

Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

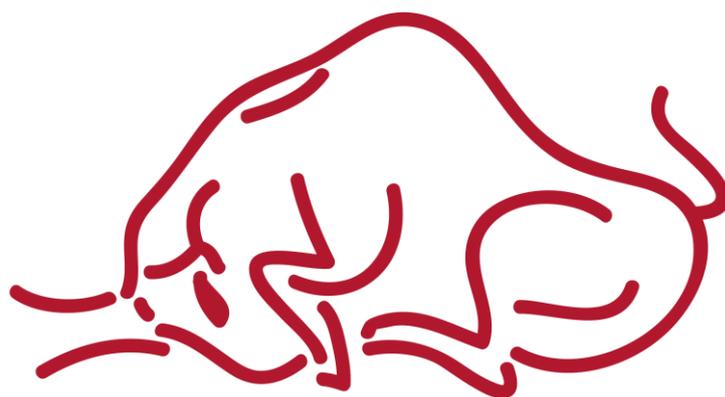
Curso académico 2017/2018

AUTORA: Irina Cires

**TITULO: TURISMO ENOLÓGICO: UNA COMPARATIVA
ENTRE LA RIOJA Y LA REGIÓN CENTRO SURESTE DE
MOLDAVIA**

**TITLE: WINE TOURISM: A COMPARISON BETWEEN LA
RIOJA AND THE CENTRAL SOUTHEAST REGION OF
MOLDAVIA**

DIRECTORA: Nuria Salesa Amarante



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2017/2018

Fecha de entrega: 11/12/2017

AUTORA: Irina Cires

**TITULO: Turismo Enológico: una comparativa entre La Rioja
y la región Centro Sureste de Moldavia**

DIRECTORA: Nuria Salesa Amarante

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a:

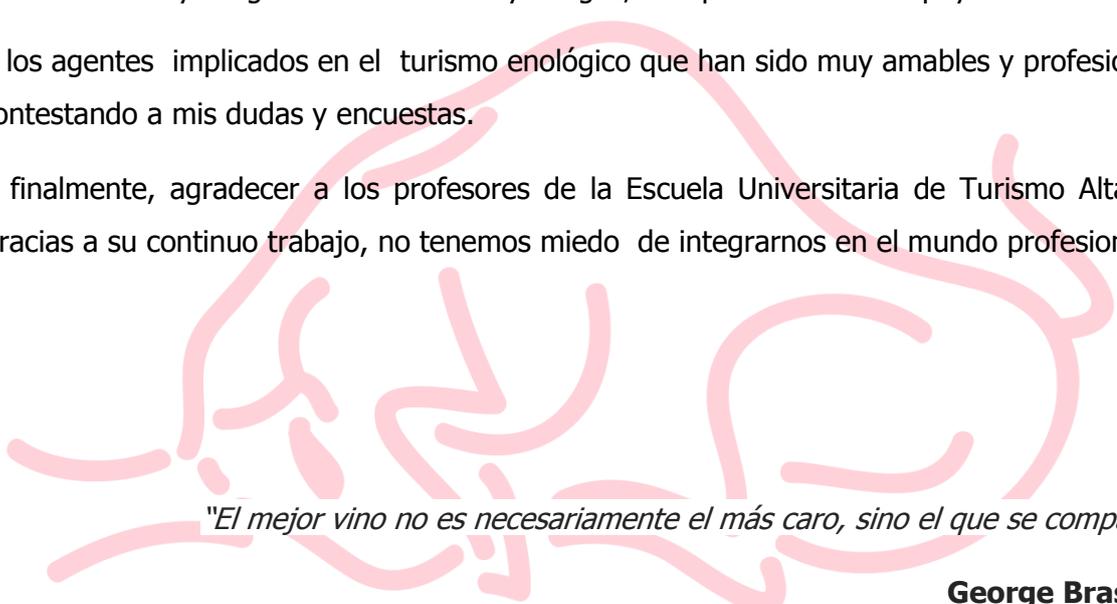
Agradecimientos

En primer lugar, quiero darle las gracias a mi tutora, Nuria Salesa Amarante, por su continuo apoyo, confianza y paciencia. Desde el primer momento ha estado dispuesta a ayudarme, guiarme, aconsejarme y lo más importante – animarme.

También les doy las gracias a mi familia y amigos, siempre han estado apoyándome.

A los agentes implicados en el turismo enológico que han sido muy amables y profesionales contestando a mis dudas y encuestas.

Y finalmente, agradecer a los profesores de la Escuela Universitaria de Turismo Altamira. Gracias a su continuo trabajo, no tenemos miedo de integrarnos en el mundo profesional.



"El mejor vino no es necesariamente el más caro, sino el que se comparte."

George Brassens

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado presenta un estudio comparativo de la oferta del turismo enológico de la Comunidad Autónoma La Rioja y el centro y sureste de la República de Moldavia.

En primer lugar, se expone el marco teórico del turismo enológico, sus actores, su importancia en el mundo del turismo y el rol económico que tiene en las dos regiones estudiadas.

Posteriormente, se analizan las estrategias de promoción de este tipo de turismo tanto a nivel nacional como internacional.

En el último apartado se realiza un análisis comparativo sobre el poder de atracción de los dos destinos para el turista enológico. Además, se ofrece una serie de propuestas para mejorar las estrategias de promoción y rendimiento económico.

Palabras clave:

Enoturismo, turismo enológico, enoturista, vino, la vid, bodega, enólogo, cata de vino, viñedos, rutas enológicas, marketing enológico, La Rioja, La República de Moldavia.

ABSTRACT

This dissertation presents a comparative study of the offer of Wine Tourism in La Rioja and Republic of Moldova.

Firstly, the theoretical frame of the wine tourism, its actors, and the importance in the oenological world and its role in the economy of the both studied regions are covered in depth.

Subsequently, an analysis of the national and international promotion strategies of Wine Tourism is included.

The last section provides with a comparative analysis of the attractiveness of both regions. Also include several proposals to improve Wine promotional strategy and economic performance.

Keywords:

Wine tourism, oenological tourism, wine tourist, wine, vine, wine cellar, wine maker, wine tasting, oenological routes, wine marketing, La Rioja, Republic of Moldova.

ÍNDICE

Agradecimientos	1
RESUMEN.....	2
Palabras clave:	2
ABSTRACT	2
Keywords:.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. Finalidad y motivos	5
1.2. Objetivos	5
1.2.1. Objetivo general.....	5
1.2.2. Objetivos específicos	6
1.3. Metodología	6
1.3.1. Fuentes primarias.....	6
1.3.2. Fuentes secundarias	6
2. EL VINO COMO RECURSO TURÍSTICO: TURISMO ENOLÓGICO	7
2.1. Conceptualización	7
2.2. Perfil del enoturista.....	8
3. TURISMO ENOLÓGICO EN ESPAÑA.....	11
4. TURISMO ENOLÓGICO EN LA REPÚBLICA DE MOLDAVIA	20
5. LA RIOJA COMO DESTINO ENOLÓGICO	26
5.1. La Comunidad autónoma de la Rioja	26
5.2. Impacto económico del turismo enológico en la economía de La Rioja.....	26
5.3. Las rutas del vino en La Rioja	28
5.4. Promoción turística del vino en La Rioja.....	34
6. CENTRO Y SURESTE DE MOLDAVIA COMO DESTINO ENOLÓGICO	39
6.1. La región del centro y sureste de la República de Moldavia.....	39
6.2. Impacto económico del turismo enológico en la economía de Moldavia.....	39
6.3. Las Rutas del vino en Moldavia	42

6.4. Promoción turística del vino en Moldavia.....	45
7. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	49
8. ANEXOS	51
ANEXO I MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A BODEGAS DE MOLDAVIA.....	51
ANEXO II. CONSULTAS REALIZADA A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53
WEBGRAFÍA	54
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	57



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Finalidad y motivos

Mi vinculación con el turismo enológico y la idea de escribir el TFG sobre dicho tema, surge gracias a mi participación en la feria de turismo ITB de Berlín en marzo de 2017, como empleada de La Red Cántabra de Desarrollo Rural. En los descansos del trabajo, tuve la oportunidad de acercarme más a los profesionales del sector del turismo de Moldavia. Su principal producto turístico es el turismo enológico y desde hace 3 años están desarrollando un plan estratégico para promocionarse a nivel no solo europeo, sino internacional.

A lo largo de la historia, el turismo ha sufrido muchas transformaciones. El turismo de masas ha ido evolucionando hacia un turismo especializado, a medida del turista y su necesidad de conocer nuevos lugares, culturas, idiomas y tradiciones. En este sentido, el turismo enológico se convierte en una tipología que permite al turista cubrir todas esas necesidades.

A pesar de que esta tipología de turismo (turismo enológico) es muy poco conocida y estudiada, especialmente en la República de Moldavia, juega un rol importante en el desarrollo socioeconómico de ambas regiones.

La finalidad de este Trabajo Fin de Grado es la comparación del Turismo Enológico en La Rioja (España) y el centro sureste de la República de Moldavia y para conocer las diferencias y similitudes de oferta y promoción de un destino enológico consolidado frente a otro incipiente. Se analizará para ello los principales destinos, el impacto económico, las vías de promoción, la diferencia y diversificación de los paquetes turísticos, los servicios prestados y la demanda de los turistas tanto nacionales como internacionales.

1.2. Objetivos

A continuación se presentan el objetivo general y los objetivos específicos que pretende alcanzar este Trabajo de Fin de Grado:

1.2.1. Objetivo general

El objetivo general de este TFG es comparar la oferta de turismo enológico en el centro y sureste de la República de Moldavia y la Comunidad Autónoma de La Rioja.

1.2.2. Objetivos específicos

Como objetivos específicos se pretenden los siguientes:

Conocer la oferta de turismo enológico en ambas regiones.

Analizar las vías de promoción de ambas zonas.

Determinar las posibles estrategias a utilizar por la República de Moldavia.

1.3. Metodología

Este trabajo se divide en siete Capítulos principales con sus correspondientes subcapítulos siendo los capítulos 5 (La Rioja como destino enológico), 6 (República de Moldavia como destino enológico) y 7 (Conclusiones y Propuestas) en los que se desarrolla el tema central del mismo.

Para poder realizar este trabajo, se han consultado libros, artículos de prensa especializada, estadísticas, páginas web y entradas a blogs especializados en la materia. También se han realizado consultas directas a los organismos implicados en el sector.

1.3.1. Fuentes primarias

Como fuentes primarias se han realizado encuestas vía electrónica a las bodegas y organizaciones de las rutas de vino en ambas regiones.

1.3.2. Fuentes secundarias

En relación a las fuentes secundarias, se ha realizado una revisión bibliográfica sobre la materia, consultando libros, revistas especializadas, webs de turismo de ambas regiones y asociaciones especializadas en turismo enológico.

Escuela Universitaria
de Turismo
ALTAMIRA

2. EL VINO COMO RECURSO TURÍSTICO: TURISMO ENOLÓGICO

2.1. Conceptualización

El enoturismo engloba en sí gran variedad de tipologías de turismo y de este modo se crean paquetes turísticos únicos, muy adaptables a las necesidades y demandas del turista. El turismo enológico une a los amantes del turismo cultural, rural, gastronómico, paisajístico, ecológico, de naturaleza y, no en el último lugar, a los amantes del vino. El vino ya no es simplemente una bebida alcohólica; representa la cultura, la tradición y la historia de la región. El público es cada vez más amplio y diversificado.

Dependiendo de cuál sea la perspectiva según la que analicemos el enoturismo, encontramos varias definiciones, a continuación se presentan algunas de ellas.

No existe una definición académica sobre el concepto enoturismo, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española no recoge este término. En este sentido, la Asociación Española de Enoturismo ha propuesto a la RAE la siguiente definición:

"Modalidad de turismo basada en desplazamientos a entornos vinícolas, con el propósito de conocer, disfrutar y compartir experiencias en torno a la Cultura del Vino"(RAE, 2017)

Otra definición aceptada en el sector es la que ofrece el Profesor de Marketing de la Universidad de Australia Colin Michael Hall:

"visitas a viñedos, bodegas, festivales y espectáculos de vino para los que la degustación de vinos de uva y/o la experiencia de las cualidades de la región vinícola representan los elementos de motivación clave para los visitantes". (Hall, 1998)

Sin embargo, Getz define el enoturismo dependiendo desde qué perspectiva se analiza. De esta manera analiza el concepto en tres vertientes:

Desde la perspectiva de las Agencias de Turismo y la región turística estudiada que desarrollan el destino en torno a los paisajes con valor único y las tradiciones de la producción del vino.

Desde la perspectiva de los productores de los caldos (los bodegueros) quienes encuentran la oportunidad de demostrar que son únicos, de "educar" a los consumidores y de hacer ventas directas.

Y finalmente, desde la perspectiva de los turistas o los consumidores quienes pueden encontrar un producto turístico diferente y beneficiarse de nuevas experiencias. (Getz, 2000)

Pero la mayoría de los expertos de turismo coinciden en una definición base: el enoturismo son las visitas organizadas a las bodegas no solamente por los bodegueros, sino también por los amantes del vino, por los interesados en conocer la historia detrás del vaso saboreado, el proceso, las instalaciones, la gente que emplea su amor y experiencia para que otros puedan disfrutar trasladándose al mundo de sabores, cultura y tradición.

