

El vino y el enoturismo como elemento vertebrador del territorio en la DO Cigales

J. Fernández Portela¹, M.A. García Velasco¹

¹ Escuela Universitaria de Magisterio Fray Luis de León, Universidad de Valladolid. C. Tirso de Molina, 444, 47010, Valladolid.

² Instituto Universitario de Historia de Simancas, Universidad de Valladolid. C. Real de Burgos, Casa del Estudiante, s/n 47011, Valladolid.

julio.fernandez@eumfrayluis.com, magarciavelasco@gmail.com

RESUMEN: La Asociación Ruta del Vino Cigales trabaja de forma integradora en el enoturismo vinculado a la Denominación de Origen Cigales. Se aprovechan todos los recursos turísticos existentes con el objetivo de formar parte de la Asociación Club de Producto de Calidad "Rutas del Vino de España", apoyado por el Gobierno de España.

El territorio lleva apenas diez años trabajando el enoturismo, pero en este tiempo, se ha conseguido conformar una oferta turística de calidad, auténtica y diferenciada, en un territorio que tiene en el vino y en el mundo que lo rodea, uno de los principales activos económicos, sociales y culturales, capaz de conferir personalidad propia a este espacio ubicado en el Bajo Valle del Pisuerga.

La Ruta del Vino Cigales busca la cohesión entre las administraciones públicas y las empresas privadas integrando en el mismo destino turístico recursos de diferentes sectores, con el objetivo de crear riqueza y concienciar a la sociedad local en la importancia del enoturismo para el desarrollo socioeconómico de las distintas localidades adheridas, once de ellas pertenecientes a la provincia de Valladolid, y una a la de Palencia.

La investigación pretende analizar el papel que el enoturismo tiene en la economía de todas estas localidades, pero en especial, las propuestas que se han puesto en marcha para su promoción. Para ello se va a tener en cuenta el papel de la señalización en el territorio para la información del enoturista, y la presencia en redes sociales y páginas web de las administraciones locales y empresas privadas, todos ellos, encaminados a la promoción del enoturismo, y a una gestión eficaz de unos recursos, como son la vid y el vino, de los que dependen una parte considerable de la población de este espacio.

Palabras-clave: DO Cigales, Ruta del Vino, Enoturismo.

1. INTRODUCCIÓN: LA BUENA LOCALIZACIÓN DE LA DO CIGALES

A lo largo de los últimos años la comarca de Cigales ha tenido diversos proyectos globales para trabajar el enoturismo, pero que, por unas cosas u otras, no terminaron de cuajar como se habían proyectado inicialmente. Paralelamente, desde hace aproximadamente una década, han salido diversas propuestas privadas y actuaciones en los diferentes municipios que componen la DO Cigales de forma aislada trabajando con el enoturismo, pero hasta la creación de la Asociación Ruta del Vino Cigales no existía ningún organismo que trabajara de forma global e integrada con instituciones públicas y privadas el tema del enoturismo, estando avalado por la Secretaría de Estado de Turismo.

El ámbito de actuación está formado por los doce municipios que forman parte de esta DO, cuyo origen oficial se remonta a su nombramiento como tal en 1991, aunque hay testimonios de la existencia de este cultivo en estos territorios desde el siglo X (Consejo Regulador DO Cigales), adquiriendo una notable importancia en el XV debido a su proximidad con la ciudad de Valladolid (Huetz, 1967, ed. 2005), lo que permitía degustar los vinos de estos pagos en la capital. De estas localidades, once pertenecen a la provincia de Valladolid y una a la de Palencia¹ (Figura 1), localizados a lo largo del Bajo Valle del Pisuerga entre dos capitales provinciales de Castilla y León como son Valladolid y Palencia, lo que indica un óptimo emplazamiento. Por este valle transcurre la Autovía de Castilla A-62, una de las más transitadas de la región, y la línea de ferrocarril Madrid-Hendaya, infraestructuras clave para el transporte de personas y mercancías entre el norte y el sur de España, así como un espacio de unión hacia Portugal y Francia. De forma paralela a estas dos vías se encuentra el Canal de Castilla, medio de transporte utilizado en los siglos XVIII y XIX, y que hoy día se consolida como un recurso cultural y turístico muy emblemático que atrae a personas a contemplar esta obra de ingeniería. Además cuenta con una actividad económica diversificada con importantes actividades industriales y de servicios, y una variada agricultura con cultivos que aprovechan las fértiles tierras que riegan estas vegas del Pisuerga. Entre estos cultivos se encuentran los viñedos, que han ido adquiriendo cada vez más importancia en los municipios que componen este espacio de producción, en especial en la margen derecha del Pisuerga concentrando el 98% de la superficie existente en esta comarca vitivinícola (Fernández, 2012).

