RIBERA EMPRESARIAL

Nº 88 | DICIEMBRE 2018 | Revista de la Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera

Tradición, innovación e identidad
págs.8 a 13

El diseño que envuelve el vino
págs. 14 y 15

La hostelería: El mejor escaparate para Ribera del Duero
págs. 16 y 17

El vino se vive

El impacto del sector vitivinícola en la Ribera del Duero
págs.8 a 13

Asemar Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera · ACOA · ASEBOR · ASOHAR · AFOTUR · ASECÓN · jearco · ASAR

Cuanto mejor esté la vaca, mejor será la leche.

Leche certificada en Bienestar Animal.

Bienestar Animal
AENOR conform

Pascual®
Dar lo mejor

LECHEPASCUAL.ES

EDITORIAL

El ADN de la Ribera del Duero

"PREGÚNTATE Pregúntate si lo que estás haciendo hoy te acerca al lugar en el que quieres estar mañana". Desde Asemar hemos comprendido la necesidad de emprender una transformación y eso nos ha llevado a dar un paso adelante y un salto que, creemos, será no solo cuantitativo sino también cualitativo. Es innegable la buena materia prima que constituye el tejido empresarial ribereño pero, al igual que sucede con los grandes vinos, es importante mimar cada parte del proceso de elaboración y trabajar en sintonía con todos los agentes que forman parte del procedimiento.

Hemos asumido riesgos porque entendemos que la evolución pasa por atreverse a cambiar. La revista que tienes delante es un símbolo de ello: su diseño se ha actualizado, desde la portada hasta la última página, para que llame la atención de un público más amplio y más joven. Hemos cuidado al detalle los contenidos, esperando que sean útiles para el lector, actuales e interesantes y que constituyan, en definitiva, un reflejo de la riqueza social y empresarial de la comarca. Otro de los compromisos que hemos adquirido es ser más respetuosos con el medio ambiente, por eso la revista se ha imprimido en papel reciclado.

Asemar ejerce de nexo de unión entre los distintos sectores económicos representados en la comarca y también de fuerza dinamizadora de la actividad empresarial. Y eso es precisamente lo que tenemos en común con sector del vino en la Ribera del Duero, que aúna tradición e innovación y que tiene un fuerte calado multisectorial. Con este monográfico hemos querido rendir homenaje uno de los sectores más representativos de nuestra zona, poner en valor los logros conseguidos hasta la fecha y preguntarnos a qué retos de futuro se enfrentará el que para nosotros es el mejor vino del mundo.

PEDRO SARDINA
VICEPRESIDENTE ASEMAR

RIBERA EMPRESARIAL

EDITA
Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera
Plaza San Esteban, 3
09400 Aranda de Duero
Tel. 947 51 40 45
riberaempresarial@asemar.es
www.asemar.es

COORDINACIÓN Y REDACCIÓN
Gloria Díez

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
imart
www.imart.es

FOTO PORTADA
Paco Santamaría
Modelo: Raluka
Maquillaje y Peluquería:
Carolina Alvaro.

DEPÓSITO LEGAL: BU-416-2001

PUBLICIDAD
ASEMAR
Tel. 947 514 045
asemar@asemar.es

NOTA:

Esta revista es una publicación de distribución gratuita, las opiniones, notas y comentarios serán exclusiva responsabilidad de los firmantes o de las entidades que facilitaron los datos.

La reproducción de artículos, fotografías y dibujos, queda prohibida salvo autorización expresa por escrito.

100% FSC www.fsc.org RECICLADO Papel hecho de material reciclado FSC® C102646

SUMARIO RE

5 **La identidad de Ribera del Duero.** Bodegas Balbás y Vinos Vetusta

8 **El vino que nos une.** La mirada de Enrique Pascual y Miguel Ángel Gayubo

14 El arte que envuelve al vino

16 Donde se vive el vino

19 Patrimonio en la Ribera

21 Día de la Empresa

¿Eres una pyme de hasta 100 trabajadores?
¿Tienes potencial de crecimiento?

CRECER
CAJADEBURGOS

El programa 'Crecer'
de la Fundación Caja de Burgos
es para ti.

¿Qué ofrecemos?

- La Fundación Caja de Burgos asume el 70% del coste de la definición del Plan Estratégico/Crecimiento, con una ayuda máxima de 25.000 euros (sin IVA)
- La Fundación se hace cargo del 100% del presupuesto de Implantación con un límite de 6.000 euros (sin IVA)
- Financiación adicional de hasta 200.000 euros por proyecto a través de un préstamo participativo

Más información: 947 252 224
crecer@cajadeburgos.com | **www.cajadeburgos.com/crecer**

Convocatoria abierta

CAJADEBURGOS
FUNDACIÓN

Mirar al suelo sin perder de vista el cielo

POR GLORIA DÍEZ

"Un gran vino requiere un loco para hacerlo crecer, un hombre sabio para velar por él, un poeta lúcido para elaborarlo, y un amante que lo entienda." Lo dijo Salvador Dalí y con esta frase resumió lo que significa el vino para quienes se dedican a este sector.

