



# Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España Año 2008



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. NOTA METODOLÓGICA.....	3
3. RESULTADOS .....	5

## 1. INTRODUCCIÓN

Una de los principales retos del Club de Producto Rutas del Vino de España es conocer el número de turistas que “consumen” las Rutas del Vino. Sin embargo, disponer de este dato simplemente para una ruta es verdaderamente complejo, por no decir imposible de cuantificar. No obstante, existen diversos indicadores que nos permiten visualizar la importancia del turismo del vino y la repercusión socioeconómica que tiene en los territorios.

Aunque el turismo del vino es mucho más que visitar bodegas, ya que tienen cabida otras muchas actividades en el ámbito enoturístico, como por ejemplo, participar en fiestas y eventos relacionados con la cultura del vino, comprar vino en tiendas especializadas, disfrutar de la gastronomía, conocer los paisajes vitivinícolas, etc., lo cierto es que en la mayor parte de los viajes y estancias en rutas del vino, siempre suele estar presente la visita a la bodega.

En este sentido, uno de los principales indicadores de consumo de las Rutas del Vino es el número de visitantes que tienen las bodegas de cualquier Ruta del Vino. Sí que estamos en condiciones de afirmar que el número de visitantes de bodegas es directamente proporcional al número de turistas consumidores de la Ruta del Vino.

Hasta la fecha, en España no existían datos consolidados y comparativos de las distintas Rutas del Vino. Si bien, aún queda pendiente la participación de algunas de las Rutas del Vino que componen el Club de Producto y la participación y colaboración de todas las bodegas integradas en cada Ruta, nos disponemos a presentarle los primeros datos relativos al número de visitantes de bodegas en las Rutas del Vino de España.

## 2. NOTA METODOLÓGICA

Los datos que aquí se presentan han sido aportados de manera voluntaria por las bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España. Para obtener dicha información se hizo llegar a los gerentes de las Rutas una hoja de cálculo para que volcaran en ella los datos aportados por las bodegas asociadas a sus Rutas. En concreto se recibió respuesta de las siguientes Rutas:

### Rutas certificadas:

1. Bullas
2. Jerez
3. Jumilla
4. La Mancha
5. Montilla-Moriles
6. Navarra
7. Penedés
8. Rías Baixas
9. Ribeiro
10. Rioja Alavesa
11. Somontano
12. Tacoronte -Acentejo
13. Utiel -Requena

### Rutas en proceso de certificación:

1. Condado de Huelva
2. Ribera del Duero

Desafortunadamente no se logró respuesta de las Rutas del Vino de Rioja Alta, Ribera del Guadiana y Alicante. Estas tres Rutas se encuentran aun en proceso de certificación.

Hemos de agradecer el esfuerzo realizado por parte de los gerentes y técnicos de las Rutas, que han permitido recopilar la información que a continuación presentaremos. Esto cobra aun mayor importancia si tenemos en cuenta de que ésta es la primera ocasión en la que se pueden ofrecer datos fiables y actuales del número de visitantes que reciben las bodegas asociadas a las Rutas del Vino. Durante 2008 se ha tratado de sensibilizar a las bodegas asociadas respecto de la importancia de llevar un recuento del número de visitantes recibidos, como una de las mejores formas de conocer el impacto real del turismo del vino en España.

Dado que las Rutas de las que tenemos datos no han logrado obtener cifras de todas sus bodegas asociadas, hemos estimado conveniente ponderar los resultados en función del porcentaje de respuestas sobre el total de bodegas asociadas con el fin de acercarnos a la cifra real. Como se verá a continuación esta ponderación ha sido conservadora, no pretendiendo sobredimensionar los datos sino aportar cifras realistas y creíbles. Aquellas rutas de las cuales se ha obtenido más de un 80% de respuesta no se han ponderado mientras que al resto se le ha aplicado un escalado de ponderación a medida que el porcentaje de respuesta decrecía:

Ruta	Total Bodegas	Bodegas que han respondido	Porcentaje de respuesta	Propuesta de ponderación
Jumilla	9	8	88,89%	1
Bullas	6	5	83,33%	1
La Mancha	29	13	44,83%	1,3
Jerez	33	14	42,42%	1,3
Montilla	16	8	50,00%	1,2
Navarra	16	15	93,75%	1
Penedès	72	33	45,83%	1,3
Rioja Alavesa	40	15	37,50%	1,4
Somontano	16	14	87,50%	1
Tacoronte	7	6	85,71%	1
Rías Baixas	28	3	10,71%	1,6
Ribeiro	12	3	25,00%	1,4
Utiel-Requena	24	11	45,83%	1,3
Condado de Huelva	10	6	60,00%	1,2
Ribera del Duero	17	7	41,18%	1,3
<b>TOTALES</b>	<b>335</b>	<b>161</b>	<b>48,06%</b>	