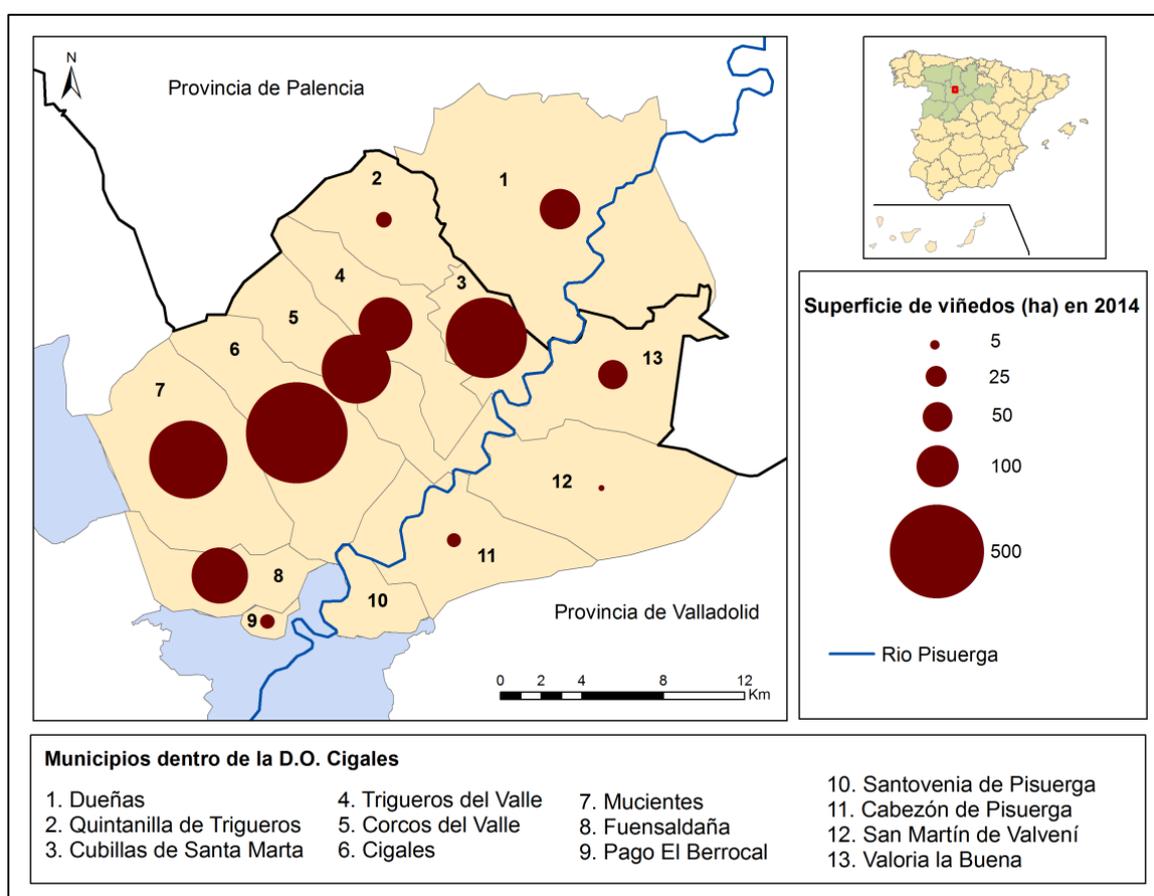


Figura 1. Superficie de viñedo a escala municipal en la DO Cigales. Fuente: Fernández y García (2014)

¹ La Denominación de Origen (DO) Cigales está formada por doce municipios, once de ellos se encuentran en la provincia de Valladolid (Cabezón de Pisuerga, Cigales, Corcos del Valle, Cubillas de Santa Marta, Fuensaldaña, Mucientes, Quintanilla de Trigueros, San Martín de Valvení, Santovenia de Pisuerga, Trigueros del Valle, Valoria La Buena) y uno en la de Palencia (Dueñas).

2. LOS ORÍGENES DEL ENOTURISMO EN LA COMARCA VITIVINÍCOLA DE CIGALES

A raíz de la llegada de fondos europeos, y con el objetivo de alcanzar el desarrollo de medio rural, en 1999, las comarcas de Cigales y los Montes Torozos unieron sus fuerzas para consolidar una asociación destinada a desarrollar ambos territorios con el objetivo de poner en marcha un programa de desarrollo rural a través de un Grupo de Acción Local (GAL). Este grupo se denominó Asociación para el Desarrollo Endógeno de la Comarca Cigales-Torozos, el cual gestionó todas las actividades que se pusieron en marcha, mejorando la calidad de vida de los habitantes de los 20 municipios implicados en el proyecto, y de esta forma, lograr el desarrollo social y económico de este espacio².

