

El turismo del vino en el Marco del Jerez (Andalucía-España)

Carlos Bel Ortega *

El Turismo en España

El rey de España, D. Juan Carlos I, ha presidido en Madrid los actos conmemorativos del primer centenario de la creación, allá por Octubre del año 1905, de la Comisión Nacional de Turismo, germen de la actual administración Turística del Estado. Su abuelo, el Rey Alfonso XIII, firmó un Real Decreto por el cual se creaba una Comisión Nacional encargada de: "fomentar en España las excursiones artísticas y de recreo y cuantos aspectos sirvieran para estimular a los viajeros extranjeros a visitar España".

Cien años después, España es la segunda potencia turística mundial, tanto en número de visitantes como por ingresos (según los datos,¹ dados por el Ministro de Industria, Turismo y Comercio respecto al año 2005). España recibió 55,6 millones de visitantes extranjeros que dejaron unos ingresos superiores a los 46.000 millo-

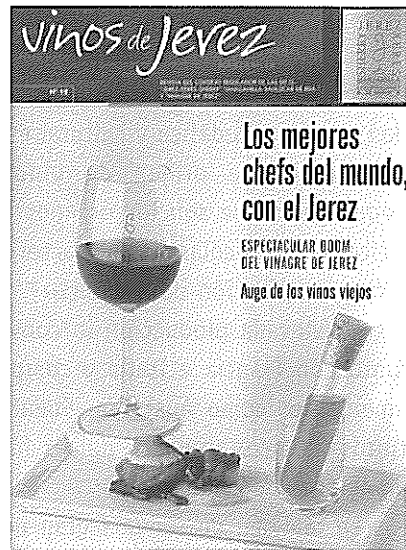


Foto 1 | Revista del Consejo Regulador

* Geógrafo. Profesor de la Escuela de Turismo de Jerez de la Frontera, adscrita a la Universidad de Cádiz (España).

¹ Los datos definitivos son del año 2005. Publicados por el Instituto Estudios Turísticos. www.iet.tourspain.es

nes de euros, en un territorio cuya población residente censada supera apenas los 41 millones de habitantes.

Andalucía, comunidad autónoma ubicada al sur de España, entre el océano Atlántico y el mar Mediterráneo, a escasos 14 km del continente africano en el Estrecho de Gibraltar, es uno de los destinos turísticos más importantes del país, foco de atracción privilegiado del turismo europeo que recibe en sus escasos 110.000 kilómetros cuadrados la sorprendente cifra de más de 8 millones de visitantes extranjeros según datos oficiales del año 2005².

Este privilegio en el ranking del turismo mundial no es nuevo. Llevamos varias décadas siendo uno de los destinos turísticos más importantes del mundo y ello ha convertido a España, al sector turísticos y al mundo empresarial ligado al mismo, en uno de los más activos, competitivos y maduros del mundo.

El Turismo del Vino en España: perspectiva global

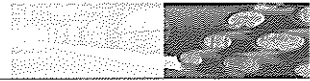
España, país pequeño, con escasos medio millón de kilómetros cuadrados es un territorio con una gran variedad, cantidad y calidad de vinos. Su enorme diversidad climática, edáfica y cultural es el responsable que hoy en día existan 55 denominaciones de origen de vinos registradas con sus respectivos Consejos Reguladores que son los órganos rectores donde están representados los sectores vitícolas y vinícolas para caracterizar el control de todo el proceso de producción y comercialización del producto³.

La elevada producción lo convierte en uno de los más importantes de Europa junto con Francia e Italia y compite en volumen con los llamados nuevos países emergentes como Australia, Sudáfrica, Chile o EE.UU. La afamada calidad de sus tintos, blancos, cavas o dulces han situado a los vinos españoles entre los más apreciados del mundo.

