

ROSA MARÍA MARCOS COLLANTES*
RUBÉN ARNANDIS i AGRAMUNT**

EL TURISMO ENOLÓGICO COMO ARTICULADOR DEL TERRITORIO: LA RUTA DEL VINO UTIEL - REQUENA

RESUMEN

Esta investigación analiza en qué medida la Ruta del Vino Utiel – Requena contribuye a la articulación territorial de la comarca. Para tal objetivo el estudio se ha centrado en la revisión de los conceptos articulación territorial y articulación territorial del turismo así como otros aspectos teóricos que conviven e interaccionan con estos. Por otro lado, se ha descrito la importancia de la viticultura en esta comarca y como eje central se aborda como su utilización turística puede o no contribuir a articular el territorio de dicha comarca. Para ello se ha entrevistado a diversos agentes públicos y privados relacionados con el turismo enológico en la Ruta del Vino Utiel-Requena. Los principales resultados indican que aunque el producto Ruta del Vino Utiel-Requena contiene en teoría algunos de los elementos subrayados en el marco teórico de referencia de Ávila y Barrado (2001) que podrían favorecer a esta articulación, se revela que la contribución real de este producto a la articulación territorial de la comarca Utiel-Requena es muy débil.

PALABRAS CLAVE: articulación territorial, turismo enológico, destino turístico, ruta del vino, Utiel - Requena

ABSTRACT

WINE TOURISM AND THE ARTICULATION OF TERRITORY: THE WINE ROUTE OF UTIEL-REQUENA

This paper analyses in what extend the wine route of Utiel – Requena contributes to the articulation of territory. The research has been focus, firstly, on the revision of the literature in order to show the concepts of articulation of territory and tourism articulation of territory and other theoretical facets that coexist and interact among themselves. On the other hand, the importance of viticulture has been tackled as a key factor to explain whether its use can contribute to articulate the territory or not. For this aim, some public and private stakeholders related to the wine route have been interviewed. Although Utiel – Requena's product has, in theory, some of the elements underlined in the theoretical framework, the results have pointed out that, in fact, the real contribution of the route to the articulation of territory is still weak.

KEY WORDS: articulation of territory, wine tourism, tourism destination, wine route, Utiel - Requena

* Turismóloga. Postgraduada en Dirección y Planificación del Turismo. Consultora turística. romarcoll@gmail.com

** Turismólogo. Postgraduado en Dirección y Planificación del Turismo. Profesor asociado al Departamento de Geografía de la Universitat de València. ruben.arnandis@uv.es.

LA ARTICULACIÓN TERRITORIAL: UN INTENTO DE CONCEPTUALIZACIÓN

No resulta nada sencillo definir el concepto de articulación. Una de las acotaciones relacionadas con la articulación territorial es la que se refiere al modelo político-administrativo, es decir, al modo en cómo se organiza o divide administrativamente un país. Valga como primer ejemplo el artículo del *European Centre for Development Policy Management* (ECDPM) en el que Jean Bossuyt, (2009) ahonda en esta idea, que gira en torno a la contraposición entre descentralización y autonomía de las distintas administraciones europeas y su relación, pero añade que esta relación ha de estar basada en criterios de gobernanza con la sociedad civil. Junto a esta definición aparece implícito un modo de organizar el territorio, siendo este elemento de relación entre los agentes en el ámbito europeo.

Calvo (2005) plantea la articulación territorial dentro de una visión todavía más amplia, relacionada con cómo un entramado social y cultural se asienta sobre una base de recursos naturales y cómo ese entramado *se traduce en formas de producción, consumo e intercambio que a su vez, es armonizado por las instituciones y las formas de organización existentes* (2005:3). El concepto de articulación territorial propuesto aquí, también hace referencia a los asentamientos que conforman este entramado, capaces de relacionarse entre sí y con el exterior. Sobre estos asentamientos actúan las instituciones públicas y privadas. Galiana y Vinuesa (2010) coinciden en parte con esta concepción sobre la articulación territorial, ya que sus propuestas abogan por la importancia de los asentamientos. Aquí presenta la articulación territorial como un elemento más complejo y que va más allá de la simple relación entre asentamientos o una distribución más o menos correcta de las infraestructuras. Se trata pues de un proceso dinámico y relacional frente al concepto de ordenación del territorio como proceso estático (VERA ET. AL. 1997; CALVO, 2005).

La articulación territorial se encuentra en un orden superior a la cohesión territorial ya que la segunda es un principio para las actuaciones de las administraciones (europeas, nacionales, regionales y locales) con el que se ha de alcanzar una adecuada articulación del territorio siguiendo criterios de gobernanza y de desarrollo sostenible además de crear *mecanismos de integración/coordinación de las distintas políticas sectoriales con incidencia territorial* (FERNÁNDEZ, 2009:160). Por lo tanto, la articulación territorial implica e involucra tanto a la sociedad, como a los agentes privados y públicos y al territorio en el que todos se relacionan en un proceso dinámico y relacional frente al concepto de ordenación del territorio como proceso estático (VERA ET. AL. 1997; CALVO, 2005).

Sin embargo, existen propuestas que relacionan articulación territorial y cohesión territorial. El Foro de Expertos reunidos en Sevilla en el año 2009 (ODAT. Observatorio de la Diversidad, Cohesión y Desarrollo Territorial de Andalucía), señala el aspecto puramente físico de la articulación territorial. Dicha articulación estaría basada en una adecuada red de infraestructuras y de accesibilidad. Coincide con Galiana y Vinuesa (2010) en la importancia de las infraestructuras, en especial las de transporte, para una correcta articulación territorial aunque matiza que la creación de infraestructuras es condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo de una región (GALIANA y VINUESA, 2010:182). Para este grupo de expertos, la articulación no es un proceso como indicaba Vera anteriormente, sino uno de los elementos de la cohesión territorial. Así pues, estos expertos exponen que, junto con la articulación territorial, existen dos elementos más que conforman la cohesión territorial: la *equidad territorial* (que debe ser entendida como

la igualdad de oportunidades para conseguir el desarrollo personal), por lo que debe existir un nivel adecuado de servicios, infraestructuras y equipamientos públicos, y la *identificación de la sociedad civil* que habita el territorio con un proyecto de vida en común (ELORRIETA SANZ, 2013:74).