Tras la creación de esta Asociación, se consolidó un programa de acción que comenzó con la realización de un inventario de los distintos monumentos existentes en la zona, adecuados para generar turismo rural, y todas aquellas actividades derivadas de este sector como por ejemplo el senderismo, caza, o algunas de las fiestas populares entre otros aspectos.

El Consejo Regulador de la DO Cigales trabajó en la iniciativa para promover el enoturismo en este espacio, desde los primeros momentos, de hecho, el Presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cigales (CRDO), Félix Lezcano fue el máximo responsable de la recién creada Asociación, y cuyo fin principal era obtener subvenciones de fondos europeos para el desarrollo enoturístico del territorio. Aparte de los Ayuntamientos también lo componían diversas empresas entre las que destacaban productores de vino, elaboradores de queso y empresarios del mundo de la hostelería, entidades bancarias (Caja España, Caja Rural), la Asociación de Enólogos de Castilla y León, la Confederación Vallisoletana de Empresarios, la Federación de Organizaciones de Artesanos de Castilla y León (FOACAL) y la Asociación de Jóvenes Emprendedores (AJE). Además de asociaciones culturales, de amas de casas, padres y jubilados de algunos de los municipios que componen esta comarca vitivinícola. Con el objetivo de atraer visitantes para dar a conocer la comarca se firmaron convenios de apoyo con la Cámara de Comercio de Valladolid y la Escuela Universitaria de Ingeniería Agrícola de la Universidad de Valladolid (INEA).

Al poco tiempo de crearse este Grupo de Acción Local de la Comarca de Cigales-Torozos, desde la Junta de Castilla y León se instó a qué cuatro municipios abandonasen la pertenencia a dicha entidad al considerarse territorio urbano de Valladolid y tener una problemática diferente al resto, por lo que se salieron de dicha Asociación las localidades de Fuensaldaña, Cigales, Cabezón de Pisuerga y Santovenia de Pisuerga. Esto dio lugar a un descenso de la población perteneciente al GAL, pues estos municipios periurbanos eran los que concentraban la mayor parte de la población. El resto de localidades eran muy pequeñas y tuvieron que fusionarse con el Grupo de Acción Local Desarrollo Endógeno de la comarca de Tordesillas, Vegabaja del Duero, redistribuyendo los municipios en dos Grupos de Acción Local³, por un lado dentro de la Asociación para el Desarrollo Endógeno de la Zona Centro de Valladolid se incluían Mucientes, Corcos, Trigueros del Valle, Quintanilla de Trigueros y Cubillas de Santa Marta; y por otro lado, dentro de la Asociación Duero-Esgueva se incorporaron San Martín de Valvení y Valoria la Buena.

Con la creación de la Asociación el objetivo era solicitar subvenciones dentro de los fondos europeos para fomentar el desarrollo económico y social de este territorio. A través del Instituto de Desarrollo Comunitario (IDC) se llevó a cabo la gestión del proyecto, además de asesorar y trabajar con dicha Asociación. Al mismo tiempo, también se pretendía velar por la calidad de los productos típicos de la comarca, especialmente agroalimentarios, y en concreto del vino, creando una red de infraestructuras, basada en la hostelería y la mejora del transporte.

Estas ayudas contribuyeron al fomento del turismo en esta comarca vitivinícola y se produjeron algunas actuaciones encaminadas al desarrollo del mismo con la organización de actividades y la apertura de establecimientos hoteleros, en la mayoría de las ocasiones eran casas de turismo rural, pero que, a pesar de todo, no se consiguió engarzar una actuación global que permitiese poner en valor todo el rico entramado vitivinícola existente en los diferentes municipios y lograr el desarrollo enoturístico.

Diversas iniciativas privadas obtuvieron ayudas económicas procedentes de Europa y gestionadas por el GAL de la Zona Centro como por ejemplo el Centro Ecuéstre de Mucientes, el Museo de Instrumentos Ibéricos de Paco Díez, la Bodega Hijos de Marcos Gómez, el Centro de Enoturismo de la Bodega Lezcano-Lacalle, el Castillo de Trigueros o el órgano digital en la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción

² Salvo la localidad palentina de Dueñas, que se ubica en el Grupo de Acción Local "ADRI Cerrato Palentino", el resto de municipios amparados en la DO estaban dentro de este GAL

³ Fuensaldaña, Cigales, Santovenia de Pisuerga y Cabezón de Pisuerga quedan fuera del Grupo de Acción Local al estar en el radio de influencia de la ciudad de Valladolid. La localidad de Dueñas se incluye en el ADRI Cerrato Palentino que se crea en el año 2000.

de Cubillas de Santa Marta entre otras iniciativas.