La realidad de ser una gran potencia turística, con una enorme experiencia y prestigio internacional y la posesión de una afamada variedad, cantidad y calidad de vinos, podría presuponer que nos encontramos también ante un país que ya ha desarrollado y consolidado el Turismo del Vino o Enoturismo como otra oferta turística más. La realidad no es así. El Turismo del Vino en España está en pleno proceso de creación, en el que grandes proyectos se vislumbran, sin que todavía estén

² Instituto de Estadística. Junta de Andalucía 2003. www.juntadeandalucia.es/insititutodeestadística/turismoandalucia

³ Direcciones y contactos de los Consejos Reguladores en www.apoloybaco.com



concretados y por tanto lejos de ofrecer una oferta madura, consolidada y con un marketing mundial importante.

Las causas de esta aparente dicotomía son múltiples, como suele ocurrir siempre que intentamos explicar fenómenos complejos. La realidad es que, turísticamente hablando, solamente desde la década de los años noventa del siglo pasado se percibe el mundo del vino como un nuevo recurso turístico a potenciar que va acompañado de excepcionales compañeros de viaje: como son por un lado, la tradición y la cultura histórica enraizada en un paisaje, en un territorio y en unas gentes. Y por otro el progresivo prestigio que está adquiriendo en la planificación turística el buen comer traducido en el conocimiento de los productos autóctonos, elaborados de forma artesanal y prestigiados por una gran calidad; lo que ha redundado en una nueva valoración del vino como bebida sana, culta y de prestigio. Estos cambios globales son nuevos prácticamente en todo el mundo y un ejemplo que puede permitir visualizar la situación es que por primera vez la UNESCO ha declarado como Patrimonio de la Humanidad los viñedos del Alto Duero en Portugal en el año 2001. Después han seguido otras: la región vitícola de Tokaj en Hungría (2002) y los paisajes vitícolas de la isla de Pico en las Azores (Portugal) en el año 2004.

El Turismo del Vino en España: Experiencias significativas

Múltiples son las experiencias que se están llevando a cabo en España en el mundo del turismo del vino. Solamente comentaré sucintamente dos experiencias que pueden tener relevancia en el Seminario Iberoamericano que estamos celebrando aquí en Talca (Chile). Se trata de dos proyectos distintos, complementarios, no excluyentes pero muy diferentes entre sí. Uno en un marco estructural, organizativo y de conjunción de principios, objetivos y estrategias. **Es Vintur**. El otro, un proyecto concreto, específico, en ejecución: es el **proyecto Durius** que toma el nombre del río Duero que baña tierras de España y del Portugal, y en cuyas márgenes se extienden amplias tierras de viñedos.

Vintur es un proyecto europeo donde el papel que juega España es muy relevante. Es un proyecto de espacio europeo del Enoturismo, cuya finalidad es desarrollar estrategias y herramientas para el turismo y la cultura del vino comunes a las ciudades y las regiones del vino de Europa. Es por tanto una experiencia fundamentalmente organizativa, coordinadora y de planificación que tiene como objetivos fundamentales tres:

1. Mejorar la coordinación de la red de ciudades y regiones del vino a través de un espacio interactivo para el encuentro.
2. Potenciar las acciones comunes y metodológicas orientadas al desarrollo de la oferta de turismo y cultura del vino
3. crear un documento: **La Carta Europea del Enoturismo** como texto de consenso para la definición, participación y cooperación del Enoturismo en Europa con la manifiesta voluntad de favorecer un turismo sostenible.⁴

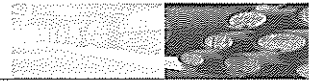
Es pues un proyecto supranacional que agrupa a la Red Europea de Ciudades del Vino (RECEVIN) en calidad de socio y de jefe de fila a través de su actual presidencia el Ayuntamiento de Vilafranca del Penedés (Cataluña-España) y a la Asamblea de Regiones Europeas del Vino (AREV) como socio del proyecto y como representante de 54 regiones europeas.

El Proyecto Durius es un proyecto respaldado por el grupo Arco, el segundo grupo bodeguero español, y participado en un 49% por la Caja Duero. Es pues un proyecto de Turismo del vino apoyado por dos grandes patrocinadores económicos que inyectan liquidez económica, generan confianza empresarial y transmiten prestigio internacional.

