



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL TURISMO ENOLÓGICO

Trabajo Fin de Grado presentado por Isabel María Villanueva Pérez, siendo la tutora del mismo la profesora Elena Olmedo Fernández.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D. ELENA OLMEDO FERNÁNDEZ

D. ISABEL MARÍA VILLANUEVA PÉREZ

Sevilla. Junio de 2016



GRADO EN TURISMO

FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO [2015-2016]

TÍTULO:

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL TURISMO ENOLÓGICO

AUTOR:

ISABEL MARÍA VILLANUEVA PÉREZ

TUTOR:

ELENA OLMEDO FERNÁNDEZ

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA

RESUMEN:

A continuación, vamos a ver en los dos primeros apartados de este trabajo la evolución y los distintos tipos de definición que ha recibido el turismo enológico a lo largo de la historia, así como, a partir del tercer apartado, encontraremos la relación existente entre el turismo rural, el turismo sostenible, agroturismo y ecoturismo, y como estos junto al enoturismo influyen en el desarrollo rural.

En el cuarto y quinto punto realizaremos un estudio sobre el perfil del enoturista y como el enoturismo ha influido y se ha desarrollado en España a través de las rutas enológicas.

Finalizaremos este trabajo con las conclusiones sustraídas tras el estudio del turismo enológico.

PALABRAS CLAVE:

Enológico; vitivinícola; ACEVIN; enoturista; rutas.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. UNA APROXIMACIÓN AL TURISMO ENOLÓGICO	3
2.1. Definición de turismo enológico	3
2.2. Turismo enológico internacional	4
2.3. Turismo enológico nacional	5
3. RELACIÓN ENTRE ENOTURISMO, ECOTURISMO, AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE. ENOTURISMO Y DESARROLLO RURAL	6
3.1. Enoturismo, ecoturismo, agroturismo y turismo sostenible	6
3.2. Enoturismo y desarrollo rural	8
4. PERFIL DEL ENOTURISTA: TIPOLOGIAS Y DATOS	9
4.1. Tipo de enoturistas	9
4.2. Perfil sociodemográfico	10
5. RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA	16
5.1. Rutas del vino. Datos y evolución	16
5.2. Rutas accesibles	20
6. CONCLUSIÓN	21
BIBLIOGRAFÍA	22

1. INTRODUCCIÓN

El turismo enológico tiene los primeros reflejos en el siglo XVIII durante el Grand Tour, que consistía en la realización de un itinerario de viaje por Europa. Éste era protagonizado por jóvenes británicos de la clase media-alta con objetivos educativos y de ocio y entretenimiento.

La realización de estos viajes duraba desde meses hasta años y realizaban visitas principalmente a ciudades europeas, aunque algunos de estos turistas optaban por la realización de otras rutas. En estas rutas realizaban anotaciones en cuadernos de viajes con información del destino, en los cuales ya se mostraba cierto interés sobre el vino. Este tipo de turismo se asemeja al actual turismo cultural o de estudios en el extranjero.

A esto se une la fragmentación de las vacaciones a partir de los 70 y 80. Donde el turista empieza a viajar más veces a lo largo del año, desfragmentando así la época de vacaciones en varias fechas y produciéndose con ello una desestacionalización del turismo.

Como se recoge en el cuaderno de turismo de Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España (López-Guzmán Tomás et al., 2013) , “interés creciente por parte de los turistas por conocer la gastronomía de las áreas geográficas que visita, y dentro de ésta, por todo lo relacionado con el vino. Así, el vino, la gastronomía, el turismo, la cultura y factores adyacentes...”. Aquí se refleja como el turista empieza a interesarse por el turismo menos masificado, donde pueda relacionarse con la población local, tener nuevas experiencias, adquirir conocimiento de aquel destino que visita y una relación más directa con la naturaleza y la cultura. Esto da lugar a lo que conocemos como turismo rural, estrechamente relacionado con el turismo enológico ya que el turista busca todo lo relacionado con el turismo rural pero con especial interés en todo lo relacionado con el vino (bodegas, viñedos, técnicas, etc.).

Como se puede apreciar el turismo enológico también tiene una estrecha relación con el turismo sostenible ya que implica actividades respetuosas con el medioambiente, cultural y social y con la vida cotidiana de la comunidad local.

Por tanto, podemos deducir que el turismo enológico está relacionado, además del interés por el vino, con el turismo rural y sostenible.

Teniendo en cuenta esto último que hemos mencionado aportaremos datos sobre el turismo rural ya que los datos sobre turismo enológicos son extrapolados a éste tipo de turismo. Por lo cual, los últimos datos que se registran en el Instituto Nacional de Estadísticas sobre alojamientos de turismo rural indican que ha supuesto un crecimiento con respecto a 2015 de un 14,7% en pernoctaciones y un 9,5% el grado de ocupación. (Instituto Nacional de Estadísticas - INE, 2016) .

2. UNA APROXIMACIÓN AL TURISMO ENOLÓGICO

2.1. Definición de turismo enológico

A lo largo de la historia se han dado muchas definiciones que recogemos a continuación (Ramis Hernández, 2010):

- ✓ "Visitas a viñedos, bodegas, festivales y espectáculos del vino en los que la cata de vinos y/o la experiencia de los atributos de las regiones

productoras de vino son los principales factores de motivación para los visitantes" (Hall, 1996; Macionis, 1996).

✓ La Comisión de Turismo de Sur Australia (1997) basó su definición en el abanico de actividades susceptibles de ser practicadas: "cualquier experiencia relacionada con las bodegas o la producción de vino en la cual los visitantes participen durante una excursión de día o una visita más larga... El enoturismo puede ir desde la visita a una única bodega hasta unas vacaciones de una semana en las que las experiencias se basen en la producción vitivinícola".

✓ Johnson (1998) define el enoturismo como "la visita a bodegas, regiones vitivinícolas, festivales y espectáculos del vino por motivos recreacionales".

✓ La Estrategia Nacional de Enoturismo de Australia (1998), se centró también en la experiencia, aunque ampliando la definición: "el enoturismo es la visita a bodegas y regiones vitivinícolas para vivir las cualidades únicas del estilo de vida australiano, asociado al disfrute del vino y su origen, incluyendo el vino, la gastronomía, y las actividades culturales".

✓ Getz (2000) explica el enoturismo como "un viaje relacionado con el atractivo de las bodegas y del paisaje vitivinícola, un nicho de mercado y un desarrollo de destino, así como una oportunidad para las ventas directas y el marketing por parte de la industria vinícola".

✓ En España el enoturismo se estructura oficialmente mediante el producto "Rutas del Vino" de la mano de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) y la Secretaría de Estado de Turismo en el "Manual del Producto Turístico Rutas del Vino de España", en el que definen "desde los requisitos de su sistema de gestión, señalización, promoción y comercialización hasta los que deben cumplir todos los establecimientos que forman parte de la Ruta: restaurantes, alojamientos, bodegas, comercios, etc."

Aunque han sido numerosas las definiciones que se han dado a lo largo de la historia sobre el Enoturismo, no podemos ver una definición concreta recogida en la RAE.

2.2. Turismo enológico internacional

En el ámbito internacional, según se recoge en el libro *Pensar con la Historia desde el siglo XXI* (Folguera Pilar et al., 2015), los países productores de vino y dedicados a su explotación se encuentran clasificados en dos grandes grupos que vamos a explicar a continuación:

- Los países del Nuevo Mundo: son aquellos que tienen una tradición vitivinícola reciente introducida por la llegada de inmigrantes europeos y que realizan una gestión del turismo enológico basado en estrategias de marketing y apoyado con ayudas de los gobiernos. Estos países son Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, Chile, México, Argentina y países de Europa Oriental.