2.2. Perfil del enoturista

Según los últimos estudios de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) no existe una gran diferencia de sexo entre los turistas enológicos. Son mayoría las mujeres con un 52,5%, les gusta viajar en pareja, la franja de edad mayoritaria se sitúa entre 46 y 65 años y son principalmente aficionados al mundo del vino.

En cuanto a la forma de viajar del enoturista, mayoritariamente reserva por teléfono o por Internet entre una semana y un mes antes del viaje, se desplaza en su propio vehículo y utilizan el hotel como medio de alojamiento.

Una vez en el destino, sus actividades favoritas son la visita a bodegas, seguida de la compra de vinos, gastronomía y degustación de vinos y por último visitar pueblos o realizar visitas culturales.

La estancia media del enoturista en el destino es de 2,54 días, con un gasto diario de 156,6€ repartido entre el alojamiento, la restauración, las compras y las visitas a bodegas. Por tanto el gasto medio del enoturista en su estancia es de 397,83€.

El mayor atractivo en la elección del destino es la calidad de los vinos, seguido de las bodegas y el prestigio de la zona sin descuidar la gastronomía.

Por último es importante resaltar que este estudio afirma que el enoturista califica con una nota de 8,29 sobre 10 al destino y un 99,5% recomendaría la visita. Como aspecto más satisfactorio destacan las bodegas y las carreteras, senderos e infraestructuras es el aspecto menos satisfactorio.

A continuación se muestra en dos imágenes el estudio realizado por la Asociación Española de Ciudades del vino.



Ilustración 1 Perfil del enoturista. Fuente: www.wineroutesofspain.com

Los profesores de marketing de la Universidad Edith Cowan de Australia, Steve Charters y Jane Ali-Knight, destacan la diferencia de los turistas del vino europeos de los de Australia y Nueva Zelanda:

En Europa, el "enoturista formal" prefiere viajes organizados [...], mientras que los enoturistas de Australia y Nueva Zelanda los expertos en el dominio son menos interesados en viajes organizados que los "aficionados". (Charters & Ali-Knight, 2002)

Además de hacer esta distinción, los autores del artículo han clasificado al enoturista según el interés hacia la cultura del vino y los conocimientos que poseen de la misma (Charters & Ali-Knight, 2002)

Turista amante del vino

Es el turista más interesado en mejorar sus conocimientos de la cultura del vino. 74% de ellos han leído algún libro sobre el vino. Otras de las motivaciones en practicar el enoturismo son la compra del vino previamente saboreando, el interés en saber qué vino combinar con qué comida y también cómo almacenar el vino y madurarlo.

Turista experto

El turista experto es el turista amante del vino con más formación. Además de catas de vino, están interesados en conocer cómo es el proceso de producción del vino, tipos de uva, cuidado de la vid, etc.

Turista interesado o curioso

Son los turistas consumidores del vino pero sin mucha formación, o formación nula, en comparación con el turista amante del vino. Normalmente están interesados no solamente en la visita de viñedos o bodegas, sino también en recibir un curso de cata de vinos a lo que, por ejemplo, los Amantes del Vino no le dan mucha importancia. Otra motivación es el deseo en aprender cómo se almacenan los vinos pero no les interesa la fusión del vino con la gastronomía. Son turistas que disfrutan y prefieren repetir las rutas del vino (86% de ellos han visitado alguna bodega previamente).

Turista novato o principiante

Debido a la carencia de conocimientos en el dominio, estos turistas novatos dan prioridad a la visita de viñedos o a las actividades dinámicas al aire libre que a las actividades más pasivas, como por ejemplo: cata de vino o visita de las bodegas. (Charters & Ali-Knight, 2002)

Es importante señalar que la época de vendimia entre los meses de septiembre y octubre es la ideal para practicar este tipo de turismo y que por tanto posee un gran valor como desestacionalizador del destino.

3. TURISMO ENOLÓGICO EN ESPAÑA

En 1994 la Secretaría General de Turismo junto con la Asociación de Ciudades del Vino de España (ACEVIN) desarrollaron un proyecto denominado "Las Rutas del Vino en España" y establecieron 26 rutas de las cuales 1 se encuentra en La Rioja bajo la denominación de "Rioja Alta". En el mapa aparecen las 26 rutas y señalada la correspondiente a La Rioja.



Ilustración 2 Mapa de España con las rutas del vino. Fuente: ACEVIN

<https://www.wineroutesofspain.com/>

En el siguientes gráfico, las rutas del vino de España están ordenadas según el número de visitantes. La Ruta de La Rioja Alta está en el cuarto puesto. En 2016 recibió 267.058 visitantes.

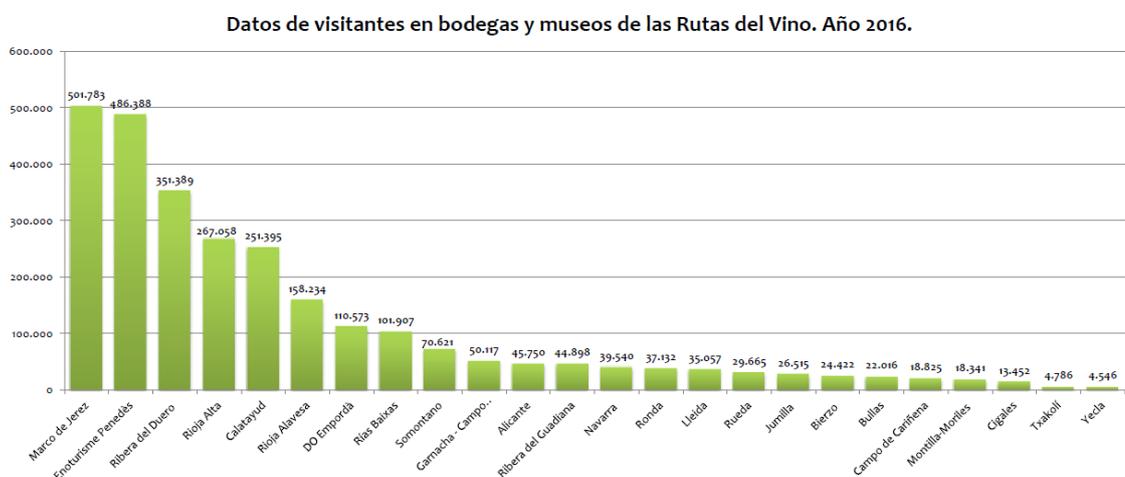


Ilustración 3 Datos de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino, año 2016. Fuente: ACEVIN

A continuación se describen de forma breve cada una de estas rutas:

Ruta del vino N°1. Rías Baixas (Pontevedra y A Coruña, Galicia)

En esta zona se unen el turismo enológico con el gastronómico. En su mayoría, los vinos de Rías Baixas son blancos, el albariño (95%), y combinan muy bien con la gastronomía marítima de la zona.

Ruta del vino N°2 de El Bierzo

Una ruta en el centro de Galicia que gracias al microclima la transforma en un "privilegiado espacio para el cultivo de la uva". La ruta se asocia con la cultura del vino y la comida típica de la región. Se combina el enoturismo con el gastroturismo.

Ruta de vino N°3 Txacoli

La cercanía de esta ruta a la ciudad de Bilbao, a tan solo 20 kilómetros, disponer de un aeropuerto con conexión internacional y una red de autopistas a la región, hacen de ella una buena opción para el desvío del viajero. Además, los enoturistas tienen la oportunidad de emplear el tiempo en el disfrute de la realización de la ruta una vez estando en la región de Txacolí. La oferta turística de la ruta consiste en la visita de 5 bodegas con sus viñedos.

Ruta del vino N°4 La Rioja Alta

La ruta se encuentra en el noroeste de la Comunidad Autónoma de La Rioja. El vino de La Rioja es mundialmente reconocido y, por ello, la Ruta del vino de La Rioja Alta recibe cada año más de 267 mil de amantes del vino riojano. Ilustración 3

Ruta del vino N°5 Rioja Alavesa



Ilustración 4 Ruta del Vino de la Rioja Alavesa. Fuente:
<http://rutadelvinoderiojaalavesa.com/es/mapas.php>

Se encuentra en el sur de la provincia de Álava, País Vasco. El río Ebro cumple el papel de frontera natural de la Rioja Alavesa, la Comunidad Autónoma de La Rioja y de la comarca La Rioja Alta.

Esta ruta forma parte de "Rutas del Vino de España" desde enero 2006 y se ha ganado el respeto y confianza entre los amantes del vino. Se encuentra en el sexto posicionamiento en el ranking de visitas. Ilustración 3

Los enoturistas que prefieren llegar vía aérea, tienen que llegar hasta el aeropuerto de Logroño (tiene solo vuelos nacionales) que está a poco kilómetros de Rioja Alavesa.

Ruta del vino N°6 Arlanza (Castilla y León)

Es una ruta que combina la historia, la arquitectura, los monumentos históricos, las tradiciones legadas por los romanos y la tradición vinícola. Esta ruta no es demasiado popular entre los amantes del enoturismo. Una de las causas es la proximidad de la Ruta del vino Ribera del Duero que es muy visitada y está en el puesto 3 del ranking de visitas. (Ilustración 3)

Ruta del vino N°7 Ribera del Duero

Los especialistas del enoturismo proponen una gama de actividades enoturísticas, desde lo más típico y más solicitado - la visita de bodegas y viñedos, hasta lo más sofisticado y personalizado como - vinoterapia (ej. Jacuzzi de vino) en distintos centros de Spa. Es una ruta muy popular entre los enoturistas (Ilustración 3) debido también al maridaje del enoturismo con la variedad del turismo cultural.

Ruta del vino N°8 Rueda

Esta comarca es famosa por la uva Verdejo. El objetivo principal de la creación de la Ruta del Vino de Rueda es promocionar la comarca geográfica de la Denominación de Origen Rueda. Debido a que la Asociación Ruta del Vino de Rueda es relativamente joven, creada el 7 de junio 2013, no tiene mucha popularidad entre los enoturistas, se encuentra en el puesto 16. (Ilustración 3)

Ruta del vino N°9 Cigales

La infraestructura de esta ruta está muy bien organizada: hay una gran variedad de alojamientos y restaurantes para poder disfrutar de la gastronomía de la región.

"La importancia del clero y la nobleza ha sido clave para la expansión de los viñedos, y con ello de la elaboración de vino. La situación estratégica de esta comarca [...] lugar de paso para viajeros, comerciantes y trajineros entre el norte y el sur peninsular, permitió el asentamiento de colectivos sociales con fuerte poder adquisitivo, además de importantes consumidores del vino como eran los nobles y, en especial, los religiosos, que contribuyeron al resurgimiento de este cultivo tras la invasión de los musulmanes."(Fernández, 2014)

Ruta del vino N°10 Navarra (Navarra)

Además de lo que ofrecen todas las rutas, la ruta del vino de Navarra ofrece participación activa y directa en la fabricación del vino, en el trabajo de campo y posteriormente, en la comida junto a los trabajadores oficiales. Es una experiencia que obsequia al participante con momentos únicos y le hace sentirse parte del proceso, parte del caldo que se saborea posteriormente. Nunca antes se habían relacionado actividades como yoga, paseos a caballo o trekking con el enoturismo. Los responsables de la promoción turística de esta región han conseguido atraer a los amantes del vino y juntarlos con los amantes de deporte y otras actividades que a primera vista no tienen relación alguna con la viticultura. Por lo tanto, por los viñedos se puede practicar yoga, trekking, actividades en bicicleta, a caballo o a pie.

Ruta del vino N°11 Garnacha (Aragón)

La Ruta de la Garnacha nace en 2009 para vincular el turismo de la zona con el sector vitivinícola. Los viñedos datan de los principios del siglo XII. La mitad de los viñedos tienen entre 30 y 50 años, debido a ello, la producción es muy baja pero con una complejidad estructural y aromática que proporcionan a los vinos.

Ruta del vino N°12 Calatayud (Aragón, Zaragoza)

El enoturismo de Calatayud se combina con el turismo cultural e histórico. Como ejemplo de turismo cultural e histórico podemos incluir el Arte Mudéjar Aragonés que fue declarado Patrimonio de La Humanidad por la UNESCO el 14 de diciembre de 2001.

Las bodegas del Monasterio de Piedra dan fe de la importancia de la vid en estas tierras (el monasterio fue fundado a principio del siglo XII. Gracias a la buena comunicación a través del ferrocarril se favoreció la exportación del vino y por lo tanto el cultivo de la vid.

Ruta del vino N°13 Campo de Cariñena (Aragón, Zaragoza)

Campo de Cariñena se sitúa el valle medio del río Ebro. Las vides crecen a altitudes entre 400 y 800 metros. Es la zona vinícola más antigua y extensa de Aragón. Tienen especies que se adaptan fácilmente a las condiciones climatológicas como puede ser veranos tórridos y fuertes vientos secos y fríos en invierno (cierzo).

Ruta del vino N°14 Somontano (Huesca)

Los especialistas, proponen a los enoturistas empezar la ruta con la visita del Complejo de San Julián, donde se encuentra la sede de la Denominación de Origen Somontano con su correspondiente Espacio del Vino donde se puede disfrutar de una cata de vinos. El complejo es impresionante por su singularidad que combina un antiguo hospital y la Iglesia renacentista de San Julián. Además del complejo, el entorno de la comarca es impresionante, se encuentra al pie de los Pirineos.

