa. La bodega es un tradicional château repartida en varias fincas. Cuenta con su propio restaurante

BODEGA FINCA VILLACRECES	2003	100 ha	2021 gana el premio a la mejor iniciativa de promoción por el Día Pruno en los IWC International Wine Challenge Merch Awards 2024 Premio a la mejor Empresa Sostenible en los IX Premios Castilla y León Económica.	La Bodega Finca Villacreces es una bodega en Ribera del Duero, España, famosa por producir vinos de alta calidad como "Pruno". Construida en el siglo XIII y reformada en 2003, produce vinos de calidad como "Nebro" y "Finca Villacreces". Ofrecen visitas guiadas y catas de vino.
BODEGA EMILIO MORO	1932	200 ha	2019 Premio Autelsi en la categoría de innovación para la mejora de la productividad. 2020 Premio Pyme del Año 2020 Puntuación Más Alta De Decanter En La Cata De Vinos Tintos De Ribera Del Duero	Bodegas Emilio Moro, cuyas tres generaciones elaboran vino desde 1891, está ubicada en la D.O. Ribera del Duero se distingue por su tempranillo. La innovación es clave, desde clones de Tinto Fino hasta tecnologías como drones y geocercas en los viñedos.
BODEGAS BELA	2017	82 ha	2023 vino Bela 2021 se ha convertido en el único tinto Ribera del Duero que figura entre los 100 mejores vinos del mundo en 2023 según la prestigiosa revista americana Wine Spectator.	Bela, homenaje a los fundadores de CVNE, es una bodega y viñedo singular en Villalba de Duero, fundada en 2017 como un proyecto de innovación en Ribera del Duero. Su diseño pionero incorpora madera y vidrio, con capacidad para 10.000 barriles.
BODEGA PAGO DE CARRAOVEJAS	1987	220 ha	2019 Premio Mejor Vino Tinto para Cuesta de las Liebres 2014 2022 Pago de Carraovejas, 'Bodega con mejor trayectoria histórica' en los premios Verema 2022 2022 Bodega del Año en los premios MassVino	Pago de Carraovejas, construido sobre las nueve primeras hectáreas de Peñafiel en 1987, es un proyecto que nace del sueño de José María Ruiz, que desde 1971 buscaba crear un gran vino en Ribera del Duero. El restaurante de Segovia, inaugurado en 1982, fue el primer paso hacia la visión de su propio viñedo.

Fig 2.9. Principales bodegas enoturísticas en la Ribera del Duero. Fuente: elaboración propia a partir de las páginas webs de las bodegas representadas en esta tabla.

Por otro lado, es importante destacar dentro de los recursos culturales el arte en todas sus variantes que caracteriza esta región, religioso (iglesias), civil (castillos y palacios), pictórico así como tradiciones, festividades o gastronomía.

Uno de los estilos artísticos que predomina es el románico. Destacan según la Ruta del Vino de la Ribera del Duero, monumentos como la Iglesia de Nuestra Señora del Rivero en San Esteban de Gormaz, Soria. Se trata de una iglesia del siglo XII con importantes pinturas góticas y una imponente galería porticada. En esta provincia también podemos visitar la Iglesia de San Juan Bautista en Matanza de Soria. Data del siglo XII, y posee un ábside románico y unos arcos ciegos situados en el presbiterio dignos de ver.

En la provincia de Burgos sobresale la Iglesia de San Nicolás, ubicada en Sinovas. Se fundó en el siglo XIII. Es importante porque combina elementos románicos propios de su construcción como la torre del campanario o la entrada y a su vez un techo artesonado mudéjar del siglo XV. También hay que mencionar la Iglesia de San Sebastián en Caleruega, del siglo XII, conocida por ser el lugar donde bautizaron a Santo Domingo. Por último, hay que destacar en Valladolid, la Torre del Reloj en Peñafiel, perteneciente a la antigua Iglesia de San Esteban, que actualmente no existe. Y el Monasterio de Santa María de Valbuena, del siglo XII en San Bernardo. No sólo es famoso por su arquitectura si no porque sirvió a la vez de centro de oración y de producción vinícola. Actualmente funciona como un balneario termal. (Ruta del Vino, 2024)

Aparte de los recursos mencionados anteriormente, en la Ribera del Duero hay muchos otros, desde castillos como el Castillo de Peñafiel, el Castillo de Curiel de Duero, el Castillo de Peñaranda de Duero o el Castillo de San Esteban de Gormaz. Uno de los más importantes es el de Peñafiel ya no solo por su imponente estructura y arquitectura si no porque en su interior alberga un museo dedicado al vino, recoge la historia de la Ribera y la forma en la que se recoge, y se cultiva el vino.

También encontramos importantes obras de arte como el Santo Entierro, en la iglesia de Los Santos Justo y Pastor en la localidad de Manzanillo o el Retablo Barroco ubicado en Corrales.

Y muchos otros lugares que merecen la pena visitar según la página web de la riberadeduerovale.com como son el Chozo de Valdemoral, la Torre del Reloj en San Llorente, el Palacio de los Zuñiga en Curiel de Duero, la Ermita de la Virgen de Rubialejos en Pesquera de Duero. (Ribera del Duero, el valor de lo desconocido, 2023)

Siguiendo con el patrimonio cultural esta zona además posee numerosas **festividades y tradiciones**. Ya no sólo las fiestas de los pueblos en honor a sus santos o sus vírgenes, sino otras muchas que hacen de los lugares únicos y especiales. En Peñafiel por ejemplo se celebra la fiesta de la Vendimia. Tiene lugar en octubre y en ella se hacen catas de vino, maridajes de vinos y platos tradicionales o el pisado de la uva entre otras cosas. Otra tradición que tiene lugar en esas fechas es el Mercado Medieval en Quintanilla de Onésimo, donde se venden productos artesanos, se instalan atracciones inspiradas en la época medieval para los niños, y se disfruta de actividades relacionadas con la gastronomía, pero como si se tratase de esa época.

Por último, quiero mencionar nuevamente la **gastronomía** que también forma parte de los atractivos de la zona y que como hemos podido ver durante el estudio del enoturismo, es un factor muy importante que combina a la perfección con el vino. Algunos de los platos que más destacan son el Lechazo Asado en la zona de Valladolid, la Sopa de Ajo, el Congrio a la Arandina predominante en Aranda de Duero o en Peñafiel, los productos de cerdo típicos de la zona de Burgos de Osma, como la morcilla de arroz o el chorizo butagueño, productos micológicos especialmente en la zona de Soria como las setas de cardo, los niscalos o los boletus. El Queso de Oveja ya que predomina la ganadería ovina. Además, existe una denominación propia llamada “Quesos Región del Duero” desde 2004.

También destacan en la gastronomía los cangrejos del río procedentes de la zona del Río Duratón. La Torta de Aranda, un pan plano y redondo. Y postres como el arroz con leche, y dulces como las rosquillas o los empiñonados.

2.3.2 Patrimonio territorial natural

Otro aspecto importante que hace de la Ribera del Duero un lugar único para visitar son sus **paisajes y su naturaleza**. Como se explica en este mismo trabajo, la Ribera se ubica entre páramos en cuyo centro podemos encontrar el río Duero, es por eso que podemos descubrir en él, mucha vegetación en las zonas próximas al río y unos paisajes donde predominan las

plantaciones de vid, remolacha, cereal, girasol y maíz entre otros y la rocas calizas. Estos paisajes incitan al visitante a realizar actividades como la pesca, la caza o el senderismo.

Se pueden hacer miles de rutas en el interior de la Ribera, como por ejemplo la Ruta de las Pinzas, la Senda del monte Verde, Sendero de la Fuente de Santiago, la Ruta del Valle del Cuco, la Senda de las Águilas en Piñel de Abajo o visitar recursos como las Bocas de Mérida, la chopera de Bocos de Duero, etc.

Aunque podríamos mencionar muchos más recursos que posee la Ribera del Duero, consideramos que con estos ejemplos podemos mostrar lo rica que es la zona tanto turística como culturalmente hablando. Es por eso por lo que se convierte en una de las zonas vitivinícolas más visitadas de España.

Sería interesante realizar una ficha o inventario de recursos territoriales turísticos de cada uno de los atractivos que hemos mencionado. Por razones de espacio y tiempo, y porque no es el propósito principal de este proyecto, no lo hacemos si bien, somos consciente de que daría un mayor valor añadido al mismo.

**CAPÍTULO III: *ABADÍA DE RETUERTA LE DOMAINE* COMO
ESTUDIO DE CASO**

3.1 Historia, características y reconocimientos de *Abadía de Retuerta Le Domaine*

3.1.1. Historia

La Abadía Retuerta es una bodega situada en Sardón de Duero, una pequeña localidad que se encuentra dentro de la Ribera del Duero, en la orilla izquierda del río. Esta bodega fue construida en 1996, sin embargo, no es la bodega su atractivo principal, sino la Abadía del siglo XII que en sus tierras se encuentra.

La historia de esta bodega se remonta al siglo XI, cuando los ejércitos musulmanes se retiraron de las tierras cristianas cercanas al río Duero. Como hemos mencionado previamente en este estudio, fueron los cristianos quienes repoblaron estas tierras mediante la plantación de la vid. Con los años los monjes se fueron especializando hasta conseguir la elaboración de un vino de calidad. (Abadía Retuerta, s. f.)