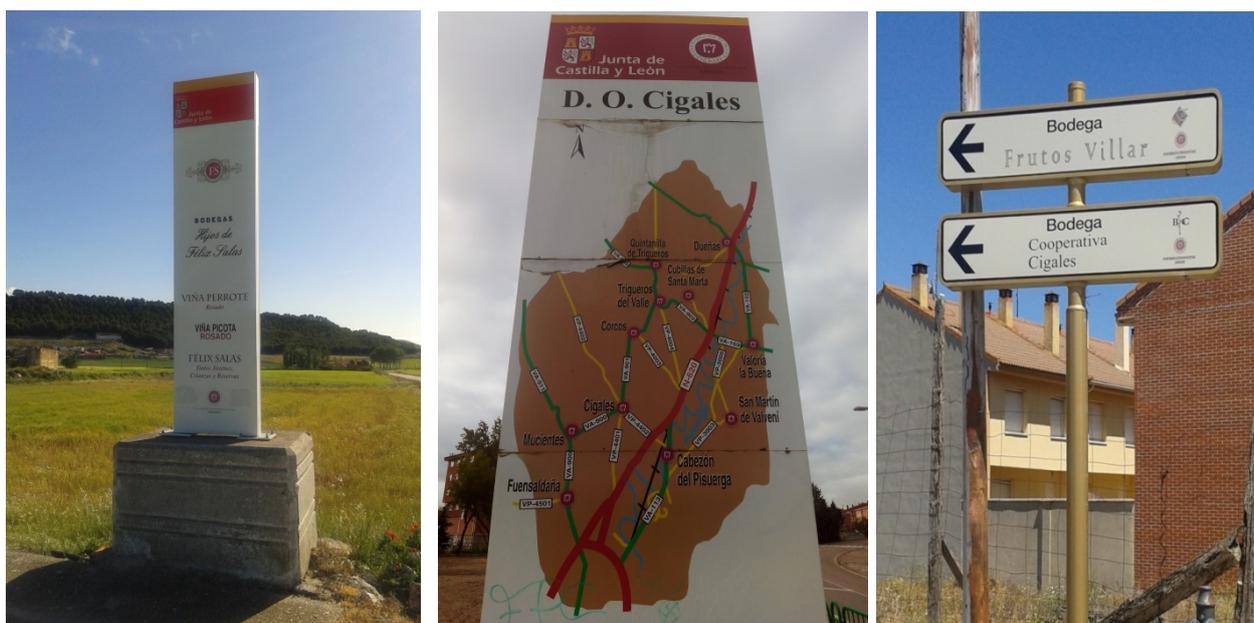
Junto a estos proyectos se llevaron a cabo otros con el fin de dar a conocer el territorio, siendo la señalización, en especial de las bodegas, uno de los más significativos que permitieron dar a conocer la presencia y el emplazamiento de algunas de las bodegas de los diferentes municipios que componen la DO.

2.1. Primer proyecto de señalización

Con el objetivo de formar parte de un plan para promocionar el enoturismo en la zona cigaleña hubo dos actuaciones destinadas a la promoción de la Denominación de Origen de cara al turista, y que se desarrollaron entre el año 2001 y el 2002:

- El primero realizado por el Consejo Regulador de la DO Cigales en el que se entregaron unos escudos enmarcados en piedra a cada una de las bodegas embotelladoras de la DO. En ellas figura la inscripción en latón grabado y esmaltado en grana sobre una base de piedra “esta bodega está acogida a la DO Cigales”. Se pretendía unificar la imagen e identificar a las bodegas acogidas a la Denominación de Origen.
- El segundo es la señalización de las bodegas en las carreteras y accesos a los municipios donde se ubican, con la misión de presentar las bodegas como recurso turístico.

En el año 2001, la Sociedad de Promoción del Turismo de Castilla y León, S.A. (SOTUR, S.A) y el Consejo Regulador de Cigales firmaron un convenio de colaboración para realizar la señalización. El presupuesto total era de ocho millones de pesetas, de los que la Junta de Castilla y León dispuso el 50%, mediante la Agencia de Desarrollo Económico, y el restante 50% corrió a cargo de las otras dos entidades. Se realizaron tres tipos de señales (Figuras 2, 3 y 4):



Figuras 2, 3 y 4. Primeras señalizaciones de bodegas y de la DO Cigales. Fuente: fotografías propias

- Monolito de entrada a cada bodega (Figura 2 y Tabla 1), para las 10 bodegas que se habían unido a la promoción de la DO. Cada placa ocupa 2,4 metros cuadrados por ambas caras y se dividen en: Logo de la Junta de Castilla y León, escudo y nombre de la bodega, escudo de la Denominación de Origen.
- Monolito de la DO Cigales (Figura 3). Se colocaron en las entradas y salidas del territorio de actuación, es decir, en la localidad vallisoletana de Fuensaldaña, y en la palentina de Dueñas, así como en el municipio de Cigales al ser la localidad en la que se encuentra la sede del Consejo Regulador.
- Tipo Numancia (Figura 4). Señalan la dirección completa de las bodegas. Se trataría de un cajón de 2 caras añadiendo el color oro. Se adaptaron 19 cimentaciones de estas señales, cuyo soporte, un poste de 2,200 mm de altura es de color rojo burdeos.