Podemos destacar el caso del Valle de Napa en California que a través de la gestión ha conseguido establecer el turismo enológico como principal motivo de visita a éste después de Disneyland.

También podemos señalar que, en general, es un país que ha llevado a cabo una buena gestión para el desarrollo del turismo enológico. Para ello ha desarrollado numerosos proyectos estableciendo hoteles cercanos a regiones o campos de cultivos de viñedos y caracterizando restaurantes con símbolos relevantes de este tipo de turismo como corchos, etiquetas de vinos en las paredes, etc. Además forma personal especializado en esta materia para guiar, introducir y acercar el vino y los viñedos a los turistas, dando así una percepción de calidad al turista sobre el turismo enológico. (Ramis Hernández, 2010).

- Los países del Viejo Mundo: Estos son Francia, España, Italia, Alemania, Portugal, Rumanía, Suiza, Austria y Grecia. Se denominan así a este conjunto de países ya que son países con siglos de tradición en la elaboración y cultivo de vinos. Tiene una estrecha relación con la reestructuración de las economías rurales que, tras la caída de éstas con el fenómeno del éxodo rural, se buscaba apoyar e incrementar la economía de estas regiones mediante la explotación de los cultivos en forma de turismo.

De los países del viejo mundo podemos destacar Francia que con sus técnicas llevada a cabo para la elaboración de vinos ha llegado a producir un 15% de los vinos elaborados en el planeta. También destacan Italia y España que además de la elaboración del vino para consumo normal lo adaptan e introducen en la elaboración de las comidas (blog "CataVino", 2015; El Conocedor, 2013) "¿A qué se denominan vinos del viejo mundo? - Noticias de Vinos, Cata de Vino, Degustación de vino, Vino, Denominación de Origen, Bodega, Vinoteca, Enoturismo, Sumiller, beber vino, vinos a buen precio, los mejores vinos, bodegas para visitar, vinos de esp," 2015, "Los vinos del 'Viejo Mundo' - Revista El Conocedor," 2013)

A nivel internacional destacan dos organizaciones que llevan a cabo proyectos y acciones para el desarrollo e impulso del turismo enológico y las regiones vitivinícolas:

- RECEVIN: organización encargada de defender los intereses de las administraciones locales europeas vinculadas económicamente al vino facilitando información de interés sobre Proyectos Europeos. (Recevin - Red Europea de Ciudades del Vino)

- AREV: es la organización dedicada a la intervención ante todas las instituciones e instancias encargadas directa o indirectamente de la política vitivinícola europea o mundial y está implicada en todos los asuntos relacionados con el vino. (Arev)

2.3. Turismo enológico nacional

A nivel nacional conocemos que el turismo es uno de los sectores que más ingresos genera en el país. Según recoge Exceltur (Alianza para la excelencia turística de España), el turismo supuso en 2014 un 10,9% del PIB Y UN 11,9% de empleo para España. (Exceltur | PIB y Empleo Turístico por C.C.A.A., 2014).

Esta actividad ha tenido numerosos cambios a lo largo del tiempo debido a la desestacionalización de las vacaciones. Esta desestacionalización viene producida por un cambio en el comportamiento del turista que ahora tiene otras motivaciones a la hora de viajar, por un periodo de tiempo más corto pero de forma más habitual, por lo que busca nuevas experiencias. Con estos cambios se ha dado lugar a numerosas

ramificaciones en el sector del turismo, aunque sigue situándose siempre en primer lugar el turismo de sol y playa.

Otros tipos de turismo que podemos destacar son el cultural, el rural, gastronómico, etc. y entre ellos el turismo enológico. José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España destacó que España tiene la enorme ventaja de ser uno de los principales destinos turísticos del vino. Y recordó que el número de visitantes a bodegas y museos del vino creció un 25,75% en 2014 respecto a 2013. Además también se destaca el aumento en un 77% de la demanda de este tipo de turismo entre 2008 y 2014. (HOSTELTUR, 2016).

En 1994 se crea ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) con el objetivo de potenciar el valor de las zonas relacionadas con el mundo del vino y utilizarlo como motor de otras actividades a través de la promoción cultural y del turismo del vino como estrategia de desarrollo local y creación de riqueza y empleo.(ACEVIN)

En 2001, ACEVIN consigue el apoyo de la Secretaria General de Turismo para el proyecto Rutas del Vino de España con el cuál se buscaba la definición y desarrollo de las normas de regulación de la calidad del turismo enológico en nuestro país. Este proyecto se integró en el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE 2000-2006) que tenía como objetivos desarrollar productos para diversificar y desestacionalizar la oferta turística. (ACEVIN)

El organismo principal encargado de la regulación del turismo enológico es la Secretaria General de Turismo a través de los proyectos llevados a cabo, pero es ACEVIN la organización puntera en la relación y desarrollo del turismo y el vino.

ACEVIN tiene como objetivos la diversificación económica, incremento de la actividad competitiva vitivinícola, intercambio cultural, científico, tecnológico y económico, relación e intercambio entre diferentes ciudades, formación profesional, intercambiar conocimientos y experiencias y cooperar con RECEVIN. Todo ello a través de las actividades turísticas(Museos, marketing, hoteles especializados o cercanos a las áreas de interés, atención al cliente de calidad, etc.,..) promoción cultural y protección de los recursos naturales. (ACEVIN)

Para la gestión y promoción a nivel internacional del turismo enológico se creó la AEE(Asociación Española de Enoturismo) que tiene como finalidad dar una “estructura estable y sostenible al ecosistema enoturístico español, creando imagen de marca.” (Asociación Española de Enoturismo (AEE), 2016)

3. RELACIÓN ENTRE ENOTURISMO, ECOTURISMO, AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE. ENOTURISMO Y DESARROLLO RURAL.

3.1. Enoturismo, ecoturismo, agroturismo y turismo sostenible

El turismo rural, según se recoge en el Plan Integral de Turismo rural, se entiende como “actividad turística en entorno rural o natural no masificado” (Turespaña, 2014). En ésta definición podemos entender como entorno rural la población o área donde se desarrolla, incluyendo así sus actividades y tradiciones. Además del entorno rural también hay que destacar que “...La motivación principal de los turistas es la búsqueda de contacto con la forma de vida tradicional (arquitectura, gastronomía, tradiciones, etc.) y/o una aproximación a la naturaleza. Las estancias tienen corta duración, a menudo sólo un fin de semana o puente.” según se recoge en La normativa Española sobre turismo rural (Hernandez Maestro, 2010).

Teniendo en cuenta la definición anterior podemos englobar turismo sostenible, enoturismo y agroturismo dentro de ésta tipología de turismo.