El monasterio de Nuestra Señora Santa María de Retuerta fue la primera fundación premostratense en España. Su creación se debe a Mayor Pérez, hija del conde Ansúrez y señor de Valladolid, y de su segunda esposa Eylo Alfonso. Las tierras pertenecientes al monasterio eran muy extensas, como se menciona a continuación:

“Destaca la carta de concesión y confirmación otorgada por Fernando III (1221), en la que se enumeraban cada una de las heredades que componían el dominio monástico, el cual se extendía a ambas orillas del Duero: además del propio monasterio, se mencionan heredades, iglesias y collazos en Bayamón, Miranda, San Juan de Sardón, Sardón, Traspinedo, Quintanilla de Muza Álvarez, Santa Cristina, Zorita, Vilvestre, Muedra, Torre de la Condesa, Galleta, Villahán, Cardeñosa, Cogeces, Sotolobar, Villavela en término de Segovia, San Justo en el de Coca, Santa Coloma en el de Toledo, y heredades y casas en Peñafiel, Portillo, Cuéllar, Valladolid y Madrid. (De la Fuente, R., 2009, p.175)

Ya se había iniciado la vida monástica en 1145 cuando el conde Armengol VI de Urgel, nieto del conde Ansúrez, realizó dos donaciones, que permitieron construir y mantener el lugar en buenas condiciones. Una de ellas al monasterio de Santa María de Rivula Torta, que en latín significa ribera sinuosa, y la otra a Sancho que fue abad desde por lo menos 1145 hasta 1163 del monasterio. Hoy en día se sabe de la existencia de ese donativo, porque aparece en las escrituras en piedra de las paredes de la iglesia del monasterio. (Urbipedia, 2024)

Algunos documentos históricos registran que, tras los primeros años de establecimiento del convento, se otorgaba gran importancia al cultivo de viñedos. Uno de estos documentos, que data de 1504, menciona que, en Quintanilla, cuya jurisdicción incluía entonces las tierras de Abadía Retuerta, se dedicaban al cultivo de vino blanco y que más tarde plantaron viñas de vino tinto.

Sin embargo, hasta el siglo XVII no existían documentos que describieran la evolución específica de los cultivos y de la calidad. Fue en este período cuando se encuentran registros que hacen referencia a las tierras adyacentes al monasterio, revelando la importancia predominante que tenían los vinos elaborados por los monjes y la reputación que alcanzaron entre los miembros de la orden premostratense. Estos documentos señalan que se suministraban 7821 cántaros de vino al monasterio, evidenciando así que los vinos de Retuerta dominaban el mercado de Valladolid. (fuente: *ibid*)

Más tarde debido al cambio que sufrió la estructura agraria típica, con la desamortización de Mendizábal en el siglo XIX, que transfirió las propiedades de la iglesia a manos de la burguesía, supuso un declive para el monasterio, no sólo por el cambio de prioridades en las explotaciones agrícolas sino por la aparición de la filoxera¹² a principios del siglo XIX. Este declive afectó directamente en la explotación de la finca de Santa María de Retuerta, especialmente en la producción del vino. En 1953, se promovió la eliminación de los viñedos, lo que llevó a los agricultores a optar por el cultivo de cereales, que ofrecía una mayor garantía en aquel momento.

A partir de la década de los años sesenta, tras el cambio de propiedad de la Abadía de Retuerta hacia manos privadas, se registra una disminución adicional en la producción vinícola, debido a la eliminación de parte de los viñedos para dar paso a una producción de semillas selectas. En 1988, la empresa Sandoz¹³ adquirió una compañía española de semillas selectas, que poseía estos terrenos. Tras ver el potencial de las tierras optó por revivir los históricos viñedos, y restablecer la tradición vitivinícola de la zona. (fuente: *ibid*)

¹² Filoxera: insecto parásito que ataca las raíces de las vides, causando la destrucción de los viñedos al alimentarse de ellas y propagar enfermedades letales por la planta.

¹³ Sandoz: empresa farmacéutica global que forma parte del Grupo Novartis.

En 1994, el enólogo Pascal Delbeck¹⁴, se unió al proyecto de restauración de los viñedos y diseñó la bodega actual, cuya construcción se llevó a cabo en 1996. También en ese mismo año se integró al equipo el actual enólogo y director de Viñedo y Bodega, Ángel Anocíbar.

Actualmente, esta bodega se ha consolidado como una de las más prestigiosas de la región, contando con su propia Denominación de Origen Protegida, una certificación de calidad otorgada por la Unión Europea. Su singularidad y características distintivas que explicaremos a continuación, la excluyen de la Denominación de Origen Ribera del Duero, razón por la cual es objeto de estudio en este trabajo.

En mayo de 2022, la Comisión Europea concedió a la Abadía Retuerta su propia Denominación de Origen Protegida. Esta denominación dota a sus vinos de una calidad, un origen y una tradición certificada. La razón por la cual no pertenece a la Denominación de la Ribera del Duero radica en su enfoque en los Vinos de Pago. Los Vinos de Pago son vinos cultivados en un área específica o terruños¹⁵, con unas características singulares. Estos viñedos suelen estar asociados a una finca concreta que tiene un suelo, microclima y condiciones naturales propias. Para ser calificado como Vino de Pago, hay que alcanzar una serie de requisitos muy estrictos de producción y de calidad, incluyendo el embotellado y la vinificación. Esta categoría de vinos es propia de España y representa un nivel más alto de calidad en el vino español (Polfrau, 2023). Actualmente hay 28 Vinos de Pago reconocidos en nuestro país.



Fig 3.10. Clasificación de vinos en España. Fuente: <https://www.bdelvino.com/2020/09/29/piramide-clasificacion-vinos-espana/>

¹⁴ Pascal Delbeck: enólogo francés reconocido por su experiencia en la producción de vinos de alta calidad y su enfoque centrado en el terruño y la naturaleza.

¹⁵ Terruño: región geográfica con características homogéneas que destaca por ciertas propiedades de su producción de vino, aunque también puede vincularse al café y al té.

Como se puede ver en la figura 3.10 si la Abadía Retuerta hubiera permanecido dentro de la Denominación de Origen de la Ribera del Duero habría supuesto una pérdida del prestigio, puesto que los Vinos de Pago otorgan la mayor calidad a una bodega que se puede obtener en España.

3.1.2. Características de la Abadía de Retuerta Le Domaine

La Abadía Retuerta se extiende sobre una superficie de 700 hectáreas, de las cuales solo se han plantado 180, garantizando así el cultivo sólo en las partes en las que el suelo tiene las mejores condiciones. La finca está dividida en 54 pequeñas parcelas o pagos, cada una diferenciada principalmente por la composición del suelo. Además, en cada parcela se planta una única variedad de vid. La distribución es la siguiente: un 70% de Tempranillo, un 10% de Cabernet Sauvignon, otro 10% de Syrah y el último 10% se divide entre Merlot, Petit Verdot y algunas variedades de uva que se cultivan de forma experimental. (ABADIA RETUERTA – DIVINO RIBERA, s. f.)

El elemento principal de este gran complejo es como se ha mencionado previamente una abadía románica del siglo XII. Este edificio fue restaurado, y actualmente forma parte del hotel de 5 estrellas que se sitúa en medio de la finca, bajo el nombre de “Abadía Retuerta, Le Domaine”. El hotel está formado por 30 habitaciones, un spa, una piscina, y muchos otros servicios de alta calidad en los que profundizaremos más adelante. Además, posee varios restaurantes de alta cocina, incluyendo el “Refectorio”, un restaurante galardonado con numerosos premios que combina la tradición culinaria española con innovaciones contemporáneas. Uno de sus restaurantes está ubicado en la antigua iglesia del monasterio. También tiene una bodega que combina métodos tradicionales de vinificación con tecnología moderna, convirtiéndola en una bodega referente.

Entre sus vinos podemos encontrar:

- Abadía Retuerta Petit Verdot, hechos de la variedad Petit Verdot. Son vinos de gran concentración con notas de fruta negra, especias y un toque herbáceo, envejecidos en barricas de roble. Actualmente no disponen de stock.
- Abadía Retuerta Pago Valdebellón, hechos a partir de la variedad Cabernet Sauvignon. Son unos vinos potentes con notas de cassis¹⁶, pimienta negra y grafito, con taninos firmes. Sus precios oscilan entre los 131'00€ hasta 935'00€.
- Abadía Retuerta Selección Especial, hechos de las variedades de Tempranillo, Cabernet Sauvignon y Syrah. Son vinos equilibrados con notas de frutas rojas y negras y especias. El rango de precios va desde 33'50€ hasta 81'00€.
- Abadía Retuerta Pago Negralada, provenientes de la variedad de Tempranillo. Caracterizados por ser intensos, con aromas de fruta madura, notas de regaliz y un tour mineral. Con un precio de 130.00€ en adelante.
- Abadía Retuerta Pago Garduña, vinos hechos de las variedades de Syrah. compuestos por aromas de frutos negros, violetas y especias. Con un precio de 84.85€ en adelante.

También tiene una selección de vinos llamada Winemaker 's Collection, fruto del enólogo Ángel Anocíbar. Son vinos únicos y con una producción muy limitada (entre 300 y 500 unidades), son el resultado de nuevos experimentos. Entre esta selección podemos encontrar: Touriga Nacional 2021, Rosado 2021, Clarete 2021 y Vendimia Tardía 2018. (Tienda de Vinos, Accesorios y Experiencias | Abadía Retuerta, s. f.)

Además de todos los vinos, la finca de la Abadía Retuerta también vende productos como sal de vino, piñones y miel.

¹⁶ Cassis: popular licor francés elaborado a partir de grosellas negras. Tiene un sabor distintivo y se utiliza comúnmente en cócteles y postres.



