



Trabajo Fin de Grado

El enoturismo en la Rioja Alta: el caso de Bodegas RODA

Autora

Soraya Meinema Bilbao

Directora

Pilar Gómez Carrillo



Escuela de turismo universitaria de Zaragoza

2014

ÍNDICE

1. Introducción	3
1.1. Presentación del proyecto y objetivos	3
1.2. Metodología	4
2. Marco teórico	5
3. Enoturismo en Europa.....	9
4. Enoturismo en España.....	11
5. Enoturismo en La Rioja	15
5.1. Ruta del vino de La Rioja Alta	17
5.2. Actuaciones de la comunidad autónoma	20
5.3. Museo de la cultura del vino Vivanco.....	23
6. Bodegas Roda.....	24
6.1. Historia y vinos	24
6.2. Actividades enoturísticas.....	25
6.3. Propuestas enoturísticas	30
7. Conclusiones	31
8. Bibliografía.....	33
ANEXOS	37
ANEXO 1.....	38
ANEXO 2.....	42

1. Introducción.

1.1. Presentación del proyecto y objetivos

La importancia del sector del vino es indudable, según datos de OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), Europa encabeza el ranking mundial en hectáreas dedicadas a la plantación de vides, España ocupa el primer puesto (datos hasta 2012). No obstante, la tendencia es a disminuir la cantidad de hectáreas, al contrario de lo que ocurre en otras zonas vinícolas como Estados Unidos, China y Chile. España fue el tercer productor de vino mundial en el año 2012 después de Francia e Italia

El turismo ha sido el motor de la economía española desde hace años, al igual que el vino, reconocido a nivel mundial; ambos sectores despiertan el interés de curiosos, turistas y especialistas del sector, más aún cuando se unen en el enoturismo.

El interés por el vino y por la cultura que lo rodea ha existido desde la época de los romanos. Sin embargo, no es hasta hace unos años cuando comienza a tener un papel importante en el turismo y cuando los propios turistas se identifican a sí mismos como enoturistas. A pesar de este avance, todavía queda mucho por hacer, por investigar y por mejorar.

En este trabajo se hace un estudio del enoturismo en La Rioja Alta, explicando en qué consiste una Ruta del Vino, desde niveles europeos a niveles regionales con el ejemplo de La Rioja Alta, el Museo de la Cultura del Vino: Vivanco y con el caso de Bodegas Roda, estudiando los productos que ofrecen y aportando ideas para mejorar el escenario del enoturismo en la bodega.

Debido a mis raíces familiares en La Rioja he convivido con el mundo del vino desde que era pequeña, de modo que siempre he visitado bodegas, visto tractores y oído conversaciones acerca de las diferentes labores que se realizan en el campo y en las bodegas. Conforme he ido creciendo mi interés por el vino ha aumentado, interesándome por las diferencias entre vinos, las distintas denominaciones de origen y todo lo que rodea al mundo del vino.

Desde septiembre de 2013 a junio de 2014 realicé un curso académico en Krems an der Donau, famosa región vinícola en el norte de Austria. Allí pude observar diferentes formas de entender el vino, a la vez que una diferencia en la percepción de la gente con respecto al vino y a su cultura.

1.2. Metodología

Para la realización de este trabajo he utilizado tanto fuentes primarias, observación y entrevistas, como fuentes secundarias, artículos, libros y otra documentación.

La realización de prácticas en Bodegas RODA en el periodo 1 de julio de 2014, hasta 15 de septiembre de 2014 me aportó conocimientos sobre el mundo de las bodegas y el proceso del vino, a la vez que aprendí y colaboré en las actividades enoturísticas que ahí se realizan. Desde el 1 de octubre de 2014 me encuentro trabajando en la misma bodega, guiando tours y realizando catas. Mediante la observación diaria y las diversas conversaciones con los trabajadores y personal responsable de las actividades de enoturismo, consigo realizar un análisis de las actividades que se llevan a cabo en la actualidad y unas propuestas para actuaciones futuras.

Para obtener información acerca de Las Rutas del Vino de España y de La Ruta del Vino de La Rioja Alta, mantuve conversaciones vía correo electrónico con la técnico responsable de La Ruta del Vino de La Rioja Alta, Damaris Tobía, y con Rosario Hernández, técnico responsable de la Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN); la información obtenida se detalla a lo largo del trabajo¹.

La utilización de fuentes secundarias ha sido esencial a la hora de avanzar y entender mejor el funcionamiento del enoturismo. Por un lado, la procedente tanto de artículos académicos, como de prensa y otras publicaciones, así como la información obtenida de las páginas web de diversas bodegas y otras instituciones.

¹ El contenido literal de los correos electrónicos se recoge en el Anexo 1

2. Marco teórico

El vino ha dejado de ser visto simplemente como algo para disfrutar y se ha convertido en una experiencia, desde que está en el viñedo hasta que sale de las bodegas embotellado.

Según Carlsen (2004) los destinos turísticos ven en el enoturismo beneficios más allá que los producidos en las propias bodegas, pero también generan problemas o actitudes no muy deseadas por las bodegas, como son los turistas que solo están interesados en beber vino gratuito en vez de estar interesados en el proceso que sigue el vino o en actividades más educacionales.

El enoturismo es una experiencia única en la que el turista se involucra desde el comienzo del viaje en la toma de decisiones. La nueva situación en el mundo del turismo y las nuevas exigencias del turista hacen que las empresas tengan que reorientar su estrategia. El turismo de experiencias es una de las nuevas corrientes, en las que competir con bajos precios ya no es lo primordial, lo importante es diferenciarse y crear un producto de calidad.

La secretaría de Estado de Turismo² también se involucra en la gestión de experiencias, dividiéndolas en tres Clubs de Producto: Rutas del Vino, Estaciones Náuticas³ y Saborea España⁴. El Club de Producto Rutas del vino tiene como tema principal el vino junto con la gastronomía y la cultura. Estos tres aspectos unidos al turismo rural conforman una oferta amplia en el mundo rural, incrementando la llegada de turistas a estas regiones

Para centrar el concepto de enoturismo nos hemos decantado por la definición de la Carta Europea del enoturismo (2005, p.2) realizada por la Red Europea de las Ciudades del Vino (RECEVIN) y elaborada por VINTUR en los siguientes términos:

“Por enoturismo se entiende el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio”

² <http://www.tourspain.es/es-es/DesarrolloSostenibilidad/Paginas/RedesAgencias.aspx>

³ Consiste en la integración de la oferta deportiva náutica con los demás productos turísticos, diseñando una marca nacional.

⁴ Se trata de una colaboración entre la Federación Española de Hostelería y sus 75 asociados, las asociaciones de cocineros EUROTOQUES y FACYRE y la Asociación Española de Destinos para el Desarrollo del Turismo Gastronómico (AEDDTG). El eje central de esta propuesta es la gastronomía.

La Carta Europea del Enoturismo (2005) realizada por RECEVIN, incluye la necesidad de controlar la llegada de turistas y la tipología de los mismos, para ello se prevén las siguientes medidas:

- Control y estudio del número de turistas que llegan en el tiempo y en el espacio.
- Crear una buena infraestructura de información y recogida para los visitantes, de esta manera será más fácil el control de los flujos de turistas.
- Promoción del uso del transporte público en las diferentes zonas turísticas tanto dentro de la misma zona enoturística como en la llegada a la región.
- La rehabilitación de antiguas infraestructuras sobre la creación de nuevas.

Los turistas que acuden a visitar bodegas tienen diferentes motivaciones e intereses. Charters y Ali-Knight (2002) clasifican los turistas según su interés acerca del vino en los tres tipos siguientes:

- **Wine lover** (Amantes del vino): enoturistas con un conocimiento previo bastante extenso acerca del mundo del vino (previamente se han interesado y han realizado catas de vinos, cursos, y han leído libros sobre la materia). Tienen claros los motivos a la hora de visitar una bodega: ampliación de conocimientos, cata y compra de los vinos de la bodega.
- **Wine interested** (Curiosos sobre el vino): enoturistas con un conocimiento menor que el “Wine lover” acerca del mundo del vino; les gusta conocer el proceso de creación del vino y visitar diferentes bodegas, la compra de vino también es importante, aunque en porcentajes menores que para los “Wine lovers”.
- **Wine novice**: Al contrario que para los “Wine lovers” y los “Wine interested”, el aprendizaje de la cata de vinos no es imprescindible, realizar un tour por la bodega y el viñedo es la motivación principal. Según Hall y Macionis (1998), la proximidad de una región vinícola al lugar de residencia de los “Wine novice” hace que surja el interés por el enoturismo, de otro modo este interés sería inexistente.

Para Charters y Ali-Knight (2002) el personal y el conocimiento sobre vinos del personal de la bodega es importante para los tres grupos anteriores, al igual que la localización de la bodega.