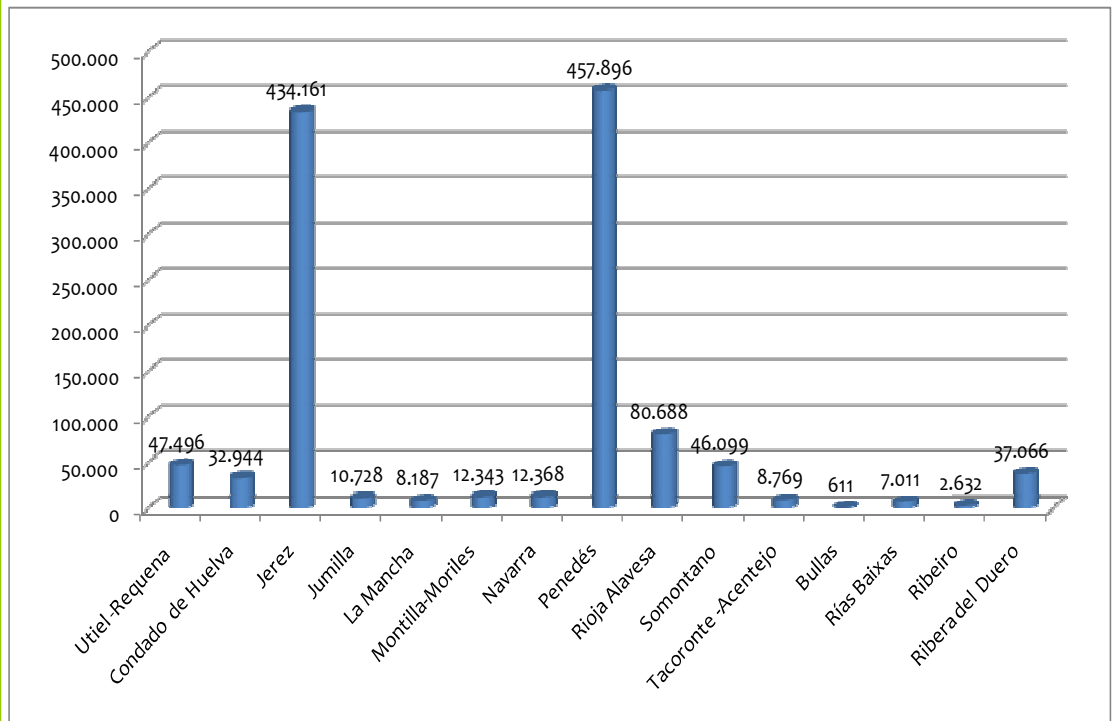
4

Queremos aclarar que los datos que aquí se aportan tan solo representan a las bodegas asociadas a las Rutas del Vino integradas en el Club de Producto “Rutas del Vino de España”, gestionado por ACEVIN con el apoyo permanente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino. En estos momentos hay aproximadamente 450 bodegas asociadas a las 18 Rutas (13 certificadas y 5 en proceso). Esto quiere decir que quedan fuera de estos datos algunos territorios en los que la actividad enoturística tiene cierta relevancia por lo que el impacto del turismo del vino en España es incluso superior a lo aquí mostrado.

### 3. RESULTADOS

En 2008 el número de visitantes que se han acercado al conjunto de bodegas asociadas a 15 de las 18 Rutas del Vino de España ha ascendido a 1.198.199. La Ruta que más visitantes ha tenido ha sido la Ruta del Vino y el Cava del Penedès (Enoturisme Penedès) con 457.896 visitantes. La segunda Ruta con mayor afluencia de visitantes fue la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez (434.161 visitantes). Debemos comentar a este respecto que ambas zonas enoturísticas cuentan con algunas de las bodegas más visitadas del mundo como pueden ser Codorniu y Freixenet en Penedès o González Byass Tío Pepe en el Marco de Jerez, que por sí mismas ya superan los 100.000 visitantes anuales.

Otras Rutas que han obtenido cifras relevantes son Rioja Alavesa (80.688), Utiel-Requena (47.496) y Somontano (46.099). Volvemos a reiterar que en esta estadística no están incluidos los datos de las bodegas asociadas a la Ruta del Vino de la Rioja Alta, que sin duda alguna obtienen año tras año destacados volúmenes de visitantes.