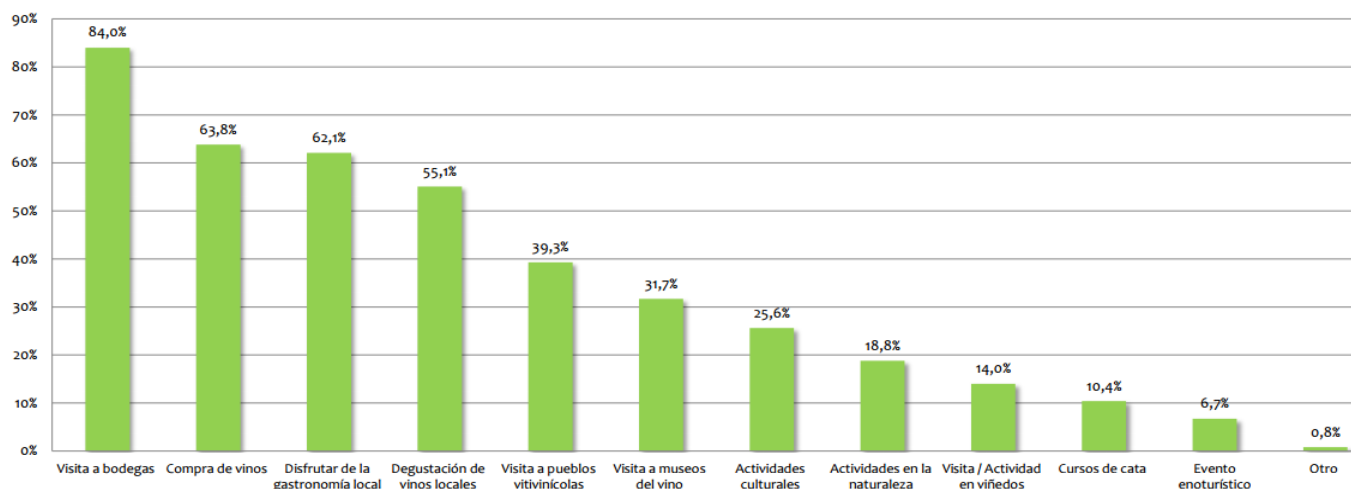


Figura 3.1. Actividades que realiza el enoturista durante su estancia en la ruta.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

El agroturismo está recogido por la RAE como “turismo rural, especialmente el que incluye actividades agrícolas y ganaderas.” Es un tipo de turismo relacionado con el turismo rural y estrechamente vinculado con el turismo enológico, ya que en las actividades realizadas por el enoturista durante su estancia el 84% realiza visitas a bodegas y un 14% realiza visitas y actividades en viñedos. (ACEVIN, 2016). El enoturista está en contacto directo con el cultivo de los viñedos por lo que realiza actividades agrícolas durante su estancia y por lo tanto realiza agroturismo en el destino aunque el motivo principal de su viaje no sea éste.

El ecoturismo y el turismo sostenible son términos que van de la mano aunque no significan lo mismo. El ecoturismo es un segmento del turismo que pone en contacto directo a los clientes con la naturaleza a través de actividades en el entorno natural, así como con elementos culturales y sociales de ese mismo entorno, siempre conservando y protegiendo éstos del deterioro que esta actividad pueda causar y realizando actividades en concordancia con éste. Esto da lugar a un mayor desarrollo económico de la comunidad en la que se desarrolla este tipo de turismo y ponen en valor y dan a conocer los recursos con los que esta región cuenta. El turismo sostenible busca satisfacer las necesidades del turista actual con la naturaleza pero garantizando las necesidades futuras de este, es decir manteniendo los recursos y elementos que la región tiene para poder ofrecerla a otros turistas en un futuro.

El enoturismo es una actividad que pone en contacto directo a los clientes con la naturaleza y con la comunidad donde se desarrolla esta actividad. El enoturista busca conocer el proceso de elaboración del vino a través de museos y bodegas, pero también busca vivir la experiencia y observar e integrarse con los residentes de la zona en las actividades de producción. Como se observa en la figura 2.1 de éste apartado, los enoturistas también se interesan por la gastronomía, siendo ésta de gran

interés para un 62,1% de los este tipo de turista, además de realizar actividades en la naturaleza (18,8%) y actividades culturales (25,6%) durante la estancia.

Para garantizar la sostenibilidad de éste y otros tipos de turismo se llevan a cabo diferentes planes puestos en marcha por el Gobierno de España junto a otras organizaciones como es Turespaña. Algunos planes que tienen especial incidencia en este tipo de turismo es el Plan Integral de Turismo Rural 2014 y el Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, los cuales tienen como objetivos promocionar y gestionar los destinos para ofrecer una mayor calidad, una imagen de marca y una sostenibilidad socio-económica y natural a través de unas acciones y pautas recogidas en éstos (Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña, 2011; Turespaña, 2014).

Otros elementos que tienen en común estos tipos de turismo son el alojamiento y el tipo de cliente. El enoturista se aloja durante su estancia en alojamientos rurales como son las casas y hoteles rurales, hostales, pensiones, etc. Y en algunos casos en otros tipos de alojamiento similares. Este tipo de turista suele buscar la naturaleza como entorno del cuál rodearse, ya sea costero o de interior y huye de la masificación del destino realizando en la mayoría de los casos una fragmentación de sus vacaciones en varios periodos a lo largo del año.

En conclusión, estos tipos de turismo se dan en un entorno natural y en contacto directo con éste, con poca masificación, de forma desestacionalizada y de manera sostenible con el medio social, económico y natural.

3.2. Enoturismo y desarrollo rural

El turismo enológico además de contribuir a mantener la actividad de producción y distribución vitivinícola lleva ligada a ésta otras actividades complementarias que contribuyen a un mayor desarrollo y mejor calidad en la región de éste tipo de turismo.

Como recoge ACEVIN el turismo enológico supone:

- ❖ Estímulo y desarrollo de las actividades turísticas: ACEVIN impulsa el desarrollo de la actividad en esta zona con la gestión y control de museos del vino, alojamiento, restauración y fomento de la gastronomía, así como potenciar el marketing de esa región. También se potencia el comercio a través de tiendas especializadas en vinos y souvenirs.
- ❖ Promoción cultural del territorio: revaloriza el patrimonio cultural-histórico y fiestas tradicionales, llevándose a cabo a través de la protección arquitectónica y cultural de los monumentos ya existentes o rehabilitando aquellos que estaban en deterioro para aprovecharlos como recursos turísticos.
- ❖ Actividades comerciales: tanto a través de la creación de empresas como de la comercialización y promoción de manera informatizada. La creación de empresas contribuye a la generación de puestos de trabajo y a un aumento y mejora en el desarrollo económico de la región.
- ❖ Protección de los recursos naturales: Se lleva a cabo con la protección de los espacios naturales, los proyectos de ordenación del territorio, producción de manera ecológica y sostenible de productos agrícolas, entre ellos el vino, etc. De esta manera se da lugar a un turismo sostenible y a la protección del medio.

Además de estos beneficios, suponen un aumento en el ingreso para la actividad vitivinícola, mejora de las infraestructura y aumento de la actividad turística en la región, diversificación y desestacionalización de la demanda (Presidente, 2013).

Con la consolidación de la Rutas del Vino, estas actividades se ven reforzadas ya que los destinos que deseaban adherirse a éste producto, llevado a cabo por ACEVIN y apoyado por la Secretaria General del Estado, debería de cumplir una serie de criterios de calidad y normas en la gestión, comercialización de establecimientos y señalización de éstos y de promoción (Rutas del Vino de España).

4. PERFIL DEL ENOTURISTA: TIPOLOGIAS Y DATOS.

4.1. Tipos de enoturistas

En el turismo enológico existe diversos tipos de enoturistas ya que cada uno tiene unas motivaciones principales por las cuales realiza el viaje y un nivel de conocimiento sobre el vino y todo lo relacionado con este, que dé lugar a la clasificación de estos en diversas modalidades:

- ❖ Amantes del vino: personas conocedoras del vino y del mundo enológico, las cuales tienen como motivación principal aprendizaje continuo sobre éste y llevar a la práctica todo sus conocimientos, ampliando los que ya tienen. Buscan las catas de vino, aprendizaje en bodegas y la compra de botellas.
- ❖ Entendidos del vino: turistas que no están tan formados en el mundo del vino como los conocidos como “amantes del vino”, pero que les mueve un gran interés por este mundo teniendo información a través de revistas, artículos, etc. Su motivación principal es poner en práctica aquella información que han captado a través de los medios.
- ❖ Interesados del vino: Turistas interesados en el mundo del vino pero que su motivación principal del viaje no es poner en práctica lo que conocen, sino disfrutar de éste tipo de turismo como actividad complementaria conociendo y visitando bodegas.
- ❖ Iniciados al vino: No conocen lo que es el mundo del vino pero buscan experimentar nuevas vivencias. No tienen como motivación principal este tipo de turismo pero consumen y no les importa pasar un tiempo de su viaje visitando bodegas

En el informe realizado por ACEVIN sobre el Análisis de la demanda en las Rutas del Vino (ACEVIN, 2016) también recoge una clasificación del enoturista según la vinculación con el mundo del vino:

- Aficionado: no son expertos en el sector vitivinícola, pero tienen grandes intereses en la cultural que rodea este sector y en los productos y experiencias que puede aportar este tipo de turismo. Los aficionados al enoturismo son los que mayor porcentaje suponen con un 52,1%.