La Ribera del Duero es el territorio donde la tinta del país, la Tempranillo, ofrece lo mejor y es que, todas las personas involucradas en el proceso de producción del vino coinciden en afirmar que todo empieza en el suelo. Mimar las viñas y cuidar cada paso en la cadena de elaboración con mucha paciencia para obtener lo mejor, son claves para alcanzar el éxito. De eso saben mucho los pioneros de la Denominación de Origen y de ellos han aprendido los más jóvenes, asumiendo el reto de embarcarse en la apasionante aventura, casi mágica, de obtener el vino. Hemos hablado con la bodega más antigua de Asebor, Balbás y también con la más joven, Vinos Vetusta. Ellos saben por qué la Ribera del Duero ha llegado a convertirse en un referente mundial y también arrojan luz sobre los retos a los que se enfrenta el sector en el futuro.

Tradición, innovación e identidad

La paciencia no es pasiva, es activa. Porque en ella se concentra la fuerza y el vino es precisamente eso, paciencia. Así lo afirma el director de una de las bodegas con más solera de la comarca, Balbás, que basa el secreto de su éxito en la reafirmación de su identidad, equilibrando la tradición con la innovación.

Juan José Balbás es el director de la bodega desde 1989

"SIEMPRE nos hemos dedicado al vino", explica Juan José Balbás, director de la bodega. Y aquí el término "siempre" cobra especial relevancia, ya que la familia tiene constancia de que uno de sus antepasados, Abundio, empezó a dedicarse al vino en 1777. Juan José es el director desde 1989, antes lo fue Víctor, su padre, pionero y uno de los fundadores del Consejo Regulador Ribera del Duero. En 1989 se construyeron las actuales instalaciones de la bodega que siempre ha estado en La Horra. Allí, donde todo comenzó y pisando el suelo de uno de los mejores terrenos del país para cultivar la Tempranillo, hablamos con él.

¿Cuál es la clave del éxito de Balbás?

La constancia y el dar importancia al suelo y a la viña. La calidad del vino la marcan la uva y el terreno, por eso cuidamos mucho el viñedo, compaginándolo también con el proceso de elaboración. Mi intención siempre ha sido aunar la tradición familiar y las raíces con las nuevas técnicas de elaboración. No se puede renunciar a las raíces porque el vino es un segmento donde lo más importante es la identidad, no es un simple producto.

¿Qué proyectos futuros tiene su bodega?

Estamos inmersos en un cambio de imagen de la marca de la bodega y en una colaboración muy importante con el equipo de fútbol sala InterMovistar.

¿Cómo ha evolucionado la producción del vino?

La Ribera del Duero se ha convertido en un referente mundial. Ha cambiado de estructura cooperativista a una profesionalización y de sistemas tradicionales a las últimas tecnologías. Debemos estar muy orgullosos, aunque todo tiene sus pros y sus contras. Me voy a permitir un poco de nostalgia y diría que todo se ha vuelto menos familiar, porque ya somos unos 320 socios y esa cercanía de antes se ha ido perdiendo, como es normal.

¿Imprime carácter el vino a nuestra sociedad? ¿Cuál es su imacto?

El vino es social. Tiene un efecto socializador, proporciona una experiencia añadida y eso está calando entre los jóvenes que están empezando a beberlo y a apreciarlo. El impacto es enorme porque hablamos de cerca de 8.000 viticultores, 3.000 personas implicadas de forma directa, además del concepto de imagen de la Ribera del Duero y del enoturismo que está en auge con todo lo que eso conlleva.

¿Qué futuro le espera al sector?

El futuro está en el enoturismo, poniendo en valor lo nuestro y ofreciendo experiencias y también en la innovación, desde la viña hasta el proceso de producción.

El buen vino empieza en la viña

Recoger lo mejor de la tradición vitivinícola aportando un nuevo espíritu y apostando por la innovación desde la viña. Esa es la esencia de Vinos Vetusta, una de las bodegas más jóvenes de la Ribera del Duero y la última en incorporarse a Asebor.

Ángel Chico y su familia en las instalaciones de Vinos Vetusta

LA HISTORIA de esta bodega se remonta a los años 97 y 98, cuando la familia Chico plantó sus viñedos. En 2007 se creó la joven marca con la que, durante varios años, fueron elaborando vino poco a poco para comprobar la calidad de su uva y mejorar los procesos de producción. En 2011 cogió las riendas el actual director, Ángel Chico, con el propósito de emprender una aventura que bebe de la tradición más enraizada en su tierra y que quiere alcanzar la excelencia introduciendo nuevas técnicas y tecnología desde los viñedos, como las formas de cultivo ecológicos que implantaron. La bodega abrió sus puertas en el año 2016, momento en el que también plantaron 30 nuevas hectáreas de viñedo a más de 900 metros de altura.