Su objetivo es establecer una serie de complejos turísticos que, bajo la marca "Haciendas de España", den a conocer al viajero que opta por conocer las márgenes del río Duero los secretos de la enología, insertada en un paisaje natural y monumental de excepcional importancia.

El presupuesto económico inicial es de 40 millones de euros para la rehabilitación de varios complejos turísticos que se han construido en los últimos cinco años. El epicentro del proyecto se encuentra en la Hacienda Zorita, a escasos doce kilómetros de la monumental ciudad de Salamanca declarada Patrimonio de la Humanidad en 1988. Es un emplazamiento estratégico, desde el que, en un radio de apenas 100 kilómetros, se accede a las zonas vitivinícolas de Arribes del Duero, Toro, Cigales y Ribera del Duero, además del Douro Superior en Portugal. Todo ello en unos espacios paisajísticos de gran belleza y relevancia como es el caso de los Arribes del Duero, declarado espacio natural protegido bajo la figura de Parque Natural; o el Valle del Coa, afluente del Duero, ya en tierras portuguesas, declarado Patrimonio de la Humanidad en 1998 por poseer una de las mayores concentraciones de pinturas rupestres del Paleolítico Superior (22.0000-a 10.000 años antes de Cristo).

⁴ Dicha Carta se ha firmado el pasado 8 de Mayo del 2005 en Frascati(Italia)



La Hacienda Zorita, claro exponente de recuperación del pasado, es un antiguo convento de los Dominicos del S.XIV, que acogió entre sus paredes a Cristóbal Colón antes de su viaje a las Indias. Fue también Casa Hospitalaria, padeció la desamortización de 1837 y estuvo al borde de la ruina a finales del S. XX. Iniciada su rehabilitación en el año 2001, abrió sus puertas al público en Septiembre del año 2003 y acoge 22 habitaciones en las antiguas celdas de los dominicos, con vistas al río Tormes. Y en su edificio principal una bodega de crianza, diseñada por Peridis en 1999 que tiene forma de nao invertida en memoria de Colón, para 3000 barricas; y además, 20 estancias rodeadas de jardines como resultado del acondicionamiento de las antiguas casas de labor que rodean el edificio principal colindantes con unos terrenos que se van a utilizar para la viticultura biodinámica, donde el cultivo será cien por cien ecológico y donde se quieren recuperar las mulas para arar la tierra y olvidarse del tractor.

El proyecto Durius, de dimensión ibérica, se desarrollará también apoyándose en otros complejos similares aunque más modestos en Fermoselle (Zamora), Quintanilla de Arriba (Valladolid) o Ledesma (Salamanca) y Sao Cibrao (Portugal). La edificación última inaugurada es la casa de Padua en Ledesma, villa declarada conjunto histórico-artístico en 1977 y que posee unas espléndidas murallas medievales conservadas casi en su totalidad, y muy cerca del Parque Natural de los Arribes del Duero. En esta casa se realizan visitas con la finalidad de realizar catas de aceite de oliva virgen Óleo de Padua producido en la casa, una degustación-maridaje de quesos Dehesa San Nicolás con vinos Durius y disfrutar, además, de una cena privada.

El Turismo del Vino: Una oferta turística estructurada

Potenciar una oferta turística determinada en un territorio requiere dos líneas de actuación: una ejecutoria, visible, que desarrolla unas rutas, donde existen unos recursos que son puestos en valor a través de restauraciones, edificaciones nuevas y equipamientos turísticos que satisfagan las demandas que hemos generado en los visitantes turistas. Otra, menos conocida, menos divulgada y a veces, menos trabajada, es la estructuración y planificación global del proyecto para que termine siendo eficiente, rentable y foco de atracción turística. Con frecuencia, diversas zonas vinícolas del mundo ejecutan rutas del vino como nuevo reclamo turístico con el objetivo de poner en valor esos recursos. Se invierte dinero en ejecutar las rutas, crear equipamientos nuevos, en habilitar antiguas bodegas para ponerlas en explotación turísticas... y sin embargo, observamos que dichos proyectos no des-

pegan, ni se consolidan y muchas veces se debe a la ausencia o deficiencia de una oferta global estructura.