Ruta del vino N°15 Lleida (Cataluña)

Si analizamos el posicionamiento en el ranking (Ilustración 3), la Ruta del Vino de Lleida no se encuentra entre las más populares. Eso puede ser debido a su proximidad a la Ruta del Vino de Penedés - la segunda ruta más visitada de España.

A pesar de que recibe pocas visitas al año, esta ruta tiene algo peculiar de lo que carecen las demás, la vid en esta zona crece desde los terrenos llanos hasta los terrenos de más de 1000 metros de altura en el Pirineo. Una de las ventajas que tienen los enoturistas, es que, además de red de autovías y autopistas, hasta la ruta se puede llegar vía aérea (Aeropuerto Internacional Lleida-Alguaire) o tren de alta velocidad AVE.

Ruta del vino N°16 Penedés (Cataluña)

Los viñedos de esta ruta abarcan desde Barcelona hasta Tarragona y desde el mar (Costa de Garraf, Mar Mediterráneo) hasta la montaña (Cordillera Prelitoral catalana).

"Tres zonas diferenciadas constituyen la DO: el Penedés superior (cercano a la cordillera prelitoral), el Penedés marítimo (junto al mar y de la cordillera litoral) y el Penedès central (entre las dos zonas anteriores)." (Enoturismo del Penedés, 2017)

Como está tan cerca del mar, ofrece la oportunidad de experimentar varios tipos de turismo, principalmente sol y playa y enoturismo. Gracias a su proximidad a Barcelona, los turistas tienen fácil y rápido acceso a la ruta. Tras analizar las estadísticas realizadas por la Red de Oficinas de Turismo de Cataluña, el mayor porcentaje de enoturistas en esta zona son los turistas que tienen como objetivo principal el turismo de sol y playa (71%) y la visita de la ciudad de Barcelona (8%) pero para diversificar sus vacaciones y también para enriquecer sus experiencias, optan por actividades enoturísticas.

Ruta del vino N°17 Empordá (Girona, Cataluña)

Además de lo que ofrecen las rutas citadas anteriormente: visitas de las bodegas, catas, visitas a museos, turismo de naturaleza, en la Ruta del vino de Empordá el enoturista tiene la oportunidad de alojarse en las bodegas, disfrutar de tratamientos de vinoterapia y también de visitas a las fábricas de tapones de corchos. La cultura del vino en esta región llega en el s. VI con la colonia griega.

Ruta del vino N°18 Utiel-Requena (Valencia)

Desde que se creó la Asociación Ruta del Vino de la D.O Utiel-Requena, 1999, esta ruta está incluida en las Rutas del Vino de España. No es muy popular entre los enoturistas ya que recibe menos de 4.000 visitas al año, por ello no está representada en el gráfico. (Ilustración III)

Ruta del vino N°19 Yecla (Murcia)

Como la Ruta del vino Utiel-Requena no es muy popular, la Ruta de Yecla tampoco lo es. El número de visitantes al año es de tan solo 4.546. Se sitúa cerca de la Ruta del vino de Jumilla, quizá debido a su proximidad, tiene tan pocos visitantes en comparación en Jumilla – 26.515.

Ruta del vino N°20 Jumilla (Murcia)

Lo peculiar de esta región es que cuenta con los yacimientos relacionados con la cultura del vino más antiguas de España. "El vino de Jumilla va a tener así un protagonismo especial en esta propuesta, gracias a que cuenta con el hallazgo de las pepitas 'vitis vinífera', es decir, las pepitas de uva para vinificación más antiguas de España, encontradas en la excavación arqueológica del asentamiento de El Prado. En concreto, fueron localizadas dentro de la una cueva con enterramiento múltiple de la sierra del Molar. Ambos yacimientos son coetáneos de época calcolítica y se fechan en torno al año 3.000 a. C., lo que ha servido para impulsar el eslogan 'Vinos de Jumilla, 5.000 años de historia.'" (Cañetejumilla, 2017)

El negocio vitivinícola en esta región empieza a finales del siglo XIX y lo introdujeron los comerciantes franceses.

"Hacia 1863 había aparecido en Francia la plaga de la filoxera, por lo que para poder mantener su producción, en los años siguientes esta nación tuvo que recurrir a las importaciones de vinos desde otros países de la cuenca mediterránea, lo que provocó el auge de la vitivinicultura en España, Italia y Argelia principalmente." (Fariñas, 2017)

Ruta del vino N°21 Alicante

El objetivo de la Ruta del Vino de Alicante es promocionar el turismo interior e impulsar turísticamente las comarcas con gran tradición del vino. Otro objetivo propuesto es que los turistas que visitan la Costa Blanca tengan otra alternativa y que la visita a la Comunidad sea más diversificada y atractiva.

Ruta del vino N°22 Bullas (Murcia)

Debido a los hallazgos del "sacerdote D. Juan Bautista Molina que, entre 1905 y 1909, llevó a cabo sus propios trabajos en los que saldrían nuevos muros y elementos arquitectónicos, destacando el grupo de esculturas entre las que se encontraba nuestro ya conocido Niño de las Uvas. Recientemente se dieron a conocer nuevas fotografías, incluidas las esculturas de los otros tres infantes que formaban parte de la colección..." (Sánchez, 2012) entendemos la dedicación que tenían los romanos por la vitivinicultura. Más de 200 bodegas tradicionales, la mayoría construidas en los siglos XVIII y XIX, se encuentran en el casco urbano.



Ilustración 5 Estatua El Niño de la Uva y otras tres estatuas de la colección. Fuente: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes www.cervantesvirtual.com

Ruta del vino N°23 Ronda (Málaga)

Los visitantes de esta ruta tienen la oportunidad de combinar el turismo cultural con el turismo enológico. Ronda es famosa por su historia y Patrimonio cultural. El turismo enológico es un incentivo para cambiar la famosa imagen de Ronda y permitir una diversificación del turismo. En el ranking de visitantes, la Ruta del vino de Ronda se encuentra en el decimosexto puesto, no está nada mal si lo comparamos con la popularidad del turismo histórico de la zona.

Ruta del vino N°24 Marco de Jerez (Cádiz, Andalucía)

Gracias a la posición geográfica de la zona, hay una media de 300 días de sol al año. Los inviernos son suaves y los veranos calurosos y con precipitaciones de más de 600 mililitros por año pero debido al suelo muy característico de esta zona, la "...tierra albariza que permite un alto poder retentivo de la humedad, almacenando la lluvia caída en invierno y primavera, y nutriendo las cepas en los meses secos del verano" (Rodríguez, 2010)

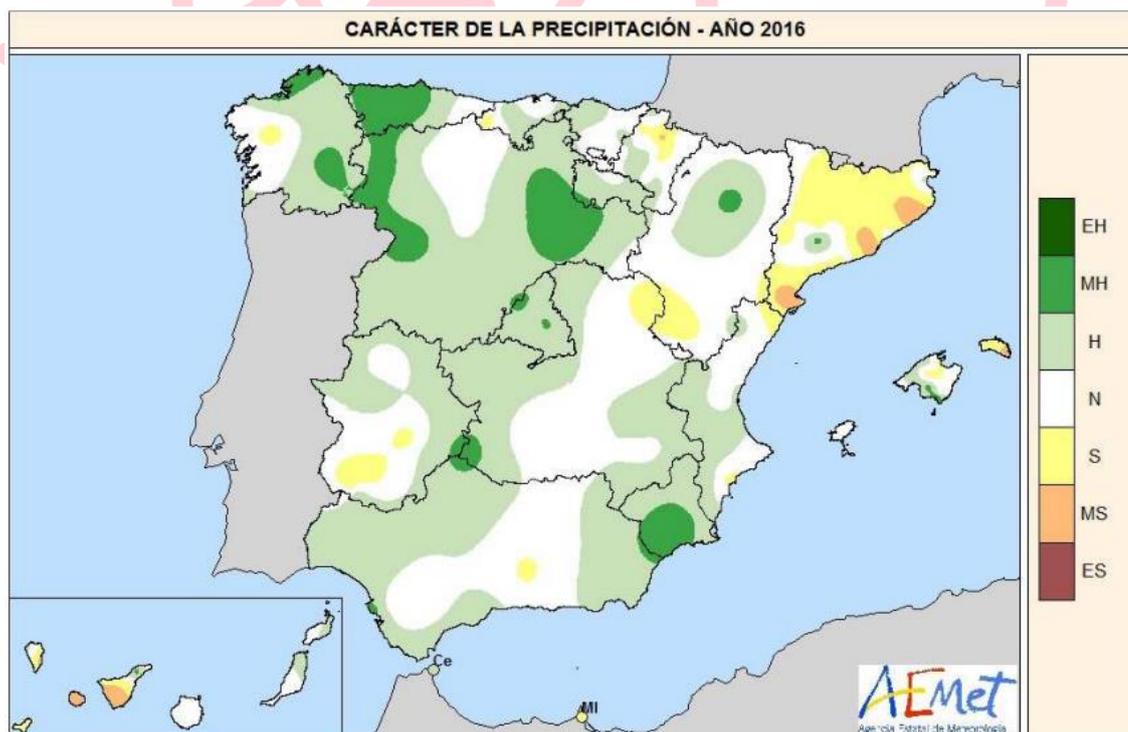


Ilustración 6 Carácter de precipitación de España Fuente: www.aemet.es Agencia Estatal de Meteorología

Ruta del vino N°25 Montilla-Moriles (Córdoba, Andalucía)

Tras analizar los datos de la Agencia Estatal de Meteorología, se observa que los veranos en esta zona son muy largos, muy calurosos y muy secos. Debido a ello, la primera vendimia de España es en esta zona – Montilla-Moriles. Aunque la zona tiene una infraestructura muy bien organizada (tanto en viaductos como ferrocarriles, además, cuenta con 2 aeropuertos internacionales, los de Málaga y Sevilla) parece que los enoturistas tanto nacionales como internacionales no debería de tener ningún obstáculo en visitar esta ruta, pero, como vemos en el gráfico más arriba mencionado (Ilustración III), esta ruta recibe 18.341 de visitas al año. Investigando las estrategias de marketing que tiene esta ruta, he llegado a la conclusión de que las autoridades responsables de la promoción turística de la región no han desarrollado las estrategias suficientes y eficaces para darse a conocer.

Ruta del vino N°26 Guadiana (Extremadura)

La única ruta del vino de Extremadura es la de Guadiana. Lo interesante de esta ruta es que, combina el turismo enológico con el turismo ornitológico de gran importancia en esta zona. Quizá, por la lejanía de la costa de sur de España, esta ruta no goza de mucha popularidad. Según los estudios de ACEVIN (Ilustración 3), esta ruta tiene menos de 4.000 visitas al año.

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

4. TURISMO ENOLÓGICO EN LA REPÚBLICA DE MOLDAVIA

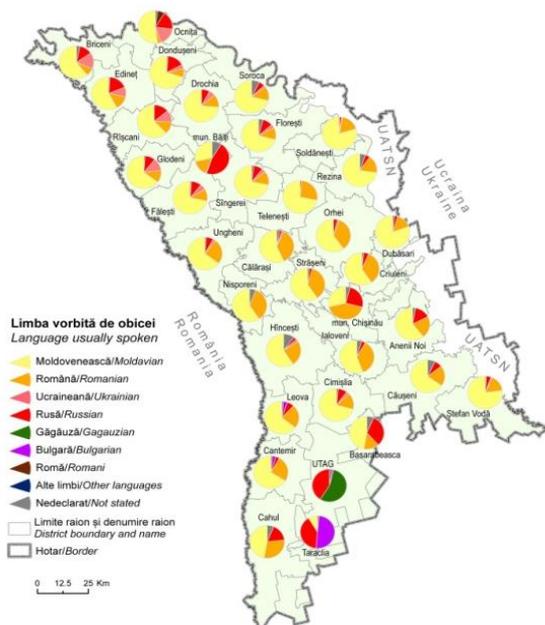


Ilustración 7 Delimitación del territorio de la República de Moldavia. Fuente: Google Maps.

La República de Moldavia es una de las antiguas repúblicas soviéticas "así como la región histórica que constituyó el antiguo principado homónimo, que comprendía territorios de la actual Rumanía" (RAE, 2005) se sitúa en la Europa oriental, al noreste de Rumanía y al suroeste de Ucrania con la capital en el centro del país – Chisinau, conocida en el sector turístico como Kisinev. El río Prut delimita Moldavia de Rumanía y el río Dniéster (Nistru) delimita la República con Transnistria, llamada también Transdniéster (estado no reconocido), es un territorio separatista que se extiende hasta la frontera con Ucrania.

Tiene una población de 3 550,9 miles de personas (Instituto Estadística de Moldavia, 2017) (sin la población de Transnistria). La mayoría de la población está situada en el centro del

Limba vorbită de obicei pe raioane
Language usually spoken by district



país, en la capital y sus proximidades. La superficie del país es de 33 852 km². (Anon., 2011) Según su extensión geográfica, ocupa el puesto 36 de los 50 países de Europa y el 32 según su número de habitantes.

Debido a su historia y posición geográfica, es un país multinacional: 75,1% del total de la población son moldavos, 6,6% son ucranianos, los rusos constituyen un 4,1%, los gagaúzos un 4,6% los rumanos 7%, los búlgaros 1,9% y otras nacionalidades un 0,7%.

Ilustración 8 Lenguas habladas en R.M.
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de la R. M.