Rodríguez Beirejo (2013:23), en su intento de aportar algo de luz a este término, define el término articulación territorial como sinónimo de organización territorial (gobierno centralizado versus autonomías, federalismo, etc.), mientras que Vera *ET. AL.* (1997) ya incidía en que mientras la organización territorial hace referencia a una concepción estática sobre la administración de un territorio, en este caso el territorio como país, el concepto de articulación responde a una concepción dinámica de la administración y gestión del mismo.

EL TURISMO COMO ARTICULADOR DEL TERRITORIO

En torno al concepto de articulación territorial del turismo surgen las mismas dificultades de definición. Del mismo modo existen términos, como el de implantación territorial o planificación estratégica, que inducen a equívoco por contener elementos comunes al de articulación territorial del turismo. Barrado (2001) deja claro que la articulación territorial del turismo no se debe confundir con la implantación territorial del turismo. De este modo cuando Solsona Monzonís y López Olivares indican [...] *son los factores de localización los que tradicionalmente se han considerado como básicos para comprender la implantación territorial de la actividad turística [...] (2012:222)*, se ha de suponer su referencia a por qué se establece en un espacio concreto la actividad turística inexistente con anterioridad, es decir, qué elementos justifican la aparición del turismo en un espacio concreto (factores ambientales, espaciales o dinámicos).

Barrado Timón (2002) expone sobre el concepto de articulación territorial del turismo que *a un nivel superior a la propia ordenación territorial del turismo, debería establecerse un procedimiento más amplio: una articulación territorial del turismo dirigida a integrar el tratamiento de los aspectos espaciales con los sectoriales. Este proceso se ha denominado específicamente articulación territorial y no implantación territorial [...] se pretende dar un sentido que supere claramente el cometido de la ordenación territorial [...]* (2002:3-4).

Una importante característica de la articulación territorial del turismo es que contiene criterios de la ordenación pero se encuentra en un plano superior a esta última. Además es relevante su concepción como un proceso en el tiempo que trata de integrar la especificidad espacial del turismo. Esta especificidad consiste en que el producto a consumir y el espacio geográfico donde éste se consume forman parte de un conjunto en el que, a pesar de poseer sus propias características y realidades, no pueden ser separados el uno del otro. Como consecuencia de esta especificidad, la dicotomía que las actividades turísticas generan como resultado el destino turístico.

Así pues, un proceso idóneo de articulación territorial del turismo es aquel en el que se produce un engranaje adecuado entre la perspectiva territorial y la sectorial. La perspectiva integrada u horizontal guarda total relación con la ordenación del territorio propia de los poderes públicos correspondientes. Se habla de un proceso político-técnico por el que se transcribe la visión espacial de las necesidades del desarrollo turístico para integrarlo, no exclusivamente con los restantes modelos económicos asentados en el territorio, sino también con el modelo territorial general que se da en un espacio concreto. Una correcta articulación territorial del turismo debería ser capaz de integrar todas aquellas políticas que incidan sobre el turismo con

los planes de ordenación territorial. Para que esto suceda, todos aquellos planes verticales y sus correspondientes documentos se deben integrar con los planes de ordenación territorial tanto desde un punto de vista legal como técnico (BARRADO, 2001). De esta forma las implicaciones sectoriales del turismo quedarían ligadas a las implicaciones territoriales de manera normativa. La integración de la perspectiva sectorial en los planes estratégicos de turismo favorece el diseño de modelos turísticos, no solo rentables a corto y medio plazo, sino integrados en el territorio social y económicamente, posibilitando un desarrollo turístico equilibrado y racional. La principal dificultad que presenta este proceso de articulación territorial en el que se inserten ambas perspectivas, reside en cómo crear elementos de complementariedad y ensamblaje entre ambas, es decir entre el producto turístico y el territorio que lo soporta.

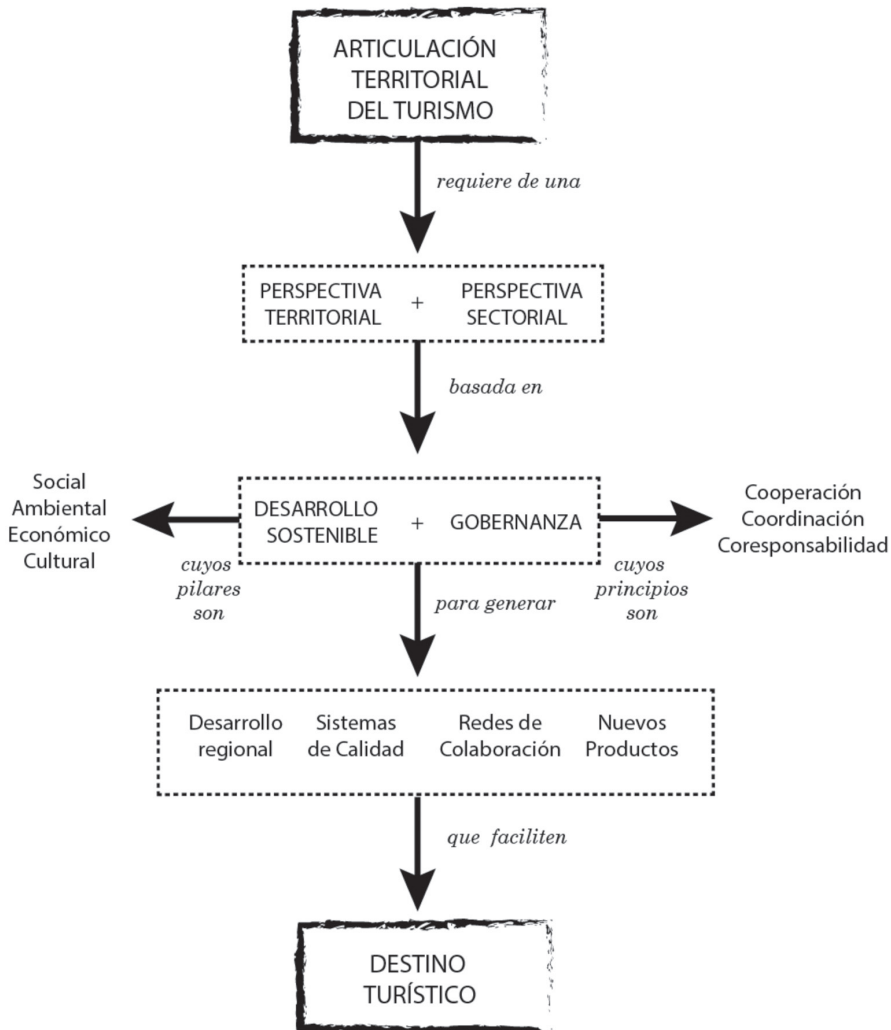


Figura 1. Articulación territorial del turismo. Elaboración propia a partir de Barrado (2001) y Ávila y Barrado (2005)