Fig 3.11. P Abadía de Retuerta Le Domaine. Fuente:

<https://www.booking.com/hotel/es/abadia-retuerta-ledomaine.es.html>

3.1.3. Reconocimientos

Al ser una bodega de tanta calidad y tener un complejo único y exclusivo, la Abadía Retuerta ha recibido varios premios y reconocimientos a lo largo de los años que destacan su excelencia. En primer lugar y siendo uno de los más importantes es la ya mencionada Denominación de Origen Protegida de Vino de Pago. Algunos de sus premios más importantes, son:

- Premio al Mejor Vino Tinto del Mundo por su Selección Especial 2001, otorgado por la International Wine Challenge de Londres en 2005
- Estrella Michelin para el restaurante Refectorio en 2014.
- Dos Soles Repsol para el restaurante Refectorio en 2015.
- Premio al Mejor Hotel de España por TripAdvisor y la revista española Club Gourmets en 2018.
- Mejor hotel vinícola 2021.
- Mejor Destino Experiencial 2021.

- Premio Verema 2022 de sostenibilidad.
- Condé Nast Travellers' Choice 2022.
- Certificado Green Globe 2022.
- Líder de Sostenibilidad LHW, en los premios LHW al líder en sostenibilidad 2022.
- Mejor Spa Histórico de Lujo en los premios Mundiales del Lujo 2022.
- Premio Servi 2023 por el Rotary Club de Valladolid en su XXXII edición.
- Tres llaves Michelin 2024.
- Premio a mejor bodega del año 2024, en la 39º edición de los premios Guía Vinos Gourmets 2024.

Estos son algunos de los numerosos premios que le han sido otorgados a la Abadía Retuerta. Debido al espacio y al tiempo del que disponemos no mencionaré todos, pero aun así solo con los ejemplos que hemos mostrado, se evidencia claramente la importancia y magnificencia de este lugar.

3.2 Oferta enoturística de la *Abadía de Retuerta Le Domaine*

Como hemos podido observar este paraje es un complejo muy grande que alberga en su interior numerosos recursos que hacen que para los turistas sea un lugar idílico que visitar. A continuación, vamos a exponer todos los recursos que la Abadía Retuerta ofrece.¹⁷

Comenzando con el hotel, anteriormente mencionado. Un lujo sensorial, tal y como lo describen en la página web de la Abadía. Tiene un total de 27 habitaciones y 3 suites decoradas, restauradas y diseñadas con el mínimo detalle para no perder la esencia del monasterio y aun así ofrecer un alojamiento de lujo. Debido a la ubicación del hotel, todas las habitaciones disponen de unas vistas de ensueño y garantizan la tranquilidad de los clientes. “Un destino experiencial único que alberga un gran patrimonio histórico y natural para ser disfrutado con los cinco sentidos”

Las habitaciones que dispone son:

- Habitación doble clásica.
- Habitación doble clásica con jardín.
- Habitación doble superior.

¹⁷ Toda la información que a continuación se expone, está sacada y resumida de la página oficial de la Abadía Retuerta.

- Habitación doble superior twin.
- Habitación doble superior con jardín.
- Junior suite.
- Master suite.
- Master suite de dos dormitorios.

Los precios de las habitaciones varían según la estancia y las fechas, pero suele tener un coste muy elevado debido al lujo, la singularidad del lugar y la calidad que posee, además como mencionamos previamente hace poco ha conseguido las tres llaves Michelin, lo que convierte a este hotel, en un lugar más exclusivo y único.

Con la estancia en el hotel además se incluyen todos los siguientes servicios:

- Desayuno a la carta incluido.
- Servicio completo de mayordomía.
- Exclusiva selección de carta de almohadas.
- Acceso, previa reserva imprescindible, al Santuario, Centro Wellness & Spa.
- Visita histórica por la Abadía Santa María de Retuerta del siglo XII.
- Vistas a los viñedos desde todas las habitaciones.
- Uso ilimitado de bicicletas, facilidades del centro fitness y sala de yoga.
- Habitaciones insonorizadas con suelos de roble y paredes de estuco.
- Sistema de calefacción mediante capilaridad
- Sistema de control de iluminación.
- Idock de diseño Loewe.
- Bañera y duchas separadas.
- Botella de vino cortesía de Abadía Retuerta.
- Minibar.

Por otro lado, otro de los servicios más importantes que ofrece son los relacionados con la gastronomía. El hotel dispone de cinco lugares diferentes en los que poder disfrutar de la exclusiva gastronomía que se propone. En primer lugar, tenemos el restaurante Refectorio, conocido por recibir numerosos premios entre los que destaca una estrella Michelin, dos Soles Repsol y una estrella Verde. Su cocina es una mezcla entre lo clásico mezclado con lo vanguardista. Se centra en el producto de temporada, con proveedores locales y con el vino como referente. Tiene tres menús diferentes.

- **Menú Terruño** con un precio de 160€. Son interpretaciones de la cocina medieval castellana de los siglos XIV y XV. Junto con un vino de temporada con un precio de 110€.
- **Menú Origen** con un precio de 180€, también con interpretaciones de la cocina medieval castellana de los siglos XIV y XV. Acompañado de un vino de temporada valorado en 125€.
- **Menú Legado** con un precio de 200€, con interpretaciones de la cocina medieval castellana de los siglos XIV y XV. Servido junto con un vino de temporada de 140€ y Abadía Retuerta Grand Tasting valorado en 200€.



Fig 3.12. Restaurante Refectorio Abadía de Retuerta Le Domaine. Fuente: <https://www.abadia-retuerta.com/hotel-spa-valladolid-ribera-del-duero>

Por otro lado, nos encontramos con la Vinoteca. Con un estilo más formal y relajado. Un restaurante que se ubica en el antiguo almacén del monasterio, en una zona llamada La Cueva, y que hoy en día alberga la colección privada de la bodega. Es un espacio en el que puedes degustar muchas referencias de vinos. Tal y como lo describen ellos “una experiencia sencilla, ligera, pero sofisticada”.

Combina productos de mercado, del terruño y de la propia huerta que la Abadía tiene. Ofrece menús degustación hechos a medida, y maridados con una selección de vinos.

En tercer lugar, está Calicata Terruño Bar. Un espacio situado al aire libre, entre los viñedos y los pinares. Ofrece una oferta gastronómica muy ligada a los productos de la huerta, y de la zona, junto como no, con los vinos. Cuenta desde 2022 con un Sol Repsol.

Además de todos los restaurantes mencionados, se encuentra la Terraza de la Hospedería. Una terraza al aire libre rodeado de naturaleza, que combina cocina tradicional de la región con cócteles de autor. Uno de los puntos fuertes de este lugar según la página web de la Abadía Retuerta es el encanto que tiene de noche, pues se pueden observar las estrellas y el encanto del cielo en pleno valle del Duero, con un telescopio que te proporcionan.

Por último, en verano podemos encontrar abierto el Jardín del Claustro. Donde la oferta culinaria es la misma que en la Vinoteca, pero también se puede disfrutar de un desayuno a la carta. Al estar ubicada en el antiguo claustro del monasterio, la arquitectura y la naturaleza son el centro de atención.

El responsable del éxito de su cocina ahora es Ramón García, jefe de cocina del hotel. Un chef de origen castellano leonés que comenzó a formar parte de la Abadía en 2010 en el restaurante Refectorio. Gracias a él y a su equipo la gastronomía de este lugar ha recibido numerosos premios expuesto anteriormente en este trabajo.

Otro servicio importante que ofrece este complejo es el Santuario de bienestar y spa. Un lugar inaugurado en 2015, que se encuentra bajo tierra, donde antes se ubicaban las zonas caballerizas. Aunque su ubicación sea interior, la reforma del monasterio y su restauración permitieron crear diversas entradas que garantizan un 80% de luz. El agua proviene de un pozo a 120 metros de profundidad. Ocupa una extensión de más de mil metros cuadrados. Dentro de este lugar podemos encontrar diferentes escenarios:

- El Suite Spa, un espacio donde encontrar la tranquilidad y la privacidad. Cuenta con sauna, vestidor completo, baño de vapor, jacuzzi, duchas de experiencias y una zona de relax con vistas al jardín interior.
- Piscina interior, con un tragaluz que ilumina toda la sala y una cascada que permite disfrutar de la tranquilidad.
- Sala de relajación, un lugar donde poder disfrutar de aguas aromatizadas o de una infusión.

- Piscina exterior rodeada de vides y del monasterio.

Además de todos estos lugares el spa ofrece diversas experiencias. Entre ellas destaca la experiencia de SPA Sommelier, una combinación entre los vinos de Abadía Retuerta y el bienestar. Es un tratamiento inspirado en la medicina tradicional tibetana, con elementos centrales como el viento, el fuego, el agua y la tierra. Consiste en una cata de tres vinos y tres mezclas de aceites esenciales, que permitirán diseñar una experiencia a medida, acorde a las necesidades del cliente y a su estado de ánimo, tal y como se expresa en la página web.

Otra experiencia es la Cuvée especial, un ritual relajante con pindas de linos¹⁸ con todos los beneficios de las semillas de uva. El calor y la presión junto con los aceites esenciales y los efectos de la uva roja consiguen expulsar la tensión y relajar los músculos. Tiene una duración de 90 minutos y un precio de 265€.

Por último, está el Gran Cru, una experiencia que comienza por un ritual de pies y aceites esenciales continúa con una exfoliación corporal revitalizante y una nutritiva envoltura corporal antiedad. Este ritual con la Selección del Sommelier. Tiene un precio de 345€ y dura 120 minutos.

También hay rituales de masajes:

- Masajes Personalizados
- Experiencia Profunda de Relajación
- Piedras termales volcánicas
- Masaje de Cabeza Hindú
- Masaje Tailandés de Pies

Y el spa ofrece tratamientos corporales como:

- Tratamientos corporales personalizados
- Inmersión de Cítricos Natura Bissé
- Perfección corporal suiza- La Prairie
- Complementos de tratamientos (masajes, faciales, corporales)

Además hay rituales faciales:

- Ritual Infusión de Vida Diamond Experience con Natura Bissé

¹⁸ Pindas de lino: pequeños sacos de tela hechas de tejidos naturales, rellenos de hierbas aromáticas y medicinales para tratar el cuerpo.