Hemos hablado con él sobre su experiencia y sobre los cambios que se prevén en el sector.

¿Qué hace diferente a Vinos Vetusta?

Nuestro viñedo, la ubicación en la que se encuentra, nuestra forma de cuidar la uva. Tenemos viñedos únicos, por los suelos donde se hallan y por la altura, plantados a 1000 metros, lo que ayuda a que nuestros vinos sean más complejos. En 2016 abrimos nuestra propia bodega en Aranda de Duero y lanzamos el vino en el hielo, elaborado con uva congelada a mimo, al estilo del norte de Europa. Fue un vino que gustó muchísimo para acompañar con postres y entrantes y este año volveremos a elaborarlo.

Desde su perspectiva y juventud, ¿cómo valora la evolución de la DO Ribera?

Nosotros llevamos dos años como tal en la DO y vemos que Ribera del Duero no deja de aumentar en ventas, se están creando cada vez más bodegas pequeñas que trabajan muy bien y creemos que la evolución debe ir por ahí, hacia pequeñas producciones pero de muy alta calidad, que cuiden cada vez más el suelo que nos da la uva. Ribera para ser una denominación tan joven ha mejorado muchísimo, en promoción y exportación se sigue creciendo y controlando cada vez más los parámetros de calidad.

En un sector tan tradicional como es el vino, ¿cómo se puede innovar?

La innovación debe estar enfocada a los viñedos, a la viticultura para mejorar la calidad de las uvas y, por tanto, también del vino.

¿Qué perspectivas de futuro prevé para el sector?

Considero que se irá conociendo cada vez más el viñedo, trabajando en parcelas concretas, se irán poniendo en valor elaboraciones más reducidas que den como resultado vinos de alta gama. Se pueden ir explorando más suelos de la zona y conociéndolos, incluyendo además más uva blanca y aprovechando la potencialidad de nuestras condiciones para cultivar uva.

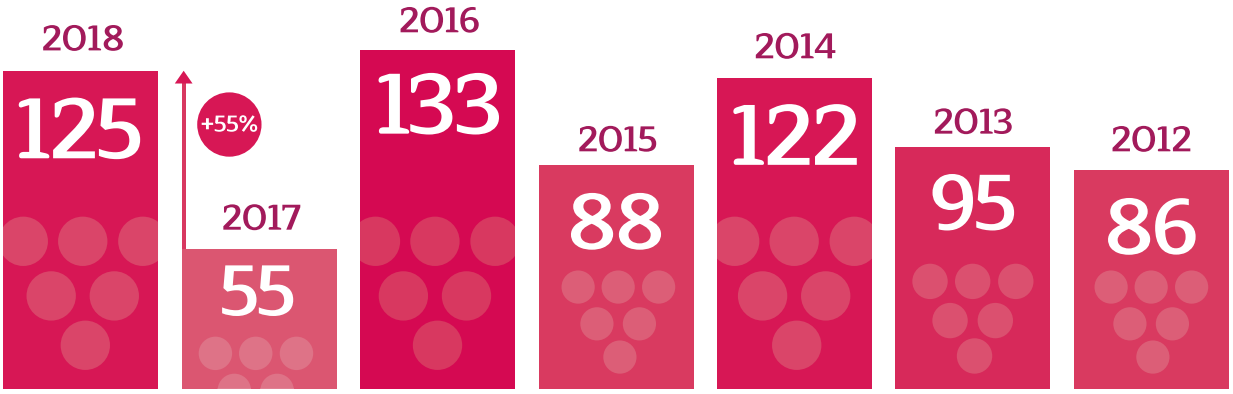
El vino que nos une

POR GLORIA DÍEZ

El vino es uno de los motores económicos más importantes de Aranda y la comarca pero, además, es un elemento integrador y socializador, hunde sus raíces en el territorio y forma parte del carácter de sus gentes. En La Ribera del Duero son muchos los agentes que trabajan de forma conjunta para conseguir la excelencia y la DO se ha convertido en un referente a nivel mundial. Los retos del futuro pasan por llegar al público más joven y por ofrecer experiencias a los turistas que se acercan a la Ribera para conocer cómo se lleva a cabo el proceso, desde el campo hasta la copa.

Fotografía cedida por Ruta del Vino Ribera del Duero.

COMPARATIVA POR AÑOS



en millones de Kg

EL BUEN vino empieza en la viña y es en la Ribera del Duero donde la Tempranillo ofrece lo mejor de sí. Este año todo hace pensar que la Ribera del Duero ofrecerá vinos de enorme importancia, porque la vendimia de 2018 ha sido la segunda más cuantiosa desde que se tienen registros con 125 millones de kilos de uva recogida, más del doble que en 2017. "Después de la campaña del año pasado necesitábamos algo así, no solo por la cantidad sino por la calidad del fruto", confiesa el presidente del Consejo Regulador, Enrique Pascual. Depender del cielo conlleva riesgos, pero para Pascual también ventajas, porque "los elementos siempre dejan su señal en el campo y sabiéndolo jugamos con eso, Ribera del Duero es tan grande gracias a ello".