El Vademecum del Enoturismo Europeo⁵, proyecto realizado por el programa del espacio europeo del enoturismo VINTUR para la Red Europea de las Ciudades del Vino (RECEVIN), considerado como el sistema de gestión de calidad a utilizar por las diferentes zonas vinícolas europeas en el campo del enoturismo, detalla los requisitos a cumplir por las regiones vinícolas para poder ser Ruta Europea del Vino. Estos requisitos tienen en cuenta aspectos territoriales, de la cultura del vino y turísticos:

- **Requisitos territoriales**, los más significativos son: firma del tratado de la Carta Europea del Enoturismo, creación de un programa de trabajo estratégico (3 años) y de un programa de trabajo estratégico operativo (1 año), estar dentro de una denominación de origen y contar con al menos 6 bodegas visitables durante todos los días de la semana, así como 5 servicios complementarios (alojamiento, restauración, agencias de viajes receptivas, enotecas...), y disponer de la señalización adecuada en todos los establecimientos.
- **Requisitos de cultura del vino**, centrados en diversos servicios. Los más importantes son los que tienen que cumplir las bodegas, entre ellos destacamos: oferta de visitas guiadas con cita previa y personal formado para la realización de las mismas, señalización acerca de los servicios, horarios y precios de los servicios ofrecidos, posibilidad de compra de vino en la bodega, condiciones óptimas en aspectos de higiene y material para la realización de catas.
- **Requisitos turísticos**: deben cumplir con unos requisitos generales como son la firma de la Carta Europea del Enoturismo, la ubicación dentro de una denominación de origen y tener todas las licencias en regla. Además, establece la siguiente subdivisión:

1. **Alojamiento**: el personal debe tener conocimientos acerca del vino y del turismo, debe darse prioridad a productos autóctonos y personal local.
2. **Restaurante y/o locales de degustación**: en la carta de vinos debe darse prioridad a vinos de la denominación de origen donde se encuentran, y al vino de las bodegas pertenecientes a la propia Ruta del Vino, el personal deberá

⁵<http://recevin.net/userfiles/file/VINTUR/VADEMECUM%20ENOTURISMO%20EUROPEO%20ES.pdf>

contar con conocimientos suficientes acerca del vino de esa denominación de origen.

3. **Comercios:** preferencia de venta de productos autóctonos.

4. **Agencias de viaje receptivas:** es muy importante que el personal tenga conocimiento de las demás empresas que forman parte de la Ruta del vino, así como que los paquetes que se ofrezcan a empresas turísticas estén ligados con el patrimonio vinícola del territorio.

5. **Oficinas de información turística:** formación del personal acerca del territorio y de las empresas que forman parte de la Ruta del vino, así como la promoción de forma activa del territorio enoturístico.

La Carta Europea del Enoturismo también establece como algo prioritario la sostenibilidad de la zona vinícola y de las actividades que allí se realizan, al igual que la protección y preservación de las especies animales y vegetales que las habiten. Por tanto, todas las actividades que giran en torno al enoturismo tienen que tener un carácter sostenible, que se podrá llevar a cabo con la participación y aceptación de todas las partes implicadas. Otra de las principales áreas importantes en el campo del enoturismo es la sensibilización de los agentes implicados, educando, informando y promocionando de forma responsable.

Además de los turistas y las bodegas que juegan un papel muy importante en la experiencia enológica existen otros servicios complementarios como restaurantes, cafés, alojamientos y otras actividades de entretenimiento que deberían ser ofertados y puestos en valor (Gómez y Molina, 2011)

Dodd y Beverland (2001) realizan una clasificación de las distintas etapas que tiene una bodega desde que se sumergen en el mundo del enoturismo hasta que se consolidan, estas son:

- Establecimiento de la bodega
- Reconocimiento de la bodega
- Prominencia regional
- Madurez
- Declive

Pero estas fases, como comentan (Gómez y Molina, 2011), dependen de cada bodega, de su tamaño y de las estrategias y servicios que ofrezcan. Además de fomentar las ventas de vino de las bodegas, el enoturismo consigue dar a conocer la bodega y las marcas de sus vinos.

3. Enoturismo en Europa

El organismo encargado de gestionar la red de ciudades del vino en Europa es RECEVIN (Red Europea de Ciudades del Vino). La red está presente en nueve países (Alemania, Austria, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Hungría, Italia y Portugal); incluye 800 ciudades del vino. Sus principales actuaciones se focalizan en el producto (vino), la cultura que engloba la actividad vinícola, el enoturismo y el medio ambiente.



Fuente: RECEVIN

Los principales objetivos de RECEVIN son el trabajo continuado para obtener mejoras y beneficios para las ciudades del vino que la componen, a la vez que trabajar con órganos europeos, que son los que fijan el camino a seguir por estas ciudades, para obtener beneficios para todos.

Desde el año 2009 se instauró el Día Europeo del Enoturismo, cuyas actuaciones principales son la difusión de la cultura del vino, el progreso del posicionamiento del enoturismo en el sector, luchando por un asentamiento, y una mejora en la competitividad en el mercado.

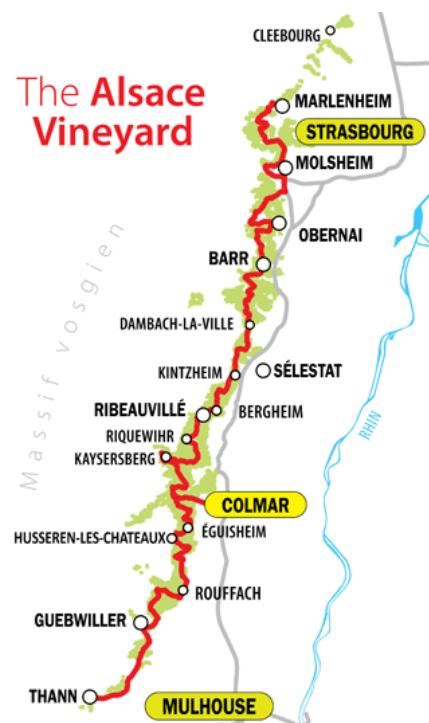
Una de las actuaciones llevadas a cabo por RECEVIN es la creación de la Ciudad Europea del Vino. Esta iniciativa se lleva a cabo desde el año 2012, y la ciudad galardonada con este premio se convierte en la embajadora del vino, de su cultura y

del enoturismo en toda Europa; ya que la promoción y estudio de la cultura del vino es uno de los objetivos más importantes para RECEVIN.

Una las rutas de vino más conocidas en Europa es la Ruta del Vino de Alsacia en Francia. Instaurada en 1953 ha conseguido fomentar el conocimiento de los vinos franceses a la vez que de la región de la Alsacia. La Ruta del Vino de la Alsacia se divide en cinco subzonas:

- Pays de Wissembourg
- Vignoble de Strasbourg
- Cœur d'Alsace
- Terre et Vins au Pays de Colmar
- La Route des Vins Sud-Alsace

En estas cinco subzonas se encuentran 1.000 productores y se agrupan restaurantes, hoteles, oficinas de turismo y otros establecimientos. La ruta ofrece al turista la posibilidad de reservar su tour por la Alsacia así como recomendaciones acerca de cuándo ir, dónde alojarse o de las diferentes actividades llevadas a cabo por cada zona en diferentes épocas del año.



Fuente: <http://www.alsace-wine-route.com/en>

Otro ejemplo cercano y que lleva bastantes años en funcionamiento es la Ruta del Vino de Oporto, creada en el año 1996. Se subdivide en tres áreas: Douro Superior, Cima Corgo y Baixo Corgo, dónde 50 establecimientos configuran la ruta del vino. Esta ruta del vino, al contrario que la de La Rioja Alta, incluye tres denominaciones diferentes: Vino de Oporto, y DOC Douro, Moscatal y Espumo. El turista puede contactar con el viticultor a través de la organización, por medio de una tienda física en Oporto.

4. Enoturismo en España

La Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN) es la responsable de organizar, certificar y controlar la red de rutas del vino en España. Fue creada en el año 2001, con el respaldo de la Secretaría General del Turismo de España. Conforme ha pasado el tiempo, se han ido uniendo más rutas del vino. En la actualidad hay 23 rutas certificadas que se detallan y ubican en el mapa siguiente.



Fuente: ACEVIN

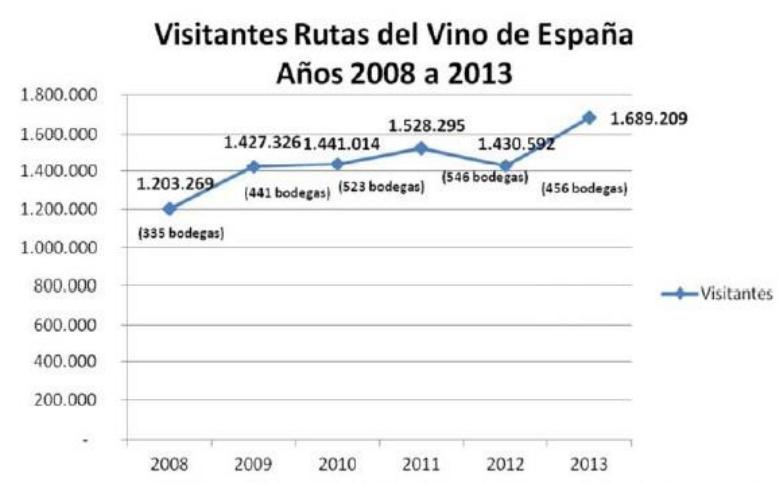
Se trata de una amplia red de colaboración entre diferentes empresas privadas y organismos públicos. Los principales objetivos de Las Rutas del Vino de España son:

- Mejorar la competitividad de la industria del vino y de su entorno, a la vez que la revalorización de estos lugares
- Fomentar la comunicación y el traspaso de información (cultural, científica, tecnológica y económica) entre las ciudades que forman parte de la asociación y crear eventos para desarrollar ese intercambio de información

- Cooperar con RECEVIN

Así, el vino es entendido como un eje centralizador del producto turístico, en el cual hay que gestionar también la relación de autenticidad que existe con la cultura y la gastronomía; la gestión vivencial con respecto a la cultura y a la naturaleza. Mantener la calidad y la innovación, a la vez que convertir en experiencias los productos ofrecidos al turista, es una de las claves que van a llevar a una Ruta del Vino a tener éxito.

La llegada de turistas a las diferentes rutas del vino ha ido aumentando año tras año, a continuación presentamos los datos de llegadas de turistas a bodegas pertenecientes a las Rutas del Vino de España en el año 2013⁶.