Debido a esta dificultad de conexión, la planificación de la actividad turística en los últimos años ha ido siempre de la mano de la planificación estratégica. Fernando Vera *ET. AL.* (1997) comentan que la planificación estratégica, en especial la turística, *propone una visión supramunicipal y multidisciplinar que entra de lleno en las preocupaciones del sector público, elaborando unos instrumentos que, a partir de las diferentes estrategias y prioridades de desarrollo de la actividad, organizan su implantación en el territorio.* (1997:382). Antón y Vera (1998) añaden además que *en los últimos años se está generalizando una forma de planificación estratégica como un instrumento que permite afrontar la complejidad de las dinámicas económicas, sociales y territoriales del turismo, estableciendo el marco general para el desarrollo de la actividad* (EN BARRADO, 2001:150). Su uso estriba en el hecho de que la planificación tradicional plantea expectativas mientras que la estratégica combina acciones que han de concebirse como un proyecto integral, global y participativo. La planificación estratégica, también la turística, es un instrumento de gestión para la toma de decisiones, aplicable tanto a las empresas como a la gestión del territorio (LÓPEZ PALOMEQUE, 2005:65).

Esta planificación parece del todo adecuada pues parece tener ciertos puntos en común con la articulación territorial del turismo como son la ordenación, la conectividad, los asentamientos, estrategias de integración europeas, corrección de los desequilibrios, cohesión social, gobernanza, cooperación, redes de agentes o creación de valor por medido de la calidad, entre otros puntos comunes (GALIANA y VINUESA, 2010).

Y es el destino turístico el punto donde se ha de mostrar el engranaje entre ambas perspectivas. Aunque está sujeto a diferentes definiciones según los distintos ámbitos, para esta investigación se toma como referencia en el concepto defendido por Ávila y Barrado (2005) que vas más allá del espacio físico donde confluyen la perspectiva sectorial y la territorial. El destino turístico es, además, un espacio social, cada uno de ellos con un conjunto de características propias, cuyos distintos valores (sociales, ambientales, territoriales y culturales), se yuxtaponen haciendo del destino turístico la experiencia turística. Es decir, que el destino supera el concepto de marco o contenedor del turismo para pasar a convertirse en la experiencia del turista, ofreciéndole una vivencia integral y por lo tanto se debe observar su funcionamiento como un sistema.

En relación con el destino turístico, se debe indicar que éste debería reunir, de forma positiva, una serie de elementos que contribuyesen a la articulación territorial del turismo. Estos elementos son: que esté inspirado en criterios de gobernanza; que recoja los principios del desarrollo sostenible; que existe una adecuada y fluida red o redes de actores; que se implanten sistemas de calidad en el destino y no únicamente en los productos de forma individual y finalmente que sean destinos que apuesten por la innovación (ver figura 1).

TURISMO ENOLÓGICO Y LAS RUTAS DEL VINO

De la existencia de múltiples perspectivas se infiere que no existe consenso a la hora de elaborar una definición unívoca del concepto turismo enológico. Sin embargo si parece existir consenso en la afirmación de que el turismo enológico es un elemento que favorece un modelo de crecimiento sostenible, con capacidad dinamizadora de la competitividad de un determinado territorio y capaz de mejorar la calidad de vida de su sociedad (MILLÁN, 2010).

Pero ¿qué actividades son las que realmente integran esta tipología turística? Szmulewicz (en MILLÁN, 2010) realiza sobre el concepto turismo enológico una definición en la que afirma

que es una forma de turismo donde la principal motivación es el conocimiento del proceso de fabricación del vino, desde la plantación hasta la elaboración de los caldos, junto con la visita a las instalaciones de guarda y la exploración de las tradiciones asociadas a esta actividad. Esta acepción va en línea con la ya realizada por la Carta Europea del Vino de la Red Europea de las Ciudades del Vino en la que define el turismo enológico como *el desarrollo de actividades turísticas, de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio*. (RECEVIN, 2006).

Millán también cita a Getz y Brown que en el año 2006 describen al turismo enológico como una tipología que abarca tanto el comportamiento del consumidor, la estrategia de desarrollo de un determinado territorio o área geográfica junto con su mercado del vino y una oportunidad de las bodegas para la promoción de sus productos y la venta directa de los mismos. Sin embargo para López Sánchez (2008), el turismo enológico es *una experiencia turística más, con la particularidad de estar vinculada al medio rural, que permite fortalecer y sostener la actividad social y cultural del sector agrario*.

Sea como fuere, el turismo enológico presenta dos variantes que se pueden realizar de forma independiente o conjunta (BOZZANI, 2012). La primera de ellas está relacionada con la visita a las bodegas en la que se realiza un recorrido por las instalaciones donde se explica el proceso de elaboración del vino. Una gran mayoría de las mismas disponen de tienda o enoteca, e incluso ofrecen cursos relacionados en el vino. En cuanto a la visita a los viñedos se ofrece un recorrido con la finalidad de dar a conocer al visitante los procesos de plantación, recolección etc. Son recorridos que se suelen realizar a pie, pero que tienden a diversificarse con recorridos en bicicleta, a caballo en incluso en globo aerostático. En este caso el paisaje y la arquitectura tradicional del área vinícola cobran gran importancia.