Tabla 1. Bodegas que contaban con monolitos en sus entradas. Fuente: Elaboración propia

<i>Nombre Bodega</i>	<i>Municipio</i>	<i>Trabaja o no el enoturismo hoy</i>
Cooperativa de Cigales	Cigales	Sí
Frutos Villar	Cigales	Sí
Hijos de Félix Salas	Corcos del Valle	Sí
Valdelosfrailes	Cubillas de Santa Marta	Sí
Lagar de Sem	Cubillas de Santa Marta	No
Emeterio Fernández	Fuensaldaña	Sí. Actualmente Bodegas La Legua
González Lara	Mucientes	No
Rosados de Castilla y León	Trigueros del Valle	Ha cesado su actividad
Félix Lezcano	Trigueros del Valle	Sí
Vega Pisuerga y Pilcar	Valoria la Buena	Sí. Actualmente Concejo Bodegas

2.2. Oficina de enoturismo de Valladolid

Pionera en el trabajo sobre enoturismo en Castilla y León desde el año 2005, la Oficina de Enoturismo de Valladolid surgió al calor del convenio de promoción turística “Asómate a Valladolid”, suscrito entre el Ayuntamiento, Diputación Provincial, Cámara de Comercio y la Asociación de Hosteleros. La entidad nació con más de cuarenta empresas del mundo del vino asociadas, cifra que ha ido creciendo desde su creación en 2005 hasta las cerca de sesenta actuales.

La oficina de Enoturismo pretende dar respuesta a la creciente demanda que existe actualmente de una parte del sector turístico, y al gran interés mostrado en los últimos tiempos en la cultura y la tradición del vino. El objetivo principal de la Oficina de Enoturismo es la promoción directa de las empresas del sector y de las bodegas inscritas en alguna de las cinco DO existentes en la provincia de Valladolid o con algún sello de calidad reconocido oficialmente (Figura 5)⁴.

El objetivo principal que se persigue es la organización del destino, la promoción y la comercialización de la Provincia de Valladolid como Destino Turístico del Vino. La oficina comenzó a funcionar en junio de 2005 cuando la mesa de Asómate a Valladolid llevó a cabo la contratación de un gerente para la gestión y organización de la propia oficina. El presupuesto inicial con el que se arrancó y con el que la oficina contaría para el resto del año 2005 fue de aproximadamente 25.000€, aportado íntegramente por las instituciones participantes⁵.

En colaboración con los Consejos Reguladores de todas las Denominaciones de Origen se trazaron una serie de requisitos iniciales que todas las empresas que quisieran formar parte de este proyecto debían cumplir.

Más de 100 municipios de Valladolid participan ya en este proyecto al haber sido incluidos en las rutas trazadas por las distintas denominaciones. Estas poblaciones, además de contar con bodegas visitables, ofrecen otros atractivos que completan la oferta. Después del inventario se inició un proceso de captación de socios potenciales, partiendo con un número inicial de quince empresas interesadas y acondicionadas en formar parte de la Oficina de Enoturismo. A partir de estas quince empresas, comenzaron a trazarse las distintas rutas que recorrerán la provincia.

Se diseñaron un total de seis rutas, una ruta por cada Denominación de Origen (aunque no necesariamente incluyendo sólo localidades que estén dentro de esas denominaciones sino también otras

⁴ Rueda, Ribera del Duero, Toro, Cigales y Tierra de León.

⁵ Análisis de la competencia. Oferta de Enoturismo en España. Informe CEGOS-DYNAMIZA.

interesantes por sus recursos de los alrededores), y una ruta que discurre por el centro de la capital vallisoletana. Estas rutas, organizadas desde la Oficina de Enoturismo son las siguientes⁶: DO de Ribera de Duero, DO de Rueda, DO de Cigales, DO de Toro, DO de Tierra de León y Ruta de vinos y tapas.



Figura 5. Las cinco DO de la provincia de Valladolid. Fuente: <http://www.pueblosdelvino.es/nuestros-vinos/>

Se comenzó a elaborar el material promocional con la elaboración de folletos de las rutas en los que aparecen reflejados todos los datos que el turista puede necesitar y que serán empleados, principalmente, para la promoción y la comercialización directa de las rutas desde la propia oficina. Se ha elaborado también un manual profesional con los datos de todas las empresas adheridas a la oficina, y otros municipios que completan la información y que servirá sobre todo de soporte para la promoción y comercialización indirecta, a través de agencias mayoristas y tour-operadores. También se ha elaborado el vídeo promocional de las rutas, que se cederá a todas aquellas empresas asociadas que deseen proyectarlo como complemento a sus visitas. Otro soporte muy importante es el plano de localización en el que irán reflejadas, además de las rutas por la provincia, la localización de todas las denominaciones, no sólo de Valladolid, sino de Castilla y León.⁷