Pensamos, por ello, que puede ser sumamente constructivo hablar de un modelo de planificación turística global de la oferta del turismo del vino. Su sencillez, su estructuración y su clarificación permite -como modelo- su adaptación a cualquier espacio geográfico y a cualquier realidad socioeconómica y turística. Su exposición y desmenuzamiento será el marco que utilizaremos para desmenuzar el Proyecto del Turismo del Vino en el Marco del Jerez. Ello nos permitirá conjugar la planificación con las actuaciones y dará pie a análisis aplicables a otros territorios vitivinícolas del mundo.

Un Modelo de Estructuración en el Turismo del Vino

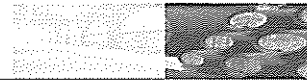
Debe constar en primer lugar de:

Un Plan Director

- **El Plan director es el documento que ocupa el escalón superior en la planificación en cascada.**
- **Documento marco que provee líneas fundamentales de acción en un conjunto coherente de objetivos, estrategias y plazos.**
- **Debe construirse como proyecto global a largo plazo.**
- **Antes o con la elaboración del Plan Director debe elaborarse un análisis de partida o diagnóstico inicial donde debe comprobarse la vocación territorial para el uso proyectado**
- **Debe plantear un modelo específico de Turismo del Vino, adaptado a la singularidad, geográfica, vitivinícola y cultural del territorio donde se proyecta implantar.**

Pocas veces vemos explicitado, en los documentos que consultamos sobre las diversas rutas del vino existentes por diversos territorios del Planeta, una exposición clara del Plan Director del Proyecto

Los especialistas discrepan si el análisis de diagnóstico debe realizarse independientemente al Plan Director o no. Lo imprescindible es que debe ejecutarse para verificar la situación de partida reflejando con claridad las cualidades y aptitudes naturales y específicas que tiene el territorio para acoger ese proyecto. Será la base fundamental para elaborar ese modelo específico de Turismo del Vino que es poco frecuente verlo explicitado. Ese modelo debe ser específico y diferenciado respecto a otros territorios.



El turismo en general busca en sus desplazamientos la singularidad y especificidad de una realidad no existentes en otros espacios más próximos o más baratos. Es imprescindible elaborar el modelo buscando siempre la singularidad y la diferenciación con otros territorios que ofrecen los mismos recursos. En el logro de ese modelo diferenciado, que debe estar inmerso en la cultura del territorio objeto de explotación turística, reside buena parte del éxito del proyecto.

Programas

- Es un conjunto ordenado de actuaciones dentro de una temática determinada
- Desarrolla coherentemente aspectos concretos explicitados en el Plan Director
- Propone actuaciones concretas para su ejecución, funcionamiento y plazos.

Los programas son siempre posteriores al Plan y deben ser documentos distintos. Deben incluir objetivos específicos, actuaciones, localizaciones, destinatarias, recursos humanos, materiales y económicos necesarios para su ejecución y un cronograma de realización.

Proyecto de Programas para un Plan de Turismo del Vino En un Área Geográfica Determinada

• Programa de Acogida

Objetivo: Acoger y distribuir los visitantes

Contenido:

- Información a los visitantes de los servicios, actividades, equipamientos y vías de acceso
- Señalizaciones: ubicación, tipología, etc.

• Programa de Gestión y Dirección

Objetivo: Coordinar las acciones entre los diferentes programas y Administraciones

Contenido:

- Organizar el trabajo y la metodología de las acciones de los diferentes programas.
- Buscar convenios y acuerdos entre instituciones.
- Promover fórmulas de gestión y coordinación en las acciones compartidas.