Pero el vino también son sensaciones y, precisamente eso, experiencias, es lo que ofrece la Ruta del Vino Ribera del Duero, que se ensalza como la más deseada de las rutas de España según el Ministerio de Turismo y que ha recibido a 378.000 visitantes en 2017. Las estadísticas también destacan que es la ruta en la que más dinero se gasta por turista y esto, teniendo en cuenta que no se trata de los precios más caros, pone de manifiesto que sí es una de las rutas con más actividades relacionadas con el vino para los visitantes. Pero, de entre todos estos indicadores, hay uno que enorgullece especialmente al presidente de la Ruta del Vino Ribera del Duero, Miguel Ángel Gayubo: " un alto porcentaje de quien visita la comarca, el 30%, ha repetido y eso refleja que se marchan satisfechos y que conseguimos fidelizarles".

Innovación
Formación
Crecimiento
Compromiso
Transparencia
Crecimiento
Formación
Colaboración
Colaboración
Experiencia
Superación
Compromiso
Trabajo en equipo

Somos Ribera Asóciate

Asemar
Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera

Asemar, Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera
Pz. San Esteban 3, 09400 Aranda de Duero
Tfno. 947 514 045 | asemar@asemar.es | www.asemar.es

Donde el vino da lo mejor de sí

Miguel Ángel Gayubo (izq.) y Enrique Pacual, presidentes de la Ruta del Vino y del Consejo Regulador Ribera del Duero en la bodega subterránea de Tierra Aranda

EL SECRETO del éxito de Ribera del Duero para el presidente de la DO, Enrique Pascual, es algo tan simple y tan complejo a la vez como "el trabajo bien hecho". No obstante, nunca hay que perder de vista la materia prima de la que nace, ni el suelo, porque "es algo nuestro que nadie nos puede arrebatar". El resultado, unos vinos de excelente calidad que son un referente a nivel mundial, es también una recompensa al esfuerzo y al trabajo conjunto de todos los agentes implicados en el proceso: "desde los viticultores, los bodegueros, el desarrollo y la innovación en la elaboración, hasta el enoturismo", añade Pascual. Y es que, durante los últimos años, ha sido el auge del enoturismo lo que ha propiciado que el vino sea mucho más que un producto, para convertirse en una experiencia.

En este sentido, el presidente de la Ruta del Vino Ribera del Duero, Miguel Ángel Gayubo, se considera afortunado por tener "la gran suerte de ir bajo el paraguas Ribera del Duero". Para Gayubo, "se han hecho las cosas bien" uniendo a todos los sectores que trabajan en torno al sector, ya que el trabajo del turismo junto con las asociaciones agrarias, bodegas y hostelería, etc. ha propiciado que el ciudadano de a pie compruebe "que genera unos beneficios". Gayubo tiene claro que esa visión del sector favorece que se fije población, "se está ofreciendo la oportunidad a la gente joven de quedarse en pueblecitos pequeños gracias al vino".

El vino ha pasado de considerarse una bebida propia de determinadas edades o clases sociales a ser una "sensación". El marketing desarrollado en torno a este sector, así como el trabajo realizado por los agentes implicados en el turismo de la comarca, han conseguido aportar a los vinos un valor añadido cuya clave se encuentra, según Pascual, en "conocer a quien ha elaborado el caldo que te estás bebiendo y ver el campo en el que se cultiva la uva del vino que bebes". Prueba de la importancia que está cobrando el sector es el incremento de un turismo de interior que también atrae a visitantes de otros países, "nuestras bodegas, nuestros pueblecitos se llenan de turistas extranjeros que vienen a la Ribera en vez de irse a la playa", explica Gayubo lo que reconoce como un buen síntoma de la relevancia a nivel mundial que está cobrando Ribera del Duero.

RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RIBERA DEL DUERO

La conquista de los milennials

Llegar a los jóvenes es uno de los grandes retos d el sector y, para lograrlo, es fundamental la implicación de otros ámbitos que interesan a este público y que maridan a la perfección con el vino. Es el caso de Sonorama Ribera o de la Semana Internacional de Cine de Valladolid, Seminci. Este tipo de iniciativas están contribuyendo a la desmitificación del vino y a destacar su importancia para el territorio y, en esta línea, Gayubo incide en que "se les da más que vino y desde el Consejo Regulador están llegando al joven a través del cine y de la música, pero sin olvidar la tradición".