Y una de las formas más conocidas para desarrollar el turismo enológico es la creación de rutas del vino. Centrando la definición específicamente en las rutas del vino, se debe remarcar que son productos turísticos que surgen con la finalidad de desarrollar económica y socialmente la zona geográfica donde se implementan. Estas rutas deben estar perfectamente definidas en itinerarios, con una señalización adecuada que localice tanto las bodegas que la integran, como los restantes elementos que la conforman (miradores, puntos arquitectónicos, paisajísticos, etc.). Sin embargo, existen actores que inciden en que no es necesaria la delimitación física de una ruta del vino para ser considerada como tal. Desde esta perspectiva, Miranda y Morueco (2011) comentan que las rutas turísticas se identifican con entidades socio-territoriales que pueden equipararse con una variación del modelo de distrito industrial propuesto por Malfred Marshall en su obra *The Economics of Industry and Trade* editada en el año 1919*.

En el ámbito español se encuentran las denominadas Rutas del Vino de España. Estas rutas son certificadas por ACEVIN (Asociación española de pequeñas y medianas ciudades vitivinícolas). Esta asociación nace en España en el año 1994 como entidad sin ánimo de lucro a la que pueden pertenecer municipios o asociaciones de estos y también mancomunidades que poseen una Denominación de Origen de su vino. En Europa existe una asociación de similares características, RECEVIN. Se debe remarcar que los principios de ambas asociaciones son similares pero mientras que ACEVIN no integra de manera explícita el turismo enológico en sus principios RECEVIN sí plantea como uno de sus principios básicos el turismo enológico. Actualmente la marca Rutas del Vino de España incluye a veinte destinos de los cuales 18 son rutas certificadas y dos se encuentran en proceso de certificación. Estos destinos abarcan más de 450 municipios

y núcleos menores de población en 15 comunidades autónomas, a más de 38 Denominaciones de Origen y más de 2.000 empresas del ámbito turístico y enológico (ACEVIN. 2013).

METODOLOGÍA

Basada en un enfoque cualitativo, se ha partido de la revisión de la documentación académica e institucional, observación participativa y entrevistas en profundidad. Se diseñó para tal finalidad un guión de entrevistas con preguntas generales y específicas, dirigiendo las primeras para contextualizar el caso de estudio y las segundas para profundizar en el caso concreto de estudio (CEBALLOS-HERRERA, 2009). El formato de la entrevista parte de preguntas abiertas en las que con un guión y un orden la persona entrevistada puede responder libremente (LÓPEZ, 2011). Las entrevistas, semiestructuradas, tuvieron una duración no inferior a 60 minutos, siendo registradas en soporte digital para su posterior análisis.

La justificación a esta metodología y las técnicas aplicadas se asienta en que el tema que se aborda carece hasta este momento de estudios previos de carácter cuantitativo y cualitativo que puedan aportar una explicación a si la ruta del vino Utiel – Requena está articulando el territorio adecuadamente. Puesto que la articulación, como ya se ha expuesto en los apartados anteriores, está condicionada por la relación entre los actores públicos y privados, y que estos juegan un papel decisivo en su configuración, se determinó que la entrevista a los diferentes *stakeholders* implicados permitiría obtener un acercamiento al problema de manera holística.

Se ha tomado como marco teórico de referencia los elementos de la articulación territorial del turismo, propuestos por Barrado y por Ávila y Barrado, siendo estos los puntos que han constituido las entrevistas en profundidad. Considerando la selección de un número significativo y representativo de agentes, ocho han sido las reuniones mantenidas con representantes de organismos públicos (Ayuntamiento de Venta de Moro, Mancomunidad Tierra de Interior) privados (Restaurante El Vegano, Castro Consulting, Avensport, Casa Lucía, Bodega Hoya de Cadenas) y mixtos (Consejo Regulador del Vino Utiel – Requena).

APROXIMACIÓN A LA RUTA DEL VINO UTIEL – REQUENA

La comarca de Requena-Utiel se localiza al Oeste de la provincia de Valencia y comprende una extensión total de 1.726 km², en la que se localizan nueve municipios que suman algo más de 43.000 habitantes repartidos entre dos ciudades (Requena con 17.000 habitantes y Utiel con 10.000), seis pueblos cabeza de municipio (Sinarcas, Camporrobles, Fuenterrobles, Caudete, Villargordo y Venta del Moro, cada uno con entre 600 y 1.600 habitantes) y medio centenar de aldeas y caseríos que oscilan entre los cuatro habitantes de los más pequeños y los 2.000 de San Antonio, que a título individual es el tercer mayor núcleo de la comarca por detrás de Requena y Utiel (INE, 2014). La superficie cultivada, unas 65.000 hectáreas, apenas suponen un tercio del territorio comarcal, en el que dominan los bosques de pinos y carrascas, así como muchos baldíos fruta del arranque definitivo de viñedos y abandono de zonas marginales. La vid ocupa actualmente poco más de 36.000 hectáreas (en 1980 eran 50.000) y le acompañan en las solanas de la sierras y valle del Cabriel otras 14.000 de almendros, 6.000 de olivos y 9.000 de cereales y baldíos, casi todos en régimen de año y vez.

Las mejores tierras, sobre todo en los llanos terciarios y cuaternarios del centro de la comarca, están dedicadas al viñedo en régimen casi de monocultivo. Este cultivo imprime un carácter especial de identidad no solo en el paisaje, sino también en la sociedad, la cultura y la economía de la comarca. Históricamente el actual paisaje vitícola es consecuencia de una larga colonización y puesta en valor de antiguas dehesas ganaderas, tierras campos cerealistas e incluso bosques. Todo es fruto de un largo proceso que se inició a mediados del siglo XVIII y se intensificó y orientó definitivamente hacia la viticultura a partir del 1850 y que ha llegado hasta nuestros días (PIQUERAS, 2013).