• Programa de Rutas y Equipamientos

Objetivo: Elaborar las rutas del vino por el territorio

Contenido:

- Metodología en la elaboración de las rutas buscando la originalidad, potenciando los recursos artísticos y culturales de las localidades visitables y resaltando los espacios naturales protegidos del territorio.
- Elaboración y trazado de las rutas del vino con indicación de recursos y equipamientos visitables por el turista.
- Explotación, rehabilitación o creación de los equipamientos turísticos relacionados con las rutas del vino existentes en el territorio.

• Programa de Investigación

Objetivo: Investigación aplicada al Turismo del Vino

Contenido:

- Estudios propuestos y metodología investigadora
- Coordinación con la Universidad y centros de Investigación existentes en el Territorio.
- Protocolo para recopilar datos, realizar encuestas y conocer los niveles de satisfacción y demandan de los visitantes.

• Programa de Participación

Objetivo: implicar a la mayor parte de los actores en el Proyecto

Contenido:

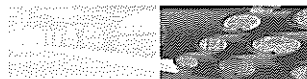
- Voluntariado
- Fomento y participación de las organizaciones locales
- Organización de foros y órganos de participación

• Programa de Formación

Objetivo: Capacitación de personal involucrado en el proyecto del Turismo del Vino

Contenido:

- Identificación de temas y destinatarios de capacitación
- Metodología de formación y búsqueda del profesorado.
- Participación en actividades de formación organizadas por otra entidad.



• Programa Económico

Objetivo: Consecución y administración de los recursos económicos

Contenido:

- Búsqueda de fuentes de recursos económicos
- Estrategias financieras
- Formulas de patrocinio público o privado
- Plan de gastos

• Programa de Promoción y Marketing

Objetivo: Dar a conocer el proyecto turístico al mayor número de visitantes

Contenido:

- Diseño de la imagen del Proyecto
- Implicación en el Marketing de personas e instituciones que avalen o participen en el proyecto
- Imagen y promoción a escala regional, nacional e internacional del proyecto entre los agentes turísticos más significados.
- Marketing y divulgación del proyecto en medios de prensa, radio, televisión, internet.,etc.

• Programa de Calidad

Objetivos: Calidad de los equipamientos turísticos creados o rehabilitados y en la prestación de servicios.

Contenido:

- Fórmulas de gestión y funcionamiento de los equipamientos
- Criterios para el diseño y construcción
- Adaptación a discapacitados.
- Uso de tecnologías limpias y modernas.

• Programa de Seguimiento y evaluación

Objetivos: Seguimiento y evaluación del plan y de los programas diseñados

Contenidos:

- Criterios metodológicos para el seguimiento y la evaluación
- Búsqueda de indicadores de seguimiento y evaluación
- Protocolos para el reajuste de los programas.

Pensamos que otros programas pueden ser añadidos (seguridad, vías de comunicación...). No obstante creemos que los fundamentales ya están expuestos y,



Foto 2 | Veneciadador en las calles de la Ciudad



Foto 3 | Monumento Histórico (S.XVI) y Botas de Vino

Los programas que se encuentran más desarrollados actualmente son: El Programa de Acogida, Programa de Gestión y Dirección, Programa Económico, Programa de Promoción y Marketing y el Programa de Calidad.

El Programa de Acogida: Uno de los elementos llamativos de la llegada a Jerez es la proliferación de elementos simbólicos referenciados al vino. Ha sido un esfuerzo considerable que ha realizado en los últimos años y que se encuentran por los lugares más emblemáticos de la ciudad de Jerez: aeropuerto, calles, rótulos, sombrillas de cafetería, atuendos o letreros de bodegas. Jerez actúa así de puerta de entrada al marco del vino de Jerez. Lástima que dicho ejemplo no sea extensible a otras localidades del triángulo del vino.

El Plan de Excelencia Turística contempla entre sus actuaciones la creación de un centro de captación, atención y recepción de visitantes.