- Hidratación Facial Swiss Perfection- La Prairie

Y por último ofrece experiencias de cuencos tibetanos como:

- Terapia de Sonido
- Ritual Vibrante Equilibrante
- Meditación - Baño de Sonido

Todas estas experiencias se pueden hacer solos o acompañados. El hotel ofrece la posibilidad de alquilar un spa suite con o sin tratamientos y también tiene clases de yoga. Por lo tanto, como podemos observar, es un lugar muy completo que ofrece a los clientes diversas opciones de disfrute para garantizar una buena estancia.

Por último, dentro de todas las actividades que ofrece este lugar, queremos destacar las experiencias únicas divididas por temáticas. En primer lugar, nos encontramos aquellas relacionadas con el vino, que son:

- Visita Abadía Retuerta
- Inmersión Enológica
- Cata Añadas Históricas
- Cata de Barricas
- Cata de Gama Completa
- Vendimia
- Aroma Lab

Por otro lado, están las actividades en torno a la sostenibilidad que son:

- Taller de flores
- Picnic en E-Bike
- Viaje en globo
- Lavanda
- Jornada Apícola
- Experiencia Estelar

También ofrece actividades en torno al *wellness* como:

- Yoga
- Cuencos tibetanos

- Gestión de estrés y bienestar personal

La Abadía propone de igual modo actividades relacionadas con la gastronomía entre las que destacan:

- Aperitivo campero
- Taller de pan
- Cata de productos en el Huerto de los Monjes
- Experiencia micológica

Y, por último, debido a la influencia que tiene este lugar del arte, al ser un monasterio del siglo XII, también tiene experiencias relacionadas con el arte como son:

- Guía por el monasterio (descubrir la arquitectura y arte de todo el complejo)
- Homenaje a los Sentidos (una experiencia sensorial en un Salón Chimenea, con vino, arte y música en directo del pianista del hotel llamado Miguel Ángel Recio).

Además de todas estas actividades, es posible elaborar planes a medida o bien disfrutar de *Experience Box*, que son cajas regalos que combinan varias actividades.

Es interesante comentar que la Abadía Retuerta ofrece la posibilidad de crear eventos corporativos, como reuniones de juntas y comités, incentivos, trabajos en equipo con experiencias exclusivas, bodas etc.

En resumen, como se puede observar es un hotel que ofrece todo lujo de detalles intentando alcanzar en todo momento la desconexión total. Intentan ofrecer al cliente una vivencia y estancia perfecta, para que no falte nada. Es por eso por lo que ha sido galardonado reiteradas veces debido a su excelencia y alta calidad.

A continuación, explicaremos la forma en la que este complejo se comunica con sus clientes.

3.3 Estrategias de marketing y promoción de la *Abadía de Retuerta Le Domaine* como destino enoturístico.

Gracias a la digitalización, la forma en las que las organizaciones o empresas en este caso la Abadía Retuerta se comunica con su audiencia, ha evolucionado. Hoy en día la comunicación de este lugar está en manos de la empresa Habitant, quien ha redefinido la experiencia digital

de los visitantes. Mediante el empleo del marketing digital, se ha logrado mejorar la interacción de los usuarios con la Abadía, creando así una experiencia más enriquecedora y atractiva.

Una de las primeras medidas que tomaron para conseguir una comunicación más eficiente fue la de mejorar la velocidad de carga, la accesibilidad de la página web y la navegación. También han creado campañas de contenido que resaltan la historia, la arquitectura y la belleza natural de la abadía en redes sociales y en blogs. Mantienen una sólida presencia en plataformas como Instagram, Facebook y X. Además, envían boletines informativos por correo electrónico a sus suscriptores para mantenerlos alerta de todas las novedades. Por último, para facilitar el acceso a la información, han instalado en lugares específicos del hotel códigos QR con contenido sobre la Abadía y con audioguías digitales para hacer recorridos autoguiados. (Habitant Redefine la Experiencia Digital de Abadía Retuerta, Campañas | Interactiva», 2022)

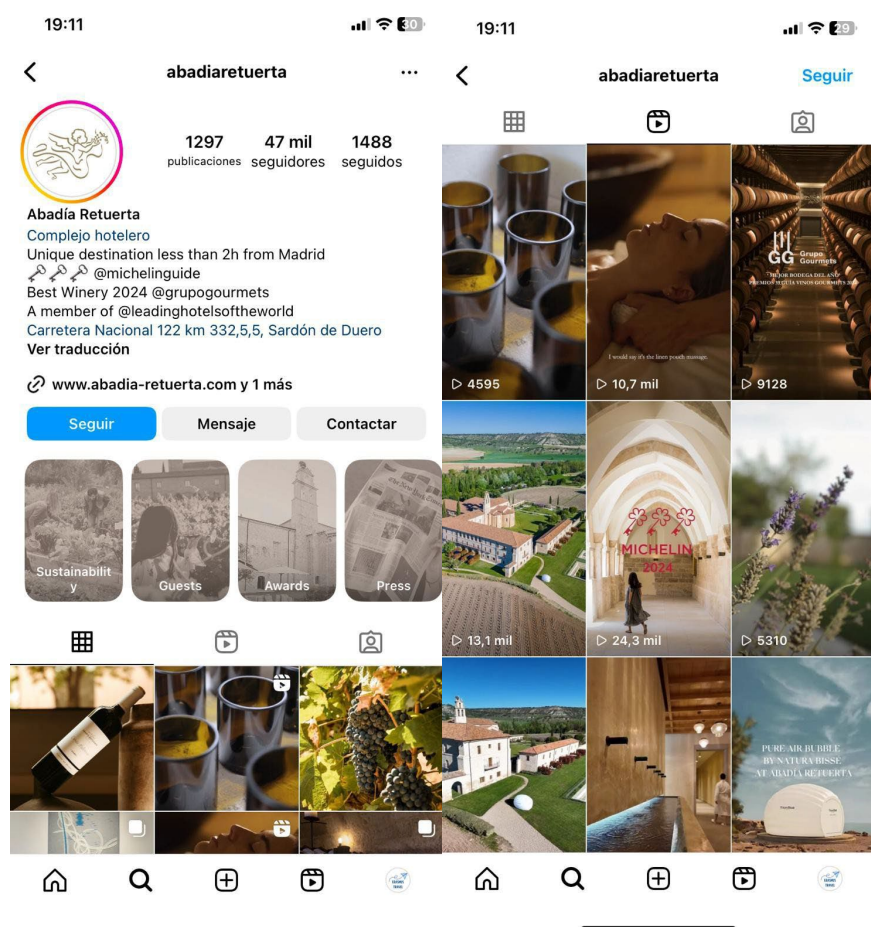


Fig 3.13. Perfil de Instagram de la Abadía de Retuerta. Fuente:

<https://www.instagram.com/abadiaretuerta?igsh=MWEwOGtsMzc1Nnhibg==>

La sostenibilidad es fundamental en sus campañas y en su promoción. La Abadía de Retuerta considera los criterios ESG (Medioambiental, Social y de Gobernanza) fundamentales para su actividad y para tener un impacto positivo en el bienestar de las personas, el entorno y la sostenibilidad del planeta. Anualmente publican un Informe de Sostenibilidad bajo los criterios establecidos por el Global Reporting Initiative (GRI) y vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. (Castilla y León Económica, 2024).

La identidad de marca es otro aspecto clave a la hora de comunicar. Este complejo se centra en resaltar la historia, el patrimonio y la calidad del vino generando en los usuarios un expectación e intriga por este lugar. Además, publica artículos y vídeos promocionales en su página web y en medios relacionados con la cultura del vino, para mantener siempre informado al cliente.

Por lo tanto, podemos decir que la combinación de todas estas estrategias, permiten a la Abadía Retuerta consolidar su reputación como destino enoturístico de primer nivel, asegurando un crecimiento sostenible y un impacto positivo en el turismo regional y nacional.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Evaluación del impacto del enoturismo en la Ribera del Duero y en la Abadía de Retuerta Le Domaine

Como hemos podido observar a lo largo de nuestro proyecto de investigación el enoturismo se consolida como una tipología de turismo cada vez más relevante y que en España, país donde hay más hectáreas dedicadas al vino en todo el mundo, supone un impacto económico, social, cultural y medioambiental importante. Según un estudio de las Rutas del Vino de España, en 2022 el número total de visitantes a las bodegas y a los museos del vino aumentó un 51.59% respecto al año anterior. Lo que representa un crecimiento del 80.85% en comparación con los datos de 2020, donde la pandemia causó grandes daños en este sector. (ACEVIN, 2022)



Fig 4.14. Resumen del estudio de ACEVIN sobre el Informe de visitantes a bodegas y museos de vino en 2022 Fuente: ACEVIN, 2022.

Castilla y León es la comunidad autónoma que más visitas recibe con un total de 474.282 en 2022, aunque hay que tener en cuenta que es la que más Rutas del Vino tiene con un total de 9. Como en este estudio nos hemos centrado en la Ribera del Duero, destacar que aporta un 60% de los turistas de toda la comunidad. Hoy en día es una zona que se ha consolidado con el tiempo como uno de los destinos vitivinícolas más visitados en España. En 2022 ocupaba el tercer lugar de las rutas más visitadas con 281.918 visitantes, por debajo de la Ruta del

Vino Rioja Alta con 313.974, y este a su vez por debajo de la Ruta del Vino y el Brandy Marco de Jerez con 333.781 visitantes. (fuente: ibid)

El hecho de que se consolide como una de las más visitadas supone una serie de consecuencias en la región que expondremos a continuación.