- Principiantes: encuentran en el enoturismo la manera de acercarse al mundo del vino a través de las bodegas y productos en las zonas dedicadas a su producción. Suponen el 24,4% de los enoturistas.

- Apasionado-Entusiasta: Estos suponen el 17,5% y son turistas con gran conocimiento por el vino y a los cuales le despierta gran interés todo lo relacionado con el sector vinícola.

- Profesional y Ninguna: Esta última clasificación recoge a todos aquellos que realizan este tipo de turismo como actividad complementaria y por experiencia, sin

realmente despertar ningún interés o motivación importante para la realización de este tipo de turismo. Suponen 2,5% y el 4,5%, respectivamente.

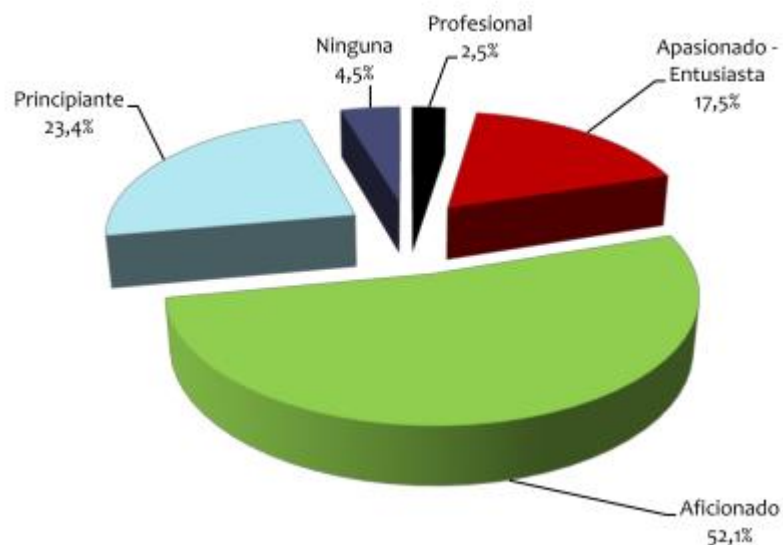


Figura 4.1. Vinculación de enoturistas con el mundo del vino.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

Como se afirma en el informe de ACEVIN 2016: “observamos que han crecido en torno a un 10% los aficionados al mundo del vino y un 7,5% los entusiastas, al tiempo que han bajado los principiantes y personas sin ninguna vinculación con el vino.” Por lo que, se puede observar que es un tipo de turismo enfocado y dirigido a un cliente específico, con unas motivaciones particulares y que a día de hoy se encuentra en auge despertando cada vez más interés en nuevos turistas.

4.2 Perfil sociodemográfico

Si nos centramos en el perfil sociodemográfico del turista podemos observar como en este tipo de turismo el mayor porcentaje está representado por mujeres con un 52,4% mientras que los hombres suponen el 47,6% restantes. En general, se puede afirmar que se encuentra equilibrada ya que estos porcentajes sufren variaciones en los distintos años en los que se realizan los estudios, siempre manteniéndose iguales los porcentajes.

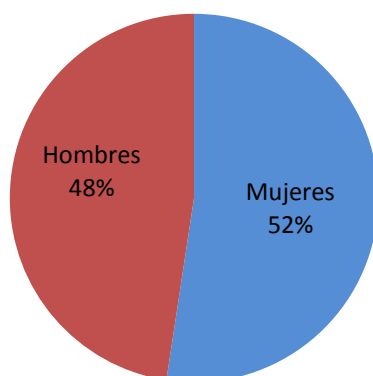


Figura 4.2.1 Sexo enoturista

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

Teniendo en cuenta la edad del enoturista podemos diferenciar cinco intervalos de edades, de los cuales destacan los comprendidos entre 36 y 45 años que suponen el 34,6% de los enoturistas y un segundo intervalo que está comprendido entre 46 y 65 años, con un 33,22%. De estos intervalos podemos destacar que se tratan de personas que tienen una cierta autonomía y estabilidad socio-económica y con unos intereses diferentes a los jóvenes.

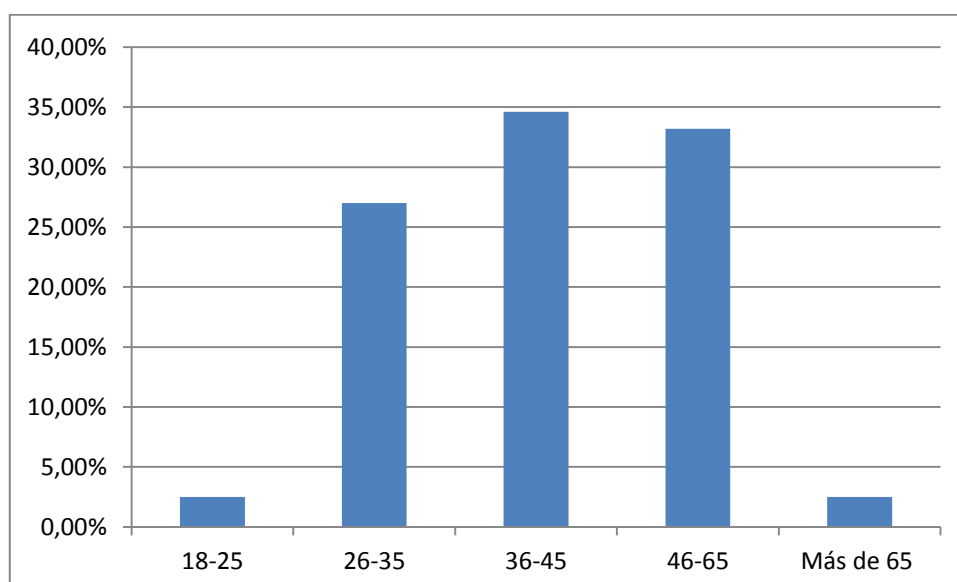


Figura 4.2.2 Edad enoturistas.

Fuente: Elaboración propia. (ACEVIN, 2016)

La procedencia de la mayoría de los enoturistas es nacional ya que suponen el 98% de los enoturistas y las principales comunidades emisoras son la Comunidad Valenciana, Murcia, Comunidad de Madrid y País Vasco, destacando la Comunidad

Valencia con un 17,1% y la región Murciana con un 13,8%, que a pesar de tener sus propias rutas (Ruta del Vino Utiel, en Requena y Ruta del Vino Jumillas y Ruta del Vino Bullas, en Murcia), tienen los mayores porcentajes de procedencia. Esto puede ser dado por los desplazamientos cortos realizados por los enoturistas para conocer rutas del vino que se encuentren cerca de estas comunidades.

Otras comunidades como Andalucía, Aragón, Castilla y León y Cataluña son emisoras de enoturistas pero con porcentajes menores a las destacadas anteriormente.