El interés de la comarca por desarrollar el turismo enológico se despierta a finales de los años noventa del siglo pasado, coincidiendo con la crisis del sector y el arranque de importantes extensiones de viñas. Comienza a pensarse entonces en el turismo para diversificar la economía comarcal. Es en este contexto cuando la Ruta del Vino Utiel-Requena se presenta como una de las primeras de España, (año 1994), en el marco de la Asociación Española de Pequeñas y Medianas Ciudades Vitivinícolas (ACEVIN) y con el apoyo del entonces Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

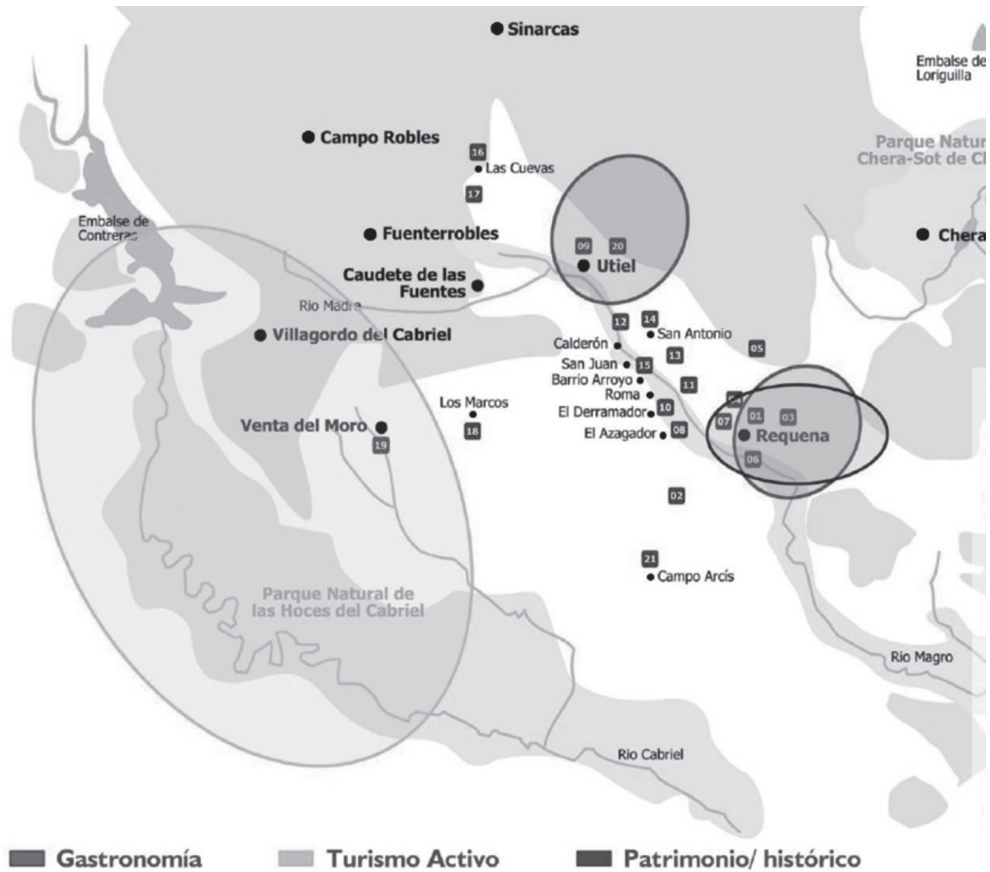


Figura 2. Concentración de la oferta turística en la comarca Utiel-Requena. Fuente: Cámara de Comercio de Valencia. 2010.

Con todo esto la Ruta del Vino Utiel-Requena y el turismo enológico no son las únicas tipologías de turismo que se pueden encontrar en la comarca. Mientras que el turismo rural, se encuentra repartido de forma más homogénea en la comarca, el resto de tipologías se desarrollan en unas zonas específicas de la misma. En la figura 2 queda recogida esta distribución. Nótese que en el espacio conocido como *Parque de las Hoces del Cabriel* predomina el turismo de aventura. En la zona correspondiente a Utiel es el turismo enológico y en el municipio de Requena el cultural se suma al enológico.

La Ruta del Vino Utiel-Requena no responde al concepto clásico definido como *recorridos señalizados y publicitados con paneles especiales en los cuales se insiste en los valores naturales, culturales, medioambientales, viñedos y bodegas, explotaciones agrícolas individuales o cooperativas abiertas al público* (LÓPEZ, 2010). Al menos en su parte teórica, corresponde a una entidad socio-territorial inspirada en el modelo de distrito industrial descrito anteriormente.

La parte de gestión operativa anual la lleva a cabo una empresa privada desde el año 2013. Esta empresa externa se encarga de la gestión de la página web, que actúa como la web de una agencia de viajes receptora de turistas, de las acciones de promoción, de generar ofertas, etc. En realidad son ellos los que se encargan de convocar y de hablar con los socios. En Requena se apoya con otra empresa de carácter autónomo y a tiempo parcial para potenciar la relación directa desde el propio territorio.

La oferta turística de la Ruta del Vino está formada por diversos tipos de empresas. Las bodegas suponen el núcleo central de atracción. Existen en la actualidad 15 bodegas. De ellas cerca del 50 por ciento se localizan en Requena, con un total de siete bodegas. Dos bodegas en Utiel y las restantes se hayan dispersas entre diversos municipios.

La oferta de estas bodegas es homogénea e indiferenciada en la mayoría de los casos. Todas ellas disponen de una apertura al público, con un horario más o menos extenso. Las actividades más usuales son las visitas a bodegas, viñedos y degustaciones. En una gran proporción la visita a estas bodegas debe ser concertada previamente. Una cantidad significativa de bodegas no abre sus puertas si no existe una visita concertada con anterioridad. Es reducido en número de bodegas que ofrecen otro tipo de actividades. Se destacará que en algunas empresas se dispone de salón para la celebración de actos, cursos de iniciación a la enología o de elaboración de vinos. Aún es menor la cantidad de empresas que forman paquetes combinados con otras como restaurantes o empresas de turismo activo. En este sentido una de las bodegas ofrece la posibilidad de realizar visitas en globo aerostático sobre los viñedos. Tan solo una de ellas dispone de una oferta integrada de restauración, alojamiento, visita a viñedos y turismo activo u otro tipo de actividades.