En primer lugar, y siendo uno de los efectos más evidentes de este tipo de turismo, interesa el impacto económico. En 2022, sólo las visitas a las bodegas y a los museos del vino, generaron en total a nivel nacional 75 millones de euros. Las bodegas fueron las que obtuvieron más beneficios. Según el estudio de ACEVIN, el impacto económico que seguiría sus estimaciones triplicaría la cifra mencionada anteriormente sobre bodegas y museos, si se tuvieran en cuenta también los gastos que el enoturista hace en alojamientos, restaurantes y otras actividades. (fuente: ibid)

Nos parece importante destacar que ha disminuido el consumo del vino en España, lo que se ha visto reflejado en un descenso del beneficio. En 2022 se vendieron 100 '7 millones de botellas de la Ribera del Duero, pero en 2023 la cifra descendió hasta 90' 6 millones. (Cisneros, 2024)

Sin duda, el enoturismo en esta zona desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico local. Las bodegas como Protos o Arzuaga Navarro han adoptado estrategias para atraer a más turistas, yendo más allá de las visitas y catas de vino tradicionales, al igual que nuestro estudio de caso La Abadía Retuerta. Al ofrecer experiencias adicionales, como alojamiento, maridajes gastronómicos o actividades culturales, estas bodegas no solo generan ingresos, sino también oportunidades de empleo para la comunidad local. Además, al distribuir el dinero en diversas actividades, se promueve la diversificación económica, lo que contribuye a la sostenibilidad y al crecimiento equitativo en la región.

Otra consecuencia del enoturismo es la desestacionalización. Aunque octubre sigue siendo uno de los meses con más visitantes, puesto que es la vendimia, cada vez son más los turistas que disfrutan de este turismo en otras temporadas, sobre todo cuando hay eventos o actividades como la Feria del Vino de Peñafiel, por ejemplo. (fuente: ibid)

Uno de los impactos que más preocupa hoy en día, es el relacionado con el medioambiente y la sostenibilidad, sin embargo, la Ribera del Duero es conocida por ser pionera en implementar prácticas sostenibles que sirven de ejemplo para el resto de las regiones. Una de las medidas principales es la gestión del agua, mediante sistemas de riego eficientes como el

goteo o el controlado. Además, recogen y utilizan las aguas pluviales, mantienen la humedad del suelo con cubiertas vegetales y ofrecen cursos de concienciación y educación para los viticultores, como el que tendrá lugar el 19 de junio en Aranda de Duero sobre “Retos de la Viticultura en el Horizonte Próximo” para que sean capaces de producir vino de la manera más respetuosa y sostenible posible. Otra medida es invertir en investigación con el fin de desarrollar nuevos sistemas de riego inteligentes. También protegen la biodiversidad y han implementado el uso de energías renovables. (Rubio, 2023)

Por último, he de mencionar que al igual que otras tipologías de turismo, el hecho de atraer visitantes de todas partes fomenta la diversidad cultural, ya que se intercambian las costumbres y las culturas de los visitantes con los locales. Además, aumenta la apreciación por la cultura vinícola.

En cuanto al impacto que tiene el enoturismo en la Abadía de Retuerta, podemos decir que es positivo. A parte de suponer como en el caso de la Ribera del Duero, un impacto económico tanto por la generación de empleo como por el propio beneficio. Un impacto social ya que la interacción entre turistas y locales, como hemos mencionado previamente fomenta la apreciación cultural. Y un impacto ambiental, que tal y como hemos expuesto anteriormente en el estudio de caso, esta bodega es una referencia para todas, puesto que fue de las primeras en promover prácticas sostenibles y en obtener premios por su buena elaboración. La Abadía de Retuerta, gracias al enoturismo, ha apostado por mantener el patrimonio cultural, es decir la abadía del siglo XII. También ha conseguido posicionarse como uno de los hoteles más lujosos de España, consiguiendo tres llaves Michelin. Además, gracias a su apuesta por la gastronomía y por los productos locales y la cocina tradicional, ha conseguido crear un restaurante de máxima calidad premiado numerosas veces.

Por lo tanto, podemos decir que el enoturismo desempeña un papel crucial en la región, y en este caso en la Abadía de Retuerta, ya que impulsa el desarrollo sostenible de las áreas rurales, supone beneficios como la creación de empleo y la generación de ingresos, además promueve la conservación del patrimonio cultural, la mejora de las infraestructuras locales y la promoción de la cultura de la zona.

4.2 Comparación con otros destinos enoturísticos en España

Como hemos visto en el punto anterior el enoturismo tiene un gran impacto en nuestro país. Para poder comparar la Ribera del Duero con otros destinos enoturísticos, primero es importante conocer cuáles son los demás y cuál es su distribución de servicios y su oferta. Con la tabla que a continuación se muestra, queremos mostrar la importancia que tiene nuestro país en este sector, para poder entender más adelante porque tenemos tantos recursos y el gran impacto que generan. (S. Faura, 2023)

Wine consumption (liters per person) Wine production (liters per person)
 Vineyard surface area (as % of country) Wine tours & tastings (per million people)
 Average cost of a bottle of wine (\$) Overall score /10

Country	Wine consumption (liters per person)	Wine production (liters per person)	Vineyard surface area (as % of country)	Wine tours & tastings (per million people)	Average cost of a bottle of wine (\$)	Overall score /10
1 Portugal	58	66	2.09%	263	\$4.31	8.83
2 Moldova	-	54	3.60%	55	\$4.37	8.16
3 Italy	39	84	2.38%	382	\$6.46	7.86
4 Spain	22	75	1.89%	243	\$5.39	7.18
5 Georgia	-	57	0.70%	211	\$5.91	7.05
6 France	37	67	1.48%	381	\$7.54	6.87
7 Hungary	-	30	0.69%	67	\$4.29	6.52
8 New Zealand	-	74	0.15%	183	\$10.00	5.97
9 Greece	21	20	0.73%	191	\$7.54	5.32
10 Chile	12	64	0.26%	220	\$5.65	5.31
11 Austria	27	26	0.57%	35	\$7.54	4.99
12 Romania	19	20	0.79%	52	\$5.42	4.67
13 Argentina	18	25	0.07%	177	\$3.00	4.47
14 Germany	23	11	0.29%	35	\$5.39	4.33
15 Australia	21	49	0.02%	293	\$11.91	4.13
16 South Africa	8	17	0.10%	263	\$4.15	4.08
17 Switzerland	30	11	-	29	\$14.14	3.19
18 United States	10	7	0.04%	80	\$13.00	1.15
19 Brazil	2	1	0.01%	14	\$8.05	0.87
20 China	1	0.3	0.08%	1	\$12.62	0.65

Fig 4.15. Posicionamiento de los países según su impacto en el enoturismo. Fuente:

<https://tecnohotelnews.com/>

Observando la gráfica 4.15, podemos decir que España ocupa el cuarto lugar, dentro de los países líderes en enoturismo, es por eso por lo que a continuación nos adentraremos en su relevancia a nivel nacional.

En este punto, para analizar los destinos españoles del turismo del vino, hemos tomado como referencia una vez más el estudio de ACEVIN, pues creemos que es bastante completo.

Rutas del Vino de España	Servicios y entidades	% entidades y servicios totales
Alicante	88	2,64%
Arlanza	77	2,31%
Arribes	82	2,46%
BierzoEnoturismo	95	2,85%
Bullas	43	1,29%
Calatayud	43	1,29%
Cariñena	45	1,35%
Cigales	72	2,16%
Garnacha	60	1,80%
Gran Canaria	63	1,89%
Jumilla	46	1,38%
La Mancha	77	2,31%
La Manchuela	116	3,48%
Lleida	68	2,04%
Madrid	126	3,78%
Marco de Jerez	107	3,21%
Méntrida-Toledo	47	1,41%
Montilla-Moriles	59	1,77%
Navarra	212	6,36%
Penedès	246	7,38%
Rías Baixas	103	3,09%
Ribera del Duero	328	9,84%
Ribera del Guadiana	86	2,58%
Rioja Alavesa	143	4,29%
Rioja Alta	161	4,83%
Rioja Oriental	80	2,40%
Ronda-Málaga	47	1,41%
Rueda	125	3,75%
Sierra de Francia	78	2,34%
Somontano	97	2,91%
Toro	70	2,10%
Txakoli	17	0,51%
Utiel-Requena	56	1,68%
Valdepeñas	81	2,43%
Yecla	38	1,14%
Zamora	53	1,59%

Fuente: Elaboración propia ACEVIN

Fig 4.16. Oferta de los servicios turísticos según las diferentes Rutas del Vino en España

Fuente: ACEVIN, 2022.

En la figura 4.16 podemos observar que son muchas las Rutas del Vino de España, y que como se ha mencionado en este estudio previamente la Ribera del Duero es una de las más importantes con un 9.84% del total de los servicios que ofrece nuestro país de turismo del vino.

Comunidad Autónoma	Rutas	Visitantes	% Var. Visitantes
Castilla y León	9	474.282	69,4 %
Andalucía	3	370.740	73,7 %
Aragón	4	352.261	10,0 %
La Rioja	2	315.636	96,4 %
Cataluña	2	291.451	39,6 %
País Vasco	2	240.461	143,6 %
Comunidad Valenciana	2	118.984	39,7 %
Galicia	1	103.788	43,2 %
Murcia	3	70.609	48,1 %
Madrid	1	67.484	15,8 %
Castilla - La Mancha	4	31.448	118,7 %
Navarra	1	17.709	-72,5 %
Canarias	1	16.228	228,2 %
Extremadura	1	16.163	38,8 %
Total	36	2.487.244	51,6 %

Fig 4.17. Número de visitantes según las diferentes Rutas del Vino en España Fuente: ACEVIN, 2022.