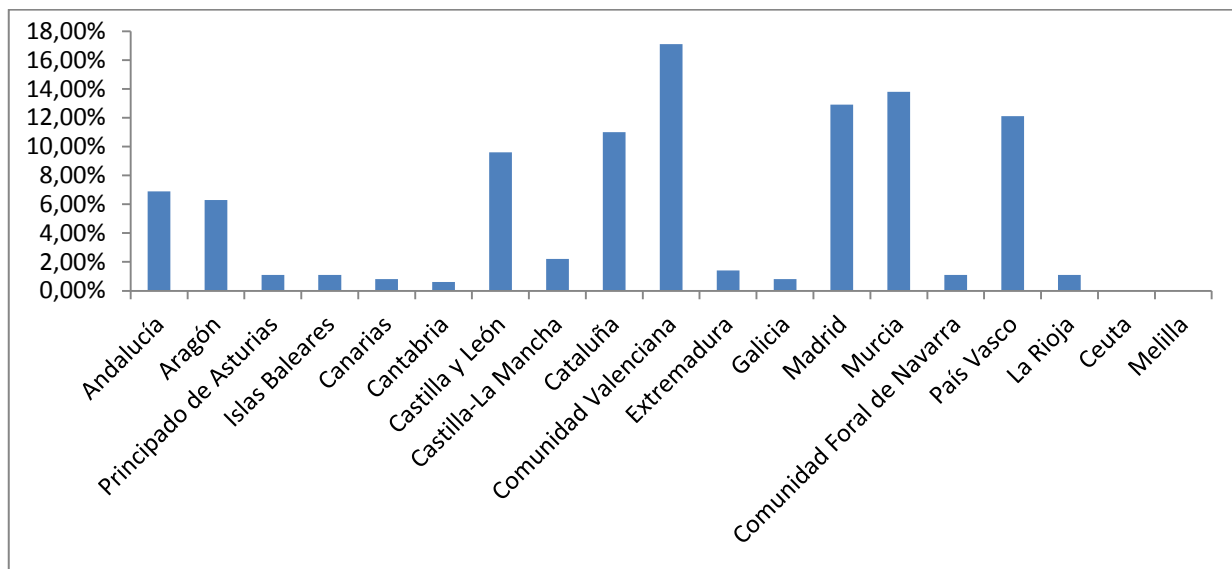


Figura 4.2.3 Procedencia por comunidades de los enoturistas.

Fuente: Elaboración propia (ACEVIN, 2016)

El enoturista también tiene una forma característica a la hora de realizar los viajes determinando así la composición del grupo y el tamaño de éste.

En primer lugar, en la composición de los grupos de enoturistas destacan los viajes en pareja (43%), los grupos de amigos (31,4%) y los viajes en familia (14,9%). Teniendo en cuenta la composición de los grupos se deduce que el turismo enológico es elegido por los turistas como una opción de turismo familiar y de escapada. Tan sólo un 1,1% prefiere realizar este tipo de turismo de forma individual.

Esto influye en los tamaños de los grupos. Podemos encontrar grupos de hasta 12 personas, que se correspondería con los viajes en familia, y grupos de 13 o más personas que se correspondería con viajes organizados. En estos casos, la media del primer grupo sería de 4,1 persona por grupo, mientras que en los viajes organizados la media aumentaría a 34,61 personas por grupos.

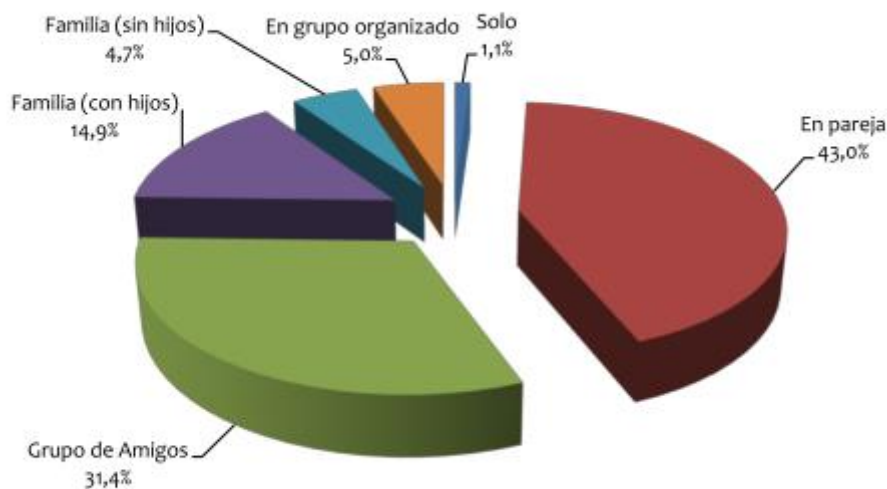


Figura 4.2.4 Composición del grupo.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

El enoturista no suele realizar la reserva de paquetes turísticos, aunque esta práctica ha experimentado un fuerte aumento desde 2013, según recoge ACEVIN en el informe publicado en 2016 sobre el Análisis de la demanda en las Rutas del Vino (ACEVIN, 2016). Los mayores porcentajes se recogen en la reserva de servicios sueltos con un 57,3% y en los enoturistas que viajan sin reserva realizándola de manera directa en el destino con un 26,1%. Estos han producido un aumento menor a los viajes por paquetes turísticos y puede ser dado por la intervención de las agencias de viajes en el turismo enológico realizando y presentando paquetes al turista con grandes atractivos ya que han considerado que es un turismo que está en auge y que despierta interés en los turistas.

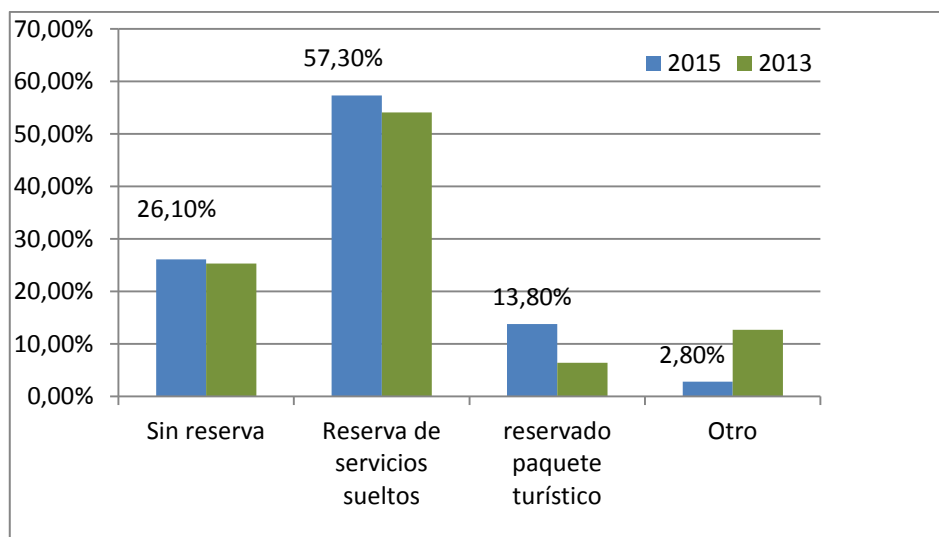


Figura 4.2.5 Organización del viaje.

Fuente: Elaboración propia. (ACEVIN, 2016)

Con respecto al alojamiento, según ACEVIN se han producido importantes aumentos en ciertos tipos de alojamiento con respecto a 2013, como son en el Hotel 4****, el Hotel 3***, el alojamiento turístico y el apartamento turístico. De éstos hay que destacar el alojamiento turístico y el apartamento turístico ya que han tenido aumentos del 4,1% y 5,9%, respectivamente, por lo que podemos observar como este tipo de turista busca la comodidad a precios asequible, sin centrarse en los lujos y en los alojamientos de mayor calidad, sino busca estar cerca del entorno de la naturaleza y del área donde se desarrolla la actividad vitivinícola.