Lo cierto es que la imagen del vino está cambiando y cada vez tiene más presencia entre el público de entre 25 y 35 años, "los jóvenes lo veían como algo propio de gente mayor pero ahora, cada vez más, se contempla como algo que imprime carácter y que está de moda, porque es un producto de nivel y de mucha calidad", reconoce Gayubo. Pero cambiar esta concepción no es sencillo, "lo hemos desmitificado con pequeñas acciones, por ejemplo ver en Seminci a los actores brindando con vino, que es nuestro producto estrella, que es territorio y que es cultura, es una acción importante para acercar este sector a un público joven", asegura el presidente de la Ruta del Vino.

"El vino es más que un producto, es una experiencia"

ENRIQUE PASCUAL

"Tendremos que estar siempre agradecidos a quien ha creado esta unión entre todos los agentes implicados en el sector"

MIGUEL ÁNGEL GAYUBO

Mirada hacia el futuro

Tanto Pascual como Gayubo tienen claro que el futuro del sector está en la innovación. "El enoturismo enseña al público la joya que tenemos y los visitantes no solo degustan el producto, sino que cuando vienen son testigos de cómo se produce en todas sus fases", declara Pascual. El buen hacer de todas las personas implicadas en el proceso de producción y la tradición no son incompatibles con el I+D+I, "se está trabajando en nuevas líneas que tienden hacia la ecología, el impacto ambiental y para dar cada ve más nivel a los vinos", explica Gayubo, "eso es otro indicador de calidad". Sin embargo, todavía no se ha explorado todo el potencial que ofrece, "estamos en pañales aún", dice Pascual, "en Ribera del Duero llevamos solo 36 años y hemos conseguido mucho, pero hay todavía mucho trabajo por delante a largo plazo".

Gayubo indica que, en el ámbito del enoturismo, el futuro pasa por la digitalización y por ofrecer el mejor servicio adaptado a las últimas tecnologías: "digitalización, formación e información para llegar a los jóvenes a la vez que se pone en valor la tradición". Desde la Ruta del Vino, están comprometidos con la excelencia turística "hay que seguir trabajando y mirando los números pero, sobre todo, la calidad", expone Gayubo, porque el objetivo es que los visitantes se marchen satisfechos y que vuelvan.

El arte que rodea al vino

POR GLORIA DÍEZ / FOTOMONTAJE IMART

El marketing cada vez cobra más importancia en todos los ámbitos, y el sector del vino no es una excepción. Son muchas las bodegas de la Ribera del Duero que se hallan inmersas en un cambio de imagen, buscando la diferenciación y la visibilidad entre un público más amplio, más joven y dinámico que utiliza con frecuencia las herramientas digitales y que busca más allá de los productos un estímulo también estético y valores con los que identificarse. Los profesionales del ámbito del diseño y de la fotografía de la comarca han observado cómo el etiquetado de las botellas cada vez cobra más relevancia y han comprobado que las bodegas empiezan a utilizar una imagen más potente y diferenciada, en función de variables como el país al que exportan.

ADAPTAR LA imagen de un producto tan tradicional como el vino a los nuevos hábitos de consumo es todo un desafío, y los diseñadores de Aranda y la comarca lo saben bien porque están formando parte activa de esta transformación. En Imprenta Esteban llevan años trabajando con varias bodegas y aseguran que, en los últimos tiempos, se ha notado una tendencia a la modernización. María Jesús Esteban reconoce que las etiquetas solían ser más clásicas y que ahora la mayoría "está pidiendo actualizar más los diseños, añadiendo colorido, serigrafías o estampados que antes eran impensables". Por su parte, Ángela Rivas que diseña para varias marcas del sector, también lo tiene claro: "las bodegas empiezan a dar una identidad e imagen diferente a cada uno de sus vinos". Reconoce que ya no es tan importante si la bodega es moderna o tradicional, porque están modificando la forma de presentar su producto, para lo que la imagen varía en función de múltiples factores: "se hacen diseños específicos para exportación dependiendo a qué países se dirija, en función también de las añadas de cada vino de una misma bodega o de los distintos vinos que tengan", explica Rivas. Por este motivo, afirma que, cada vez más, la tendencia es otorgar entidad propia a las sub marcas al margen de la marca principal.

"A lo largo de los últimos años, las bodegas han tomado conciencia de la importancia de su imagen y la de sus vinos. Saben que el consumidor busca autenticidad y es lo que demandan en nuestros trabajos, autenticidad y coherencia entre lo que hay dentro y fuera de la botella", así analiza José Félix Criado de la empresa Imart el cambio que está viviendo el sector. Asegura que las bodegas son conscientes "de la complejidad y transversalidad del posicionamiento de sus marcas y valoran positivamente que un mismo estudio podamos encargarnos del desarrollo de la identidad corporativa en los distintos ámbitos como el packaging y el diseño de etiquetas, la página web, y sus fichas de cata y folletos entre otros". Coincide con sus compañeros de profesión en que la exportación determina también la imagen:

"Con el creciente peso de la exportación cada vez se cuida más el mercado exterior y nuestros clientes demandan diseños enfocados al consumidor europeo, americano y asiático". Criado destaca que la cercanía y disponibilidad de trabajar con empresas de diseño de la comarca es algo que sus clientes valoran especialmente, "sentimos pasión por esta tierra y un vino que sentimos como nuestro."