En relación con los alojamientos, la Ruta del Vino distingue entre hoteles rurales y alojamiento rural. Suelen ser establecimientos de pequeño tamaño y gestionado por empresarios locales, cuando no empresas familiares. De los siete establecimientos, tres alojamientos rurales se localizan en Requena y uno en Villargordo del Cabriel. Los hoteles rurales se localizan en Requena, Utiel y Caudete de las Fuentes. La oferta de restauración adscrita a la Ruta del Vino Utiel-Requena está formada por nueve establecimientos. De estos la mayoría se localiza en cascos urbanos. Cinco se ubican en el municipio de Requena, dos en Utiel y los dos restantes en Venta del Moro y Fuenterrobles. Las enotecas o vinotecas adscritas a esta ruta son dos. Una está en activo desde el año 1983 y está ubicada en Requena. El segundo establecimientos se localiza en Utiel. Los puntos de información turística son tres: el propio de la Ruta del Vino

localizado en Requena con horario de atención de mañana y tarde en días laborables; el punto de información de Utiel está integrado en un espacio municipal, en concreto en La Casa de la Cultura, y no dispone de espacio propio; el punto de información turística de Requena, que dispone de atención al público de martes a domingo en horario de mañana y tarde, posee un espacio propio ubicado junto al centro histórico.

LA RUTA DEL VINO UTIEL – REQUENA COMO ARTICULADORA: RESULTADOS

Con el objetivo de dar respuesta a la hipótesis sobre si la ruta del vino de Utiel – Requena articula el territorio a partir del estudio de todos los elementos que lo conforman, los resultados obtenidos, a raíz de realizar las entrevistas en profundidad con agentes representativos, inciden en aspectos muy dispares.

Si bien es cierto que existe una adecuada red de infraestructuras generales y que las turísticas son adecuadas tanto en la cantidad de la oferta como en la calidad de la misma, sumado a los activos y recursos que el territorio ofrece, se debe indicar que el necesario e imprescindible engranaje entre la perspectiva sectorial y la territorial no se produce de manera adecuada, aunque el ámbito de desarrollo de este producto turístico es el comarcal, en teoría una escala idónea para la creación y desarrollo de planes estratégicos de turismo. Del mismo modo se debe indicar que sobre la gestión privada, el ente gestor trata de fomentar relaciones entre los agentes y que la implementación de este producto turístico trata de involucrar al mayor número de municipios y empresas. Sin embargo, desde la perspectiva privada, la atención queda fijada en los intereses, tanto económicos como de imagen y promoción de las empresas privadas tomando el territorio como un mero contenedor en el que localizar las diversas infraestructuras y servicios.

Los planes sectoriales no se integran en las políticas públicas del territorio, a nivel comarcal, debido a la inexistencia de un plan estratégico territorial que fije de modo claro la apuesta turística de esta comarca a largo plazo. Esta es la razón por la que los criterios de gobernanza, que deben ser un elemento para la adecuada articulación territorial, no se apliquen en este territorio, careciendo de foros adecuados para la participación en las decisiones de la población local.

En el ámbito público, los intereses municipales se defienden con mayor intensidad que la apuesta por la comarca. La ciudad de Requena posee su propio plan estratégico de turismo y Venta del Moro desea posicionarse como destino de turismo activo y de aventura. Otros municipios como Camporrobles basan la potencial oferta turística en los yacimientos arqueológicos de su municipio. Todos y cada uno de los agentes entrevistados, señalan la falta de cooperación y colaboración en un proyecto común.

Otro aspecto relevante de las actuaciones públicas dentro de la Ruta del Vino Utiel-Requena, es su participación en la misma como un agente más. En este sentido cabe indicar, que pudiendo tener cada uno de los municipios representación en la Junta Directiva, tan solo Requena y Utiel son vocales de la misma, junto con la Mancomunidad Tierra de Interior. No se debe olvidar, que aun siendo una asociación sin ánimo de lucro desarrollada principalmente por las empresas privadas, una parte significativa de sus actividades necesitan del territorio, y las administraciones públicas no pueden ignorar que son ellas las que poseen las competencias en ordenación del territorio y en turismo por lo que su participación en la ruta debería ser más activa.

Otro resultado relevante es la dificultad a la hora de considerar a la comarca Requena-Utiel como un destino turístico enológico. En función del agente entrevistado y del municipio concreto, se defienden diversas tipologías de turismo, llegando a no reconocerse como parte de un destino turístico. Un buen ejemplo es la localidad de Venta del Moro, cuya responsable de turismo afirma que su municipio es un destino relevante en la Comunidad Valenciana posicionado en turismo de aventura y activo.

En relación con los restantes elementos o variables que conforman en el plano teórico la definición de articulación territorial, se debe indicar que apenas existen productos, ni desde la perspectiva pública ni desde la privada, que contengan un alto grado de innovación. Ésta se limita a tratar de aplicar nuevos sistemas de promoción y marketing como son la gestión de la página web de la asociación o las redes sociales, pero no va más allá del empleo de métodos y herramientas que otras rutas con mayor tradición en el turismo enológico ya habían empleado con anterioridad.

La calidad que proporciona la certificación de ACEVIN se traduce en un elemento diferenciador de las empresas que la poseen frente a las restantes empresas localizadas en la comarca. Sin embargo, las propuestas de algunos especialistas en la materia Ávila y Barrado y de Barrado, indican que la calidad debe procurarse para un destino en su totalidad y no solo para cada uno de los productos que se puedan desarrollar en él (ÁVILA Y BARRADO, 2005).

La existencia de relaciones entre agentes asociados en la Ruta del Vino Utiel-Requena es continua pero limitada a cooperaciones puntuales y exclusivamente para los agentes privados, centrándose esta cooperación en aspectos promocionales a través de la web de la asociación o en actuaciones puntuales. Lo mismo sucede con instituciones públicas como la Diputación de Valencia, con la que puntualmente se organizan actos promocionales o se llevan a cabo cursos de formación en el sector del turismo en general y del turismo enológico en particular.

Tanto las infraestructuras generales como las turísticas se encuentran muy polarizadas en los municipios de Requena y Utiel, siendo este un elemento más que dificulta la adecuada articulación turística del territorio en esta comarca. De hecho, la mejora en las vías de comunicación por carretera son un arma de doble filo. Por un lado han facilitado un acercamiento rápido a la comarca desde Valencia, pero implica que se puede ir y volver en el día. Esto favorece el excursionismo pero no las pernoctaciones. Además, y a parte de la deficitaria red de cercanías, la red ferroviaria del AVE, no ha contribuido a acercar a los turistas de Madrid y en las pocas ocasiones en que los acerca, no existe ni siquiera servicio desde la estación a las ciudades de Requena o Utiel, y mucho menos a las bodegas o resto de empresas de alojamiento.

Los aspectos relacionados con el desarrollo sostenible no mantienen el adecuado equilibrio que se necesita entre ellos. De este modo se puede afirmar que el turismo enológico contribuye sutilmente a dinamizar la economía de la comarca, pero al no tener tanto arraigo como la viticultura, los impactos positivos que genera quedan ensombrecidos por el efecto de esta. No sucede lo mismo con los aspectos culturales, que sin bien son reconocidos por la población local, no son vistos como un elemento que contribuya a la atracción del turismo. Destacar en este sentido, la paulatina pero decidida apuesta, esta vez desde el sector público representado por la Mancomunidad Tierra de Interior, de la candidatura del *Paisaje del Vino y la Vid de la Comarca de Utiel-Requena*, para ser reconocido como Patrimonio Intangible de la Humanidad por la UNESCO. En relación con los impactos medioambientales, al no tratarse de un tipo

de turismo de masas y ni contar con una estacionalidad, son percibidos como prácticamente inexistentes por los agentes entrevistados. No obstante no se hace referencia alguna al impacto causado por el uso del vehículo particular en las visitas de los turistas y excursionistas, pues este el medio de comunicación mayoritario en los desplazamientos de los turistas.

La Ruta del Vino Utiel-Requena podría así ser definida como una asociación mixta público privada, en la que la posición de la empresa privada prevalece sobre la pública. Aunque el espíritu de los principios recogidos por ACEVIN hablan de un producto integrado en el territorio que fomenta el desarrollo del mismo, la realidad, en el caso de Utiel-Requena, es que se actúa bajo una marca paraguas en acciones puntuales desarrolladas por un ente gestor privado que carece de plan estratégico a largo plazo y cuyas actuaciones se centran en la parte operativa con una visión temporal anual. Esta perspectiva privada no se integra en las políticas públicas, las cuales carecen de herramientas, como los planes estratégicos de turismo. Por lo tanto el engranaje entre ambas perspectivas, eje esencial de una adecuada articulación territorial del turismo no se puede calificar como óptimo para que esta articulación se produzca.

La hipótesis fijada en el inicio de este trabajo de investigación queda rechazada, dado que si bien se cumplen algunos elementos, en conjunto no se desempeñan adecuadamente los requisitos o elementos especificados en el marco conceptual como definitorios de la articulación territorial del turismo. No obstante se ha de indicar que es un territorio con activos y recursos turísticos de valor notable, basados en los aspectos sociales, paisajísticos y culturales de la comarca, que debido a una falta de liderazgo público en las iniciativas de desarrollo a escala comarcal y a una mayor coordinación de los intereses privados no son reconocidos ni puestos en su justo valor.

CONCLUSIONES

Tras lo analizado en esta investigación se concluye que sería deseable un mayor compromiso e iniciativa por parte de las administraciones públicas locales en el desarrollo de un plan estratégico turístico de ámbito comarcal, o al menos supramunicipal, sobre el que plasmar los intereses consensuados de agentes públicos, privados y sociales. Estratégico, porque alinear la diversidad de temáticas que abarca el turismo solo es posible bajo un marco de estas características. Con la existencia de este plan, ratificado por todos ellos, se impulsaría con mayor fuerza esta tipología de turismo que, además de tener poca competencia entre la oferta turística autonómica, facilitaría la diversificación de la cartera de productos turísticos de la comarca y la integraría con las restantes tipologías, aumentando la sinergias de características territoriales y económicas ya asentadas en la comarca Requena-Utiel. De este modo se contribuiría a una mejor articulación territorial, proceso que toda administración pública debería tener como fin en interés de alcanzar una correcta cohesión territorial. La Ruta del Vino, mayoritariamente de gestión privada, cuenta con incipientes elementos para contribuir a este proceso. No obstante, sin la adecuada sincronía con la perspectiva pública, verdadera garante de las competencias turísticas y territoriales, se retrasará notablemente el ideario de muchos de los agentes entrevistados de alcanzar a otras rutas ya consolidadas.

BIBLIOGRAFÍA

- ACEVIN. (2013) *Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España 2013*. [En línea]. Asociación Española de Ciudades del Vino y Turespaña. 27 de Mayo de 2014. [Ref. de 6 de junio de 2014]. Disponible en Web: <http://www.acevin.es/index.asp?iden=2&id=118>
- ÁVILA BARCIAL, R. BARRADO TIMÓN, D.A. (2005) *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. [En línea]. Cuadernos de Turismo. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. España. Octubre de 2005. [Ref. de 20 de mayo 2014]. ISSN: 1139-7861. Disponible en Web: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- BARRADO TIMÓN, D. A. (2002) Sanz Rivera, A. (direc.) *La articulación territorial del turismo: Apuntes desde la perspectiva territorial y la sectorial*. [En línea]. FUNDICOT. Cuadernos de la Ordenación del Territorio: Turismo. (Madrid). Mayo de 2002. [Ref. de 4 de mayo de 2014]. Disponible en Web: <http://www.fundicot.org/#!cuadernos-de-ot4-poca/c1qw6>
- BARRADO TIMÓN, D.A. (2004) *El concepto de destino turístico: Una aproximación geográfico-territorial*. [En línea]. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Estudios Turísticos número 160. (Madrid. España). Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Geografía. 2004. [Ref. de 11 de mayo de 2014]. Disponible en Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2140762>
- BARRADO TIMÓN, D.A (2001). *Ordenación Territorial y Desarrollo Turístico: Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en la España de las Autonomías*. [En línea]. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Estudios Turísticos número 149. [S.L.]. 2001. [Ref. de 23 de mayo de 2014]. Disponible en Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2167409>
- BOSSUYT, JEAN. *Gobernabilidad y fortalecimiento institucional: La articulación entre los gobiernos locales europeos y la sociedad civil de su territorio en la cooperación descentralizada*. Observatorio de la Cooperación Descentralizada entre la Unión Europea y América Latina. [S.L] [En línea]. Octubre de 2008. [Ref. 2 de mayo de 2014]. Disponible en Web: <http://www.dhl.hegoa.ehu.es/recursos/703>
- CALVO DRAGO, J.D. (2010) *El enfoque territorial en las políticas públicas*. Ponencia presentada en V Congreso Nacional de Administración Pública. Guatemala en junio del 2010. (Guatemala). [En línea]. [Ref. de 20 de mayo 2014]. Disponible en Web: unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan026054.pdf
- CÁMARA DE COMERCIO DE VALENCIA. (2010) *El Enoturismo*. [En línea]. Valencia. Octubre de 2010. [Ref. de 29 de mayo de 2014]. Disponible en Web: www.camaravalencia.com/camaraonline/.../2010/.../Informe_Enoturismo
- CEBALLOS-HERRERA, F. (2009) El informe de investigación con estudio de casos. [En línea]. Universidad de Yucatán, (México). 31 de marzo 2009. VOLUMEN 1 / NÚMERO 2 / ENERO-JUNIO DE 2009 / ISSN 2027-1174 / Bogotá-Colombia / Página 413-423. [Ref. de 20 de junio de 2014]. Disponible en Web: < <http://www.javeriana.edu.co/magis> >
- CONSEJO DENOMINADOR DE ORIGEN UTIEL- REQUENA. (2011) *Memoria anual del Consejo Regulador 2010. Utiel- Requena. Denominación de origen protegida*. [En línea]. Consejo Regulador Utiel-Requena. Utiel (España). 2011. [Ref. de 12 de mayo de 2014]. Disponible en Web: http://utielrequena.org/plantillad.php?id_plantilla_ac=3

- ELORRIETA SANZ, B. (2013) *La planificación territorial en el Estado Español a la luz de las políticas territoriales europeas: De la retórica a la praxis*. [En línea]. Universidad de Barcelona. (Barcelona. España). Septiembre de 2013. Disponible en Web: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/50446>
- FERNÁNDEZ TABALES, A. ET. AL. (2009) *El concepto de cohesión territorial. Escalas de aplicación, sistemas de medición y políticas derivadas*. [En línea]. Universidad de Sevilla. Facultad de Geografía e Historia. (Sevilla. España). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, número 50. Septiembre 2009. [Ref. de 3 de mayo de 2014]. Disponible en Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3094046>
- GALIANA MARTÍN, L.; VINUESA ANGULO, J. (2010) *Teoría y práctica para una ordenación racional del territorio*. Volumen 11 de Espacios y Sociedades. Editorial Síntesis. S.A. Madrid, (España). 2010.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2014) Padrón de población por municipios.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, G. (2012) *Las denominaciones del vino y las rutas del vino en España: Un estudio de caso*. [En línea]. Universidad de Córdoba. (España). Rotur. Revista de ocio y turismo, número 5, A Coruña. 2012. (España). [Ref. de 11 de junio de 2014]. Disponible en Web: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4627088.pdf
- MIRANDA ESCOLAR, B.; FERNÁNDEZ MORUECO, R. (2011) *Vino, turismo e innovación: Las Rutas del Vino de España, una estrategia integrada de desarrollo local*. [En línea]. Universidad de Valladolid, (España). Departamento de Economía Aplicada; Junta de Castilla y León. Servicio de Agricultura y Ganadería de Zamora, (España). Estudios de Economía Aplicada, Volumen 29, número 1. P. 129-164. 2011. [Ref. de 14 de junio]. Disponible en Web: www.revista-eea.net, ref. 29117
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2008) *Valorización turística y planificación territorial*. [En línea]. Turismo y Sociedad. Universidad de Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. (Colombia). Septiembre de 2008. [Ref. de 15 de mayo de 2014]. Disponible en Web: www.uexternado.edu.co/pdf/indice_autores.pdf
- LÓPEZ SÁNCHEZ, J.A. (2010) *Posibilidades de desarrollo del enoturismo en la denominación de origen Jerez-Xerry-Sherry y manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y vinagre de Jerez*. [En línea]. Universidad de Cádiz. (España). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, número 53. 2010. [Ref. en 12 de mayo de 2014]. Disponible en Web: www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3321054/1.pdf
- LÓPEZ ESTRADA, R.E.; DESLAURIERS, J.P. (2011) *La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social*. [En línea]. Universidad Autónoma de Nuevo León (México); Universidad de Quebec (Canadá). Revista Margen, número 61. Junio de 2011. [Ref. de 20 de julio de 2014]. Disponible en Web: www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf
- PIQUERAS, J. (2013) *Paisaje y economía vitícola en Requena: 1850-2010*. [En línea]. Universidad de Valencia. (España). Revista Oleana número 26. 2013. [Ref. de 12 junio de 2014]. Disponible en Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3240470>
- RECEVIN. (2010) Carta europea del enoturismo. Proyecto Vintur. [En línea]. Red Europeas de Ciudades del Vino. Estrasburgo. (Francia). Julio de 2010. [Ref. de 4 junio de 2014]. Disponible en Web: <http://www.recevin.net/enotourism.php>
- RECEVIN. (2010) *Vademécum del enoturismo europea. Proyecto Vintur*. [En línea]. Red Europeas de Ciudades del Vino. Strasburgo. (Francia). Julio de 2010. [Ref. de 4 junio de 2014]. Disponible

en Web: <http://www.recevin.net/enotourism.php>

- RODRÍGUEZ, A. (2013) *Las Reformas necesarias para España: La Constitución y la articulación territorial del Estado Español*. [En línea]. Fundación para el análisis y los estudios sociales. Cuadernos de pensamiento político. Ponencia presentada en el curso *Elementos para la Reforma del Estado*. Guadarrama (Madrid) en octubre-diciembre de 2013. [Ref. de 25 de mayo de 2014]. Disponible en Web: www.fundacionfaes.org/.../20131007123140las_reformas_necesarias_pa
- SOLSONA, J.; LÓPEZ OLIVARES, D. (2012) *Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la Comunitat Valenciana*. [En línea]. Universidad de Jaume I, (Castellón, España). Departamento de Historia, Geografía y Arte. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, número 59. 2012. [Ref. de 20 de junio de 2014]. Disponible en Web: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3938199>>
- VERA, J.F. (Coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F. ET. AL. (1997) *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel. Barcelona, (España). 1997.
- VERA, J.F. (Coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F. ET. AL. (2011) *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Editorial Tirant Lo Blanch. Valencia, (España) 2011.