Otra de las variables que analiza este estudio son las visitas a las bodegas y a los museos del vino. En primer lugar, analiza el número de visitantes, siendo Castilla y León la comunidad líder, aunque sin embargo no es la que más ha aumentado exponencialmente. Canarias, con tan solo una Ruta del Vino, ha aumentado sus vistas en un 228 '2%, liderando el podio en todo el país como la comunidad autónoma que ha experimentado un crecimiento mayor. Otro factor que llama nuestra atención es que Navarra, que posee solo una ruta, es la única comunidad autónoma que ha disminuido su porcentaje de visitas en un - 72 '5%.

Ruta	Internacional	Nacional	Total
Alicante	20.097	28.374	48.471
Arlanza	2.958	72.073	75.031
Arribes	46	2.551	2.597
BierzoEnoturismo	1.610	5.824	7.434
Bullas	2.740	13.312	16.052
Calatayud	14.933	214.069	229.002
Carifena	470	11.331	11.801
Cigales	644	8.325	8.969
Garnacha	14.739	40.719	55.458
Gran Canaria	10.785	5.443	16.228
Jumilla	15.549	34.667	50.216
La Mancha	1.004	17.545	18.549
La Manchuela	122	3.900	4.022
Lleida	1.866	26.892	28.758
Madrid	22.520	43.517	66.037
Marco de Jerez	57.251	276.530	333.781
Méntrida-Toledo	27	2.287	2.314
Montilla-Moriles	3.359	15.927	19.286
Navarra	3.123	14.624	17.747
Penedès	103.102	164.407	267.509
Rías Baixas	18.787	84.986	103.773
Ribera del Duero	44.697	237.174	281.871
Ribera del Guadiana	162	16.002	16.164
Rioja Alavesa	69.763	164.236	233.999
Rioja Alta	64.696	249.279	313.975
Rioja Oriental	113	1.549	1.662

Ruta	Internacional	Nacional	Total
Ronda-Málaga	3.959	13.141	17.100
Rueda	1.671	34.346	36.017
Sierra de Francia	231	3.264	3.495
Somontano	16.797	39.198	55.995
Toro	2.116	56.346	58.462
Txakoli	153	6.207	6.360
Utiel-Requena	6.053	64.461	70.514
Valdepeñas	159	6.384	6.543
Yecla	1.286	3.055	4.341
Zamora	106	229	335
Total	507.694	1.982.174	2.489.868

Fuente: Elaboración propia ACEVIN

Fig 4.18. Procedencia de los visitantes de las Rutas del Vino de España.

Fuente: ACEVIN, 2022.

Otra variable que estudia ACEVIN, es la procedencia de los visitantes según su nacionalidad. Tal y como muestra la figura 18, aunque Marco de Jerez, la Rioja Alta y la Ribera del Duero son como ya sabemos las más visitadas, es la Ruta del Vino de Penedés la que acoge a un mayor número de turistas internacionales, un total de 103.102 visitantes, seguida de la Rioja Alavesa con 69.763. Una diferencia bastante notoria. Creemos que este factor se debe a la ubicación de la primera, pues está situada cerca de la frontera con Francia por el lado de Cataluña y porque está cerca de Barcelona, una de las ciudades más visitadas del país.

La Ruta del Vino de Méntrida-Toledo es la menos visitada por turistas internacionales y la Ruta del Vino de Zamora la menos visitada por turistas nacionales y a nivel general si tenemos en cuenta los visitantes de ambas procedencias.

Evolución ingresos totales (2021-2022)

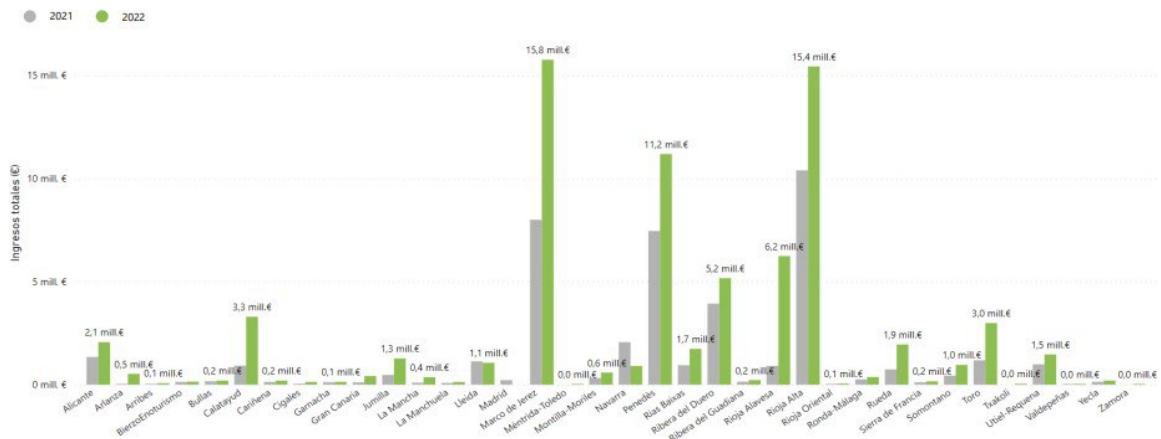


Fig 4.19. Evolución de los ingresos totales de las Rutas del Vino de España.

Fuente: ACEVIN, 2022.

En cuanto al impacto económico era de esperar que las rutas más visitas fueran las que más dinero recaudaran. Sin embargo, aunque Marco de Jerez y Rioja Alta sí cumplen con las expectativas, la Ribera del Duero ocupa el quinto lugar, por debajo de las mencionadas anteriormente, y de la ruta de Penedés y de la ruta de la Rioja Alavesa.

Como conclusión, podemos decir que el turismo vinícola, genera un impacto significativo en todo el país, al igual que en la Ribera del Duero, a nivel económico, cultural, social y medioambiental. Al posicionarnos como uno de los países con más enoturismo, damos a entender que es un sector muy importante, que sabemos que genera mucho beneficio y que hay que mantener. Para ello hay que tener en cuenta todas las consecuencias que produce y apostar por mejorar el sector de la manera más sostenible y segura posible para asegurar un turismo del vino de calidad.

CONCLUSIONES

Tras la realización del trabajo sobre el enoturismo en la Ribera del Duero, analizando como estudio de caso al complejo de Abadía Retuerta Le Domaine, hemos identificado las claves del éxito de esta tipología de turismo en concreto en la región estudiada, así como su impacto económico, cultural y medioambiental.

El enoturismo se posiciona como una tipología de turismo en auge, que cada vez adquiere más importancia y más éxito. La colaboración entre bodegas, autoridades locales, operadores turísticos y la población es crucial para crear una oferta enoturística atractiva y bien coordinada. Además las infraestructuras de calidad, que incluyen tanto las bodegas, como servicios turísticos, como transporte o servicios de gastronomía, conforman una sólida base que sirve para proporcionar a los visitantes una experiencia satisfactoria, haciendo del turismo vinícola todo un éxito entre los turistas que lo experimentan.

La Ribera del Duero se ha consolidado como uno de los destinos principales de España en cuanto a turismo del vino se refiere. Factores como su gran historia vitivinícola, la calidad de sus vinos y la diversidad de su oferta turística, han hecho que se posicione como una zona enoturística con mucha relevancia. La Denominación de Origen Ribera del Duero garantiza la calidad de los vinos y un prestigio, que motiva a los turistas de todo el mundo a conocer este lugar, sus bodegas, la forma en la que se hace el vino y otros factores turísticos que completan la experiencia.

En concreto, hemos podido mostrar el éxito del enoturismo con la Abadía Retuerta Le Domaine. Un lugar que destaca por su enfoque en la exclusividad y la alta calidad de sus servicios. Que ofrece una tipología de vino de mayor calidad, centrándose en los Vinos de Pago, lo que hace que adquiera un mayor renombre que el que le podría dar la Denominación de Origen Ribera del Duero. Su oferta aparte de lo relacionado con el vino y común a todas las bodegas como son las catas de vino o los maridajes, incluye experiencias de todo tipo centradas en la salud, el bienestar personal y la relajación dentro de un entorno histórico y culturalmente rico. Su estrategia principal de marketing es la diferenciación, promociona su calidad, su historia y el entorno que tantas posibilidades ofrece al visitante. Esta forma de venderse ha logrado atraer a un segmento de turistas de alto poder adquisitivo, consiguiendo que sea un lugar único y exclusivo.

Una vez estudiado acerca del enoturismo, la Ribera del Duero y el estudio de caso, hemos podido comprobar que esta tipología de turismo genera un impacto en esta zona, económico, cultural y medioambiental significativo. Fomenta el empleo local, genera importantes ingresos, colabora al mantenimiento y la promoción de las tradiciones locales, el patrimonio cultural y la historia vitivinícola. Además, fortalece la identidad regional. También, colabora al desarrollo sostenible con la implantación sobre todo en las bodegas de sistemas de cultivo respetuosos con el medio ambiente.

Aunque existen otros destinos enoturísticos en España con bastante importancia, la Ribera del Duero y en concreto la Abadía Retuerta Le Domaine, ofrecen una experiencia única, garantizando una calidad de vino, una riqueza histórica y una amplia oferta, haciendo que lidere como destino enoturístico en nuestro país. Es una zona que ha sabido aprovechar sus fortalezas y oportunidades de manera efectiva, diferenciándose de su competencia.

Por lo tanto, el estudio confirma que la combinación de factores como la calidad, la historia, las infraestructuras, y las estrategias de promoción y comunicación han sido efectivas para garantizar el éxito de la Ribera del Duero. La Abadía Retuerta Le Domaine, muestra cómo implementando las mejores prácticas, y con la personalización y diferenciación, se puede satisfacer a un segmento del mercado muy exigente y concreto. Este estudio puede servir de guía para que otras regiones vitivinícolas mejoren su potencial enoturístico .