Paco Santamaría es uno de los fotógrafos más reconocidos de la capital ribereña y cuenta con una amplia experiencia en el sector del vino, no solo en la Ribera del Duero sino también en otras denominaciones. Él ha percibido el cambio en la comarca pero el ritmo es más lento en la introducción de otros elementos. "En Ribera aún hay bodegas muy clásicas pero las nuevas generaciones están explorando nuevas formas de vender su imagen", reconoce. Precisamente porque el tipo de público que consume vino ha cambiado y porque "los paladares cambian", la forma de transmitir los valores también. Santamaría ha observado que hay una tendencia a humanizar las bodegas, "ya no es solo mostrar lo que hacen sino el por qué lo hacen", debido a que muchos bodegueros son personas apasionadas por su trabajo, que miman el proceso de elaboración de sus vinos y que conciben su trabajo como algo artístico. En este sentido, la imagen debe ir en sintonía con ese espíritu y es donde tienen mayor cabida la creatividad y la innovación.

PROFESIONALES DE DISEÑO Y FOTOGRAFÍA EN ASEMAR

Ángela Rivas
Diseño y Publicidad

ArandaHOY

Arcalle

Cristina Rojo
Estudio de Diseño

Daniela Donnini
Diseño Gráfico

Diario de la Ribera

Imart

Imprenta Esteban

Lapso

León Desarrollo

Mediados Castilla y León

Paco Santamaría

Publicidad Empusa

diseño

Donde se vive el vino

POR GLORIA DÍEZ

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

La acción de beber un vino es mucho más que degustar un producto, es un acto social y es una experiencia que apela a los sentidos. Por eso la sociedad ribereña muestra sus particularidades con orgullo a los visitantes, haciéndoles partícipes de varios siglos de tradición vitivinícola y ofreciéndoles algo que es muy difícil olvidar: las sensaciones que transmite el vino y la belleza de su cultura.

La tradición vitivinícola de la Ribera del Duero encuentra uno de sus mayores exponentes en el sector de la hostelería de Aranda y la comarca. Hoteles, bares y restaurantes de la Ribera son uno de los mejores escaparates para los caldos de la zona. Basta con fijarse un poco en los establecimientos ribereños para comprobar que la mayoría destaca un vino de una bodega recomendada, mensual o semanalmente, en la barra o en el restaurante, como hacen muchos de los asociados a Asohar, por ejemplo el bar Caracoles, el café bar BMW o el Asador Casa Florencio.

Pero hay otras muchas actividades que se ofertan de cara a promocionar los vinos de la zona y a poner en valor la importancia de este sector entre los ribereños y los visitantes. Algunos realizan catas guiadas personalizadas con bodegas que se prestan a colaborar o ceden su espacio para presentar vinos nuevos como hacen en el 51 del Sol o la Casa del Cura. En otros casos, el establecimiento cuenta con una bodega subterránea y lo aprovecha para ofrecer una experiencia diferente al visitante: el Mesón de la Villa realiza degustaciones de vino con visita guiada en su bodega medieval y el Hotel Restaurante Las Baronas lleva a cabo catas de vino programadas y visitas aromáticas del vino en su museo. Todas estas iniciativas contribuyen a poner en valor la tradición y a acercar los secretos del vino a todo aquel que quiera conocerlos, propiciando que la enología forme parte de la cotidianeidad de los ribereños.

Otra forma de destacar la tradición de la tierra a través de experiencias es ofertar packs enológicos, que es la propuesta del Hotel Aranda y que incluye estancia y visita a la bodega elaboradora. Esta simbiosis entre hostelería y enología es una combinación ganadora y necesaria para mostrar la cultura vitivinícola de la comarca en todas sus vertientes a los visitantes y a los lugareños, a quienes les sobran los motivos para sentirse orgullosos de sus raíces y de su tradición.

Actividades para disfrutar del vino

BODEGAS PORTIA

Visitas y catas: Visita con catas de 2 vinos y visita exclusiva con cata de 5 vinos

Restaurante: Tapas, vino, menús y catas maridaje

Actividades especiales: Taller de aromas, taller de chocolate, taller de iniciación a la cata, Portia Bajo las estrellas, Experiencia Vendimia.

BAR RESTAURANTE EL MONTECILLO

Organizan **talleres de pintura con vino** y realizan **exposiciones de cuadros con vino** en el restaurante. Experiencia Vendimia.

EL LAGAR DE ISILLA

En Bodega El Lagar de Isilla

Experiencia Vendimia: disponible hasta el 30 de octubre.

Visitas guiadas a bodega con degustación: todos los días 11.30, 13.00, 16,30 y 18.00

Cursos WSET: en colaboración con Vintage Class

En Hotel El Lagar de Isilla

Ofrece habitaciones temáticas y paquetes de experiencias relacionadas con la enología.