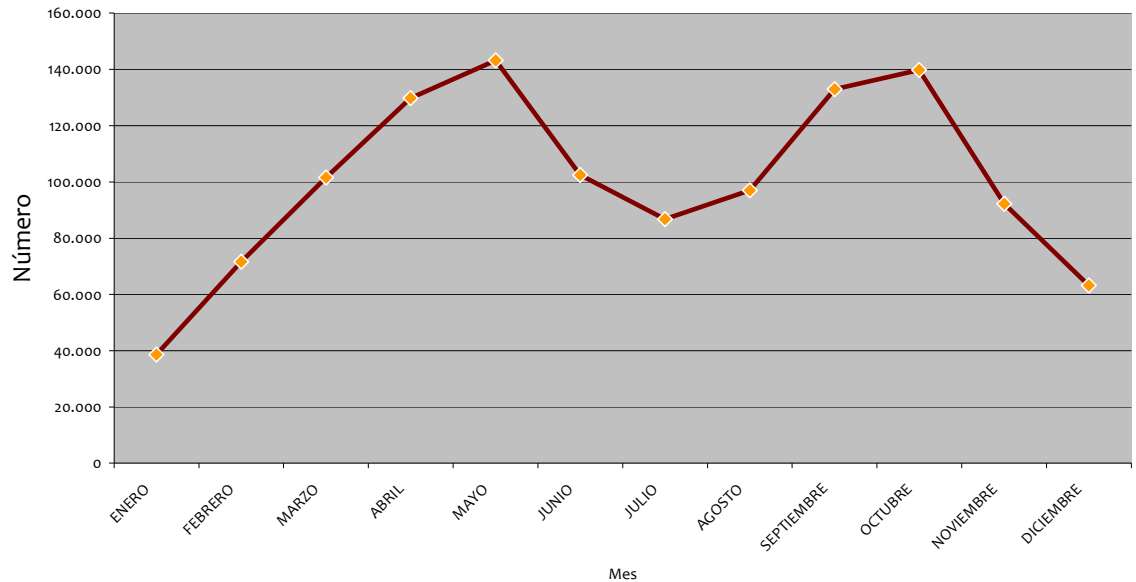
Si realizamos un análisis de llegada de visitantes por meses, vemos que los meses de mayo (143.228) y octubre (139.732) son los más fructíferos en la llegada de visitantes. En el primer caso, pudo haber afectado positivamente el puente de 4 días correspondiente a la festividad del 1 de Mayo, que en la Comunidad de Madrid enlaza con la festividad regional del 2 de Mayo. Curiosamente en el mes de octubre no coincide ninguna festividad de las Comunidades Autónomas de mayor población. Sin embargo, si nos fijamos en las cifras del mes de septiembre (132.900) podemos ver cierta relación con el efecto pre y post vendimia. También en el mes de octubre vemos el record de visitantes en una Ruta, con los 60.030 visitantes de la Ruta del Penedès.

Curiosamente los meses de mayor afluencia de turistas a nuestro país, como son los meses de julio y agosto, obtienen cifras más modestas, no alcanzando los 100.000 visitantes en cada mes. Esto puede achacarse a varias razones, entre las cuales destaca especialmente las elevadas temperaturas que se padecen en algunas zonas de producción vitivinícola. A la vista de estos resultados, podemos extraer como conclusión positiva que el enoturismo es un tipo de turismo con gran poder desestacionalizador, repartiendo la demanda en varios meses del año, evitando así la saturación y facilitando una actividad económica más constante que el turismo denominado de sol y playa.

Si analizamos los meses de menor afluencia vemos como enero es, de lejos, el mes de menor afluencia de visitantes (38.563). El mal tiempo, el menor atractivo del paisaje de los viñedos, así como la cercanía a las fiestas de Navidad dan respuesta a este mal resultado. Enero es además tradicionalmente el mes de menor llegada de turistas extranjeros a nuestro país.

En el siguiente gráfico vemos la distribución mensual de resultados:

### Número de visitantes en bodegas. Año 2008



7

Sin duda alguna será de gran interés para el sector la continuidad en la recopilación de los datos, con el fin de comparar resultados, confirmar tendencias, orientar la estrategia de comunicación y comercialización, etc. En este sentido, ACEVIN tiene intención de continuar con la recopilación y análisis de resultados año tras año. La mayor sensibilización de las bodegas en la recogida de datos así como el permanente apoyo de los gerentes de las Rutas han de permitir continuar con esta línea de trabajo tan interesante para el conjunto del turismo del vino nacional.