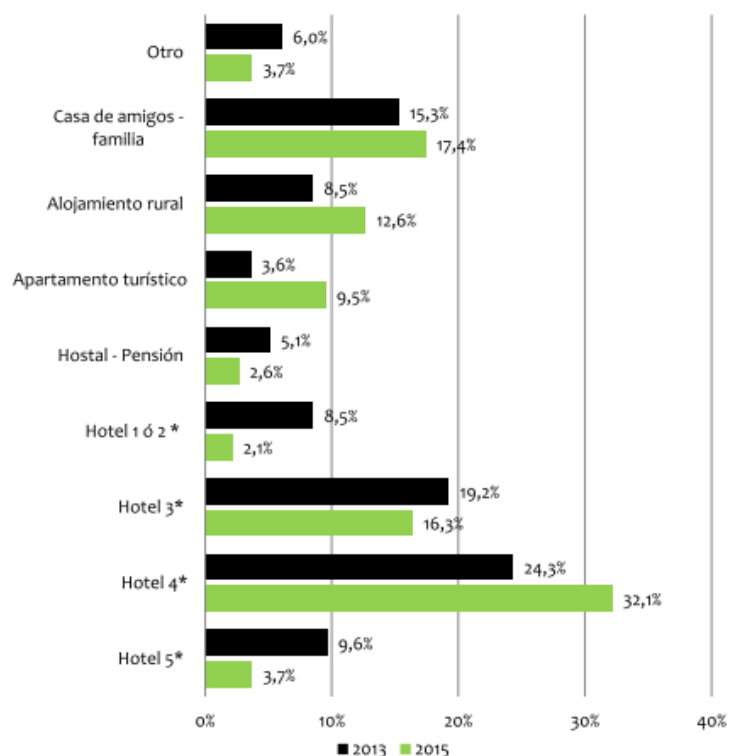


Figura 4.2.6 Alojamiento elegido por enoturista.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

Por último, un enoturista tiene como estancia media en el destino 2,07 días. En los porcentajes que recoge ACEVIN en el informe de 2016 recoge un equilibrio entre el número de personas que pernoctan y los que no, siendo mayor el porcentaje de los que pernoctan en un 1,4%. Esto puede ser como consecuencia de los desplazamiento que realiza el turista para realizar las actividades a la zona donde se encuentra la ruta enológica.

El gasto medio diario total del enoturista es de 133,98 €. El enoturista realiza los mayores gastos en alojamiento, restaurantes, y en relación a el turismo enológico, destacan las compras de vinos (29,1€) y en regalos y souvenirs (14,7€).



Figura 4.2.7 Pernoctaciones.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

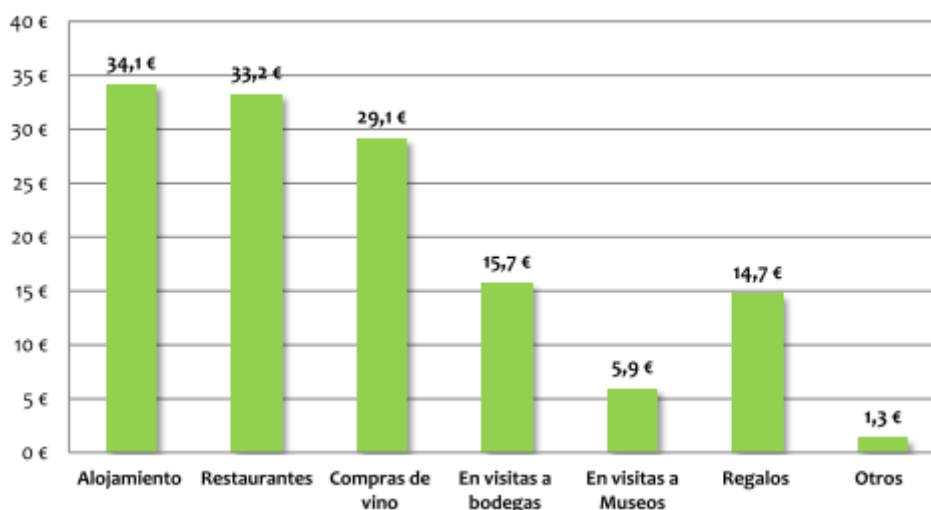


Figura 4.2.8 Gasto medio de enoturista.

Fuente: Análisis de la demanda de las rutas del vino en España (ACEVIN, 2016)

En conclusión, podemos definir el perfil de enoturista como una persona de nacionalidad española, de entre 36 y 45 años, con un poder adquisitivo medio, y el cual organiza su viaje de manera personal por lo tanto suele viajar en grupos pequeños ya que suelen ser viajes familiares. El gasto medio diario se encuentra por encima de la media nacional y su principal motivación es vivir nuevas experiencias y adquirir conocimientos de manera participativa en el mundo del vino.

5. RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA.

5.1 Rutas del vino. Datos y evolución.

Las rutas del vino son rutas gastronómicas enfocadas a dicho producto donde se recogen los recursos de los que se compone la actividad vinícola, como son bodegas, viñedos, tradiciones etc. además de todos los servicios complementarios como son alojamiento y restauración. Con las rutas se pretende resaltar e integrar ciertas zonas con interés e importancia vitivinícola en el turismo cultural y rural. Estas rutas no recogen solo actividades relacionadas con el vino, también intentan acercar a otro tipo de actividades complementarias del turista como son la cultura, sol y playa, turismo gastronómico, entre otras.

Las rutas se caracterizan porque no son visitas espontáneas a las áreas donde se desarrolla la actividad o la realización de actividades, éstas se rigen con unos horarios, organización en el viaje y dirigidos y orientados por un guía o interprete durante la ruta.

De esta forma se puede definir las rutas enológicas como un producto compuesto por un conjunto de recursos relacionados con el vino y que busca resaltar y mostrar la importancia de áreas que no son muy conocidas por la dedicación a esta actividad y contribuyen a su desarrollo socio-económico y turístico.

Para formar parte de las rutas, las áreas interesadas deben de llevar a cabo el cumplimiento de una serie de normas y requisitos de calidad que están recogidos en el Manual del Producto turístico Rutas del Vino de España, que han sido establecidas por ACEVIN en colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo. Este manual recoge los requisitos que deben cumplir, no solo todas las instalaciones y actividades relacionadas con el mundo del vino, sino también las de alojamiento y restauración que deseen enfocarse a este tipo de mercado (Rutas del Vino de España).



Figura 5.1.1. Distintivo de Ruta de Vino de España.

Fuente: Rutas del Vino de España (Rutas del Vino de España)

ACEVIN busca con la creación del club Rutas del Vino una marca donde poder coordinar y desarrollar bajo unos mismos estándares y normas cada una de las Rutas ofreciendo a los turistas un producto de calidad. Este club está respaldado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, TURESPAÑA y la Secretaría de Estado de Turismo.

Este club cuenta con 25 rutas, es decir 25 destinos nacionales adheridos que cumplen las normativas establecidas. Además cuenta con 600 bodegas y 550 municipios y registra más de 2 millones de visitas anuales. Según el último informe de ACEVIN esta cifra ha aumentado a 2.242.941 visitas, es decir un 5,59 % más que en

2014, produciéndose también un aumento en el volumen de negocio de bodegas y museos de hasta un 15,20% más con respecto al año anterior (Asociación Española de Ciudades del Vino, 2015).



Figura 5.1.2. Evolución anual del número de visitas a bodegas y museos.