GRUPO TUDANCA

Actividad de vendimia.

Catas de vino con enólogo.

Cenas cata maridadas.

Visitas a bodegas de elaboración en colaboración con bodegas de la D.O. Ribera del Duero.

Visitas al Museo del vino, tonelerías, bodegas históricas del centro de Aranda de Duero.

Packs de visita a bodega + museo del vino + cata de vino + almuerzo típico de lechazo.

LA PÍCARA GASTROTECA

Ganadores con su "Croqueta de Vendimia" del I Concurso de Croquetas de Burgos 'Croqueteando', organizado por la Asociación de Cocineros y Reposterios de Burgos (ACOREBU). Disponible en su carta de postres.

Bar de Vinos.

Catas de vino en inglés con Vinclass.

Talleres de cata.

El vino a través de los sentidos

"Un buen vino es como una buena película: dura un instante y te deja en la boca un sabor a gloria; es nuevo en cada sorbo y, como ocurre con las películas, nace y renace en cada persona que lo saborea." Federico Fellini

Cuando se habla de vino, es imprescindible detenerse en un oficio único, capaz de basarse en la percepción sensorial más pura para desarrollar su función, se trata de la figura del sumiller. Es la persona encargada de evaluar el vino desde el punto de vista más objetivo posible, apreciando para ello sus cualidades a través de la vista, el gusto y el olfato. En la Ribera del Duero es ASAR la asociación que reúne a los profesionales de este sector y la que trabaja y desarrolla incesantemente labores de formación en este ámbito.

En Asar persiguen la formación continua de los sumilleres y la difusión de los vinos de la región

Fotografía / Ruta del Vino Ribera del Duero

TAL Y COMO explican desde ASAR, su objetivo principal es el de "fomentar la divulgación de prácticas y enseñanzas que den prestigio la calidad profesional del sumiller, así como la de los productos sobre los que se decida actuar, profundizar en los conocimientos enológicos, fomentar los actos de colaboración con asociaciones comarcales, provinciales, regionales, autonómicas, nacionales e internacionales del sector, estimulando la cooperación y solidaridad entre sus asociados, promocionar la profesionalidad". Desde la asociación realizan actividades anuales, entre ellas se encuentra la de realizar visitas a bodegas de la zona, a fin de tener una toma de contacto, conocimiento mutuo e interacción entre bodeguero y sumilleres. La última de estas actividades se realizó este mismo mes, en una jornada en la que sumilleres de ASAR visitaron Protos. Allí conocieron las instalaciones, el viñedo y degustaron los vinos de la bodega.

Formación y divulgación

Los profesionales de ASAR asistieron las III Jornadas Técnicas Internacionales de Sumillería CyL, celebradas en el Museo Provincial del Vino, ubicado en el castillo de Peñafiel donde se concentró un número de sumilleres de toda España, 13 de ellos representantes de la Asociación de Sumilleres de Aranda y La Ribera. Con estas iniciativas persiguen la formación continua de los sumilleres y la difusión de los vinos de la región. En esta línea, los actos de colaboración con asociaciones comarcales, provinciales, regionales, autonómicas, nacionales e internacionales del sector son imprescindibles, para estimiular el aprendizaje, la cooperación y la solidaridad entre los asociados. En definitiva, los sumilleres de la zona son figuras imprescindibles para la puesta en valor de los vinos de la comarca y quienes pueden hacer gala de la calidad de la DO Ribera del Duero ya que conocen profundamente sus características.

El patrimonio que envuelve los mejores vinos

Hay lugares que dejan sin palabras, pero con muchas historias que contar. La Ribera del Duero siempre ofrece grandes relatos al visitante que, atraído por el enoturismo, descubre además un gran patrimonio cultural. El turismo de interior está de moda, sobre todo el relacionado con la gastronomía y la enología y, aprovechando el impulso de este sector, desde Afotur consideran necesario promocionar también el patrimonio de la comarca, que alberga una gran riqueza cultural.

Bodega subterranea "La Navarra" en Aranda de Duero
Fotografía / Imart

HOY EN DÍA, un Ribera del Duero se puede beber en cualquier parte del mundo, pero tomarlo en una bodega de origen medieval en el subsuelo, junto a un castillo o frente a la fachada de la iglesia de Santa María, solo puede hacerse en la comarca ribereña. Ese es el punto de partida que plantea Afotur para reivindicar la riqueza cultural del territorio en el que la Tempranillo ofrece su mejor versión. Desde la asociación señalan que la Ruta del Vino Ribera del Duero ha supuesto un empuje para el turismo de la zona y consideran que "el tirón del enoturismo debe aprovecharse para fomentar la cultura". Así lo señala Lorena Bodas, vocal de la Afotur, que considera que se está realizando un gran trabajo para impulsar el turismo de sensaciones, pero que aún falta el paso de poner en valor el entorno. Bodas cree que se está viviendo un punto de inflexión gracias al sector del vino, pero insiste en que debe aprovecharse para relanzar el patrimonio de la comarca, como por ejemplo las bodegas subterráneas que, tal y como explica, "solo se están promocionando mediante iniciativas privadas". En este sentido, hace un llamamiento a las instituciones públicas para que valoren la cultura y aprovechen el buen momento que vive el sector del vino para que se haga extensible también al patrimonio de Aranda y la Ribera.