La participación de la República de Moldavia en la competencia internacional de turismo, que contempla la integración en los circuitos turísticos, a la altura de las exigencias del mercado europeo y mundial, es y sigue siendo una cuestión de acción promovida por la Asociación Nacional de Agencias de Turismo de Moldavia.

Para que esto sea viable, es necesario que los responsables adquieran un concepto sobre el rol del turismo en la actividad socioeconómica de La Rep. de Moldavia y establezcan directrices claras para valorar el patrimonio turístico nacional, así como aplicar medidas y soluciones bien argumentadas y fundamentadas en todos los sectores del turismo.

El 24 de mayo del 2004 el Gobierno de Moldavia aprueba el Proyecto "La Ruta del Vino". Previamente a éste, no ha existido ningún proyecto vitivinícola.

El proyecto persigue una serie de objetivos, entre los más importantes se encuentran los siguientes:

- Promocionar internacionalmente el enoturismo de Moldavia.
- Cohesionar el sector turístico con el vitivinícola y así mismo, contribuir en la mejora de la economía del estado.
- Conservar el patrimonio nacional.

La Ruta del Vino de Moldavia consiste en la visita de cualquiera de las 10 bodegas del centro y sur de Moldavia.



Además de la visita, cada bodega ofrece una amplia carta de actividades: catas de vino, actividades al aire libre que implica la vendimia y posteriormente la fabricación del vino (solamente en otoño), degustaciones en los restaurantes emplazados en la misma bodega.

Algunas de las bodegas ofrecen la celebración de cualquier evento en sus restaurantes e incluso en las mismas bodegas. Últimamente está muy de moda el alquiler por horas de los viñedos, bodegas, alrededores para sesiones fotográficas de bodas o prebodas.

Ilustración 9 Las rutas del Vino de R. de Moldavia con la representación de las bodegas. Fuente <http://locals.md>

Poiana

Lo peculiar de esta bodega es que sus productos son 100% biológicos, tanto la uva como las verduras que se cultivan para la elaboración de platos en el restaurante del mismo complejo.

Además, los bodegueros quieren preservar la tradición de la vendimia, cada racimo se colecta manualmente.

Crícova

Es la bodega más cercana a Chisinau – Crícova, se encuentra a solo 15 km del centro de la capital. Conocida por su colección de vinos. En el apartado 6.3 la Ruta de Crícova se describe detalladamente.

Milestii Mici

Conocida mundialmente por encontrarse inscrito en el récord Guinness, Minestii Mici es la bodega subterránea más grande del mundo y también conocida por la colección más grande de vinos del mundo.

Asconi

Situada a 30 km de la capital, en el pueblo Puhoi, Asconi es una bodega con la maquinaria más moderna, de última generación para la fabricación del vino. Los turistas están interesados en visitar la propia bodega, hacer catas de vino y también saborear la comida tradicional en el restaurante. En verano, lo espectacular del restaurante es que, los comensales pueden presenciar e incluso participar en la elaboración de los platos al aire libre. También disponen de cursos de preparación de platos tradicionales. Según las estadísticas de la administración turística de la bodega, al año Asconi recibe más de 20.000 enoturistas. Para incentivar la llegada de turistas, los administradores turísticos de la bodega prevén para la primavera del 2018 inaugurar el complejo turístico, formado por 12 casas tradicionalmente decoradas y una piscina.

Chateau Vartely



Ilustración 10 Complejo turístico de Chateau Varley. Fuente: <https://www.vartely.md/>

Es una de las bodegas más jóvenes de R. de Moldavia. Se encuentra en el centro del país, solamente a 50 km al norte de la capital, Chisinau.

La bodega recibe a más de 13.000 visitas al año. Además de visitar los viñedos y saborear la cocina tradicional, el turista puede quedarse a pernoctar en el mismo complejo. Chateau Varley dispone de tres

chalets inspirados en las tradiciones de cada zona de la República: Casa del Norte, Casa del Centro y Casa del Sur. (Vartely Chateau, 2017)

Et Cétera

Es la bodega más joven de Moldavia. Fue inaugurada en 2009 y cuenta con maquinaria y tecnología innovadora. Como la bodega de Purcari, el pueblo de Crocmaz se encuentra en la frontera de Moldavia y Ucrania y tan solo a 15 km del Mar Negro. Como es un negocio muy joven, el complejo turístico no está aún inaugurado, aunque ya está construido. Tienen planificado que para la primavera del 2018 se inaugurarán 8 habitaciones. Lo más distintivo de las demás bodegas, es que Et Cétera dispone de recorridos turísticos en avioneta para poder disfrutar del entorno a vista de pájaro.

Purcari

Continuando la ruta, llegamos al pueblo de Purcari que está a 3 km de la frontera con Ucrania, en las orillas del río Dniéster (Nistru en moldavo). Se construyó a principios del siglo XIX y a finales del siglo el vino de Purcari ya estaba conocido en el mundo enológico gracias a la participación en la Exposición Mundial de Paris de 1878.

Castillo Mimi



Ilustración 11 Castillo Mimi. Fuente: Castillo Mimi

Es una bodega basada en la historia de un castillo y la primera importación de Aligoté¹ en Basarabia (República de Moldavia actualmente). El Castillo Mimi se encuentra en el centro del país, fue construido en 1900 por el último gobernador del país en el período zarista – Constantin Mimi.

El castillo está construido y diseñado en estilo francés, ya que Mimi estudió enología en Francia (Montepellier). En 1940, los soviéticos transforman el castillo en una fábrica de vino. En 2011 empieza la restauración completa del Castillo. En septiembre 2016 el Castillo fue inaugurado después de un siglo. Según las fuentes de la propia bodega, desde principios de 2017 hasta noviembre han recibido más de 20.000 visitas.

Además del Castillo, Mimi posee como atractivo la primera fuente musical de Moldavia. La música que suena es de Eugen Doga, el compositor moldavo reconocido mundialmente.

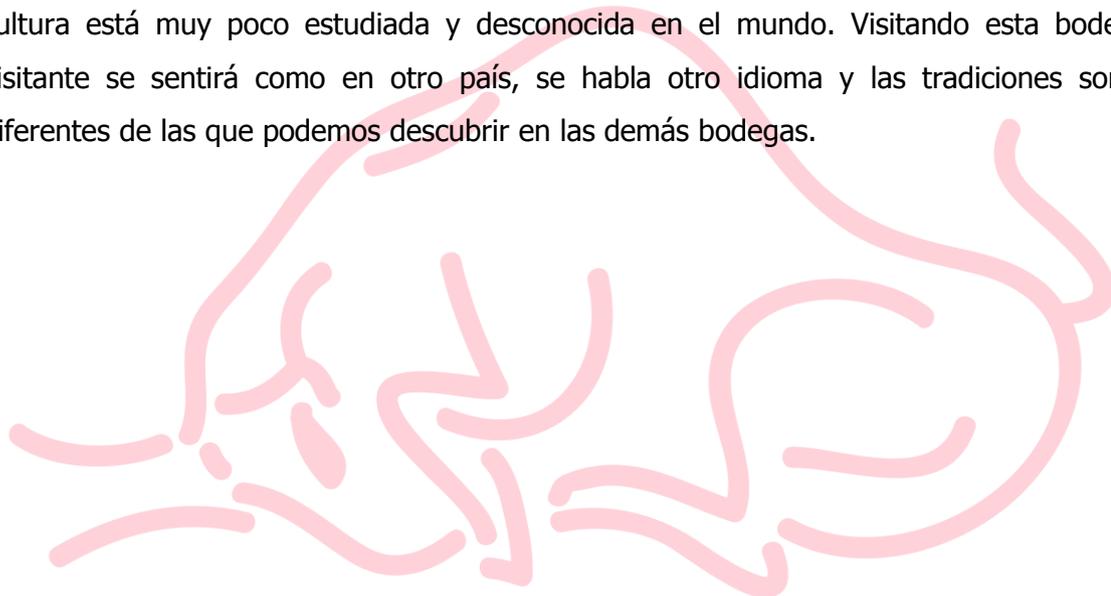
F'autor

Esta comarca importó la uva Albariño y se adaptó muy bien a las condiciones climatológicas de la región. Debido a su localización, a 100 km de Chisinau y a que la bodega no tiene complejo turístico, los enoturistas no se muestran atraídos en descubrir esa zona.

¹ Aligoté - Variedad de uva blanca. [...]vino que se debe beber joven y está marcado por agradables aromas de cítricos. Fuente: <http://www.diccionariodelvino.com/index.php/aligote/>

Kara Gani

La bodega se encuentra en el sur de Moldavia, en Gagauzia, oficialmente Unidad Territorial Autónoma de Gagauzia. Es la bodega con el ambiente más familiar de todas, está construida en el mismo patio de la casa de los dueños. Para el desarrollo del negocio toda la familia se encuentra implicada en ello. Además del restaurante que está decorado de manera tradicional, se puede visitar el museo del vino donde se explica la cultura y tradiciones de los gagauzos y la conexión de ellos con el mundo del vino. La existencia de los gagauzos y su cultura está muy poco estudiada y desconocida en el mundo. Visitando esta bodega, el visitante se sentirá como en otro país, se habla otro idioma y las tradiciones son muy diferentes de las que podemos descubrir en las demás bodegas.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

5. LA RIOJA COMO DESTINO ENOLÓGICO

5.1. La Comunidad autónoma de la Rioja

La Rioja es una de las siete Comunidades Autónomas uniprovinciales de España, la más pequeña y la menos poblada de la península según datos del Instituto Nacional de Estadística de España, 315.794 personas (Anon., 2017). La capital de la CA es Logroño, es también la ciudad con mayor número de habitantes de La Rioja. A pesar de su pequeño territorio, limita con cuatro Comunidades Autónomas: País Vasco, Castilla y León, Aragón y Navarra. El río Ebro juega el papel de frontera natural entre La Rioja y las dos Comunidades Autónomas, de norte a sureste: País Vasco, Navarra. Debido al cauce del Ebro, La Rioja está dividida en tres regiones: La Rioja Alta, La Rioja Media y La Rioja Baja. En la ilustración siguiente se muestra la situación geográfica de La Rioja.



Ilustración 12 Mapa de España. Fuente:
<http://www.monasteriodesanmillan.com/suso/localizacion.html>

5.2. Impacto económico del turismo enológico en la economía de La Rioja

Según las estadísticas de ACEVIN, en el 2016 La Rioja Alta recibió 267.058 de visitantes.

A continuación, se muestran los cálculos para conocer los ingresos de La Rioja Alta por el turismo enológico.

Sabiendo el número total de visitantes y que 72,28% de los enoturistas visitan las bodegas y 27,72% los museos de vino, se ha calculado cuántos turistas han visitado las bodegas y cuántos los museos.

Visitas a	Bodegas	Museos	
%	72,28	27,72	100%
Visitantes	193.029,52	74.028,48	267.058

Tabla I Visitantes de La Rioja Alta a bodegas y a museos. Fuente datos: ACEVIN. Cálculos porcentaje visitas: elaboración propia

Tras las encuestas y cálculos realizados por ACEVIN, el gasto medio de un enoturista en las bodegas es de 24,66€ y en los museos es de 7,47€. (ACEVIN, 2016)

A continuación, en la Tabla II, se muestra el total de ingresos del turismo enológico en La Rioja Alta.

	Bodegas	Museos	Total
Visitantes	193.029,52	74.028,48	267.058
Gasto medio (€)	24,66	7,47	5.313.100,8

Tabla II Ingreso total del turismo enológico en La Rioja Alta. Fuente datos: ACEVIN. Cálculos ingresos: elaboración propia

El Instituto de Estadística de España indica que el PIB de la Comunidad Autónoma de La Rioja es de 7.974.162 miles de € (Instituto Nacional de Estadística, 2017)

Otra fuente de gran ayuda es El Gobierno de La Rioja en Internet, según sus estadísticas, el turismo constituye un 9,02% del PIB total de la comunidad. (Gobierno La Rioja, 2015)

Según estos datos se expone en la Tabla III la estimación de ingresos según PIB:

	miles €
PIB total	7.974.162
PIB Turismo	719.269,41
PIB Tur. Enológico	5.313,10

Tabla III Cálculo del porcentaje de los ingresos del turismo enológico de La Rioja Alta

Disponiendo de estos datos, podemos llegar a la conclusión de que el turismo enológico de La Rioja Alta juega un rol muy importante en la economía de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Además, debemos tener en cuenta la segunda región enológica – La Rioja Baja que, a su vez, también contribuye al crecimiento del PIB.