El Programas de Gestión y Dirección y el Programa Económico está actualmente conducido por el I.P.D.C. que canaliza todas las actuaciones del Plan de Excelencia Turística a una mesa del turismo creada en el año 2003 que acoge a todos los agentes públicos y privados interesados de la ciudad donde tiene un peso especialmente significativo El Consejo Regulador.

Programa de Promoción y Marketing. Este programa es uno de los pilares de cualquier proyecto sobre turismo. La labor del Consejo Regular de las Denominaciones de Origen Jerez, Manzanilla-Sanlúcar y Vinagre de Jerez ha hecho y está haciendo una labor encomiable, a veces, poco reconocida. La revista periódica, la participación en encuentros nacionales e internacionales, las catas populares en el Consejo para los visitantes y vecinos de la ciudad de Jerez, las promociones del vino de Jerez entre los mejores chefs del mundo, las colaboracio-



Foto 4 | Vinoble 2006



Foto 5 | Hotel de 5 estrellas con botas de vino

nes con la Universidad o la formación de los “Sherry Educators” o formadores del Jerez.

Un importantísimo impulso nacional e internacional en la Promoción del Marco del Jerez es el acuerdo firmado dentro del Plan de Excelencia Turística en Septiembre de este año 2005 de con Globalia -un tours operador con más de 1250 oficinas repartidas por la Península Ibérica- que venderán las singularidades turísticas de Jerez en los mejores mercados del mundo. Asimismo el Plan ejecutará una página web de enlace para todos los empresarios y profesionales del turismo con información de agendas, acciones promocionales y datos sobre la tipología de visitantes: características, días en los que suelen venir, procedencia, gustos, valoración del trato recibido, etc.

Programa de Equipamientos

La multiplicación de equipamientos hoteleros de alta categoría y calidad en todo el ámbito del marco de Jerez es una realidad que se extiende por la ciudad de Jerez, Pto de Santa María, Rota, Complejo turístico de la Ballena (entre Rota y Chipiona) o Sanlúcar.

Por otro lado, solamente los núcleos urbanos del ámbito de estudio han aumentado sus ofertas museísticas y de equipamientos varios destacando espectacularmente la ciudad de Jerez donde se han inaugurado o están en fase de ejecución algunos con un alto nivel de modernidad y funcionalidad como son: el museo de carruajes, el de Arte Ecuéstre, el Palacio del Tiempo, el Misterio de Jerez (museo del vino) o el proyectado museo de la Ciudad... Empieza a ser frecuente encontrar restaurantes en antiguos cascos de bodega que ofrecen a sus clientes la posibilidad de realizar eventos particulares como comidas, actos sociales, bodas, etc

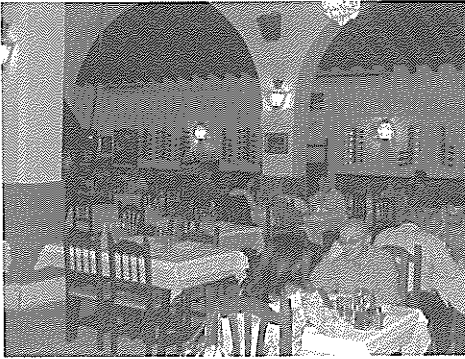


Foto 6 | Restaurante urbano ubicado en una antigua boega



Foto 7 | Tradición y cultura en un evento social

Programa de Rutas

El Programa Rutas -pieza clave en el desarrollo del turismo del vino- está prácticamente desarrollado.

En el Plan de Excelencia Turística de diseño una ruta del vino por el casco histórico de la ciudad que se ha materializado a lo largo del año 2005 y comienzos del 2006. Dicha ruta está englobada en un proyecto más amplio que incluye otras rutas: la panorámica, la monumental, la del flamenco y la ecuestre. Ha sido, en nuestro humilde entender, una ocasión perdida para desarrollar una singular e independiente ruta que podría haber utilizado, por un lado, el amplísimo elenco de viajeros afamados que han visitado Jerez y su entorno y por otro lado, aprovechar las amplísimas citas literarias al vino de Jerez en obras de presigio y fama mundial. Dicho bagaje histórico hubiera aportado a la ruta vinícola una personalidad propia en la que estarían perfectamente representados la ciudad, las bodegas y las tierras del marco del Jerez.