Por último quiero incluir que para mí este trabajo ha supuesto una fuente de conocimiento y entendimiento de un mundo que para mí siempre ha sido muy llamativo. Además me ha ayudado a comprender mejor los puntos turísticos fuertes que tiene esta zona, en la que yo como he mencionado anteriormente vivo, y quién sabe quizás en un futuro me será muy útil tanto personal como laboralmente hablando. Este trabajo ha sido posible gracias a la investigación en materia enoturística y al apoyo de Esther, mi tutora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y WEBGRAFÍA

ABADIA RETUERTA – DIVINO RIBERA. (s. f.-b).

<https://divinoribera.com/vinos/todos/ribera-del-duero/abadia-retuerta/>

Abadía Retuerta: Hotel Bodega Restaurante & SPA en Valladolid. (s. f.-b).

<https://www.abadia-retuerta.com/>

ACEVIN (2023) *Análisis de la demanda turística Rutas del Vino de España*. Fuente:

<https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2023/10/informe-analisis-perfil-de-la-demanda-2023.pdf>

ACEVIN (2022) *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino*. Fuente:

<https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2023/06/informe-visitas-a-bodegas-y-museos-rve-2022.pdf>

Administrador. (2021, 3 septiembre). *5 finalistas optan al Premio a la Innovación Bodegas Emilio Moro 2021* - Emilio Moro. Emilio Moro.

<https://www.emiliomoro.com/5-finalistas-optan-al-premio-a-la-innovacion-bodegas-emilio-moro-2021/>

Abadía Retuerta - Vino de la tierra de Castilla y León. (s. f.).

<https://www.vinosribera.com/es/bodegas-y-marcas/abadia-retuerta>

Alicante, C. (2021, 16 marzo). *Bodegas Portia galardonada con 3 premios Mundus Vini - CODILE · Distribuidor de bebidas y alimentación en Alicante*. CODILE · Distribuidor de Bebidas y Alimentación En Alicante.

<https://www.codile.es/bodegas-portia-galardonada-con-3-premios-mundus-vini/>

Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958). Fuente: <https://www.wipo.int/wipolex/es/text/280424>

Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. (s. f.). <https://www.wipo.int/treaties/es/registration/lisbon/>

Asociación - ACEVIN - Asociación Española de Ciudades del Vino. (s. f.-b).

<https://acevin.es/asociacion>

Begoña Cisneros (2024, 12 enero). *Vinos Ribera del Duero: 10 millones de botellas menos vendidas en 2023*.

<https://www.diariodelaribera.net/hemeroteca/economia/vinosriberadelduero10millonesdebote11asmenosvendidasen2023/>

Bodegas Durón Ribera del Duero Vinos Crianza y Reserva. (s. f.).

<https://www.solardesamaniego.com/bodegas-duron>

Bodega en Ribera del Duero | Bodega Bela. (2021, 23 diciembre). Bela.

<https://bodegabela.com/bodega/>

Bodegas Protos. (2024, 25 marzo). *Historia* - Bodegas Protos.

<https://www.bodegasprotos.com/es/historia/#:~:text=El%20Origen,de%20elaborar%20el%20mejor%20vino.>

Bodegas Rippa Dorii. (2022, 30 marzo). *Historia de los vinos de Ribera del Duero - Bodegas Rippa Dorii - Vinos de D.O. Ribera de Duero - Vinos de D.O. Rueda*. Bodegas Rippa Dorii - Vinos de D.O. Ribera de Duero - Vinos de D.O. Rueda.

<https://www.rippadorii.es/historia/denominacion-origen-ribera-de-duero/historia-de-los-vinos-de-ribera-del-duero/>

Bodegas Vitulia. (2016, 15 mayo). *D.O. Ribera del Duero y D.O. Rueda* - Bodegas Vitulia.

<https://bodegasvitulia.com/es/d-o-ribera-del-duero-y-d-o-rueda/>

CATA DEL VINO (2023, 9 de Mayo):catadelvino/blog, Disponible en:

<https://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/como-define-el-enoturismo-la-organizacion-mundial-del-turismo#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20la%20Organizaci%C3%B3n,el%20vino%20en%20una%20regi%C3%B3n>

Cavero, J. (2023, 29 mayo). *Cuota de mercado* - mentorDay WikiTips. mentorDay WikiTips.

<https://mentorday.es/wikitips/cuota-de-mercado/#:~:text=La%20cuota%20de%20mercado%20en%20valor%20se%20refiere%20al%20valor,total%20de%20productos%20vendidos%20en>

Castilla y León Económica. (2024, 4 enero). *Abadía Retuerta desarrolla una estrategia de RSC, con medidas para promover la sostenibilidad y el apoyo a colectivos desfavorecidos*.

<https://www.castillayleoneconomica.es/abadia-retuerta-desarrolla-estrategia-rsc-medidas-sostenibilidad/>

Cayuela, M. J. (s. f.). *Finca Villacreces, premio a la mejor empresa sostenible*.

<https://www.casagourmet.es/blog/finca-villacreces-premio-a-la-mejor-empresa-sostenible/>

Chavez, J. (2023b, marzo 13). *Ceupe*. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/enoturismo.html>

Commerce, A. (2021, 13 octubre). *Qué es el maridaje de vino y algunas ideas para disfrutarlo*. Gastronomía Palacio.

<https://gastronomiapalacio.com/blogs/novedades/que-es-el-maridaje-de-vino-y-algunas-ideas-para-disfrutarlo>

Ceupe, A. (2023, 13 marzo). Ceupe. *Ceupe*. <https://www.ceupe.com/blog/enoturismo.html>

Cvne. (2023, 16 noviembre). *Bela 2021, único Ribera del Duero en el top 100 de Wine Spectator* | Bela. Bela.

<https://bodegabela.com/noticias/bela-2021-unico-ribera-del-duero-en-el-top-100-de-wine-spectator/#:~:text=Wine%20Spectator%20%7C%20Bela-,Bela%202021%2C%20%3%BAnico%20Ribera%20del%20Duero%20en.top%20100%20de%20Wine%20Spectator&text=Tenemos%20el%20placer%20de%20comunicarles.prestigiosa%20revista%20americana%20Wine%20Spectator.>

Db. (2022, 31 agosto). *La DO Ribera del Duero crece en volumen y valor en el mercado*. Diario de Burgos.

<https://www.diariodeburgos.es/noticia/z81e96ba9-fa39-4106-9988fb6cd5e95424/2022-08/la-do-ribera-del-duero-crece-en-volumen-y-valor-en-el-mercado>

De España, G. P. (2022, 14 julio). *Abadía Retuerta logra la máxima distinción regulada en la Ley del Vino: la Denominación de Origen Protegida de Vino de Pago*. Grandes Pagos de España. <https://grandespagos.com/2022/06/07/abadia-retuerta-vino-de-pago/>

De la Torre, G. M. V. (s/f). *LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y LAS RUTAS DEL VINO EN ESPAÑA: UN ESTUDIO DE CASO*. Udc.es. Recuperado el 24 de abril de 2024, de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12152/ROTUR_5_2012_art_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De la Fuente, R., & Manuel, C. (2009). Poder regio y dominios monásticos en la Ribera del Duero (s. XI-XIV). *Biblioteca: Estudio E Investigación*, 24, 169-186.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3296443.pdf>

Del Vino Ribera del Duero, R. (2024, 23 enero). Románico en la Ruta del Vino Ribera del Duero: 4 curiosidades que no sabías. *Ruta del Vino Ribera del Duero*.

<https://www.rutadelvinoriberadelduero.es/es/blog/2024/01/23/romanico-la-ruta-del-vino-ribera-del-duero-4-curiosidades-no-sabias>

De Galicia, L. M. (2017b, marzo 14). *¿Qué es el Maridaje y por qué está tan de moda? - Los Montes de Galicia*. Los Montes de Galicia.

<https://losmontesdeg Galicia.es/maridaje-esta-tan-moda/>

Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas y Especialidades Tradicionales Garantizadas. (s/f).

Gob.es. https://administracion.gob.es/pag_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/inicio-gestion-cierre/derechos/denominaciones-origen.html

Descubre nuestras experiencias únicas | *Abadía Retuerta*. (s. f.).

<https://www.abadia-retuerta.com/experiencias-unicas>

DOP e IGP - ITACyL Portal Web. (s. f.). *ITACyL Portal Web*.

<https://www.itacyl.es/calidad-diferenciada/dop-e-igp#:~:text=%C2%BF0u%C3%A9%20diferencias%20hay%20entre%20una,en%20la%20misma%20zona%20geogr%C3%A1fica.>

El Instituto. (s. f.-b). *Enoturismo de España*. <https://enoturismodeespana.org/el-instituto/>

El mosaico de Baco |. (s. f.). <https://elmosaicodebaco.com/en/el-mosaico-de-baco-english/>

Emesa. (2022, 18 febrero). *¿Qué es el enoturismo? Las mejores experiencias en bodegas de La Rioja*. Bodegas Altanza.

<https://bodegasaltanza.com/que-es-el-enoturismo-las-mejores-experiencias-en-bodegas-de-la-rioja/>

Enoturismo: principales destinos del mundo en 2023 (2024, 15 febrero). Statista.

<https://es.statista.com/estadisticas/1292749/principales-destinos-de-enoturismo-del-mundo/>

“España es líder mundial en superficie de viñedo y ocupa el tercer puesto como productor mundial de vino”. (2023, 25 julio). DUPO - Diario de la Universidad Pablo de Olavide.

<https://www.upo.es/diario/cursos-verano/2023/07/espana-es-lider-mundial-en-superficie-de-vinedo-y-ocupa-el-tercer-puesto-como-productor-mundial-de-vino/#:~:text=Curso%20de%20Verano-,%E2%80%9CEspa%C3%B1a%20es%201%C3%ADder%20mundial%20en%20superficie%20de%20vi%C3%B1edo%20y%20ocupa.como%20productor%20mundial%20de%20vino%E2%80%9D>

Esteban Díez, G. (2022) *ENOTURISMO EN LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RIBERA DEL DUERO. ESTUDIO DE CASO BODEGAS DOMINIO DE CAIR*. Universidad de Valladolid.