Fuente: Asociación de ciudades del vino (ACEVIN)

Analizando los datos del gráfico anterior podemos destacar un 18,08% de aumento en el número de visitantes en el año 2013 respecto al año 2012; el mayor incremento registrado desde el año 2009. Son datos positivos para el sector que experimenta crecimientos año tras año, y que se consolida como una oferta turística en España complementaria a las ya existentes. No obstante, el número de bodegas asociadas se ha reducido en el último año.

Las Rutas del Vino con mayor afluencia de turistas en el año 2013 fueron Rutas del Vino y el Cava del Penedés con 435.358 visitantes, y Ruta del Vino y Brandy del

⁶ Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España, año 2013. Realizado por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN)

Marco de Jerez con 431.472 visitantes. Estas regiones se ven beneficiadas por la cercanía a lugares turísticos por excelencia como son Barcelona y Sevilla.

ACEVIN realiza una segmentación en función de la motivación de los turistas⁷ que da lugar a tres tipos diferentes de enoturistas. El segmento 1 son los **turistas generales**, su principal motivación no es el turismo enológico, se trata de algo complementario. Necesitan información expuesta de manera clara ya que su conocimiento acerca del mundo del vino es muy pequeño. Representan al 55% de la demanda turística.

El segmento 2 son los **turistas interesados en el vino y la región**, al igual que el turista general, considera la visita a la bodega algo complementario al viaje que realiza. Se trata de un turista más interesado en el vino, con más conocimientos y que ha realizado otros viajes a regiones vinícolas previamente. Prefiere que sea algo más personal y que no esté muy explotado. Representan el 35% de la demanda.

Por último, el segmento 3 son los **turistas enólogos**, tienen un interés muy alto por el vino y todo lo que le rodea, están interesados en visitar diversas bodegas de diferentes regiones vinícolas. Seleccionan su lugar de vacaciones en relación a las actividades enológicas que puedan realizar. Representan el 10% de la demanda.

Reforzando lo dicho anteriormente, según **Niumba**⁸, el turismo enológico está en constante crecimiento, y son 70.000 turistas los que eligen la modalidad enológica para sus vacaciones. Se trata de un tipo de turismo asequible a todo el mundo, con diferentes niveles de precios y con una oferta complementaria muy amplia. Durante el año 2014, los destinos vinícolas más demandados fueron: Logroño (La Rioja), Jerez de la Frontera (Cádiz), Ezcaray (La Rioja) y Haro (La Rioja); pertenecientes a regiones vinícolas de renombre como son la Denominación de Origen Calificada Rioja y la Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez.

Un acontecimiento importante fue la creación en 2005 de la Asociación de Museos del Vino de España, en la que se reúnen todos los museos relacionados con el mundo

⁷ Informe Club de producto turístico Rutas del Vino de España

⁸ Página web de alquiler de casas y apartamentos rurales, que dispone de un blog especializado.

vinícola, y cuya finalidad es la promoción y expansión de la cultura del vino, a la vez que de las zonas donde se localizan. Se agrupan 34 organizaciones entre museos, bodegas y centros de interpretación del vino. Algunos de los más importantes son:

- Bodegas R. López de Heredia Viña Tondonia, bodega centenaria localizada en la localidad de Haro en La Rioja Alta, que no pertenece a la Ruta del Vino de La Rioja Alta. Además de realizar visitas guiadas a la bodega, catas comentadas y visitas al viñedo, también realizan un trabajo de restauración de fotografías antiguas, cuadros y objetos relacionados con el mundo del vino, a la vez que la publicación de diversos libros relacionados con el enoturismo.
- Museo de la cultura del vino Dinastía-Vivanco, bodega - museo familiar localizada en la localidad de Briones en La Rioja Alta, perteneciente a la Ruta del Vino de La Rioja Alta. Su principal objetivo es dar a conocer la cultura del vino y la forma de elaboración del mismo, desde la época de los romanos hasta la actualidad. Todo esto se complementa con cursos de cata y diversas exposiciones de arte.
- Sandeman Jerez bodegas y museo: bodega localizada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Aparte de realizar visitas y catas a la bodega, al igual que López de Heredia realiza una labor educativa con la publicación de libros y la presentación de exposiciones temporales y maridajes.

En el mundo del enoturismo, encontramos dos ejemplos de bodegas que han sabido sacar partido a sus recursos y se han convertido en referente nacionales. Así, **Bodegas Marqués de Riscal** situada en la localidad de Elciego, provincia de Álava, pero cuyos vinos están bajo el amparo de la Denominación de Origen Calificado Rioja. El proyecto de la Ciudad del Vino comenzó en el año 2006⁹ con un presupuesto de 60 millones de euros para crear un majestuoso **Hotel 5 estrellas**, cuyo arquitecto es Frank O. Gehry y es gestionado por la cadena de hoteles Starwood. También cuenta con un **spa de vinoterapia**, gestionado por la cadena Caudiale, dos **restaurantes**, un **centro de congresos** y las **visitas a bodega**. La Ciudad del Vino es una propuesta enoturística utilizada para dar a conocer e internacionalizar los vinos de Marqués del Riscal.

⁹ Bajo el mando de Alejandro Aznar, presidente de Marqués de Riscal desde 1994

Elciego está situado muy cerca de centros culturales muy importantes, como el Monasterio de San Millán de la Cogolla en La Rioja, donde se escribieron las primeras palabras en castellano; compaginar el turismo del vino con estas actividades culturales es otro de los atractivos que ofrece esta Ciudad del Vino.

Otro caso es el de **Bodegas Osborne**, localizada en el Puerto de Santa María (Cádiz) y perteneciente a la Denominación de Origen Jerez, es una de las bodegas más conocidas en España. En 1956 comenzaba una campaña para dar a conocer el logotipo del brandy Veterano y que más adelante paso a ser la imagen de la bodega y uno de los símbolos más queridos pero también más comentados del país, llegando a ordenarse su retirada de las carreteras, esta norma fue retirada y se le concedió al toro de Osborne el título de herencia cultural y artística del paisaje español. Bodegas Osborne mediante su vino de Jerez, su jamón ibérico y su brandy, realiza una promoción continua de España y de la marca España; cuando un turista adquiere sus productos, adquiere recuerdos de su estancia en España. Además, el grupo Osborne posee diversos restaurantes repartidos por toda España en los que dan a conocer sus productos y asimismo realiza una tarea de renovación constante. El enoturismo es considerado como algo esencial a la hora de dar a conocer los productos Osborne y ofrece la posibilidad de poder captar futuros clientes.

5. Enoturismo en La Rioja

La Rioja, comunidad autónoma uniprovincial, con capital en Logroño, situada en el centro de la mitad norte de España, limita con Zaragoza, Navarra, Álava, Burgos y Soria; anteriormente perteneció a Castilla la Vieja. La Rioja se divide en diferentes comarcas¹⁰. La diferencia más importante entre las comarcas es el sector de la industria o de la economía agrícola que predomina, así cada zona está especializada en diferentes actividades.

La base de su economía se centra en actividades agrícolas y ganaderas, no existen grandes empresas, y se ve beneficiada por su posición geográfica cercana a zonas

¹⁰ Las comarcas riojanas se enmarcan en tres zonas principales: La Rioja Alta (en el valle: Haro, Nájera y Sto. Domingo de la Calzada, en la sierra: Anguiano y Ezcaray), La Rioja Media (en el valle: Logroño, en la sierra: Tierra de Cameros) y Rioja Baja (en el valle: Alfaro, Arnedo y Calahorra, en la sierra: Cervera)

industriales muy potentes como el País Vasco. La actividad industrial se encuentra centralizada en Logroño, la capital.



FUENTE: Comunidad Autónoma de La Rioja

El gobierno de La Rioja se divide en siete consejerías, la encargada de los temas relacionados con el turismo es la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, de ella depende la Dirección General de Turismo. Además existen otros organismos dependientes, como el Instituto de Estudios Riojanos, Valdezcaray S.A. y La Rioja Turismo S.A.U.

En esta comunidad autónoma las actividades turísticas están reguladas por la *Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja*, que prevé la creación de un Plan General de Turismo de La Rioja. También, existe el “Plan Estratégico Rioja 2020”, que en ningún momento hace referencia alguna al turismo.

Tanto la administración central como los entes locales o las mancomunidades acuden a entes privados para realizar análisis más específicos y que por sí solos no serían capaces de realizar. En La Rioja, se han encargado varios proyectos a la empresa Sepinum¹¹ con el fin de elaborar planes para dinamizar mancomunidades y otras estrategias turísticas. Además, otros planes e informes han sido realizados por la Fundación Caja Rioja y otras entidades.

La Denominación de Origen Calificada Rioja, en su Plan Estratégico del Vino de Rioja 2005-2020, hace referencia a la importancia que tiene el enoturismo para la región y para el crecimiento y reconocimiento de la Denominación de Origen. Se recomienda la utilización del enoturismo como herramienta de marketing y comunicación de los vinos de Rioja. De esta manera, y trabajando con otras

¹¹ Consultoría privada fundada en el año 2004 con el fin de llevar a cabo proyectos de gestión del patrimonio y de desarrollo turístico.

organizaciones (Rutas del Vino, oficinas de turismo, etc.) se conseguirá una mayor presencia en prensa nacional e internacional, así como un mayor conocimiento de la región y un incremento de las ventas.

En la comunidad autónoma de La Rioja se diferencian tres zonas principales, como hemos comentado en páginas anteriores. No obstante, sólo existe una ruta del vino en La Rioja Alta, que constituye nuestra demarcación geográfica objeto de estudio y que desarrollamos a continuación:

5.1. Ruta del vino de La Rioja Alta

La Ruta del vino de La Rioja Alta está integrada en ADRA (Asociación para el Desarrollo de Rioja Alta), cuyas actuaciones van encaminadas alrededor del mundo del vino y del enoturismo. Desde finales del año 2003, es una de las 22 rutas certificadas del vino de España y desde el 2008 se encarga de fomentar y solucionar toda la problemática que surge en torno al mundo rural, agrupando a ayuntamientos y otros agentes implicados. En el mapa que presentamos a continuación se detallan las localidades que componen la demarcación territorial denominada La Rioja Alta.