Echamos pues de menos un Programa de Rutas y Equipamiento que tenga una visión global del marco y no sólo de

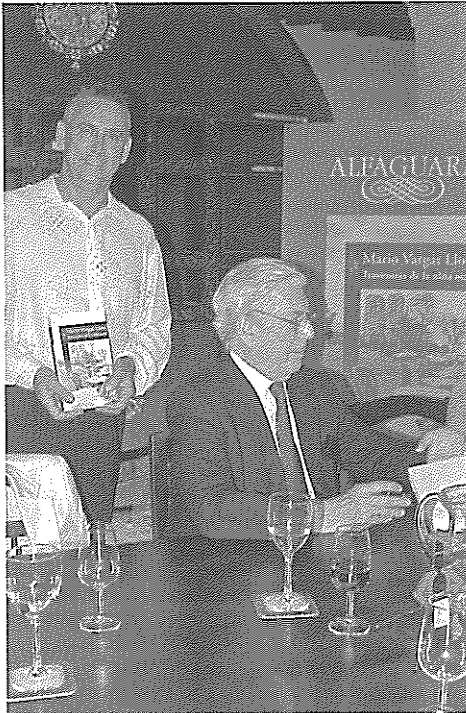
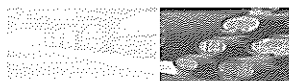


Foto 8 | Presentación literaria de "Travesuras de la niña mala" de Mario Vargas Llosa en las Bodegas de González Byass en Junio 2006



la ciudad; que clarifique y conjugue los intereses globales del territorio con las apuestas empresariales y particulares que desde hace muchos años han ofertado importantes bodegas del marco, que reciben a casi 500.000 visitantes al año, de los cuales más de 300.000 visitan las bodegas ubicadas en Jerez de la Frontera.

Por último, señalar que los Programas más retrasados son los de Investigación, Participación, Formación y Seguimiento-Evaluación.

Los instrumentos para desarrollar estos programas existen en la ciudad y en el marco del Jerez. Sería conveniente implicar más a la Universidad o al Consejo Regulador como instituciones muy capaces para desarrollar actuaciones en los programas de investigación o formación. Por otro lado el Programa de Participación ciudadana debe de ponerse en marcha como complemento a la mesa de Turismo que conduce el Plan de Excelencia Turística. Creemos que la sociedad civil de la ciudad, los entes universitarios y los investigadores de la temática turística no están lo suficientemente representados en el actual Plan de Excelencia Turística. Y sabemos que es fundamental que la ciudadanía en general sienta el proyecto como suyo pues son ellos los últimos actores en el bienestar de los visitantes

Entendemos que el Programa de Seguimiento y Evaluación sea el que más retraso debe tener, pero no debemos olvidar que es fundamental un seguimiento y evaluación para reconducir los programas, introducir las modificaciones necesarias y valorar las sugerencias con la intención de que, cuando el proyecto de excelencia turística concluya en el año 2007, hallamos encontrado la fórmula para que el Turismo del Vino



Foto 9 | Casa-lagar en el medio rural

alcance a todo el Marco de Jerez, permitiendo así rentabilizar los equipamientos existentes, crear las estancias vitivinícolas rurales hoy inexistentes e incorporar al Plan Director los espacios naturales protegidos que se ubican en el territorio y que abarcan desde espacios marismenos hasta territorios de montaña de prestigio internacional. Uniendo así, a través del eje temático del vino, el patrimonio artístico-cultural de las ciudades, el ámbito rural, las bodegas, la cultura vinícola y gastronómica del territorio con los ojos puestos en la creación de las condiciones propicias para presentar formalmente la candidatura del Marco de Jerez para la selección de Sitios declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