Desgraciadamente, las estadísticas económicas del turismo enológico en las demás regiones de La Rioja no están disponibles. Se ha contactado tanto con La Rioja Turismo como con El Gobierno de La Rioja en Internet y no ha sido posible conseguir los datos estadísticos del turismo enológico en toda la comunidad

5.3. Las rutas del vino en La Rioja

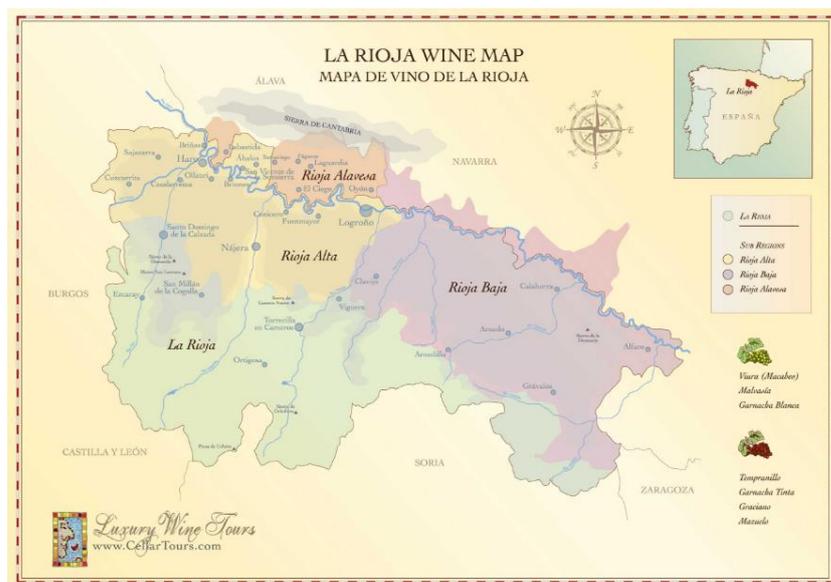


Ilustración 13 Mapa de La Rioja. Fuente: <http://www.cellartours.com>

En el mapa están indicadas cada región de la Rioja Turística: Rioja Alta (la que vamos a estudiar) y Rioja Baja. No hay que confundir con Rioja Alavesa, ya que pertenece a Álava, País Vasco.

Rioja Alta

La Rioja enológica se divide en 2 regiones: Rioja Alta y Rioja Baja.

Rioja Alta se sitúa en el noroeste de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Al norte el río Ebro hace de frontera entre Rioja Alta y Rioja Alavesa (Álava), al oeste limita con el municipio Burgos, al este con Rioja Baja y al sur con la Sierra de La Demanda.

En las Rutas del Vino de España está incluida la Ruta de La Rioja Alta que a su vez incluye 16 rutas o Senderos del Vino. Cada una de estas rutas aparece explicada, indicando el recorrido, la dificultad y la duración y una breve descripción de las actividades que se van a hacer durante la visita.

A continuación, se presentan las rutas o senderos de Rioja Alta con su breve explicación y ubicación en el mapa. Mapas: Fuente – Google maps, ubicación de la ruta – elaboración propia.

Sendero del Vino: Río Ebro (ruta lineal)



Ilustración 17 Río Ebro

Es una ruta lineal con una distancia de poco más de 23 km de dificultad baja, tiene solamente 1 m de desnivel acumulado.

Sendero del Vino: Canal (ruta lineal)



Ilustración 18 Ruta Canal

Es una ruta lineal de 6 km longitud de muy poca dificultad. A lo largo de la ruta se visita viñedos y también un el mirador desde donde se puede contemplar los paisajes de Rioja Alta.

Sendero del Vino: La Choza (ruta lineal)



Ilustración 19 Ruta La Choza

Una ruta muy corta, de solo 3, 18 km. Muy recomendada para las familias con niños pequeños. Además de su corto recorrido, no tiene mucho desnivel acumulado, solo 62m.

Junto con los viñedos, se puede disfrutar de las vistas de los chozos y al monte de San Lorenzo.

Sendero del Vino: La Laguna (ruta lineal)



Ilustración 20 Ruta La Laguna

Esta ruta es de las más cortas, tiene un recorrido de tan solo 1,24 km y 1 metro de desnivel acumulado. Normalmente, esta ruta la recorren familias con niños pequeños o incluso bebés. Es muy recomendada también para las personas mayores con dificultad motora.

Sendero del Vino: El Prado (circular)



Ilustración 21 Ruta El Prado

Una ruta circular de 5,61 km de recorrido y desnivel de 88 m. Se visita la bodega de Señorío de Villarica y se continúa el recorrido hasta Fuente del Prado (el agua no es potable). En la fuente se hace un descanso y el guía explica la importancia que tiene la fuente, la

flora y la fauna del entorno.

Sendero del Vino: Cenicero (lineal)

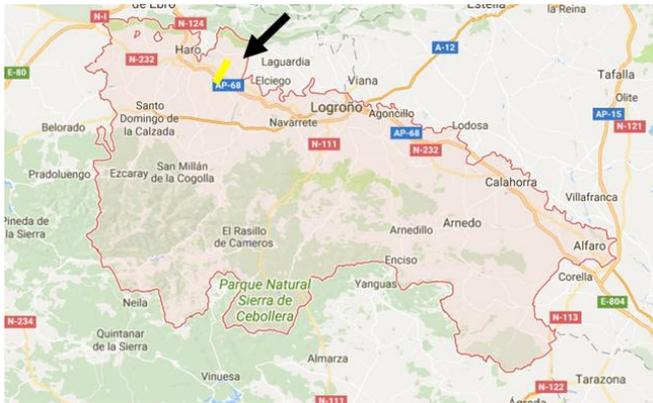


Ilustración 22 Ruta Cenicero

Es una de las rutas más largas, tiene un recorrido de casi 33 km. La dificultad consiste solo en que es larga pero no es difícil técnicamente hablando, tiene solamente 1 m de desnivel acumulado. Combina el turismo cultural con el de naturaleza y enológico. Se

visitan los pueblos de la zona.

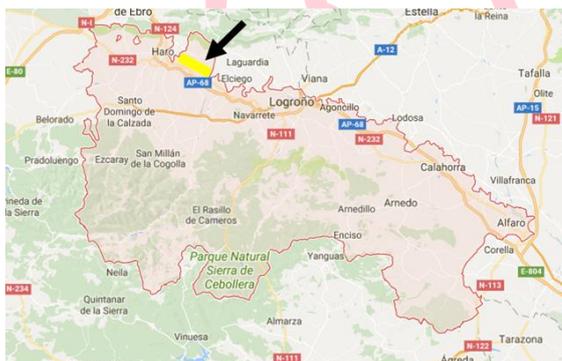
Sendero del Vino: Davalillo (lineal)



Esta ruta tiene un recorrido medio, casi 7 km, el desnivel acumulado nos es muy grande, 96 m pero presenta dificultad para las personas con niños pequeños o para las personas mayores. Gran parte del recorrido es por las orillas del río Ebro, por ello, combina el turismo enológico con el de naturaleza.

Ilustración 23 Ruta Davalillo

Sendero del Vino: Briones-Castillo de Davalillo (lineal)



Es un recorrido bastante corto (poco más de 4 km) y fácil, lineal, como un anexo al sendero Davalillo. Recorriendo las orillas del río Ebro, encontramos por el camino la capilla de San Juan y posteriormente un desvío que nos llevará al Castillo de Davalillo.

Ilustración 24 Ruta Briones-Catillo de Davalillo

Sendero del Vino: Ermita del Toloño (circular)



Esta ruta empieza en La Rioja, a continuación se hace un tramo en el País Vasco y posteriormente se vuelve al punto de inicio. Tiene una longitud de más de 12 km, con un desnivel acumulado de más de 500 m, por ello es bastante difícil, tanto técnicamente como de resistencia a larga distancia.

Ilustración 25 Ruta Ermita del Toloño

Sendero del Vino: Sendero del Ebro (lineal)



Ilustración 26 Ruta Sendero del Ebro

Más del 70% del recorrido de esta ruta se hace por las orillas del río Ebro (incluso se pasa por un puente). Por ello, vemos la conexión muy evidente con el turismo de naturaleza, además, podrán observar un tramo con la calzada romana muy bien conservada.

Sendero del Vino: Chozos y Lagares (circular)



Ilustración 27 Ruta Chozos y Lagares

Ruta circular de más de 14 km, el tiempo estimado es de 4 horas. A lo largo del recorrido encontrará eremitorio y dos necrópolis con las sepulturas correspondientes. En esta ruta también encontrará tramos de calzada romana muy bien conservada.

Sendero del Vino: Dólmenes y Ermitas (lineal)



Ilustración 28 Ruta Dólmenes y Ermitas

Es una ruta bastante larga y apta para los más preparados. Tiene una longitud de 25 km y el desnivel acumulado es de 785 m. En la ruta, además de los viñedos, el turista encontrará por su camino variedad de necrópolis, ermitas romanas, sepulturas. Además, un tramo de la ruta pasa por el bosque. Como podemos observar, el turista puede disfrutar de varios tipos de turismo: enológico, cultural e incluso de naturaleza.

Sendero Riberas del Oja Tirón: Casalarreina-Tirgo



Ilustración 29 Ruta Casalarreina-Tirgo

Una ruta lineal que recorrido medio (8,25 km) el turista podrá disfrutar de las vistas tanto de los viñedos como del cereal. Ya que no tiene mucho desnivel acumulado (25 m) se practica mucho los paseos con la bicicleta. Combinan el turismo enológico con el deportivo.

Sendero del Vino del Bajo Oja - Tirón: Tirgo - Cuzcurrita – Sajazarra (lineal)



Ilustración 30 Ruta Bajo Oja-Tirón

Se parece mucho a la anterior - Casalarreina-Tirgo, se practica por la misma zona con pequeñas desviaciones y la distancia recorrida es mayor – poco más de 22 km.

5.4. Promoción turística del vino en La Rioja

Cualquier producto turístico en el mercado, en nuestro caso es el turismo enogastronómico en La Rioja, tiene que llegar a los compradores, a los turistas. Además de ser informados de la existencia del producto turístico, éste tiene que despertar la curiosidad, el deseo de conocer y explorar esta misma zona. Debe convencer al consumidor que este producto turístico en concreto merece su tiempo, dinero y anhelo de explorar la región.

La promoción del enogastroturismo puede desarrollarse de distintas maneras, siempre bajo una estrategia de márketing bien estudiada y aplicada.

A través de la web y redes sociales

El producto "Rutas del Vino en La Rioja" o "Turismo en La Rioja" se comercializa a través de agencias de viaje y touroperadores, también se aplica la promoción a través de incentivos: ofertas, descuentos, sorteos, concursos, etc.

Al analizar las distintas páginas web del turismo de La Rioja, se observa que los agentes turísticos optan por promocionarse organizando varios concursos donde el ganador pueda disfrutar del turismo de La Rioja.

Un ejemplo de ello es el sorteo que organizó La Rioja Turismo en el verano de 2016. El premio del ganador era un paquete turístico para un máximo de 10 personas que incluía alojamiento de 2 noches y 3 días, visita a una bodega, traslados durante la estancia en La Rioja, una actividad cultural y otra deportiva.

Otro concurso que destaca de los demás es uno reciente, celebrado el 19 de noviembre 2017 en China. El concurso de español estaba organizado por un programa de televisión estatal china donde para el segundo y tercer clasificado les ofrecieron un viaje a La Rioja donde podrán conocer la cuna de la lengua castellana. (La Vanguardia, 2017) Los ganadores que van a visitar La Rioja son amantes y/o profesionales relacionados con el idioma castellano (el segundo puesto es para la traductora Yuan Xiaoting y el tercer puesto es para Xiang Xicong, estudiante universitario).

Otra estrategia de promocionar el turismo y concretamente el turismo enológico o enogastronómico de La Rioja es la publicidad. La publicidad de cualquier producto o servicio consiste en

"divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc."(RAE, 2017)

La Rioja Turismo y Atrápalo tienen un acuerdo anual para promocionar el turismo de la región. El primer acuerdo ha sido firmado en el año 2012 y, tras dar buenos resultados, ha sido renovado anualmente hasta el 2017. Atrápalo es una Agencia de Viajes Online internacional (OTA³) líder en venta de ocio con más de ocho millones de usuarios. En el blog de Atrápalo editado en el 2013, nos presentan información comparativa con el año anterior (2012). Gracias a la colaboración, en La Rioja "aumentaron un 18% el número de reservas en las actividades propuestas y ascendió un 27% la facturación de las mismas.

³ OTA – Online Travel Agency

Los restaurantes riojanos también experimentaron un notable aumento gracias a la colaboración con Atrápalo, ya que las reservas aumentaron un 570% y la facturación se incrementó un 492%. [...] las escapadas promocionadas en Atrápalo experimentaron un incremento del 42% en el número de reservas y un 28% en la facturación." (Atrápalo, 2017)

Otro proyecto creado por La Rioja Turismo y Atrápalo nació en el 2015, llamado "Reencuentra Sensaciones" y consiste en la producción de 3 cortos de cine dirigidos por 3 directores de cine de reconocido prestigio en España: José Manuel Carrasco grabó en Logroño "El amante imperfecto", Richard García grabó en La Rioja Alta - "Aquí y ahora" y Roberto Pérez Toledo en La Rioja Baja - "Chicos que lloran". (Atrápalo, 2015)

Las redes sociales son muy populares últimamente y los especialistas del turismo también se han hecho expertos y en este ámbito y están continuamente publicando y promocionando el turismo de La Rioja a través de las siguientes:

Facebook:

- La Rioja Turismo – 27.613 seguidores (Anon., 2017)
- Secretaria de Turismo / La Rioja – 57. 119 seguidores (Anon., 2017)

Instagram:

- @riojawine_es – 4.597 de seguidores (visitado el 25/11/17)
- @lariojaturismo – 4.387 seguidores (visitado el 25/11/17)

En Twitter La Rioja Turismo (@lariojaturismo) tiene 45.629 de seguidores. (Visitado el 25/11/17)

En www.flickr.com hay 144.156 fotos profesionales con temática "La Rioja".

A través de medios de comunicación

Los cortos sobre el encanto de La Rioja han llegado a Rusia. En 2014 empezó a emitirse el vídeo del director Joerg Daiber "Litle La Rioja" (Anon., 2014), bajo el lema "Viajar a la Riojana".