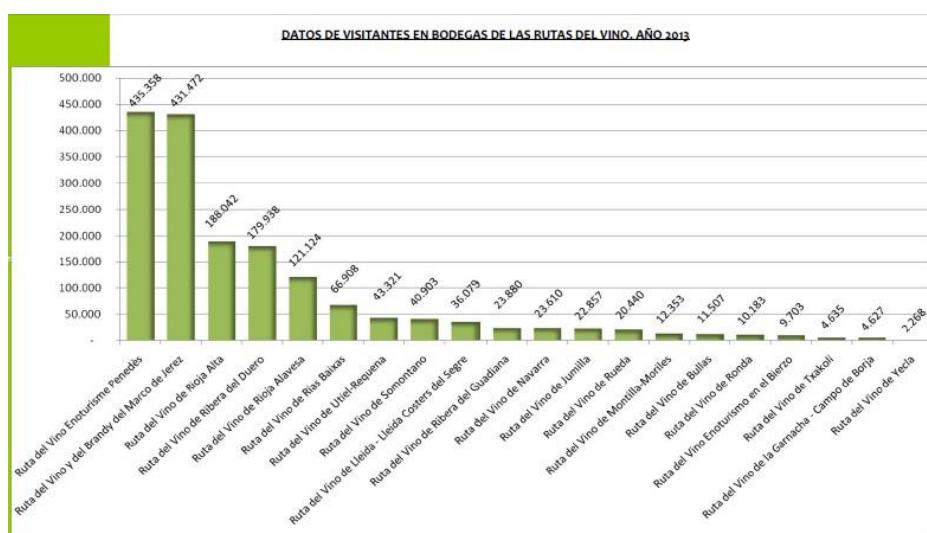


Fuente: ADRA. Localidades de La Rioja Alta

En ADRA están agrupados 64 establecimientos de diferentes tipos como bodegas, alojamientos, restaurantes, vinotecas, museos, empresas de actividades..., entre otros. Todos ellos son sometidos a controles de calidad para mantener el nivel garantizado.

Cualquier establecimiento que lo deseé puede formar parte de la Ruta del vino de La Rioja Alta, siempre que cumpla con los requisitos necesarios¹².

En la tabla siguiente figuran los datos de los visitantes de las bodegas de las Rutas del Vino de España durante el año 2013. Observamos como la Ruta del Vino de La Rioja Alta ocupa el tercer puesto en número de llegadas a bodegas. A pesar de que hay una gran diferencia con las dos primeras, es un dato muy importante a considerar, ya que se trata de una Ruta del Vino joven y que todavía está en constante crecimiento.



Fuente: Asociación de ciudades del vino (ACEVIN)

No todas las bodegas situadas en el territorio de La Rioja Alta pertenecen a esta ruta el vino, solamente 33 bodegas de 12 municipios diferentes están integradas, y no todas ellas ofrecen los mismos servicios a los turistas. En la tabla de la página siguiente resumimos todos los detalles respecto a denominación, localidad y diversidad de servicios prestados por cada una de ellas. Comparando los servicios ofertados por estas bodegas y hemos extraído las siguientes peculiaridades:

- El 100 % de las bodegas ofrecen visitas guiadas a la bodega
- Un 42,42% de las bodegas ofrece visita guiada al viñedo
- El 24,24% de bodegas ofrece una visita más especial o “luxury visit”, aunque en cada bodega se realiza de manera diferente, ya sea con un trato más privado o con la cata de más vinos
- Una de las bodegas cuenta además con hotel

¹² Los requisitos son de carácter interno a las Rutas del Vino. Tanto ACEVIN como Rutas del Vino de La Rioja Alta no han podido facilitar esta información.

- Casi la mitad, el 48,48% no cuenta con comedor en la bodega, o si cuenta con esta instalación no la ofrece al público.
- Una nueva modalidad como es el Bar de vinos lo tienen el 15,15% de las bodegas

BODEGAS DE LA RUTA DEL VINO DE LA RIOJA ALTA									
Nombre Bodega	Localidad	Visita guiada	Visita campo	Luxury visit	Hotel	Cursos de cata	Comedor	Bar de vinos	
<i>Bodegas Santalba</i>	Gimileo	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Tobelos</i>	Briñas	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>David Moreno</i>	Badarán	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
<i>Vivanco</i>	Briones	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	
<i>Bodegas Miguel Merino</i>	Briones	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>San Cebrín</i>	San Asensio	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Alfonso García Hernando</i>	San Asensio	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Lecea</i>	San Asensio	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Arca de Noé</i>	San Asensio	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Señorío de la Estrella</i>	San Asensio	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Afersa</i>	San Asensio	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodega y viñedos Solabal</i>	Ábalos	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
<i>Bodegas Puelles</i>	Ábalos	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Solana de Rodríguez</i>	Ábalos	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Abeica</i>	Ábalos	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	
<i>Bodegas Beronia</i>	Ollauri	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	
<i>Valenciso</i>	Ollauri	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	
<i>Heredad martinez castillo</i>	Cuzcurrita	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Tobía</i>	Cuzcurrita	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Bohedal</i>	Cuzcurrita	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodega Castillo de Cuzcurrita</i>	Cuzcurrita	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Ramírez de la Piscina</i>	San Vicente	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Hacienda el ternero</i>	Haro	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	
<i>Muga</i>	Haro	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	
<i>Bodegas Ramón Bilbao</i>	Haro	SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Martínez Lacuesta</i>	Haro	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	
<i>Bodegas Bilbainas</i>	Haro	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	
<i>Bodegas Gómez Cruzado</i>	Haro	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	
<i>CVNE</i>	Haro	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
<i>Bodegas La Rioja Alta</i>	Haro	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	
<i>Bodegas Roda</i>	Haro	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	
<i>Finca Valpierra</i>	Fuenmayor	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	
<i>Bodegas Corral</i>	Navarrete	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	

Fuente: elaboración propia

Desde la creación de La Ruta del Vino de La Rioja Alta se han impulsado todos los establecimientos adheridos. Así, se realizan promociones en su página web¹³ y en redes sociales¹⁴. Otras actividades consisten en acudir a ferias, realizar viajes promocionales para periodistas, y realizar reportajes y publicidad en los medios de comunicación. Además de la elaboración de la red de senderos del vino y de la mejora de la señalización, también han puesto en marcha iniciativas para atraer a turistas y para mejorar la oferta ya existente; ejemplos de ellas son Las Noches de San Lorenzo o la cata “De punta en blanco”.

5.2. Actuaciones de la comunidad autónoma

Adicionalmente a las acciones llevadas a cabo por La Ruta del Vino de La Rioja Alta, el gobierno de la Comunidad Autónoma pone en marcha iniciativas para apoyar el proyecto llevado a cabo por ADRA. A continuación se enumeran y explican estas actuaciones:

1. **“La Rioja, la tierra con nombre de vino”:** se realizó un cambio en la marca promocional de La Rioja, bajo este nombre, desde el año 2006 se realizan las actividades promocionales de la región.
2. **Master en Turismo Enológico:** ofertado por La Universidad de La Rioja en colaboración con la Cámara de Comercio e Industria y el Consejo Regulador DOC Rioja. Se comenzó a realizar en el curso académico 2006-2007 hasta el curso académico 2009-2010, que se deja de impartir debido a la poca demanda del master.
3. **Estudio de satisfacción e imagen de La Rioja** como destino turístico: realizado en el año 2010. Concluyó con un importante crecimiento en número de llegadas de turistas, atraídos por el patrimonio natural, cultural, y sobre todo por el turismo enológico. La mayoría de los turistas que llegan a la comunidad lo hacen por recomendación de amigos y familiares; con un porcentaje muy amplio de satisfacción.
4. **Vinobús:** autobús que recorre diferentes rutas por La Rioja Alta y la zona de Logroño acudiendo a más de 30 bodegas.

¹³ www.rutasdelvinorioja.com

¹⁴ Facebook, Twitter y Flickr

5. **Catas con estrella:** actividad que comenzó a realizarse en el año 2009 y que ahora se desarrolla en otras zonas de Rioja. Se trata de maridar vinos en las bodegas con observación de estrellas.
6. **Las noches de San Lorenzo:** se inició en el año 2005 con la apertura de bodegas en las localidades de Haro, Briones, San Vicente de la Sonsierra y San Asensio por la mañana y por la tarde. Actualmente solo se efectúa en Briones y San Vicente de la Sonsierra.
7. **Programa de visitas turísticas en bodegas:** instaurado en el año 2000, diferentes bodegas se inscriben y facilitan datos de llegadas de visitantes. En el año 2011 cincuenta y siete bodegas facilitaron datos de llegadas, alcanzando 38.255 turistas.
8. **Planes de dinamización:** creación de dos planes, uno en Logroño (capital de La Rioja) y otro en Haro (capital del vino y de La Rioja Alta). En Haro se creó el Plan de Dinamización de Producto Turístico “Haro, Patrimonio del Vino”, en el cual se realizaron diversas esculturas, la creación del carnaval del vino, la puesta en marcha de un barco del vino que navegará por el Ebro. En Logroño se creó el Plan de Dinamización de Producto Turístico “Enoturismo urbano de Logroño”, con la restauración del calado de San Gregorio, la tematización de las famosas calles Laurel y San Juan y la señalización de las diferentes bodegas de la ciudad.
9. **“Gran Reserva” e “Hijos de la vid”:** el gobierno de La Rioja colaboró tanto con la serie “Gran Reserva” de TVE rodada en Briones, San Vicente de la Sonsierra y en algunas bodegas de Haro, como con la novela “Hijos de la vid”¹⁵ de Carlos Clavijo.
10. **Salón Internacional de Turismo del Vino “Destino vino”:** se realizó en el año 2005 y en el año 2007 para fomentar la oferta turística y vinícola. Se trata de una feria realizada en Logroño para poner en común a las partes que integran el turismo enológico. Se realizaron charlas y mesas redondas.
11. **Carnaval del vino de Haro:** se celebra desde el año 2010 en el Hotel Los Agustinos de Haro en el mes de febrero, donde se presentan las nuevas añadas de las diferentes bodegas.