Por último, un portal web con toda la información que el turista pueda necesitar para venir a Valladolid, tanto de la capital como del resto de la provincia, con importantes avances tecnológicos, tales como la posibilidad de descarga de archivos para GPS con las coordenadas de las rutas y todos los establecimientos que las integran entre otros.⁸

El número de asociados en su mayoría son bodegas, repartidas por todas las denominaciones de origen. Estas bodegas cumplen ya con los requisitos establecidos, entre ellos, y quizás el más importante, tener sus puertas abiertas durante el fin de semana. También poseen alojamientos de todo tipo, balnearios y centros de vinoterapia. Muy importantes son también los restaurantes y las tiendas especializadas, tanto en la venta de

⁶ <http://www.info.valladolid.es/turismo/enoturismo/rutas-de-vino>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=nCubDDdTjCE>

⁸ <http://www.info.valladolid.es/turismo/enoturismo>

vino, como en otros productos artesanales de la zona, que ayudan a completar la oferta y las empresas que ofrecen otro tipo de servicios como guías turísticos, empresas de transporte, campos de golf, o agencias receptoras, todas ellas de la provincia de Valladolid.

3. CLUB DEL PRODUCTO TURÍSTICO: RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

ACEVIN, Asociación Española de Ciudades del Vino, fue creada en 1994. Presidida por el Ayuntamiento de Alcázar de San Juan en la provincia de Ciudad Real, agrupa a más de 50 ciudades de todo el territorio nacional que tienen como denominador común la gran importancia del vino en su economía, cultura, patrimonio y desarrollo. Su misión es la de valorizar el potencial endógeno de estas zonas derivado del mundo del vino y utilizarlo como motor de otras actividades, de este modo, la Asociación entiende la promoción de la cultura y del turismo del vino o enoturismo como una estrategia de desarrollo local y de creación de riqueza y empleo a través de una serie de rutas.

Las Rutas del Vino de España son un producto turístico innovador, temático, cultural y gastronómico que ACEVIN ha desarrollado con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo. En la actualidad hay 25 rutas del vino de España asociadas a este proyecto, de las cuales, cinco se encuentran en Castilla y León, siendo una de ellas la de Cigales (Figura 6). Se basa en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola. Es un producto que se asienta sobre una estrategia de desarrollo socioeconómico integral del territorio, de cooperación público-privada y de valorización de la identidad y cultura vitivinícola del destino. La viticultura es el eje temático de este producto y el turista lo percibe durante todas las etapas de su viaje.



Figura 6. Rutas del Vino de España. www.acevin.es

Una Ruta del Vino es un destino turístico de calidad que ofrece la posibilidad de sumergirse en la cultura, tradición y costumbres de un territorio vitivinícola. Pasear por un viñedo, visitar una bodega y conocer el proceso de elaboración del vino, alojarse en un entorno rural, tomar un buen vino en una taberna y adquirir productos típicos en una tienda especializada son algunas de las experiencias que una Ruta del Vino brinda al visitante. Todo ello sin olvidar la oportunidad de conocer el patrimonio histórico, cultural y natural de las ciudades.

Se trata de un producto turístico complejo que se traduce en una red de cooperación empresarial y de cooperación entre empresas del sector público y privado, que integran tanto a empresas específicamente turísticas como a otras cuyos sectores han estado tradicionalmente lejos del turismo. También incorpora a las administraciones locales del territorio por donde transcurra la ruta como gestoras de gran parte de los valores

y recursos del espacio. Esta red de cooperación se materializa en un ente gestor con entidad propia (asociación, consorcio, etc.) que se encarga de la planificación, control de la calidad, gestión y comercialización del producto turístico.

4. LA CONJUNCIÓN DEL VINO Y EL ENOTURISMO: LA RUTA DEL VINO CIGALES COMO MOTOR DE DESARROLLO

4.1. Los primeros pasos de la Ruta del Vino de Cigales

A instancia de diversas bodegas, en el año 2013, el Consejo Regulador DO Cigales empezó a trabajar para ver la posibilidad de crear una Ruta del Vino estableciendo reuniones con bodegas, empresarios de la zona y responsables políticos. De forma paralela, a comienzos de año, se firma un Convenio de Colaboración entre la Asociación Ciudadanos por la Defensa del Patrimonio de Valladolid y los Ayuntamientos vinculados al Consejo Regulador de la DO Cigales para promocionar la cultura y el patrimonio del vino en este territorio. En las reuniones entre dirigentes políticos se palpó la necesidad de asociarse para crear acciones turísticas que revitalizasen el territorio.