Fernández, E. M. (2012). *TURISMO DEL VINO: UNA APROXIMACIÓN A LAS BUENAS PRÁCTICAS*. *Turismo y Desarrollo Local*, 12.

<https://www.eumed.net/rev/turydes/12/tff.pdf>

Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism, Management, Development and Destinations*. Nueva York: Cognizant Communication Corporation.

Gómez, V. (2024b, abril 25). *Abadía Retuerta DOP, mejor bodega del año 2024*. Castilla y León Económica.

<https://www.castillayleoneconomica.es/abadia-retuerta-mejor-bodega-2024/#:~:text=Abad%C3%ADa%20Retuerta%20DOP%2C%20mejor%20bodega%20del%20a%C3%B1o%202024,-Por%20la%20Gu%C3%ADa&text=La%20bodega%20Abad%C3%ADa>

[ADa%20Retuerta%20se.profesionales%20del%20sector%20vin%C3%ADcola%20espa%C3%B1ol.](https://www.ada.com/retuerta/se-profesionales-del-sector-vino-c3%ADcola%20espa%C3%B1ol)

Habitant redefine la experiencia digital de Abadía Retuerta, Campañas | Interactiva. (2022, 10 enero). InteractivaDigital.com.

<https://interactivadigital.com/campanas-de-marketing-digital/habitant-redefine-la-experiencia-digital-de-abadia-retuerta/>

Hernández, R. (2017). Rutas del Vino de España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible. *Revista AMBITUS*, 30(118), 40-49.

<https://www.rutasdelvinorioja.com/wp-content/uploads/2023/02/Guia-practica-turismo-sostenible.-Rutas-del-Vino-de-Espana-.pdf>

Hosteltur. (2018, 22 agosto). *El perfil del enoturista en España*. Hosteltur.

https://www.hosteltur.com/115199_perfil-enoturista-espana.html

Jorge. (2020, 3 noviembre). *La Pirámide de clasificación de los vinos en España*. BdelVino.

<https://www.bdelvino.com/2020/09/29/piramide-clasificacion-vinos-espana/>

Lara, L. S. (2023, 17 abril). *15 conceptos de enoturismo que debes aprender antes de tu próximo viaje de vino*. El Español.

https://www.elespanol.com/cocinillas/vinos/20230417/conceptos-enoturismo-debes-aprender-proximo-viaje-vino/756924375_0.html

León, F. (2022, 7 noviembre). *Conoce los 4 tipos de enoturistas según Maria Alebaki*.

Fernando León - Consultor SEO Local.

<https://www.fernando-leon.com/conoce-los-distintos-tipos-de-enoturistas/>

López-Guzmán, T., Rodríguez García, J., & Vieira Rodríguez, Áurea. (2013). *Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España*. *Cuadernos de Turismo*, (32), 171–188. Recuperado a partir de

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/177511>

López, V. (2021, 28 junio). *Diferencias entre DO, DOP y DOCa en vinos*. El Coto.

<https://www.elcoto.com/blog/diferencias-denominaciones-origen-do-dop-vinos/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20vinos%20con,su%20tipicidad%20y%20su%20calidad>

Los viñedos de bodegas Portia. (s. f.). <https://www.bodegasportia.com/es/vinedos>

Martínez del Vas, G., Beltrán Bueno, M. Ángel ., & Rubia Albert, L. (2021). *LA GENERACIÓN DE DESTINOS BASADOS EN EXPERIENCIAS ENOTURÍSTICAS PARA EL SEGMENTO FAMILIAR*. *Cuadernos de Turismo*, (48), 243–276.

<https://doi.org/10.6018/turismo.492761>

Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P., & Sánchez-García, E. (2023). Vino, Turismo y COVID-19: El impacto de la COVID-19 en las Rutas del Vino de España. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 83-97.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.006>

Mateo&Co, P. (2024, 29 abril). *ABADÍA RETUERTA, UNO DE LOS 5 ÚNICOS HOTELES DE ESPAÑA EN RECIBIR LAS TRES LLAVES MICHELIN* - Mateo&Co. Mateo&Co.
<https://www.mateoandco.es/2024/04/29/abadia-retuerta-uno-de-los-5-unicos-hoteles-de-espana-en-recibir-las-tres-llaves-michelin/>

Mejoresvinosdelmundo. (2020, 7 junio). -. Mejoresvinosdelmundo.
<https://mejoresvinosdelmundo.com/vinos-de-pago-maxima-distincion-de-los-vinos-de-espana/>

Monasterio de Santa María de Retuerta. (s. f.). Portal de Turismo de la Junta de Castilla y León.
<https://www.turismocastillayleon.com/es/arte-cultura-patrimonio/monasterios/monasterio-santa-maria-retuerta>

Noticias y actualidad de Finca Villacreces. (s. f.). *Finca Villacreces*.
<https://www.villacreces.com/noticias>

Plaza, P. P. J. (s/f). *El marco legislativo del guía de enoturismo*. Uva.es. Recuperado el 24 de abril de 2024, de
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/57789/TFG%202026.pdf?sequence=1>

Pérez, L. P. (2018, 24 enero). *Abadía Retuerta Le Domaine en Sardón de Duero, mejor hotel de España según Tripadvisor*. El Norte de Castilla.
<https://www.elnortedecastilla.es/castillayleon/hotel-abadia-retuerta-20180123130304-nt.html>

RECURSOS NATURALES | turismoalbuena. (s. f.). Turismoalbuena.
<https://turismoalbuena.wixsite.com/misitio/recursos-naturales>

Redacción. (2018, 1 junio). *Dos medallas de oro para Durón Reserva 2010*. De Vinos.
<https://de-vinos.es/2018/06/01/dos-medallas-de-oro-para-duron-reserva-2010/>

Reforma de Cluny | románico. (s. f.).
<http://romanico.iguadix.com/node/16#:~:text=La%20%20C3%B3rden%20de%20Cluny%20es,cre%20en%20el%20a%C3%B1o%2010.&text=Esta%20reforma%20viene%20da%20por,reglamento%20de%20la%20vida%20monacal.>

- Retuerta, A. (2023, 15 febrero). *Abadia Retuerta on LinkedIn: ¡Ya tenemos a los ganadores de los Premios Verema 2022!*
https://www.linkedin.com/posts/abadia-retuerta_va-tenemos-a-los-ganadores-de-los-premios-activity-7031577853360058368-Omv9/?originalSubdomain=es
- Romero, R. H. (2017). Rutas del Vino en España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible. *Ambienta: La Revista del Ministerio de Medio Ambiente*, 118, 40-49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5898274>
- Rubio, N. (2023, 3 diciembre). *SOSTENIBILIDAD EN RIBERA DE DUERO. VINO SOSTENIBLE.*
<https://vinosostenible.com/denominacion-origen/ribera-de-duero/sostenibilidad-do-ribera-duero/>
- Sonia Faura. (2023, 12 julio). Radiografía del enoturismo, una experiencia que se consolida en España. *TecnoHotel*.
<https://tecnohotelnews.com/2023/07/enoturismo-experiencia-analisis-espana/#:~:text=En%20este%20estudio%20se%20puede,para%20los%20amantes%20del%20enoturismo.&text=Un%20turismo%20que%20en%202022.alcanzar%20las%20cifras%20de%202019.>
- Suelos | Ribera del Duero. (s. f.). <https://www.riberadelduero.es/la-do-ribera-del-duero/suelos>
- RotaryClubAdmin. (s. f.). *Premio Servir 2023: Abadía retuerta*. Rotary Club Valladolid.
<https://rotaryclubvalladolid.com/premio-servir-2023-abadia-retuerta/>
- Sun, Y., & Drakeman, D. L. (2020). *Measuring the carbon footprint of wine tourism and cellar door sales*. *Journal Of Cleaner Production*, 266, 121937.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121937>
- Tortorelli, C. E. (2010). *INDICACIONES GEOGRÁFICAS y DENOMINACIONES DE ORIGEN: PROPIEDAD INTELECTUAL EN PROGRESO*. *Revista Chilena de Derecho*, 37(2). <https://doi.org/10.4067/s0718-34372010000200002>
- Vázquez, C. (2024, 5 abril). Tipos de catas de vino que existen - Blog Vinopremier. *Vinopremier*. <https://vinopremier.com/blog/tipos-de-catas-de-vino-que-existen/>
- Unbuenvino. (2021, 13 agosto). *¿Qué es un vino de Pago?* Un Buen Vino.
<https://unbuenvino.com/2018/03/que-es-un-vino-de-pago/>
- Un nuevo estudio de ACEVIN actualiza el perfil del enoturista de las Rutas del Vino de España - ACEVIN - Asociación Española de Ciudades del Vino. (s. f.).
<https://acevin.es/un-nuevo-estudio-de-acevin-actualiza-el-perfil-del-enoturista-de-las-rutas-del-vino-de-espana>

Urbipedia. (2024b, febrero 20). *Monasterio de Santa María de Retuerta (Sardón de Duero)* - Urbipedia - Archivo de Arquitectura. Urbipedia.

https://www.urbipedia.org/hoja/Monasterio_de_Santa_Mar%C3%ADa_de_Retuerta%28Sard%C3%B3n_de_Duero%29

Wine Routes of Spain - The wine like you've never experienced it. (2024, 1 abril). Rutas del Vino España. <https://wineroutesofspain.com/en/home-en/>

Wine Tourism, visit the Emina Rueda winery and Ribera del Duero - Emina. (2022, 24 febrero). Emina. <https://emina.es/en/wine-tourism/>