¹⁵ Cuenta la historia de un bodeguero de La Rioja Alta que lucha por sacar adelante su bodega y su familia, durante la misma transcurren problemas con otros viticultores por la compra de varias tierras.

12. **Centro Sensorial del Vino La Vista de San Asensio:** fundado en el año 2008, con el objetivo de acercar a los sentidos del vino a la gente y a los amantes del vino.
13. **Fashion Wine:** creación de etiquetas de vinos Rioja por diseñadores como Juanjo Oliva o Manolo Blanik para algunas bodegas pertenecientes a la Ruta del Vino de La Rioja Alta.
14. **Red social:** elaboración de un blog¹⁶ para la difusión mediante un modelo de participación del mundo del vino.

Las actuaciones llevadas a cabo por la administración y por La Ruta del Vino de La Rioja Alta han favorecido la mejora de diferentes municipios para desarrollar actividades enoturísticas. La mayoría de ellas han tenido una buena acogida por el público. En otros casos han sido suprimidas como es el caso de “Las noches de San Lorenzo”, en las que participaban Haro, Briones, San Vicente de la Sonsierra y San Asensio, y que actualmente sólo se realiza en San Vicente de la Sonsierra y en Briones; los otros dos pueblos no apuestan por esta iniciativa ya que consideran que no beneficia a las bodegas de la localidad.

La continuación de estas actividades y el desarrollo de otras nuevas harán que el producto existente en torno a las bodegas sea mucho más atractivo para los turistas. Además, como he mencionado anteriormente, estas actuaciones ayudan al mantenimiento y cuidado de las localidades pertenecientes a la Ruta del Vino.

La Ruta del Vino de La Rioja Alta se ha convertido en un destino turístico de por sí, conocida y reconocida como tal, capaz de atraer turistas gracias a sus propias características y diversidad de oferta. Según Rubies (2001), un destino turístico consiste en la existencia de atracciones, infraestructuras, equipamientos, proveedores de servicios, organismos administrativos y otros sectores suplementarios que se integran para ofrecer actividades y experiencias a los turistas.

¹⁶ www.winesandblogs.com

5.3. Museo de la cultura del vino Vivanco

Mención especial merece el museo de la cultura del vino Vivanco, ubicado en el corazón de La Rioja Alta, en la localidad de Briones y fundado en el año 2004 con la finalidad de dar a conocer el mundo del vino y todo lo que le rodea y le ha rodeado desde sus inicios, a la vez que enseñar y divulgar el vino como eje central.

También cuentan con un centro de documentación y publicaciones propias. Realizan colaboraciones con otros centros de divulgación del vino y convocan el concurso de grabados “Grabado y vino” donde participan alumnos de la escuela de diseño de Logroño. Además de la creación de jornadas en las que se marida el vino con otras temáticas; como las jornadas de poesía y vino.

El museo se divide en dos partes, el área exterior en el que hay una exposición de diferentes vides llegadas de todo el mundo y, el área interior con 4 salas de exposición permanente y 1 sala de exposición temporal.

Hay diferentes actividades que se pueden realizar en el museo, a continuación enumeramos los diversos productos ofrecidos y sus precios respectivos:

- Visita al museo y a la bodega (15€)
- Visita al museo y a la bodega más curso de cata (30€)
- Visita al museo y a la bodega más restaurante (39€)
- Visita al museo y a la bodega más restaurante y una botella de vino (46,90€)
- Visita al museo y a la bodega más curso de cata y restaurante (50,90€)
- Curso de cata (21€)
- Visita guiada a bodega y museo (17€)
- Visita a bodega (9€)
- Visita al museo (8€)

También cuenta con el espacio “Club Vivanco Barrica”, en el cual el cliente puede beneficiarse de ventajas exclusivas como etiquetas personalizadas y descuentos. Además, los niños pueden disfrutar del museo con talleres y actividades para ellos, siempre relacionadas con el vino.

En julio de 2014, Vivanco alcanzó el millón de visitantes.

En La Rioja son multitud las bodegas que ofrecen actividades enoturísticas y que intentan tener un hueco en un sector que cada vez es más competitivo, diferenciarse e intentar ser uno de los referentes del sector se está convirtiendo en uno de los objetivos principales para las bodegas de La Rioja. A continuación se detalla el caso de Bodegas Roda.

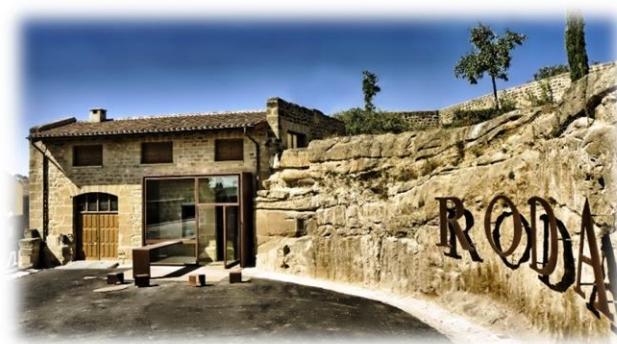
6. Bodegas Roda

Durante 400 horas de prácticas en Bodegas RODA en el periodo del 1 de julio al 15 de septiembre de 2014 y desde mi puesto de trabajo en esta empresa como técnico de enoturismo, realizando visitas y catas, a partir del 1 de octubre de 2014, he procedido a observar, analizar y estudiar las actividades de enoturismo que se realizan en la bodega y en las bodegas de la zona del Barrio de la Estación (La Rioja Alta, Gómez Cruzado, Muga y López de Heredia).

A continuación procedo a hacer un estudio de las actividades de enoturismo realizadas en Bodegas RODA, y a detallar propuestas de mejora.

6.1. Historia y vinos

Bodegas RODA se fundó en 1987 en Haro, capital de La Rioja Alta, por Mario Rotllant y Carmen Daurella, de cuyos apellidos se forma el nombre RO-DA. Fue un proyecto novedoso y arriesgado en un lugar en el que el vino es una forma de vida y donde bodegas centenarias y de renombre como López de Heredia, La Rioja Alta o CVNE rodean RODA en el conocido Barrio de la Estación.



Fuente: <https://www.vinetur.com/2013100713548/bodegas-roda-premiada-en-san-sebastian-gastronomika-por-su-25-aniversario.html>

Construida al lado del río Ebro y sobre un calado centenario que perteneció a los propietarios anteriores, Bodegas Gómez Cruzado, se encuentra en un enclave idóneo para la creación de cuatro vinos tintos: Bodegas Roda Sela (vino joven), Roda Reserva & Roda I Reserva (reservas) y Cirsion (vino top).

Desde el primer momento hay un cuidado exhaustivo de la uva, tanto en el campo, como en su entrada en bodega, y en los siguientes procesos que llevará hasta convertirse en vino. En los vinos de RODA predomina la calidad por encima de todo, el cuidado de cada detalle y la exclusividad, todo esto se verá en las actividades turísticas que se realizan en la bodega.

6.2. Actividades enoturísticas

Las actividades de enoturismo comenzaron realizándose dos veces por semana, los viernes y los sábados. Pero es a partir del año 2005 cuando empiezan a realizarse visitas guiadas todos los días. Las visitas son concebidas como una forma de dar a conocer los vinos.

A pesar de ser una bodega con poca producción (400.000 botellas anuales), cuenta con tres personas dedicadas al enoturismo. Dos personas se encargan de realizar las visitas guiadas por la bodega, y una persona está encargada de atender el Bar de Vinos.

En La Bodega se realizan cinco actividades diferentes en el tema del enoturismo: la visita a la bodega, la visita al viñedo en Land Rover, el Bar de vinos, el balcón del Ebro y la visita a la exposición fotográfica. La filosofía de la bodega es realizar visitas con un número de personas no muy numeroso, máximo 25-30 personas, de modo que la calidad de la explicación y de la cata sea la máxima posible.

A continuación pasamos a exponer sucintamente cada una de ellas:

La visita, consiste en un tour guiado por la bodega siguiendo el proceso de la uva hasta que se convierte en vino, continua con la visita a la galería de arte

contemporáneo¹⁷ y finalizando con la cata de dos vinos (Bodegas Roda Sela y Roda Reserva) y dos aceites¹⁸ (Dauro y Aubocassa). Se ha querido mezclar tres aspectos de sus diferentes negocios en la misma visita, como son el vino, el aceite y la fotografía. La visita tiene una duración 90 minutos y el precio es de 10€ por persona, se puede realizar en castellano, inglés o francés. Durante la semana son visitantes extranjeros (normalmente procedentes de Estados Unidos y países europeos) los que realizan este tipo de visitas, sin embargo, los sábados son turistas españoles los que más demandan esta actividad. Esta fue la primera actividad enoturística en realizarse en Bodegas RODA, después vinieron las visitas al viñedo y la utilización del Balcón del Ebro, y ha sido en 2014 cuando han comenzado a realizarse las Luxury visit. Lo mismo ha ocurrido con el número de visitantes, a pesar de no tener un número concreto, la cifra aumenta a la vez que ha ido aumentando la oferta; aunque sí que se nota una estacionalidad con bajadas importantes en la llegada de turistas en los meses de invierno, desde noviembre hasta semana santa.