En la televisión rusa "Travel plus Adventure", que cuenta con 13 millones de suscriptores, ya que es un canal de pago, el video se ha emitido durante 2 años. Para los que estuvieran interesados en informarse detalladamente, en su página web del canal (<http://tplusa.ru/about/>) ha sido habilitado un microsite en ruso.

La campaña de promoción más reciente que tiene La Rioja está, según indica la página web de La Rioja Turismo:

"vinculada a la potencialización del transporte aéreo como herramienta de dinamización turística de la región y a la difusión publicitaria a través de líneas aéreas"

Se ha publicado el 23 de octubre 2017 y la fecha límite para la presentación de ofertas es el 14 de diciembre 2017.

A través de un "producto diferente"

Para atraer a los turistas y para crear algo único, se organizan actividades que en otras Comunidades Autónomas no se pueden practicar.

Un buen ejemplo es un programa "Catas con estrellas" que combina la observación nocturna de las estrellas guiada con visitas a las bodegas y degustación de vino.

A través de Planes de Dinamización

Recorridos con el "barco del vino" por el río Ebro, el carnaval del vino, creación del museo de la cultura del vino en Logroño.

A través de la televisión española

La Rioja ha sido escenario de la historia de dos familias dedicadas al mundo del vino. "Los viñedos y las bodegas de La Rioja serán no sólo serán los escenarios de la historia, sino un testigo de los amores imposibles, mentiras, traiciones, celos, ambición y búsqueda de un culpable de los que tratará "Gran reserva". (RTVE, 2017) La serie ha sido estrenada en abril 2010 y en total tiene tres temporadas más tres capítulos especiales, en total 42 episodios que se emitieron desde el abril 2010 hasta abril 2013. (RTVE, 2017)

A través de la literatura

"El hijo de la vid es un relato emocionante que transporta al lector al corazón de La Rioja, la tierra de los viñedos, para contarnos lo que sus protagonistas, cientos de campesinos y empresarios, han vivido y sufrido para sacar adelante uno de los vinos más respetados del mundo." (20Minutos Noticias, 2017)

Los amantes de la literatura tienen la oportunidad de perderse en los paisajes de La Rioja, su cultura y sus encantos desde el sofá de su casa leyendo la novela.

Además de tener la oportunidad de conocer La Rioja de hoy (sus paisajes, la tecnología de) tiene la oportunidad de trasladarse a la Rioja de los finales del siglo XIX donde se vivió la plaga de la filoxera⁴ en España.

A través de nombres famosos



Ilustración 31 Etiqueta de vino Vivanco Crianza 2009. Joan Miró, "Le Troubadour". Fuente: www.vivancoculturadevino.es

Los diseñadores con renombre han creado etiquetas de vinos riojanos: Andrés Sardá, Manolo Blanik (diseñadores) o Joan Miró para crianza de Vivanco con su obra "Le Troubadour" y Juan Gris para reserva de Vivanco con su obra "Naturaleza Muerta" (pintores, ambos fallecidos).

Sin duda, el vino y la promoción turística de La Rioja están íntimamente ligadas. La propia marca turística de La Rioja muestra como elemento significativo una vid y siempre el vino es el protagonista de sus slogans turísticos. Uno de los más recientes es "La Tierra con nombre de vino", que demuestra la vinculación entre ambos.



Ilustración 32 Marca La Rioja Turismo. Fuente: www.lariojaturismo.com

⁴ filoxera – RAE: Insecto hemíptero, oriundo de América del Norte, parecido al pulgón, de color amarillento, de menos de medio milímetro de largo, que ataca primero las hojas y después los filamentos de las raíces de las vides, y se multiplica con tal rapidez, que en poco tiempo aniquila los viñedos de una comarca.

6. CENTRO Y SURESTE DE MOLDAVIA COMO DESTINO ENOLÓGICO

6.1. La región del centro y sureste de la República de Moldavia

La región del centro y sureste de Moldavia se distingue por su climatología. El centro de Moldavia está constituido por la capital del país Chisinau y las pequeñas ciudades y pueblos próximos a la misma. Además, se encuentra parte del bosque más grande de Moldavia, Codri. La imagen típica de Moldavia está en el centro: bosque, viñedos, colinas pequeñas ciudades y pueblos perdidos entre el verde y silencio.

La altitud máxima en el centro es de 430 m. Tiene un clima templado con veranos calurosos, en media de 20 °C e inviernos blandos con media de -5 °C.

A diferencia del centro de Moldavia, en la región del sureste los veranos son más calurosos con una media de 22-23 °C y debido a la proximidad del Mar Negro las precipitaciones son más abundantes. Además, como esta zona se encuentra en la misma latitud que Burdeos, la famosa zona vitivinícola de Francia.

6.2. Impacto económico del turismo enológico en la economía de Moldavia

Tras analizar el informe emitido por el Ministerio de Economía y la Agencia de Turismo de Moldavia (equivalente con el Ministerio de Turismo en España se percibe la importancia del vino o la vinificación, y a su vez, del turismo enológico en la economía de República de Moldavia.

Actualmente, la vinificación es una de las ramas más relevante de la economía de Moldavia, (M., et al., 2012) representa un 22% del volumen industrial y el 9,82% del PIB⁵ del 2016 (Anon., 2016) que supone 558,758 millones de euros de los cuales, el 2,4% gracias al turismo enológico – 13,41 millones de euros. Tabla 4.

⁵ PIB – Producto Interno Bruto, Valor de todos los bienes y servicios obtenidos en la economía de un país en un período de tiempo dado.

Tabla 4 Cálculo del ingreso en el año 2016 del turismo enológico en Rep. de Moldavia

100%	PIB total	5.690 millones €
9,82%	Ingr. por Vinificación	558,758 millones €
2,40%	Ingr. del T. enológico	13,41 millones €

Con un potencial de 350-500 miles de toneladas de uva, Moldavia produce 23-33 millones de decalitros de vino [...]. El valor de exportación anual de la producción de vino se estima en aprox. US \$ 230 millones⁶. En total, más de 180 empresas productoras de vino operan en el país. En 2003 se produjo 29 millones de decalitros de vino, de los cuales, se han embotellado 17,7 millones de decalitros de vino de uva, 11 millones de botellas de vinos espumosos, 630 mil decalitros de coñac y 2,1 millones de decalitros de licores." (Railean, 2006)

Tabla 5 Ranking mundial de los viñedos (miles ha)

	Mundo	2.012
	Europa (total)	6.969
	UE	3.571
1	España	943
2	Francia	761
3	Italia	697
4	China Continental	600
	⋮	
13	Rep. de Moldavia	129
	⋮	
17	Alemania	100

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO⁷) teniendo en cuenta la región vinícola de cosecha, República de Moldavia se clasifica en el puesto décimo tercero en el ranking mundial. Figura 8

⁶ Aprox. 194 millones de euros, según el Banco Nacional de España, consultado el 23 de noviembre 2017

⁷ FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations

Tabla 6 Superficie total de España y superficie plantada con la vid, de la superficie total (en ha y %)

España	ha	%
Total territorio	50.594.400	100
Territorio con viñedos	943.000	1,86



Ilustración 33 Representación gráfica de la superficie total de España y superficie de viñedos

Tabla 7 Superficie total de España y superficie plantada con la vid, de la superficie total (en ha y %)

Rep. de Moldavia	ha	%
Total territorio	3.385.200	100
Territorio con viñedos	129.000	3,81



Ilustración 34 Representación gráfica de la superficie total de Rep. de Moldavia y superficie de viñedos

Según los datos obtenidos, si comparamos el país con más viñedos del mundo – España, y hacemos un cálculo que nos demuestra el porcentaje del total de la superficie plantada con vid, llegamos a la conclusión que solo 1,86% del terreno total de España constituye el terreno cultivado con la vid. Hacemos el mismo cálculo con Rep. De Moldavia y el terreno cultivado con la vid es de 3,81% de la superficie total del país. Teniendo en cuenta la proporción de la superficie total de España y de Moldavia, llegamos a la conclusión que en Moldavia el territorio de viñedos es de más de 2 veces mayor: 1,86 en España y 3,81 en República de Moldavia.

Ya que la situación económica de muchos viticultores de Moldavia es desfavorable, hay que favorecer estrategias de desarrollo para ser viables y rentables en un futuro cercano. La promoción de estrategias por parte de las empresas industriales de Rep. de Moldavia contribuirá a aumento de la contribución al presupuesto nacional y a fomentar al desarrollo de actividades económicas a nivel territorial y nacional.

En lo que respecta al turismo enológico de Moldavia, sus inicios más destacados se desarrollan después de recuperar la independencia, es cuando la República de Moldavia comienza a orientar su actividad para participar en diversos proyectos internacionales.

6.3. Las Rutas del vino en Moldavia



Ilustración 35 Situación en el mapa de las tres bodegas estudiadas: Fuente: <https://elviajero.elpais.com>

Como se ha expuesto en el apartado 4, Turismo Enológico en la República de Moldavia, existe una gran variedad de bodegas donde el enoturista puede disfrutar de experiencias inolvidables. Cada una de ellas tiene algo especial y distintivo, una diversidad paisajística, cultural y tradicional.

A continuación se exponen las tres bodegas más representativas que reflejan la historia, no solamente del país, sino de la cultura vitivinícola del pueblo moldavo.

Milestii Mici

Situada a tan solo 10 km de la capital, Milestii Mici tiene la ventaja de estar en la lista de prioridad de los visitantes, especialmente si son extranjeros y han llegado en avión (al único aeropuerto del país - Chisinau).

Milestii Mici es una de las más famosas bodegas de Moldavia y gracias al récord Guinness del 2005, por la colección más grande de vinos en su botella, más de 1,5 millones, se ha hecho famosa no solo a nivel local. Nada más llegar a la bodega, nos recibe una fuente de vino tinto. Sus galerías se extienden hasta 200 km que pueden ser recorridas en coche privado siempre con guía acompañando el grupo, de los cuales, 55 km son de espacio útil. La profundidad de la bodega llega a 85 m, por lo que la temperatura es constante durante todo el año, entre 12 y 14°C, y la humedad es de entre 85 y 95%. Son las mejores condiciones para la conservación y maduración de los vinos.



Ilustración 36 Calles de Milestii Mici. Fuente: <http://www.milestii-mici.md>

En la entrada de las galerías, hay un mapa expuesto en la pared indicando el punto de inicio y finalización de la ruta subterránea y también las calles de la bodega. Como souvenir, cada visitante recibe un pequeño regalo: el mapa de la bodega con el sello de la empresa en cera roja. Ya que hay numerosas calles y para una mejora orientación, cada calle tiene su nombre. Los nombres son de tipos de vinos

Dentro de la bodega, se encuentra una pequeña cascada natural. Varios riachuelos subterráneos han sido redireccionados en un solo lugar y han formado la cascada.

La bodega se construyó en 1968, en una antigua mina de piedra caliza y funcionó hasta la entrada en vigor de la ley seca en 1985 en la URSS⁸. Se prohibió la venta de bebidas alcohólicas y también se ordenó la destrucción de las bebidas embotelladas o no, reservada en cualquier bodega, sea estatal o privada. Los empleados de Milestii Mici bajo gran secreto, escondieron 50.000 botellas de vino. Lo impresionante es que hoy en día, los visitantes pueden acceder a ese espacio "secreto" que se esconde detrás de una pared móvil. El restaurante también está en la bodega misma, a 80 m de profundidad.

Los paquetes turísticos que venden son variados:

- Solo la visita de las galerías subterráneas (con el transporte privado del cliente, siempre con una plaza para el guía)-
- Visita de las galerías más menú en el restaurante. Aquí hay variedad de menú, el más caro incluye 2 botellas de vino como regalo (tinto y blanco de colección).

Anualmente, más de 30.000 turistas, nacionales como extranjeros, visitan la bodega Milestii Mici.

Crícova

Otra ciudad subterránea es Crícova que está a 10 km de la capital, es la bodega de Crícova. Es la bodega que posee más hectáreas de viñedos, más de 600 ha, e incluso tiene viñedos a cientos de kilómetros, en el sur de Moldavia donde el clima es más árido que en el centro. Sus galerías subterráneas se han construido en una antigua mine de piedra caliza. Se extienden a 120 km y 80 m bajo tierra con una temperatura y humedad constantes. Su espacio útil se extiende hasta 70 km, más que en Milestii Mici (55km). Crícova es famosa por sus espumosos gracias al método clásico de producción (hasta 5 años de maduración). En la bodega se almacenan más de 3 millones de botellas.

⁸ URSS - Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, 1922-1991.

Es la bodega que más turistas recibe al año, más de 50.000. Se debe a su singularidad y a la diversificación de los servicios que ofrecen durante la visita. Un buen ejemplo es el cine subterráneo que tiene una capacidad de 40 personas. En la misma sala del cine hay una barra donde se pueden saborear sus mejores espumosos. Disponen también de un museo del vino, que además de la historia del vino, están expuestas más de un millón de botellas: las colecciones de muchos políticos europeos como Ángela Merkel o Vladimir Putin, vinos de otras bodegas del mundo o vinos singulares (la botella del 1902).



Ilustración 37 Museo del vino, pasillos donde se celebran los desfiles de moda. Fuente <http://winetours.md>

También se organizan eventos como desfiles de moda en el museo, el maratón WineRun, único en el mundo celebrado en una bodega o, en una de las salas de degustación (Sala Presidencial), se hacen reuniones de funcionarios estatales o personalidades destacadas nacionales o extranjeros.