A partir de entonces se sigue avanzando en el proyecto con la incorporación del Ayuntamiento de Cigales en ACEVIN, la contratación a media jornada de un Gerente en febrero y la posibilidad de recibir la Asistencia Técnica por parte de dicha Asociación, por lo que se tuvo hasta junio del 2014 para arrancar la Asociación con asesoramiento y elaboración de informes de pre-auditoría. Durante todo el año 2014 se estuvo explicando el proyecto a entidades y empresas, se estuvo ajustando el trabajo realizado en la Ruta del Vino al Manual del Producto, condición indispensable para la certificación. Tanto el Ente Gestor como los socios debían adaptarse a las exigencias de dicho Manual. Por parte del Ente Gestor esto se lograría a través de la elaboración de un Plan de Acción, Plan de Marketing, Plan de Gestión de Residuos, Plan de Sensibilización, Manual de Señalización, Manual de Imagen Corporativa, Creación de material promocional, elaboración de un vídeo, realización de expositores promocionales, etc., y por parte de los socios, mediante la adaptación a las exigencias básicas de cara al enoturista.

La Ruta del Vino es un trabajo en red importante, por lo que también se han realizado diversas actividades de conocimiento entre socios, y de preparación de sus negocios para dar a conocer al visitante la autenticidad del territorio.

En el año 2014 se contó con la colaboración económica de la Diputación Provincial de Valladolid con 40.000€(para acciones de promoción) y de la Junta de Castilla y León con 50.000€para señalización. Aparte, se contó con la Diputación Provincial de Palencia para su promoción. Se realizaron varias presentaciones en INTUR 2014 y FITUR 2015 dando a conocer el trabajo realizado por la Ruta del Vino Cigales.

Las auditorías finales se realizaron entre el 2 y el 6 de marzo del 2015 con un resultado positivo, aprobando la certificación en el Comité de Gestión de las Rutas del Vino de España el 19 de marzo en la ciudad malagueña de Ronda. La creación y rápido trabajo bajo las premisas de participación empresarial y apoyo de la administración pública, se realizó cogiendo ideas del trabajo desarrollado en la Ruta del Vino de Rueda, un modelo elogiado a nivel nacional.

La Ruta del Vino Cigales está compuesta por un total de sesenta socios, de los que nueve son los Ayuntamientos de los municipios vallisoletanos de Fuensaldaña, Mucientes, Cigales, Corcos, Trigueros del Valle, Cubillas de Santa Marta, Cabezón de Pisuerga, Valoria la Buena y el palentino de Dueñas. A su vez, también cuenta con el apoyo de la Junta de Castilla y León, así como de las Diputaciones Provinciales de Valladolid y Palencia. Sobre la iniciativa privada, abarca quince bodegas, nueve restaurantes, cinco bares de vinos, tres museos, seis empresas de ocio, cuatro comercios, un guía turístico, etc., formando una oferta complementaria en relación al mundo del vino. En definitiva, una amplia red de empresas privadas e instituciones públicas que trabajan en conjunto para promocionar un producto con fuerte arraigo en este territorio como es el vino.

Hasta el momento en la Ruta del Vino Cigales se ha trabajado mucho el conocimiento entre los socios para que se conozca, primeramente, lo que hay en el territorio, y para que, posteriormente, empiecen a trabajar de forma conjunta creando el producto turístico, con jornadas de formación visitando sus negocios, así como jornadas de conocimientos de bodegas y vinos para los profesionales de la hostelería y el comercio.

4.2. La señalización de la ruta y de las empresas y entidades participantes

El proyecto de señalización de la Ruta del Vino Cigales se divide en varias fases. La primera fase era obligatoria para conseguir la certificación, y consistía en la señalización de los municipios, las bodegas y las

oficinas de turismo pertenecientes a la ruta. Para ello se ha llevado a cabo, de forma similar a la primera señalización de 2001, la instalación de diferentes hitos y paneles informativos por el territorio (Figura 7):

- Nueve paneles informativos, uno por localidad, en el que aparecen todos los recursos turísticos por cada municipio en el anverso así como el total en el reverso. Este panel informativo se ha situado en lugares donde haya más movimiento de visitantes en los municipios.
- Nueve hitos, uno por localidad, señalizando la pertenencia del municipio en la Ruta del Vino y dirigido especialmente a los turistas que llegan por carretera.
- Señales direccionales de bodegas. Aparte de las señales propias, cada bodega debe estar señalada en su trayecto para que el visitante sepa llegar. Es por ello que desde la propia Asociación se ha indicado con dos señales a cada bodega.

Las oficinas de turismo ya estaban señalizadas en sus localidades respectivas por lo que son un complemento a las propias de la Ruta del Vino.

En la segunda fase se señalarán el resto de socios turísticos para que el visitante perciba que está entrando en un territorio especial, vinculado al vino y que le otorga calidad en cada uno de los establecimientos. Aparte de ellos, todos los socios deben tener una placa identificativa, que en este caso se ha insertado un código QR para que se puedan descargar el folleto digital. En las bodegas se ha unificado el diseño de los horarios e información necesaria, creando unos paneles informativos con el logo de la bodega, el horario disponible de visitas así como la forma de contacto. Igualmente se ha insertado el código QR para descargarse el folleto global de la Ruta. Con estas medidas se pretende que el visitante perciba que está en un territorio vinculado al vino donde se da calidad en el mismo y se facilite la información que necesiten mostrando confianza y comodidad.



Figura 7. Señalización de la Ruta del Vino de Cigales. Fuente: fotografías propias

4.3. Iniciativas puestas en marcha por la Ruta del Vino de Cigales

Desde que se comenzó este proyecto de la Ruta del Vino de Cigales, se han llevado diversas actividades orientadas a la promoción y el conocimiento de los vinos de esta comarca. Las medidas más importantes en las que se está trabajando son la gastronomía, la cultura y el patrimonio de este territorio: la gastronomía es uno de los pilares básicos en la Ruta, es por ello que en el 2014 se realizó la I Ruta de Pinchos “Al Cigales” para incentivar el uso del vino DO Cigales en los menús de los restaurantes, con un jurado profesional de varias personas vinculadas a la gastronomía y el periodismo. Para el 2015 ya hay planificados una serie de eventos gastronómicos organizados en el que se apostará por el vino de la DO Cigales, y los productos de la tierra adheridos a la Ruta del Vino como pueden ser las carnes, en especial el lechazo, y los quesos; la cultura

mediante la música en diferentes lugares históricos y con encanto; y el patrimonio con la organización coordinada entre diversos socios de visitas a zonas con alto interés patrimonial y vinculado al vino.

5. CONCLUSIÓN

El turismo enológico en nuestro país ayuda a garantizar el desarrollo de pequeñas localidades y comarcas que, pese a su potencial económico, siguen perdiendo población. Desde esta perspectiva, el enoturismo puede adquirir en el futuro importancia para las economías locales, porque permite el crecimiento de la agricultura, la agroindustria y los servicios, principalmente la hostelería y el comercio, siendo el ejemplo de la comarca de Cigales un caso muy significativo.

Los viñedos que componen la DO Cigales poseen una buena materia prima, las uvas, que se destinan a elaborar vinos que han ido adquiriendo un mayor reconocimiento social con el paso de los años, no solo en este territorio y su entorno más inmediato, sino en toda la región, así como en otros espacios del conjunto de España. Además de los vinos, la comarca de Cigales cuenta con importantes atractivos culturales, patrimoniales y etnográficos como la Fiesta de la Vendimia (Declarada de Interés Turísticos Regional), monasterios como el de San Isidro de la Trapa o Palazuelos, castillos como el de Fuensaldaña, numerosas iglesias, ermitas, casas blasonadas, calles porticadas, el Canal de Castilla, fiestas populares, etc., en definitiva, un importante conjunto de elementos que se van a combinar con el vino con el fin de atraer a turistas ávidos de conocer estas tierras y en lo que su interior se alberga.

Aunque es pronto para valorar la impronta que ha tenido la Ruta del Vino de Cigales en esta comarca, pues como tal lleva funcionando apenas unos meses, existe un bienestar entre los socios de la misma, pues ya se han llevado a cabo algunas iniciativas con resultados positivos y buena aceptación por el público participante en la misma. La predisposición por parte de las instituciones públicas participantes (principalmente los ayuntamientos) y de las empresas privadas, está permitiendo poner en marcha iniciativas que fomentan el conocimiento de estos municipios, su cultura, la participación de las personas, la generación de riqueza y la promoción del producto estrella de este territorio, el vino.

6. BIBLIOGRAFIA

- Fernández, J. (2012): “Cambios en la industria y el paisaje vitivinícola de la Denominación de Origen de Cigales (Castilla y León, España)”. *Estudios Geográficos*, 272, 63-90.
- Fernández, J. y García, M.A. (2014): “Las bodegas tradicionales: patrimonio olvidado en la cultura del vino de la Denominación de Origen de Cigales (Castilla y León, España)”. *Geographicalia*, 65, 61-86.
- Huetz, A. (1967, ed. 2005): *Vinos y viñedos de Castilla y León*. Valladolid, Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León.
- Informe: Análisis de la competencia. Oferta de Enoturismo en España. Informe CEGOS-DYNAMIZA (2008).
- Informe: Manual de Buenas Prácticas en Turismo Rural. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2011).
- Revista oficial CRDO CIGALES. Sept 2000. Nº 0, I época, 22-23.
- Revista oficial CRDO CIGALES. Marzo 2002. Nº 4, I época, 23-25.