Una variante a la visita convencional es la “**Luxury visit**”, es una visita privada en la cual se visita la bodega y la exposición de fotografía, pero la cata de vinos se realiza en el comedor de la bodega, un ambiente más acogedor y con mayor privacidad, catando los cuatro vinos RODA: Bodegas Roda Sela, Roda Reserva, Roda I Reserva y Cirsion. El precio es de 50€ por persona. Conforme se va dando a conocer esta nueva actividad, va aumentando la demanda de la misma; la mayoría de los turistas que se interesan por ella y la realizan son extranjeros.

La visita al viñedo en Land Rover se realiza en el viñedo Perdigón localizado a 2 km de la bodega, entre Haro y Briñas, lo pueden realizar un máximo de 6 personas, la duración es de 30 minutos y el precio 5 euros.

El Bar de vinos, se trata de un concepto novedoso para aquellos turistas que no quieran realizar la visita a la bodega pero que quieran conocer los vinos de Roda, ya que no hace falta entrar a la bodega para poder incorporarse. Junto con la cata de vinos se degustan los aceites Dauro y Aubocassa a la vez que se puede visitar parte del

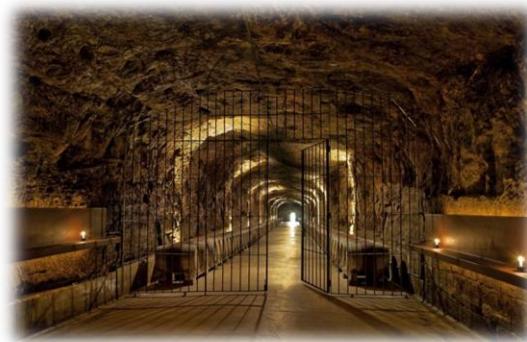
¹⁷ Los propietarios de RODA tienen una fundación de fotografía contemporánea en Barcelona, “Fundación Foto Colectania”; cada seis meses se cambia la exposición en RODA

¹⁸ Almazaras de aceite propiedad de los dueños de RODA

calado del siglo XIX y disfrutar de los vinos por copas, con los siguientes precios unitarios:

- Bodegas Roda Sela	2€
- Roda Reserva	3€
- Roda I Reserva	4€
- Corimbo	3€
- Corimbo I	4€

Al contrario que para las visitas en bodega, en el Bar de Vinos no hay una tipología de turista más concreta, dependiendo de la época puede haber más turistas nacionales o internacionales, lo mismo ocurre con la afluencia de turistas entre semana o el fin de semana.



Fuente: <http://www.fotomasdigital.com/celebracion-del-25-aniversario-de-bodegas-roda/>

Calado centenario acondicionado en el Bar de Vinos

El Balcón del Ebro está situado en un balcón natural a orillas del río Ebro. Al fondo del calado centenario se encuentra un espacio disponible para disfrutar de una botella de vino con unos amigos, siempre con cita previa. Para poder realizar la reserva del Balcón del Ebro, es necesaria la adquisición de Roda I Reserva o de Cirsion, a partir de aquí el cliente también puede adquirir otros vinos y un surtido de ibéricos, los precios son:

- Botella de Roda I Reserva: 50€
- Botella de Cirsion: 130€
- Botella de Roda Reserva: 36€
- Botella de Sela: 20€
- Jamón (10€); queso (4€), salchichón (4€), cinta de lomo ibérico (11€)



Fuente: Bodegas Roda

Desde que se comenzaron a hacer visitas guiadas por la bodega, el número de visitantes ha ido aumentando progresivamente, lo que ha hecho que se mejoren y amplíen las actividades de enoturismo ofrecidas por este establecimiento. Lo mismo ocurre en el Bar de Vinos, desde su apertura el número de visitantes es cada vez mayor, pero es aquí donde hay que intentar atraer a más turistas.

La filosofía de la bodega consiste en no realizar campañas publicitarias ni actividades de promoción. Piensan que el logotipo del cardo es suficiente para la promoción y el conocimiento de la misma, como se puede observar en la imagen siguiente.



Haro . Rioja Alta . España

Asociar el logo del cardo de RODA es fácil para clientes habituales que conocen los vinos de RODA. Por otro lado, están los turistas que visitan Haro para conocer las diferentes bodegas de la localidad y asociar el cardo con RODA no es tan fácil. Este tema hay que cuidarlo, ya que los turistas que visitan la bodega son clientes potenciales de Bodegas RODA.

RODA tiene un carácter moderno mezclado con un aire clásico, muy diferente al de sus bodegas vecinas, en la mayoría de los casos bodegas centenarias, clásicas rioja, tanto en los vinos como en el concepto del enoturismo.

Dar a conocer la bodega y los vinos a un público de un poder adquisitivo alto sin la creación de campañas publicitarias ni marketing excesivo, se soluciona con un posicionamiento importante en las redes sociales. RODA está presente en Facebook, Twitter, YouTube y FourSquare. Aunque, debido al tamaño medio de la bodega, no hay una persona responsable del funcionamiento de las redes sociales, de modo que no existe una interacción constante con los internautas.

Tal y como ha sido mencionado anteriormente, según Dodd y Beverland (2001), las bodegas pasan por varias etapas desde que comienzan a realizar actividades de enoturismo; a continuación se realiza una similitud entre esas etapas y lo ocurrido en Bodegas Roda:

- **Establecimiento de la bodega:** Bodegas RODA lleva desde 1987 en el mundo del vino, creando un vino de calidad y con características diferentes al típico Rioja; lo mismo ocurre en el campo del enoturismo, con una filosofía de grupos reducidos, donde predomina la calidad de las visitas.
- **Reconocimiento de la bodega:** los enoturistas que visitan la bodega o el bar de vinos quedan encantados con el servicio proporcionado, así lo hacen saber en las fichas de visita que se llenan en la bodega, a la salida a modo de encuesta sobre la calidad del servicio prestado.
- **Prominencia regional:** al principio realizando visitas dos días por semana, a partir del año 2005 se realizan diariamente y se ha aumentado la oferta turística. De modo que se ha convertido en una bodega conocida, cada vez con más demanda de las actividades ofrecidas.
- **Madurez:** es la etapa en la que se encuentra actualmente la bodega. Cuenta con diferentes productos enoturísticos que dan beneficios a la bodega, hay un personal dedicado exclusivamente a las visitas y al bar de vinos, y todas las actividades tienen buena recepción. El objetivo que se quiere conseguir es una mejora de las actividades existentes y la creación de posibles actividades secundarias que puedan reforzar lo ya realizado en Roda.

- **Declive:** será el momento en el que los servicios ofertados no tengan buena aceptación entre los turistas y amantes del vino, o los que haya resulten insuficientes.

6.3. Propuestas enoturísticas

En este apartado me gustaría explicar algunas ideas para la mejora y continuación del proyecto dirigido a los amantes del vino de RODA. Antes de comenzar con mi exposición y antes de realizar cualquier cambio o mejora, el primer punto que sugiero es la creación de una lista con los valores fundamentales en el tema del enoturismo, es decir, dejar claro cuál es el camino que quiere seguir la bodega para poder trabajar en este ámbito. Por otro lado, la mayoría de las actuaciones que a continuación propongo necesitarían la ampliación de horarios del personal dedicado al enoturismo:

- La **utilización de las redes sociales** a modo de herramienta de marketing y promoción va a hacer que la imagen de RODA llegue a mucha más gente de una manera actual, sutil y fácil.
- Cuidar al cliente es algo esencial, lo mismo ocurre con la forma de comunicarse con él. La creación de una **plantilla**¹⁹ que sirva para confirmar las reservas para visitar la bodega y además proporcione al turista información sobre:
 - Nombre de la reserva
 - Número de personas
 - Fecha y hora de la visita
 - Breve descripción del producto (tipo de visita)
 - Otras observaciones
 - Dirección, coordenadas para el GPS y un pequeño mapa.
- **Actuación en redes sociales:** la creación de un álbum de fotos donde fotografías de las personas (con su previa autorización) que visitan la bodega y viven momentos únicos, sean subidas y puedan ser compartidas por ellos mismos. Lo mismo ocurre con Twitter, una interacción diaria con los twitteros hará que los clientes se sientan cuidados, informados y quieran compartir sus momentos tomando vinos RODA o visitando la bodega y otras instalaciones.

¹⁹ En el Anexo 2 se recoge una propuesta de plantilla a utilizar.

- El bar de vinos, es una zona sin mucha decoración, donde predomina lo minimalista, pero cuidado hasta el último detalle. La gama de productos RODA se compone de los cuatro vinos Rioja, dos aceites y dos vinos de Ribera del Duero²⁰, a la vez que la venta de dropstops²¹, un decantador, dos descorchadores (uno de RODA y uno de Bodegas LA HORRA) y libros. Por tanto, la **creación de un tríptico** explicativo, en el que aparezca una breve información de la bodega, a la vez que la de todos sus productos, centrándose en el vino y el aceite, hará conocer al cliente de una forma más extensa, complementada siempre por la explicación verbal por parte del encargado, los diferentes productos RODA.
- La creación de un **blog de noticias** sobre la bodega y sobre el mundo del vino acercaría la realidad de la bodega a todos los amantes del vino. Aportando fotos de los diversos trabajos llevados a cabo en la bodega en los diferentes meses del año, podría potenciar la imagen de la bodega en el campo de la investigación que ya se lleva a cabo en el departamento de I+D+i.
- La opción de visita al viñedo solo dura 30 minutos y consiste en visitar el viñedo y volver a la bodega, la posible ampliación de este tipo de producto en determinadas estaciones del año sería más atractiva para los futuros clientes. Por ello, propongo una **visita al viñedo con posterior cata al pie de viña** a la vez que una breve explicación acerca de la vid (tipos de vid, forma de las hojas...)

El futuro de Bodegas RODA reside en sus clientes y en sus visitantes. Adaptarse a las necesidades y exigencias del enoturista por parte de la bodega, serán la clave para el buen funcionamiento y el futuro de las actividades enoturísticas que en RODA se realizan.

7. Conclusiones

El enoturismo está convirtiéndose en la motivación principal de muchos turistas a la hora de planear sus vacaciones, en vez de ser un motivo secundario en muchos de los casos. Desde Europa, y también desde España se están incrementando las medidas y actuaciones; como planes, congresos, ayudas o líneas de actuación a seguir por los

²⁰ En el 2009 Bodegas Roda comenzó una nueva aventura empresarial en Ribera del Duero, con la misma filosofía que en Rioja y aportando los conocimientos de tantos años de éxitos y duro esfuerzo.

²¹ Pequeño decantador que se coloca en el cuello de la botella para evitar que caigan gotas de vino.

diferentes agentes implicados en la experiencia enoturística para mejorar y regular este tipo de turismo.

La falta de planificación y de regulación, hace que en España y en este caso en La Rioja Alta, existan vacíos legales y de planificación. Para un futuro de éxito en el enoturismo es importante un compromiso conjunto entre la administración y el sector privado, en el que se trabaje por el bien común y no por beneficios particulares.

Una ampliación en los estudios e investigaciones relacionadas con el enoturismo van a aportar la información necesaria para los sectores que intervienen en esta experiencia, todas estas mejoras conllevan un beneficio muy amplio para el sector y para los turistas.

Durante los últimos años la renovación en las instalaciones, infraestructuras y equipamientos en las rutas del vino, especialmente en La Rioja Alta, han sido muy importantes, no solo para las bodegas, museos, hotelería y restauración, sino para la población local con la mejora y rehabilitación de espacios que estaban en desuso o en peligro de estarlo.

La mejora y modernización de las bodegas y espacios turísticos, aproxima a pequeños bodegueros a los turistas y/o compradores potenciales. Sería un interesante tema a tratar, el acercar y ayudar a pequeños negocios a turistas extranjeros solucionando el problema que existe muchos casos con el idioma.

Otro de los problemas con los que se encuentran los turistas es la exportación y transporte del vino a sus países de origen, muchos de ellos que llegan a visitar bodegas no compran, ya que no saben si van a poder transportar el vino o si se lo van a poder enviar directamente a sus países. La posibilidad de creación de una red que englobe a todas las bodegas riojanas podría dar soluciones comunes que sean beneficiosas para todas ellas. A pesar de que la cámara de comercio de La Rioja trabaja en este tema, todavía queda mucho por hacer para que la exportación del producto principal, de un modelo de turismo como es el vinícola, no se convierta en algo negativo para las bodegas.

Un turismo de calidad, sostenible, con proyección de futuro y que cuente con la población local, son la clave del éxito, tanto en La Rioja como en La Ruta del Vino de La Rioja Alta; es lo que se está llevando a cabo y las líneas de actuación que se van a seguir en el futuro.

8. Bibliografía

- ACEVIN: Informe Club de Producto turístico Rutas del Vino de España
- ACEVIN (2013): Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España
- BIBLIOTECA METRÓPOLI (2006): *Las rutas del vino en España: La Rioja*, Biblioteca Metrópoli con prólogo de Víctor de la Serna.
- CARLSEN, J (2004): A review of global wine tourism research. *Journal of wine research*, Vol 15:1, pp. 5-13
- CHARTERS, S y ALI - KNIGHT, J (2002): Who is the wine tourist? *Tourism Management*, Vol. 23, pp. 311-319
- DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA: *Plan estratégico del Vino de Rioja 2005- 2020*
- GÓMEZ, M y MOLINA, A (2012): Wine tourism in Spain: denomination of origin effects on brand equity. *International journal of tourism research* Vol. 14, pp. 353-368
- PAU MATE, M (2014): *Economía del Turismo, Motor con marca España. Todo nuevo bajo el sol*. Editorial LID Editorial Empresarial. Madrid.
- PIKE, S (2008): *Destination marketing; An integrated marketing communication approach*. Burlington, MA: Butterworth-Heinemann (Elsevier), Reino Unido.
- VARGAS, S; PORRAS BUENO, N; PLAZA MEJÍA, M^a ÁNGELES y RIQUEL LIGERO, F (2008): Turismo enológico: comportamiento del turista y percepción de la población residente. *Papers de turismo* Papers 43-44, pp.97-111

Referencias URL

- ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA RIOJA ALT: <http://adriojaalta.org/> Recuperado el día 08/08/2014
- BODEGAS ABEICA: <http://www.abeica.com> Recuperado el día 06/10/2014
- BODEGAS AFERSA: <http://www.bodegasafersa.com/> Recuperado el día 06/10/2014
- BODEGAS ALFONSO GARCÍA HERNANDO: <http://www.bodegasalfonsogarcia-hernando.es/> Recuperado el día 06/10/2014
- BODEGAS BERONIA: <http://www.beronia.es/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS BILBAÍNAS: <http://www.vinapomal.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS BOHEDAL: [http://www.rutasdelvinorioja.com/bodegas/bodegas-bohederal/](http://www.rutasdelvinorioja.com/bodegas/bodegas-bohedral/)
Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS CASTILLO DE CUZCURRITA:

<http://castillodelcuzcurrita.com/index.php?lang=es> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS CORRAL: <http://www.donjacobo.es/inicio/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS CVNE: <http://www.cvne.com/web/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS DAVID MORENO: <http://www.davidmoreno.es/> Recuperado el día
06/10/2014

BODEGA EL ARCA DE NOÉ: <http://www.bodegaelarcadenoe.com/> Recuperado el
día 06/10/2014

BODEGAS FINCA VALPIERRA:

<http://www.familiamartinezbjjanda.com/inicio/?acc=home&idc=1> Recuperado el
día 06/10/2014

BODEGAS GÓMEZ CRUZADO: <http://www.gomezcruzado.com/> Recuperado el día
06/10/2014

BODEGAS HACIENDA EL TERNERO: <http://www.vinedosdelternero.com/>
Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS LA RIOJA ALTA: <http://www.riojalta.com/es/> Recuperado el día
06/10/2014

BODEGAS LECEA: <http://www.bodegaslecea.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS MARTÍNEZ DE CASTILLO: <http://www.heredadmartinezcastillo.es/>
Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS MARTÍNEZ LACUESTA: <http://www.martinezlacuesta.com/es>
Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS MIGUEL MERINO: <http://www.miguelmerino.com/> Recuperado el día
06/10/2014

BODEGAS MUGA: <http://enoturismo.bodegasmuga.com/> Recuperado el día
06/10/2014

BODEGAS PUELLES: <http://bodegaspuelles.com> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS RAMIREZ DE LA PISCINA: <http://www.ramirezdelapiscina.com/>
Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS RAMÓN BILBAO: <http://www.bodegasramonbilbao.es/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS RODA: <http://www.roda.es> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS SANTALBA: <http://www.santalba.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS SAN CEBRÍN: <http://www.sancebrin.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS SOLANA DE RODRIGUEZ: <http://www.valsarte.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS TOBELOS: <http://www.tobelos.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS TOBIA: <http://www.bodegastobia.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS VALENCISO: <http://www.valenciso.com/> Recuperado el día 06/10/2014

BODEGAS Y VIÑEDOS SOLABAL:

<http://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/recurso/bodega-y-viedos-solabal/7e238e4c-af7c-43e5-af21-1d99f8a70f1c> Recuperado el día 06/10/2014

CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO: http://recevin.net/userfiles/file/Charte_ES.pdf Recuperado el día 06/08/2014

EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA: http://blog.niumba.com/2014/10/22/el-turismo-enologico-esta-demoda/?utm_medium=rrss&utm_source=Facebook&utm_campaign=Blog Recuperado el día 28/10/2014

<http://blog.niumba.com/2014/10/21/mas-de-70-000-viajeros-eligen-el-turismo-enologico-en-2014/> Recuperado el día 28/10/2014

INFORMACIÓN DEL GOBIERNO DE LA RIOJA: <http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=25844> Recuperado el día 12/08/2014

<http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=502068&IdDoc=629638> Recuperado el día 12/08/2014

INFORME VISITANTES DE BODEGA: <http://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo223.pdf> Recuperado el día 01/10/2014

LEY DE TURISMO DE LA RIOJA: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/lr-12-2001.html Recuperado el día 08/07/2014

MUSEOS DEL VINO DE ESPAÑA: <http://www.museosdelvino.es/> Recuperado el día 07/08/2014

MUSEO DE LA CULTURA DEL VINO, VIVANCO: <http://vivancoculturadevino.es/es/> Recuperado el día 20/08/2014

NÚMERO DE LLEGADAS DE TURISTAS A LA RIOJA: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/series/paginas/default.aspx>

RTA DEL VINO DE ALSACIA: <http://www.alsace-wine-route.com/en> Recuperado el día 01/10/2014

RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA: <http://www.acevin.es/> Recuperado el día 06/08/2014

<http://www.wineroutesofspain.com/> Recuperado el día 06/08/2014

<http://www.spain.info/es/que-quieres/gastronomia/rutas-vino/> Recuperado el día 06/08/21

RUTAS DEL VINO DE EUROPA: www.recevin.net Recuperado el día 06/08/2014

RTA DEL VINO DE OPORTO: <http://www.ivdp.pt/pagina.asp?idioma=3&codPag=167> Recuperado el día 01/10/2014

SEPINUM: <http://www.sepinum.com/> Recuperado el día 08/07/2014

TURISMO DE EXPERIENCIAS: <http://www.eleconomista.es/turismo-viajes/noticias/2387427/08/10/Que-es-el-turismo-experiencial-Las-empresas-ofrecen-sensaciones-nuevas-para-un-publico-exigente.html#.Kku82QMoZhgUaQu> Recuperado el día 09/11/2014

<http://www.tourspain.es/es-es/DesarrolloSostenibilidad/Paginas/RedesAgencias.aspx> Recuperado el día 09/11/2014

VADEMECUM DEL ENOTURISMO EUROPEO: <http://recevin.net/userfiles/file/VINTUR/VADEMECUM%20ENOTURISMO%20EUROPEO%20ES.pdf> Recuperado el día 06/08/2014

VINOS DE ESPAÑA: <http://www.winesfromspain.com> Recuperado el día 09/08/2014

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevistas realizadas vía e-mail a Damaris Tobia (Técnico Ruta del Vino Rioja Alta) y a Rosario Hernández (Técnico de ACEVIN)

- **ENTREVISTA A DAMARIS TOBIA:**

06.08.2014

Buenas tardes,

Soy estudiante de turismo de la Universidad de Zaragoza, actualmente vivo en San Asensio y estoy realizando las prácticas de fin de grado en Bodegas Roda (Haro), a la vez que realizo el Trabajo de Fin de Grado.

Mi trabajo de fin de grado consiste en un análisis del enoturismo, centrándome en la Ruta del Vino de La Rioja Alta, por este motivo me dirijo a ustedes.

Me gustaría poder hablar con algún responsable que me pueda facilitar información acerca de las actuaciones que se llevan a cabo en la Ruta del Vino y de qué se encarga esta asociación.

En espera de recibir sus prontas noticias,

Un cordial saludo,

Soraya Meinema Bibao

07.08.2014

Buenos días Soraya,

En primer lugar me presento, soy **Damaris Tobia**, la actual técnico responsable de la Ruta del Vino de Rioja Alta junto con el Gerente, Julio Grande.

Tras recibir tu correo solicitando información, explicarte muy brevemente que La Ruta del Vino de Rioja Alta es una ruta creada dentro del territorio riojano, e integrada en ADRA (Asociación para el Desarrollo de Rioja Alta), que desarrolla acciones e iniciativas en torno al mundo del vino y, muy especialmente, del enoturismo.

La Ruta del Vino de Rioja Alta se certificó a finales de 2013 y por ello formamos parte del Club de producto de las Rutas del Vino de España.

A día de hoy, La Ruta del Vino de Rioja Alta agrupa 64 establecimientos de todos los subsectores relacionados con la actividad: bodegas, alojamientos, restaurantes, empresas de actividades, vinotecas, museos... con un nivel de calidad garantizado que se comprueba periódicamente.

Añadir también que son varias las actuaciones en el territorio de Rioja Alta que se han venido haciendo desde nuestros comienzos. Además de la puesta en valor y la promoción de la Ruta del Vino de Rioja Alta a través de diversos medios, nueva página web: www.rutasdelvinorioja.com, la actualización de redes sociales: Facebook, Twitter, Flirk...; se han desarrollado diferentes actividades relacionadas con este

territorio, como la presencia en ferias, viajes de periodistas, realización de reportajes y publicidad en medios de comunicación, puesta en marcha de iniciativas como las Noches de San Lorenzo o la reciente cata "De punta en Blanco", edición de folletos, promoción en redes sociales, realización de la red de senderos del vino, señalización, etc...

Actualmente la ruta está creciendo en número de adheridos ya que cualquier establecimiento puede formar parte siempre y cuando se cumplan una serie de requisitos obligatorios recogidos dentro del Manual de Producto de la Ruta del Vino.

Quedamos a tu disposición por si tiene alguna duda, en ese caso puede contactar con nosotros en el 941260086 o en el 645437208.

Muchas gracias por tu interés

Un saludo

Damaris Tobia

Técnico Ruta del Vino Rioja Alta

30.10.2014

Buenas tardes Damaris,

Sigo elaborando mi trabajo de fin de grado, y me surge una duda respecto a la Ruta del Vino de La Rioja Alta.

No encuentro los requisitos para que bodegas u otros negocios entren a formar parte de la Ruta del Vino de La Rioja Alta, en el e-mail que me enviaste me citas el "Manual de producto de la ruta del vino" ¿dónde puedo conseguirlo?

Muchas gracias.

Un saludo,

Soraya Meinema Bilbao

31.10.2014

Buenos días Soraya,

El documento que me dices es de carácter interno a las rutas.

En todo caso, intenta solicitarlo a los contactos que en esta web que te paso aparecen, por si te lo pueden enviar ellos.

<http://www.wineroutesofspain.com/ver/2522/Formar-parte-de-Rutas-del-Vino-de-Espa%C3%B1a.html>

acevin@aytoalcazar.es
info@wineroutesofspain.com

Un saludo

Damaris

• **Entrevista a Rosario Hernández:**

02.11.2014

Buenos días,

Soy estudiante de turismo de la Universidad de Zaragoza, actualmente me encuentro realizando mi trabajo de fin de grado en el cual realizo un análisis del enoturismo en España, centrándome en La Ruta del Vino de La Rioja Alta.

Estoy en contacto con Damaris Tobia, la técnico responsable de La Ruta del Vino de La Rioja Alta, que me ha sido de gran ayuda, pero hay un tema en el que me ha recomendado que me ponga en contacto con ustedes para saber si me pueden facilitar esa información.

Me gustaría saber cuáles son los requisitos que tiene que cumplir un establecimiento para formar parte de la Ruta del Vino de La Rioja Alta. No he podido encontrar esa información.

Muchas gracias por su atención,

Un cordial saludo,

Soraya Meinema Bilbao

03.11.2014

Buenos días Soraya,

Los requisitos que deben cumplir tanto los establecimientos (según la tipología a la que pertenezcan: bodegas, alojamientos, restaurantes, comercios, etc), como el propio órgano de gestión de la Ruta del Vino de aquellas Rutas que están integradas en el Club de Producto Rutas del Vino de España de ACEVIN (como es el caso de la Ruta del vino de Rioja Alta) vienen recogidos en el Manual de Producto Rutas del Vino de España que recoge todos los requisitos de calidad de nuestro sistema. No obstante, no te lo puedo enviar ya que su uso está limitado a los socios de ACEVIN. De todas formas, te envío un documento adjunto con información sobre el Club de Producto y su sistema de calidad y certificación que espera que te sirva para tu trabajo.

Un saludo

Rosario Hernández

03.11.2014

Muchas gracias por toda la información Rosario, me es de gran ayuda.

Un saludo,

Soraya Meinema Bilbao

ANEXO 2

Plantilla confirmación de reservas



Confirmación de reserva

Haro, 16.11.2014

Nombre: Soraya Meinema

Número de personas: 2

Fecha: 23.12.2014

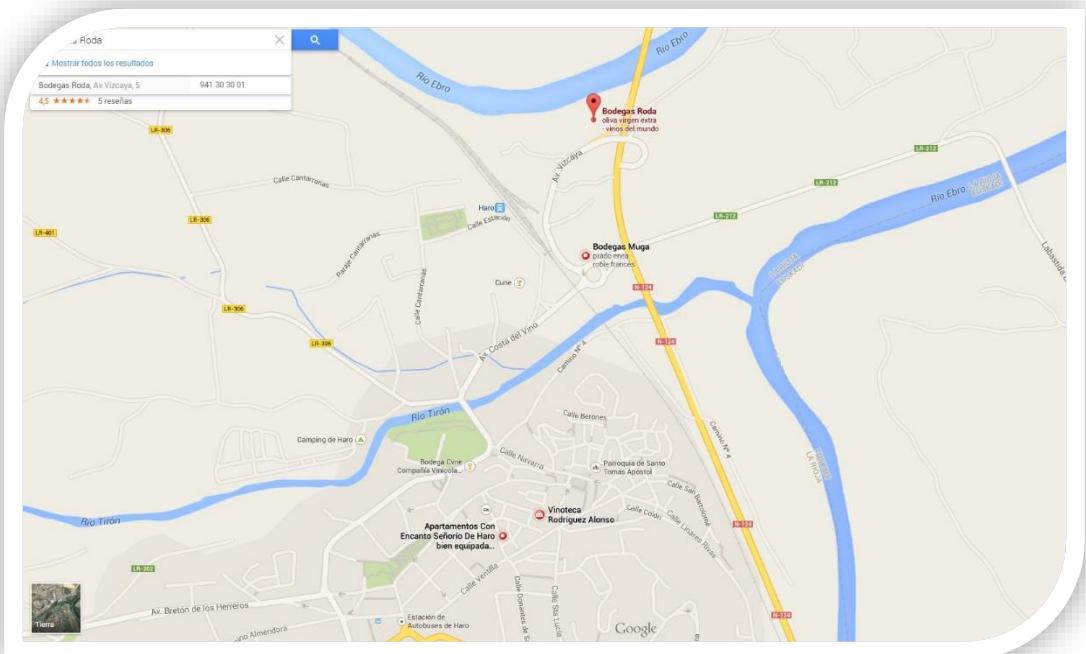
Hora: 10:00h

Duración: 1h 30 min

Precio: 10€/persona

Observaciones

- Visita guiada a la bodega, siguiendo el proceso que lleva la uva desde que entra en bodega hasta que se convierte en vino; visita a la exposición fotográfica y cata de dos vinos: Bodegas Roda Sela y Roda Reserva.
- Se ruega máxima puntualidad.



**Bodegas RODA. Avenida de Vizcaya 5, 26200 Haro. La Rioja
Mv. 669.776.564 Tl. 941.31.21.87 visitas@roda.es**