Por el recinto exterior de la bodega, el enoturista puede hacer un recorrido con unos de los vehículos eléctricos de la compañía (como pasajeros). Una manera muy ecológica de explorar los alrededores. La visita por las galerías subterráneas se hace obligatoriamente con el vehículo eléctrico. Una medida perfecta para no desequilibrar la humedad y la temperatura. Otra ventaja de los vehículos eléctricos es que no producen mucho ruido y se puede disfrutar del silencio de las galerías.

La bodega Crícova no tiene restaurante, se centran más en la cultura del vino en sí.

Château Purcari



Ilustración 38 Château Purcari. Fuente:
<https://purcari.md>

La bodega más antigua de Moldavia es la de Purcari. Se encuentra en el pueblo con el mismo nombre, en el sureste de Moldavia, a tan solo 3 km de la frontera con Ucrania y a 40 km en línea recta hasta el Mar Negro.

A diferencia de Milestii Mici y Crícova, Purcari es una bodega privada.

Su historia comienza a principios del siglo XIX. En 1827 se inaugura la bodega en un antiguo monasterio. Desde sus inicios, la bodega ha participado en varios concursos enológicos y su primer premio a nivel mundial fue el de París, obteniendo su primera medalla de oro en, 1878. Lo característico de la bodega es su forma de cruz, ya que fue construida por los monjes del antiguo monasterio. En el año 2010, por primera vez en la historia de la producción de vinos Purcari, lanzan un vino blanco, hasta 2010 producían solo vino tinto.

El complejo turístico de Château Purcari es muy atractivo para los turistas debido a la historia de la bodega y su entorno. Tiene un lago artificial y un hotel a las orillas del mismo. La pernoctación media en el hotel es de 1,5 noches. Además del hotel, la bodega tiene 2 restaurantes y 3 terrazas donde frecuentemente se celebran bodas y eventos culturales.

La jefa del departamento turístico de Purcari, entrevistada para este TFG, señaló que existe mucha diferencia entre los turistas nacionales de los extranjeros. El turista nacional es catalogado como el turista novato o principiante, la intención de la visita es pasar su tiempo libre en un ambiente diferente y también para catar vinos. Sin embargo, el turista extranjero es catalogado como enoturista amante del vino. Ya tiene conocimientos pero quiere mejorarlos. Esperan una atención profesional por parte de los empleados. En el 2016, Purcari recibió 13.985 visitas, de los cuales 8.391 extranjeros.

6.4. Promoción turística del vino en Moldavia

República de Moldavia tiene que ser conocida, en primer lugar, como país, como un sitio cercano y al mismo tiempo diferente y posteriormente como un destino enológico. Al turista hay que despertarle el interés de enriquecer sus experiencias turísticas en el centro de Europa.

A parte de la participación de los representantes del turismo de Moldavia en distintas ferias internacionales como FITUR (Feria de turismo de Madrid) o ITB (Feria de turismo de Berlín), el turismo de la República de Moldavia se vende o promueve por varias vías a continuación expuestas.

A través de la web y redes sociales

Es la manera más eficaz y económica que han encontrado. La creación de spots publicitarios⁹ y la difusión de los mismos en la página web y redes sociales, mucho más económico que la emisión por cadenas de televisión, y sobre todo si es una cadena extranjera. Recientemente, se ha lanzado la segunda edición del proyecto „Discover the routes of life” – “Descubre las rutas de la vida”. El proyecto consiste en el recorrido por toda Moldavia de un total de 12 fotógrafos (extranjeros y locales) para descubrir y capturar con sus objetivos la parte más invisible, a primera vista, y pintoresca del país. La promoción se ha realizado a través de las redes sociales tanto de los fotógrafos como de las redes turísticas de la Agencia de Turismo estatal.

Como ejemplo de la multitud de seguidores:

Facebook:

- Moldova mea – 78.068 seguidores (visitado el 28/11/17)
- Moldova: Discover the routes of life – 21. 869 seguidores (visitado el 28/11/17)
- Wine of Moldova – 11.465 seguidores (visitado el 28/11/17)

Instagram:

- @moldova_mea – 38.301 seguidores (visitado el 28/11/17)
- Visitmoldova – 12.017 seguidores (visitado el 28/11/17)

En flickr hay 151.448 fotos profesionales con temática “Moldavia” y 2.803 “Moldova wine”. (Visitado el 28/11/17).

⁹ Spots publicitarios – RAE: Cuando significa ‘película de corta duración con fines publicitarios’, puede sustituirse por los términos españoles anuncio, cuña, comercial o aviso.

A través de medios de comunicación

La primera vez que nombraron el vino de Moldavia en un canal extranjero fue el 3 de noviembre 2014 en el canal de noticias de Estados Unidos – Fox News. En el plató del programa "Wine with Me" la presentadora Tracy Byrnes junto a la experta en vinos Christy Canterbury han probado un Chardonnay de Asconi y varios tintos de Et Cétera.

A finales del año 2016, un vino moldavo comercializado en Canadá se ha convertido en un tema popular de discusión entre los amantes del vino. Los protagonistas son el Sauvignon Blanc 2015 y Cabernet Sauvignon 2015 de la bodega sin Vale. En abril de 2017, en el programa matinal Salut Bonjour de la televisión canadiense TVA, que se emiten en Quebec, el invitado principal fue el vino moldavo donde se ha hablado se su buena relación calidad-precio. En las baldas canadienses el vino cuesta 6\$ canadienses¹⁰.

La mención del vino moldavo más reciente fue en agosto 2017 en otro canal televisivo estadounidense, Fox 32 NEWS Chicago. Junto con Andrei Turea, el representante de la compañía Moldova Delux, que importa vinos moldavos a Chicago, los presentadores expusieron una serie de vinos moldavos de Crícova, Purcari, Milestii Mici, Kvint (coñac) explicando la variedad de vinos que pueden encontrar el Chicago.

Después de que Tara Isabella Burton, periodista de National Geographic, incluyera Moldavia en su artículo: 10 Places That Deserve More Travelers¹¹, en julio del 2017. (Burton, 2017), Christine Blau escribió un artículo sobre la ciudad subterránea más grande del mundo, la bodega Milestii Mici.

A través de concursos de vino

Aunque podemos pensar que los concursos de vino tiene tangencia solo con los especialistas del mundo enológico, gracias a los concursos, y más si tiene buenos premios, un vino puede hacerse conocido, por lo tanto, puede representar un país y su cultura. Como se ha mencionado, los vinos de Purcari, desde sus inicios, han utilizado concursos en su promoción. La primera vez en el concurso de París en 1878, donde logró su primera medalla de oro.

Purcari es la bodega con más premios nacionales e internacionales de la República de Moldavia.

¹⁰ 6 CAD = 3,97€ (01/11/2017)

¹¹ Original: 10 Places That Deserve More Travelers, español: 10 Lugares que Merecen más Viajeros.

A continuación se nombran brevemente los concursos internacionales con más prestigio y los premios que Purcari ha obtenido desde 2011 hasta 2016.

- Decanter World Wine Awards (DWWA) es el concurso de vino más prestigioso del mundo, se celebra en Gran Bretania – 23 medallas (plata y bronce).
- Concours Mondial de Bruxelles – 1 medalla de oro y 6 de plata.
- International Wine & Spirits Competition (IWSC), Gran Bretania – 18 medallas (plata y bronce).
- Mundus Vini Germany – 4 medallas de oro y 2 de plata



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

7. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La diferencia más destacada entre las rutas del vino entre Moldavia y La Rioja es que en La Rioja se combina con acierto el turismo enológico con el de naturaleza, cultural, deportivo e histórico.

Sin embargo, en Moldavia el turismo enológico se combina básicamente con el gastronómico. Para los moldavos el vino siempre viene acompañando de un plato de comida. En pocos casos se combina con el turismo de naturaleza.

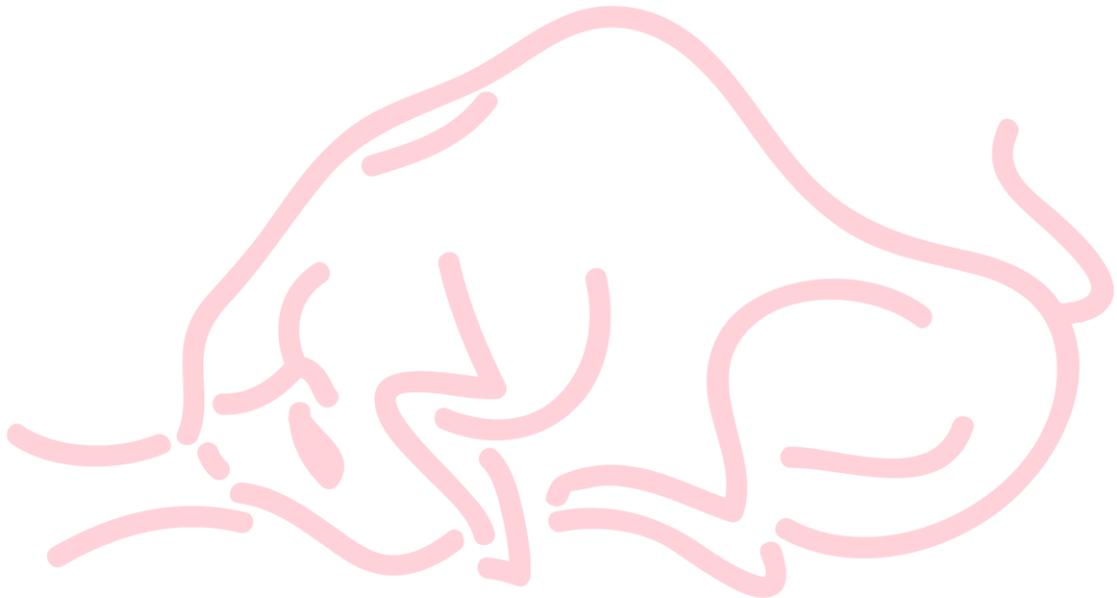
Otra diferencia es la manera de realizar la ruta. En Moldavia no implica recorridos largos, todo se hace en torno a la misma bodega que está equipada con hotel, restaurante, servicios de alquiler de coches, bicicleta, etc. Por este motivo, al turista visita lugares cercanos. Debido a que el turismo enológico en Moldavia se desarrolla solo en torno de la bodega misma, las localidades próximas no perciben ingresos y tampoco tienen interés en desarrollarse turísticamente.

La promoción del turismo enológico tiene un claro enfoque diferente en ambas regiones. A diferencia de La Rioja, en Moldavia no ofrecen bonos, regalos, descuentos, incentivos, concursos. Hay que tener en cuenta que el destino puede despertar el interés no solamente al ganador del concurso, sino también a los participantes. Tienen que mejorar las estrategias de la promoción turística a nivel internacional.

Una de las desventajas del desarrollo del turismo en Moldavia, especialmente del turismo enológico, es la burocracia del estado moldavo. El ejemplo más claro es que bodegas tales como Et Cétera, Castillo Mimí o Asconi ya tienen el complejo hotelero construido pero la burocracia del estado retrasa la inauguración y de este modo, los ingresos que puede generar. Por tanto, se está perdiendo potencial tanto de los jóvenes emprendedores como del propio desarrollo del producto turístico.

Para la mejora y aceleración de la evolución del turismo de Moldavia, la solución pasa por simplificar los trámites burocráticos y motivar a los jóvenes emprendedores en el sector turístico.

Otra de las propuestas es la mayor regulación por parte del Ministerio de Turismo para que las bodegas sigan un mismo rumbo. También, la creación de un plan de cooperación de las Agencias de Viajes y las bodegas que facilitará a ambas una mejora de imagen del turismo moldavo, especialmente para el turista extranjero. Un punto de este plan de cooperación es la creación de paquetes turísticos incluyendo los servicios de las bodegas e implicando los pueblos de los alrededores.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

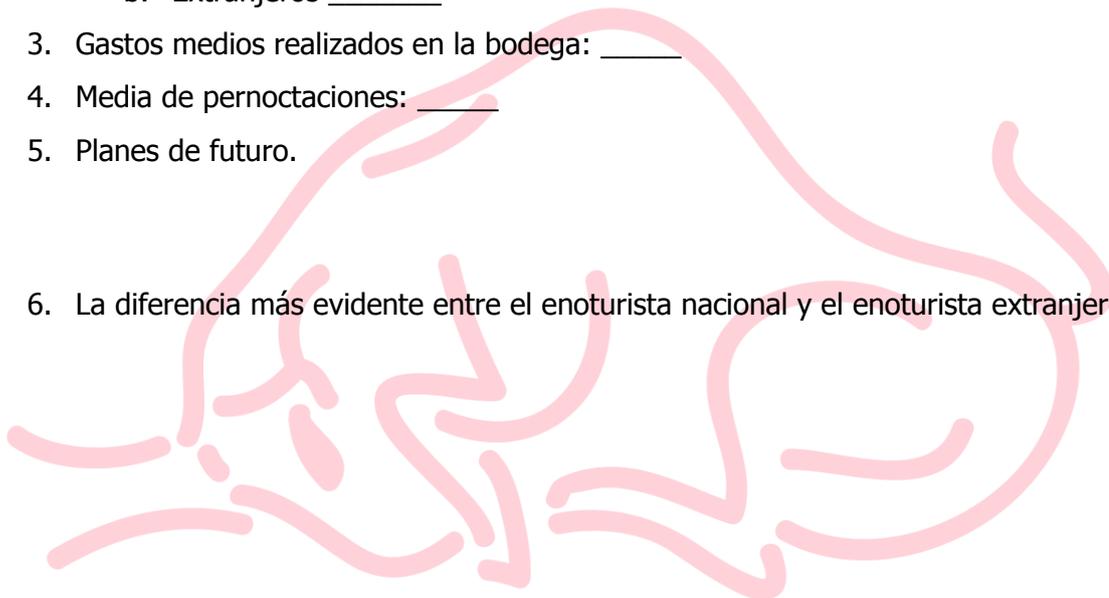
ALTAMIRA

8. ANEXOS

ANEXO I MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A BODEGAS DE MOLDAVIA

1. Nombre de la bodega: _____
2. Número de visitantes en el año 2016:
 - a. Nacionales _____
 - b. Extranjeros _____
3. Gastos medios realizados en la bodega: _____
4. Media de pernoctaciones: _____
5. Planes de futuro.