Fuente: Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España 2015. (Asociación Española de Ciudades del Vino, 2015)

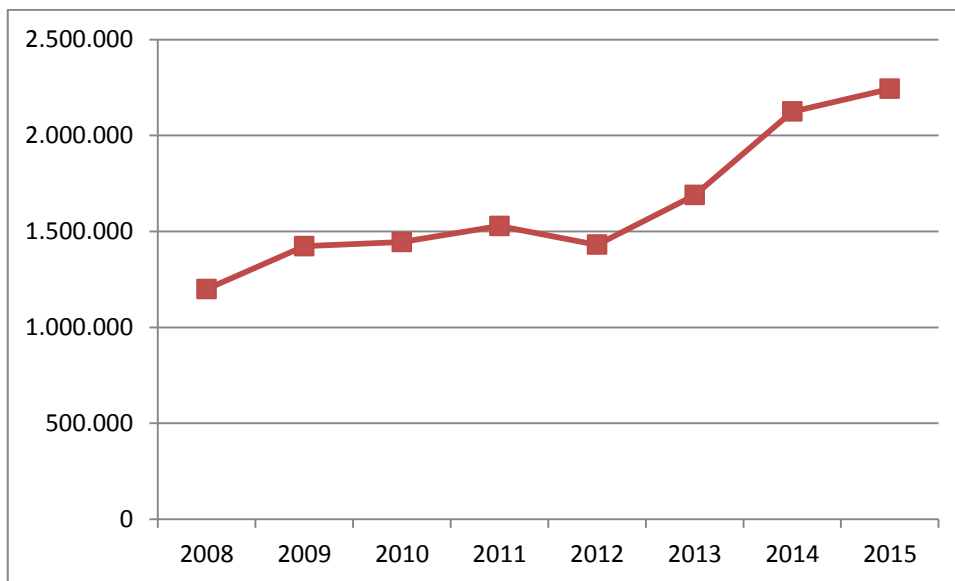


Figura 5.1.3. Evolución anual del número de visitas a bodegas y museos.

Fuente: Elaboración propia.(Asociación Española de Ciudades del Vino, 2015)

Estos datos muestran el crecimiento e interés que está produciéndose en los turistas por el turismo enológico. Teniendo en cuenta la coyuntura actual, los datos son positivos ya que este tipo de turismo ha seguido registrando un crecimiento considerable.

Las rutas que registran mayor número de visitas son la Ruta del Vino y el Cava del Penedés y la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez con 464.825 y 449.326 visitas, respectivamente. Seguidos se éstos destacan Ribera del Duero y la Rioja Alta que han experimentado notables crecimientos con respecto a años anteriores. El menor número de visitas las registran la Ruta de Yeclas y la Ruta de Cigales.

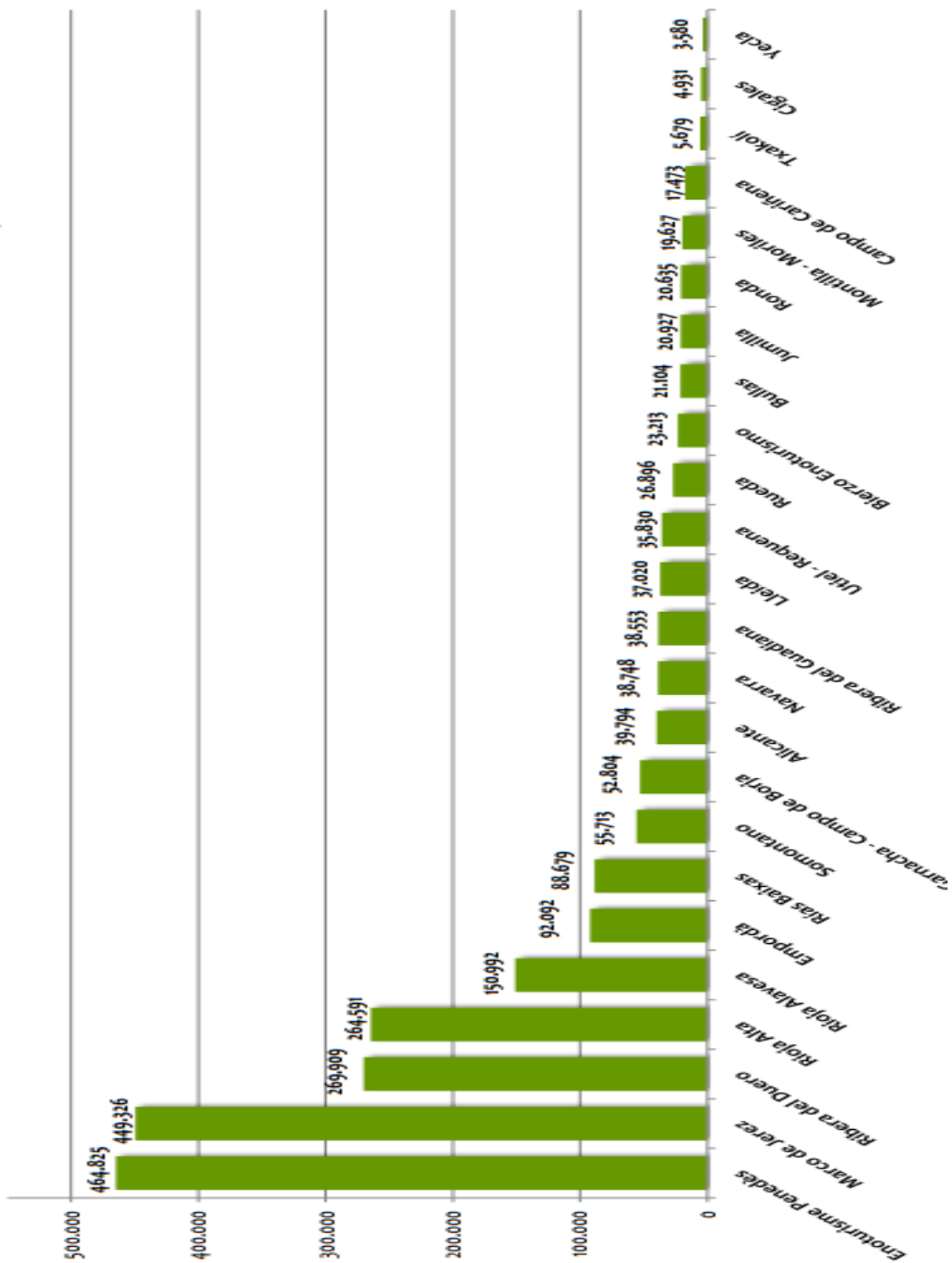


Figura 5.1.4. Datos de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino.
Año 2015

Fuente: Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España 2015. (Asociación Española de Ciudades del Vino, 2015)

Los meses en los cuales se registran mayor número de visitas son en otoño y primavera, destacando los meses de octubre y septiembre, seguidos de mayo y abril.

Marzo, junio, julio y agosto alcanzan datos positivos aunque no con cifras tan elevadas como los anteriores. Por último, los meses que menos registro de vistas han tenido son Enero, Febrero y Diciembre mostrando así una caída de la demanda de este tipo de turismo y de las rutas en los meses de invierno.

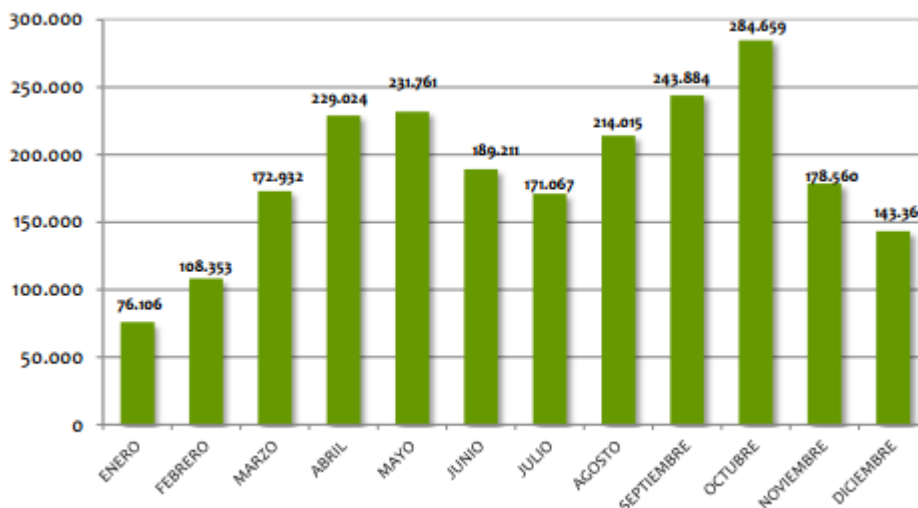


Figura 5.1.5. Distribución mensual de visitantes. Año 2015

Fuente: Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España 2015.(Asociación Española de Ciudades del Vino, 2015)

La distribución de los visitantes a lo largo del año muestra que el turismo enológico se está convirtiendo en un modelo de turismo desestacionalizador y a la vez complementario del turismo de sol y playa.

5.2 Rutas accesibles

ACEVIN junto a la fundación ONCE Y Fundación Vodafone España está trabajando en un proyecto para facilitar el acceso de personas discapacitadas a las rutas adheridas al Club de Rutas del Vino de España. Para ello busca la adaptación de instalaciones y actividades a este tipo de turistas.

Este proyecto recogerá de cada ruta todos aquellos alojamientos, restaurantes, bodegas y centros que desempeñen actividades vinícolas, y que sean accesibles o que deseen adaptarse a ello.

Existen doce rutas calificadas como más accesibles en España de las cuales se recogen 150 recursos adaptados a las personas independientemente de su capacidad. Esto supondrá para el turismo enológico una ampliación del mercado en el ámbito nacional e internacional dando a conocer las rutas como accesibles, y con ello un aumento y ampliación de la demanda, ingresos, vistas a bodegas, etc. que se acabará traduciendo en un crecimiento notable de ésta actividad (PREDIF presenta una guía con las Rutas del Vino más accesibles de España | PREDIF.org).



Figura 5.2.1 Rutas Enológicas accesibles de España.

Fuente: Guía de Ruta Enológicas de España accesible para todas las personas (PREDIF)

6. CONCLUSIÓN

El turismo enológico aunque se practica desde hace muchos años, es en estas últimas décadas cuando está tomando mayor fuerza. Con el cambio en las motivaciones de los turistas y la evolución que ha tenido este tipo de turismo se está convirtiendo en una modalidad de turismo alternativa para personas que buscan nuevas experiencias y que tienen interés por éste producto.

Se puede calificar como un turismo desestacionalizador ya que la principal demanda se centra en épocas de primavera y otoño pero con clara tendencia a convertirse en un turismo complementario al de sol y playa, ya que muchos de los turistas optan en el periodo de vacaciones por alternar el motivo principal de su viaje con nuevas experiencias como las que proporciona el turismo enológico y que tienen una fuerte relación con el turismo gastronómico.

Esta tipología también contribuye al desarrollo socio-económico y histórico-cultural de zonas rurales y urbanas que han encontrado en el vino una forma de integrarse en el turismo y darse a conocer tanto desde la perspectiva vinícola, como su gastronomía, cultura, tradiciones, etc.

Es un turismo que se encuentra en auge y que sigue desarrollando medios y vías para aumentar su demanda y su posición en el mercado, ejemplo de ello es el club de Rutas del Vino de España y las Rutas del Vino Accesibles para todas las personas.

BIBLIOGRAFÍA

- ¿A qué se denominan vinos del viejo mundo? - Noticias de Vinos, Cata de Vino, Degustación de vino, Vino, Denominación de Origen, Bodega, Vinoteca, Enoturismo, Sumiller, beber vino, vinos a buen precio, los mejores vinos, bodegas para visitar, vinos de esp. (2015). Retrieved March 15, 2016, from <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/a-que-se-denominan-vinos-del-viejo-mundo>
- ACEVIN. (n.d.-a). Retrieved March 17, 2016, from <http://www.enoturismoresponsable.es/>
- ACEVIN. (n.d.-b). Asociación Española de Ciudades del Vino. Retrieved from <http://www.acevin.es/>
- ACEVIN. (2016). Análisis de la Demanda en las Rutas del Vino de España. Retrieved April 12, 2016, from http://static.hosteltur.com/web/uploads/2016/02/Informe_ACEVIN.pdf
- Arev |. (n.d.). Retrieved March 15, 2016, from <http://www.arev.org/es>
- Asociación Española de Ciudades del Vino. (2015). Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España. Año 2008.
- Asociación Española de Enoturismo (AEE). (2016). Retrieved April 13, 2016, from http://www.enoturismodeespaña.es/web/text.php?id_section=1344
- et al., F. P. (2015). *Pensar con la Historia desde el siglo XXI*. Retrieved from [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Pensar_con_la_historia_desde_el_sXXI_UAM_2015_v2_10\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Pensar_con_la_historia_desde_el_sXXI_UAM_2015_v2_10(1).pdf)
- Hernandez Maestro, R. M. (2010). La normativa española sobre turismo rural. *Estudios Turísticos*, 183, 25–41.
- Instituto Nacional de Estadística - INE. (2016). Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. Retrieved April 6, 2016, from <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0216.pdf>
- López-Guzmán Tomás et al. (2013). Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España. *Cuadernos de Turismo*, 32, 171-188
- Los vinos del “Viejo Mundo” - Revista El Conocedor. (2013). Retrieved March 15, 2016, from <http://revistaelconocedor.com/los-vinos-del-viejo-mundo/>
- PREDIF. (n.d.). Guía de Rutas Enológicas de España accesibles para todas las personas. Retrieved May 20, 2016, from <http://www.rutasdelvinoaccesibles.predif.org/mapa.html>
- PREDIF presenta una guía con las Rutas del Vino más accesibles de España | PREDIF.org. (n.d.). Retrieved May 20, 2016, from <http://www.predif.org/index.php?q=predif-presenta-una-gu%C3%ADa-con-las-rutas-del-vino-m%C3%A1s-accesibles-de-espa%C3%B1a>
- Presidente, P. D. E. L. (2013). Dossier de prensa Asozumos Montilla Moriles, 1–15.

- Ramis Hernández, A. (2010). *Turismo y vino en el mundo. El caso de Bodegas Enrique Mendoza*. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Trabajo Fin de Máster Universitario en Dirección y Planificación de Turismo
- Recevin - Red Europea de Ciudades del Vino. (n.d.). Retrieved March 15, 2016, from <http://www.recevin.net/projects.php>
- Rutas del Vino de España. (n.d.). Formar parte de Rutas del Vino de España. Retrieved April 19, 2016, from <http://www.wineroutesofspain.com/ver/2522/Formar-parte-de-Rutas-del-Vino-de-Espa%C3%B1a.html>
- Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña. (2011). Plan nacional e integral de Turismo 2012 - 2015.
- Torre, M. G. M. V. de la. (2012). Las denominaciones de origen y las rutas del vino en España: un estudio de caso. *Rotur: Revista de Ocio Y Turismo*, 5, 41–66.
- Turespaña. (2014). PLAN INTEGRAL DE TURISMO RURAL 2014. Retrieved April 12, 2016, from [http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos Turismo Rural 2014/Plan Integral de Turismo Rural 2014.pdf](http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Turismo%20Rural%202014/Plan%20Integral%20de%20Turismo%20Rural%202014.pdf)