El turismo del futuro

Desde Afotur han observado la importancia de la digitalización y del entorno online y, por este motivo, están centrados en ayudar a los asociados a promocionarse en internet y en las redes sociales, herramientas imprescindibles hoy en día para llegar al público objetivo del sector. Pero también participan en ferias como Intur, donde destacan sobre todo la utilidad de las mesas de negocio paralelas al desarrollo del evento, ya que sirven para conectar con otros profesionales del ámbito del turismo y, al mismo tiempo, para darse a conocer entre el público general.

La calidad
de nuestro vino
empieza
varios años antes
del primer
sorbo.
CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN
RIBERA
DEL
DUERO
www.riberadelduero.es
Ribera del Duero
@riberadelduero
@doribera
El origen de una gran idea

Integra y vencerás

Álex Rovira antes de su conferencia en Aranda con motivo del Día de la Empresa

Álex Rovira es un prestigioso economista que cree firmemente en el compromiso con la diversidad y que colabora con numerosos medios a nivel nacional, en los que defiende que valores como la confianza, el amor o la motivación son aplicables al mundo de la gestión empresarial y al desarrollo individual y profesional de las personas. Con motivo de la celebración del Día de la Empresa, Asemar organizó en Aranda una conferencia de Rovira que bajo el lema 'Integración y Diversidad; una ventaja para la Empresa', llegó al público demostrando que las personas con capacidades diferentes pueden ser un valor activo en una compañía.

¿Qué cree que aporta la integración de personas discapacitadas a las empresas?

Son múltiples valores añadidos a tenor de la observación empírica, hablar de discapacidad es erróneo, hay que hablar de capacidades diferentes, son personas altamente comprometidas, son generadoras de un enorme impacto emocional positivo, generan admiración, son personas que tienen una actitud muchísimo mejor que personas que no están etiquetadas como discapacitadas.

¿Qué impacto social está provocando la integración?

La integración de este perfil crea una cultura y la cultura puede impulsar una estrategia o puede hundirla, si no hay una cultura sana basada en el respeto y el compromiso, una gran estrategia no servirá de nada. Por mi experiencia el impacto de estas personas genera un cambio cultural muy potente. Hay múltiples beneficios cualitativos y cuantitativos, sobre todo en la medida en la que cambian la realidad de las personas que dirigen la organización y de los compañeros que integran.

¿Ha cada vez más concienciación entre el tejido empresarial?

Hay de todo, no tengo un estudio que me permita dar una cifra precisa de lo que está ocurriendo en España, sí conozco líderes empresariales, personas y organizaciones que están totalmente concienciadas y convencidas, no solo por su compromiso con el ser humano sino porque saben que les aporta beneficios. Ostros igual sí lo hacen más de cara a la galería.

¿Es cuantificable el beneficio que aporta la integración?

Claro, conozco una marca de referencia, que tienen dos terceras partes de sus empleados con discapacidad severa y tienen unos beneficios que son caso de estudio en Harvard. Hay casos que demuestran que es posible, que es rentable, se puede medir en facturación y en crecimiento.

Entonces, ¿estamos asistiendo a un cambio de paradigma en este sentido?

Sin duda, estamos avanzando hacia un nuevo paradigma, cada vez hay más concienciación y, a partir de la evidencia, la gente se da cuenta de que estas personas tienen altas capacidades en otros ámbitos. Nos hemos basado mucho en la inteligencia lógica racional pero hay otras inteligencias, como la inteligencia práctica, la inteligencia emocional y estas personas pueden ser totalmente prácticas y además generar cohesión y buen humor en el equipo. La inteligencia social forma parte del activo de una empresa también y está demostrado que estas personas lo trasladan a su cadena de valor.

Día de la Empresa 2018

Políticos, empresarios, representantes de las distintas asociaciones de Aranda y vecinos de la localidad, se dieron cita en el Día de la Empresa para asistir a la charla de Álex Rovira y mostrar su apoyo al tejido empresarial ribereño.

asemar

ASOHAR
ASEBOR
AFOTUR

ASECÓN
jearco
ASAR
Asemar
ASEBOR
AFOTUR

ASOHAR
AFOTUR

jearco
Asemar
ACOA
ASEBOR
ASOHAR

Asemar
ACOA
ASEBOR
ASOHAR
ASECÓN

Asemar
ACOA
ASOHAR

Soluciones creativas
para vinos únicos
imart
Diseño de etiquetas de vino / packaging / fotografía de producto / páginas web
www.imart.es