6. La diferencia más evidente entre el enoturista nacional y el enoturista extranjero.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

ANEXO II. CONSULTAS REALIZADA A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO

La Rioja Turismo: info@lariojaturismo.com

Preguntas:

- Nº de enoturistas
- Distribución de visitantes en las rutas según su procedencia (nacionales e internacionales)
- Distribución mensual de visitantes
- Precio y gasto medio por turista
- Tipos de reserva (internét, teléfono, email)

Dirección de Estadísticas del Comercio Exterior y Servicios en el Mercado, Eni Mariana mariana.eni@statistica.gov.md

Pregunta:

Las estadísticas de Exportación de vino y mosto de uva en los años 2000-2016 en decalitros o en efectivo € / \$ / Lei MDL.

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

BIBLIOGRAFÍA

- Charters, S. & Ali-Knight, J., 2002. Who is the wine tourist?. *Tourism Management*, Issue 23.
- Fariñas, M. V., 2017. *El negocio del vino en el Cádiz del siglo XIX: las Bodegas Lacave*. Cádiz: s.n.
- Fernández, P. J., 2014. Las bodegas tradicionales: Patrimonio olvidado en la cultura del vino en la denominación de origen de Cigales.
- Getz, D., 2000. *Explore wine tourism : management, development & destinations*. Nueva York: Cognizant Communication.
- Hall, C. M., 1998. Wine Tourism and Network Development in Australia and New Zealand: Review, Establishment and Prospects. *International Journal of Wine Marketing*, p. 267.
- M., O., Mindrigan, V. & Berzan, S., 2012. *Marketing touristic*. s.l.:Prag.
- Railean, V., 2006. Revista: Viticultura și Vinificația - în Moldova. *Viticultura și Vinificația - în Moldova / Viticultura y enología en Moldavia*, 3(Casa Presei), p. 32.
- Rodríguez, G. J., 2010. Turismo del vino en el marco de Jerez. Un análisis desde la perspectiva de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, Issue 26, pp. p. 217-234.
- Sánchez, S. M., 2012. *Historia al descubierto*. Bullas: s.n.

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

WEBGRAFÍA

Bonjour, Salut (2017). [En línea] Disponible en:
https://www.facebook.com/SalutBonjour.tv/videos/10154524171786762/?hc_ref=ARRSMd13EppIA21IWKogQ1z4a5Fc5FENSjIVCwx_UifO8rHidNXbbtuUMkD1GOvN-o&pnref=story
[Último acceso: 11 Septiembre 2017].

Burton, T. I., (2017). *National Geographic*. [En línea] Disponible en: <https://www.nationalgeographic.com/travel/lists/2017-places-that-deserve-more-travelers/>
[Último acceso: 3 Noviembre 2017].

Cañetejumilla, M. C., (2017.) *Jumilla aspira a convertir la arqueología del vino regional en Patrimonio Mundial Domingo*. [En línea] Disponible en: <http://www.laverdad.es/murcia/jumilla/jumilla-aspira-convertir-20170618005557-ntvo.html>
[Último acceso: 12 septiembre 2017].

CRICOVA (2017). [En línea] Disponible en: <http://www.cricova.md>
[Último acceso: 10 Agosto 2017].

Enoturismo del Penedés (2017). [En línea] Disponible en: <http://www.enoturismepenedes.cat/es/denominacion-de-origen-penedes>
[Último acceso: 12 Agosto 2017].

Google Maps (2017). [En línea] Disponible en: <https://www.google.es/maps/dir/Chisin%C3%A1u,+Moldavia/Chateau+Vartely,+Strada+Eliber%C4%83rii+170B,+Orhei+MD-3501,+Moldavia/@47.1950913,28.5326724,10z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x40c97c3628b769a1:0x37d1d6305749dd3c!2m2!1d28.8638102!2d47.0104529!1m2!1d29.036356!2d46.8228244!1m5!1m1!1s0x40c97c3628b769a1:0x37d1d6305749dd3c!2m2!1d28.8638102!2>
[Último acceso: 12 Octubre 2017].

Google Maps (2017). [En línea] Disponible en: <https://www.google.es/maps/dir/Puhoi,+Moldavia/Chisin%C3%A1u,+Moldavia/@46.862613,28.700806,10z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x40c99f0706854ccb:0x6ecc7c3510bc9e2f!2m2!1d29.036356!2d46.8228244!1m5!1m1!1s0x40c97c3628b769a1:0x37d1d6305749dd3c!2m2!1d28.8638102!2>
[Último acceso: 1 Octubre 2017].

Havuzul Castel Mimi (2017). [En línea] Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=8&v=KZ2cwyUr2PU

Instituto Estadística Moldavia (2017). [En línea] Disponible en: <http://www.statistica.md/>
[Último acceso: 13 Noviembre 2017].

Instituto Nacional de Estadística (2017). [En línea] Disponible en: <http://www.ine.es/>
[Último acceso: 2 Septiembre 2017].

La Rioja Turismo (2017). [En línea] Disponible en:
<https://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/recurso/campaa-de-promocion-turistica-de-la-rioja/8087a72d-d708-4e78-bd2a-8dfb77fff2fd>

La Rioja Turismo Facebook (2017). [En línea] Disponible en:
<https://www.facebook.com/turismolarioja/>
[Último acceso: 25 Noviembre 2017].

La Vanguardia (2017). [En línea] Disponible en:
<http://www.lavanguardia.com/vida/20171119/433013947142/el-espanol-vuelve-a-ser-protagonista-en-la-television-estatal-china.html>

MoldovaDeluxe (2017). [En línea] Disponible en:
<http://thewinehub.com/home/feedback/ae1ac90059effa3a3302e716cb547272/>
[Último acceso: 23 Octubre 2017].

National Geographic (2017). [En línea] Disponible en:
<https://www.nationalgeographic.com/travel/destinations/europe/moldova/worlds-largest-wine-cellar/>

[Último acceso: 5 Noviembre 2017].

Purcari (2017). [En línea] Disponible en: <https://purcari.md/pages/medalii>
[Último acceso: 12 Octubre 2017].

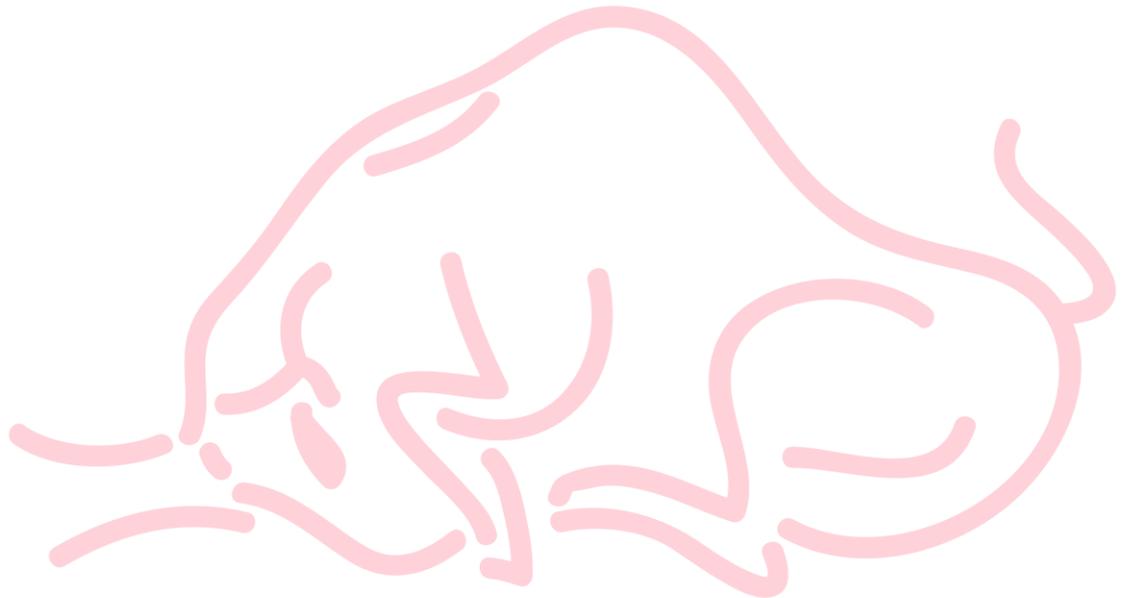
Real Academia Española (2017). <http://dle.rae.es/?id=UYYKIUK>

RTVE Radio Televisión Española (2017) . <http://www.rtve.es/television/gran-reserva/serie/>

Rueda (2017). <https://www.rutadelvinoderueda.com>. [En línea]
Disponible en: <https://www.rutadelvinoderueda.com/es/quienes-somos/>
[Último acceso: 28 noviembre 2017].

Vartely Chateau (2017). [En línea] Disponible en: <https://www.vartely.md/en/viata-de-chateau>

Vinmoldova (2017). [En línea] Disponible en: <http://www.vinmoldova.md/>
[Último acceso: 12 Octubre 2017].



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1 Perfil del enoturista. Fuente: www.wineroutesofspain.com	9
Ilustración 2 Mapa de España con las rutas del vino. Fuente: ACEVIN https://www.wineroutesofspain.com/	11
Ilustración 3 Datos de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino, año 2016. Fuente: ACEVIN.....	11
Ilustración 4 Ruta del Vino de la Rioja Alavesa. Fuente: http://rutadelvinoderiojaalavesa.com/es/mapas.php	12
Ilustración 5 Estatua El Niño de la Uva y otras tres estatuas de la colección. Fuente: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes www.cervantesvirtual.com	17
Ilustración 6 Carácter de precipitación de España Fuente: www.aemet.es Agencia Estatal de Meteorología	18
Ilustración 7 Delimitación del territorio de la República de Moldavia. Fuente: Google Maps.	20
Ilustración 8 Lenguas habladas en R.M. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de la R. M.	20
Ilustración 9 Las rutas del Vino de R. de Moldavia con la representación de las bodegas. Fuente http://locals.md	21
Ilustración 10 Complejo turístico de Chateau Varley. Fuente: https://www.vartely.md/	23
Ilustración 11 Castillo Mimi. Fuente: Castillo Mimi	24
Ilustración 12 Mapa de España. Fuente: http://www.monasteriodesanmillan.com/suso/localizacion.html	26
Ilustración 13 Mapa de La Rioja. Fuente: http://www.cellartours.com	28
Ilustración 14 Ruta Rivas de Tereso. Fuente: Ayuntamiento de San Vicente de la Sonsierra (La Rioja).....	29
Ilustración 15 La Rioja con la ruta Rivas de Tereso indicada. Fuente: Mapa - Google Maps. Delimitación de la ruta – elaboración propia	29
Ilustración 16 Ruta Montalbo	29
Ilustración 17 Río Ebro	30
Ilustración 18 Ruta Canal.....	30
Ilustración 19 Ruta La Choza	30
Ilustración 20 Ruta La Laguna.....	31
Ilustración 21 Ruta El Prado.....	31
Ilustración 22 Ruta Cenicero	31
Ilustración 23 Ruta Davalillo	32
Ilustración 24 Ruta Briones-Catillo de Davalillo	32

Ilustración 25 Ruta Ermita del Toloño	32
Ilustración 26 Ruta Sendero del Ebro	33
Ilustración 27 Ruta Chozos y Lagares	33
Ilustración 28 Ruta Dólmenes y Ermitas.....	33
Ilustración 29 Ruta Casalarreina-Tirgo	34
Ilustración 30 Ruta Bajo Oja-Tirón.....	34
Ilustración 31 Etiqueta de vino Vivanco Crianza 2009. Joan Miró, "Le Troubador". Fuente: www.vivancoculturadevino.es	38
Ilustración 32 Marca La Rioja Turismo. Fuente: www.lariojaturismo.com	38
Ilustración 33 Representación gráfica de la superficie total de España y superficie de viñedos	41
Ilustración 34 Representación gráfica de la superficie total de Rep. de Moldavia y superficie de viñedos	41
Ilustración 35 Situación en el mapa de las tres bodegas estudiadas: Fuente: https://elviajero.elpais.com.....	42
Ilustración 36 Calles de Milesti Mici. Fuente: http://www.milestii-mici.md	42
Ilustración 37 Museo del vino, pasillos donde se celebran los desfiles de moda. Fuente http://winetours.md.....	44
Ilustración 38 Château Purcari. Fuente: https://purcari.md.....	45

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA