



Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España Año 2009



ÍNDICE

| | |
|-----------------------------|----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 2 |
| 2. NOTA METODOLÓGICA | 3 |
| 3. RESULTADOS | 6 |

1

1. INTRODUCCIÓN

En su permanente esfuerzo por aportar datos de utilidad para el sector enoturístico español, ACEVIN ha recopilado los datos de visitantes en 2009 a las bodegas adheridas a las Rutas integradas en el Club de Producto “Rutas del Vino de España”.

En este sentido, la elaboración de este informe no hubiera sido posible sin la colaboración de todas las Rutas del Vino integradas en el proyecto Rutas del Vino de España promovido por ACEVIN y TURESPAÑA, así como de las bodegas que forman parte de cada territorio enoturístico. Todos ellos, Rutas y Bodegas, conscientes de la importancia de esta herramienta se han venido incorporando con su participación a enriquecer esta útil herramienta y han facilitado datos que nos permiten disponer en este año de una herramienta más completa.

Como se podrá ver más adelante, y a pesar de la actual situación económica, que ha afectado seriamente al turismo en nuestro país, la cifra de visitantes se ha visto incrementada en un 19%. Estos datos ponen de manifiesto que ante situaciones como la actual, el turismo enológico presenta una interesante alternativa para la población, que si bien pueden reducir sus días de vacaciones totales a lo largo del año, esta circunstancia le invita a realizar escapadas enoturísticas con mayor frecuencia.

La mayoría de las Rutas que han aportado datos ha visto incrementado el número de visitantes respecto al año 2008, lo cual constata el incremento constante del interés del turismo del vino por parte de los visitantes nacionales e internacionales.

También queremos destacar que este año se volverán a realizar encuestas a visitantes en nuestros destinos, con el fin de conocer de primera mano el perfil de las personas que se acercan a nuestros territorios enoturísticos.

2. NOTA METODOLÓGICA

Los datos que aquí se presentan han sido aportados de manera voluntaria por buena parte de 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
3. Rioja Alta

No aportaron datos las Rutas del Vino de Ribera del Guadiana, Alicante, Bierzo, Lleida y Campo de Borja. Estas cinco Rutas se encuentran todavía en proceso de certificación.

Hemos de agradecer una vez más el esfuerzo realizado por parte de los y las gerentes y equipos técnicos de las Rutas, que han permitido recopilar la información que a continuación presentaremos.

Para reforzar la importancia del Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España, en marzo de 2009, coincidiendo con el proceso de mejora continua del Manual de Producto de las Rutas del Vino de

España, se estableció como requisito obligatorio para las bodegas adheridas a Rutas el aportar los datos de visitantes.

De nuevo queremos transmitir la importancia de que las bodegas hagan un recuento mensual y anual de los visitantes que reciben, como una de las mejores formas de conocer el impacto real del turismo del vino, tanto para cada uno de los territorios como para el conjunto de Rutas del Vino de España.

Dado que las Rutas no han logrado obtener cifras de todas sus bodegas asociadas, se ha estimado conveniente ponderar los resultados en función del porcentaje de respuestas sobre el total de bodegas asociadas, con el fin de acercarnos en mayor medida a la cifra real de visitantes. Como se verá a continuación esta ponderación ha sido conservadora, no pretendiendo sobredimensionar los datos sino aportar cifras más realistas y creíbles.

Aquellas rutas de las cuales se ha obtenido un nivel de respuesta superior al 80% no se han ponderado los datos, mientras que al resto se le ha aplicado un escalado de ponderación a medida que el porcentaje de respuesta decrecía:

| Ruta (índice de respuesta con respecto a 2008) | Total Bodegas | Bodegas que han respondido | Porcentaje de respuesta | Propuesta de ponderación |
|--|---------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Jumilla | 10 | 9 | 90,00% | 1 |
| Bullas | 5 | 5 | 100,00% | 1 |
| La Mancha | 28 | 9 | 32,14% | 1,4 |
| Jerez | 39 | 18 | 46,15% | 1,3 |
| Montilla | 18 | 9 | 50,00% | 1,3 |
| Navarra | 16 | 14 | 87,50% | 1 |
| Penedès | 75 | 28 | 37,33% | 1,4 |
| Rioja Alavesa | 47 | 45 | 95,74% | 1 |
| Somontano | 14 | 14 | 100,00% | 1 |
| Tacoronte | 7 | 7 | 100,00% | 1 |
| Rías Baixas | 28 | 18 | 64,29% | 1,2 |
| Ribeiro | 12 | 9 | 75,00% | 1,1 |
| Utiel-Requena | 19 | 18 | 94,74% | 1 |
| Condado de Huelva | 14 | 7 | 50,00% | 1,3 |
| Ribera del Duero | 19 | 19 | 100,00% | 1 |
| Rioja Alta | 90 | 18 | 20,00% | 1,5 |
| TOTALES | 441 | 247 | 56,01% | |

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 500 bodegas asociadas a las 21 Rutas (13 certificadas y 8 en proceso). Esto quiere decir que quedan fuera de estos datos, además de los de las Rutas que no han proporcionado datos, algunos otros territorios no integrados en el proyecto, en los que la actividad enoturística tiene cierta relevancia, por lo que se puede afirmar que el impacto del turismo del vino en España es incluso superior a lo aquí mostrado.

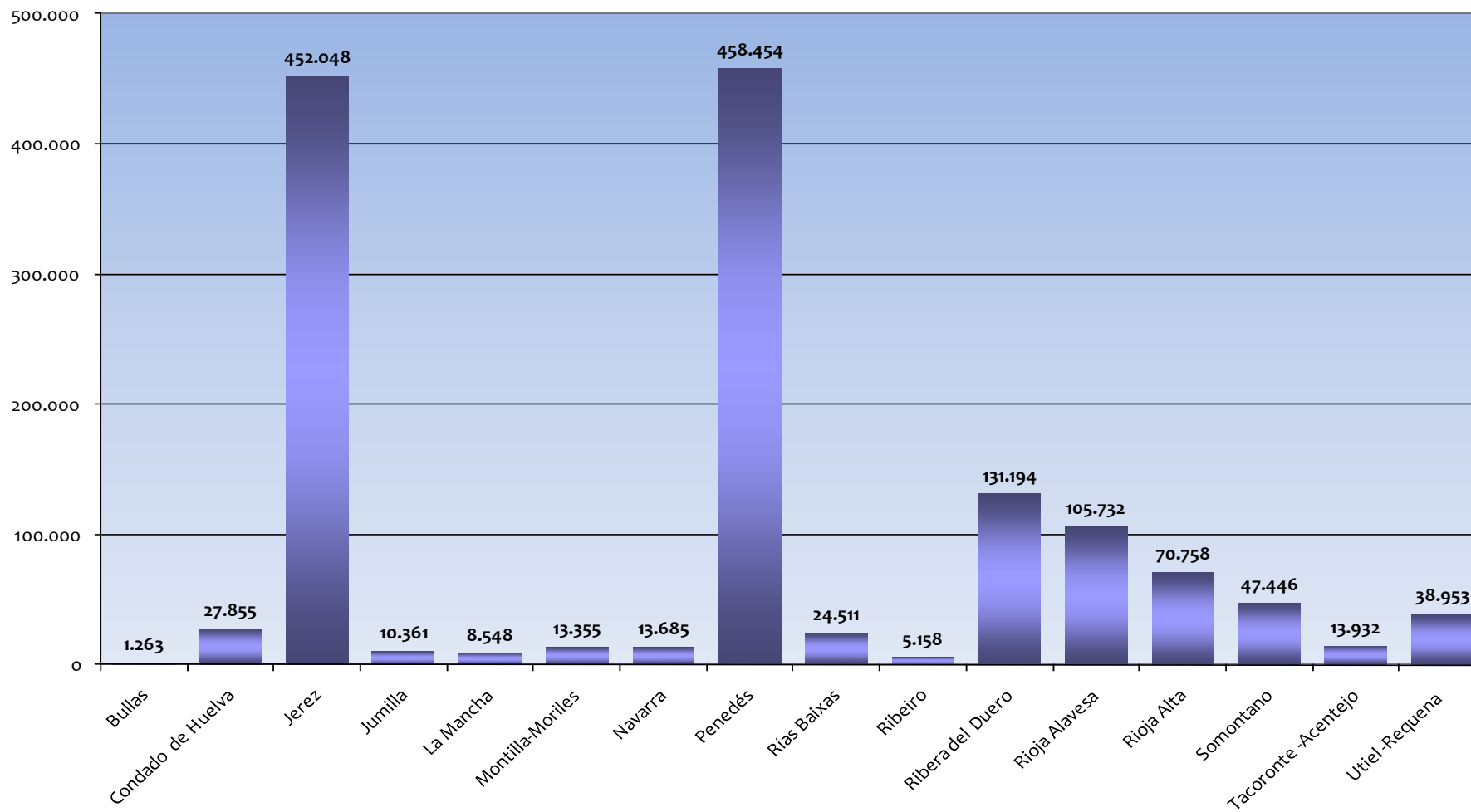
3. RESULTADOS

En 2009 el número de visitantes que se han acercado al conjunto de bodegas asociadas a 16 de las 21 Rutas del Vino de España ha ascendido a 1.423.253. Esto supone un incremento de 224.254 visitantes (+18,7%) sobre las cifras registradas totales del ejercicio 2008 (1.198.999). Estos datos constatan el crecimiento sostenido del turismo del vino y su consolidación como un tipo de turismo que enriquece la oferta turística española gracias al esfuerzo de las Rutas del Vino de España y sus empresas asociadas. Véase Gráfico 1 – Datos de Visitantes a Bodegas en las Rutas del Vino – Año 2009

La Ruta del Vino que más visitantes ha tenido ha sido la Ruta del Vino y el Cava del Penedès (Enoturisme Penedès) con 458.454 visitantes. La segunda Ruta con mayor afluencia de visitantes fue la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez (452.048 visitantes). Estas dos Rutas, además de contar con las cifras más elevadas de bodegas y cavas asociadas, y como ya se destacó en el informe del pasado ejercicio, integran a auténticos referentes internacionales de enoturismo, que en algunos casos reciben anualmente por encima de 100.000 visitantes.

Otras Rutas que han obtenido cifras relevantes son Rioja Alavesa (105.732), Rioja Alta (70.758) y Somontano (47.446). Especialmente relevante es el incremento logrado por la Ruta del Vino de Rioja Alavesa, con un crecimiento de más del 80% (48.081 visitantes más que en 2008):

GRÁFICO 1 - DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2009



Si realizamos un análisis del número de visitantes a bodegas por meses del año, vemos que los meses de mayo (150.263) y octubre (166.739) vuelve a ser los más fructíferos en la llegada de visitantes. Abril y septiembre son también meses en los que se superan los 140.000 visitantes, por lo que se pone de manifiesto que la primavera y el otoño son las épocas del año más proclives para el turismo del vino, si bien es cierto que existe actividad enoturística durante todos los meses del año.

Véase Gráfico 2 – Variación del número de Visitantes a Bodegas durante todo el año

Según puede observarse en el Gráfico 2 y en relación a 2008, en 2009 se mantiene una distribución mensual muy similar, destacando los crecimientos comparativos de los meses de junio, agosto y octubre.

De todas maneras, y en términos absolutos, de nuevo los meses de mayor afluencia de turistas a nuestro país, como son los meses de julio y agosto, obtienen cifras más modestas a las citadas previamente. Tan solo en las Rutas de Rías Baixas, Somontano y Ribera del Duero es agosto el mes con mayor afluencia de visitantes. Esto refuerza el valor del enoturismo como una actividad desestacionalizadora, 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 (53.941). Aun así, reflejó un incremento de algo más de 15.000 visitantes.**

Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la entrada de turistas extranjeros en los años 2008 y 2009 (Véase Gráfico 3 – Llegada de Turistas Internacionales), vemos cómo los picos de demanda no sólo no coinciden sino que se complementan. Esto aporta aun más valor al turismo del vino, el cual de todas formas aun debe trabajar para captar mayor afluencia de visitantes en los primeros y últimos meses del año.

GRÁFICO 2 – VARIACIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES A BODEGAS DURANTE TODO EL AÑO

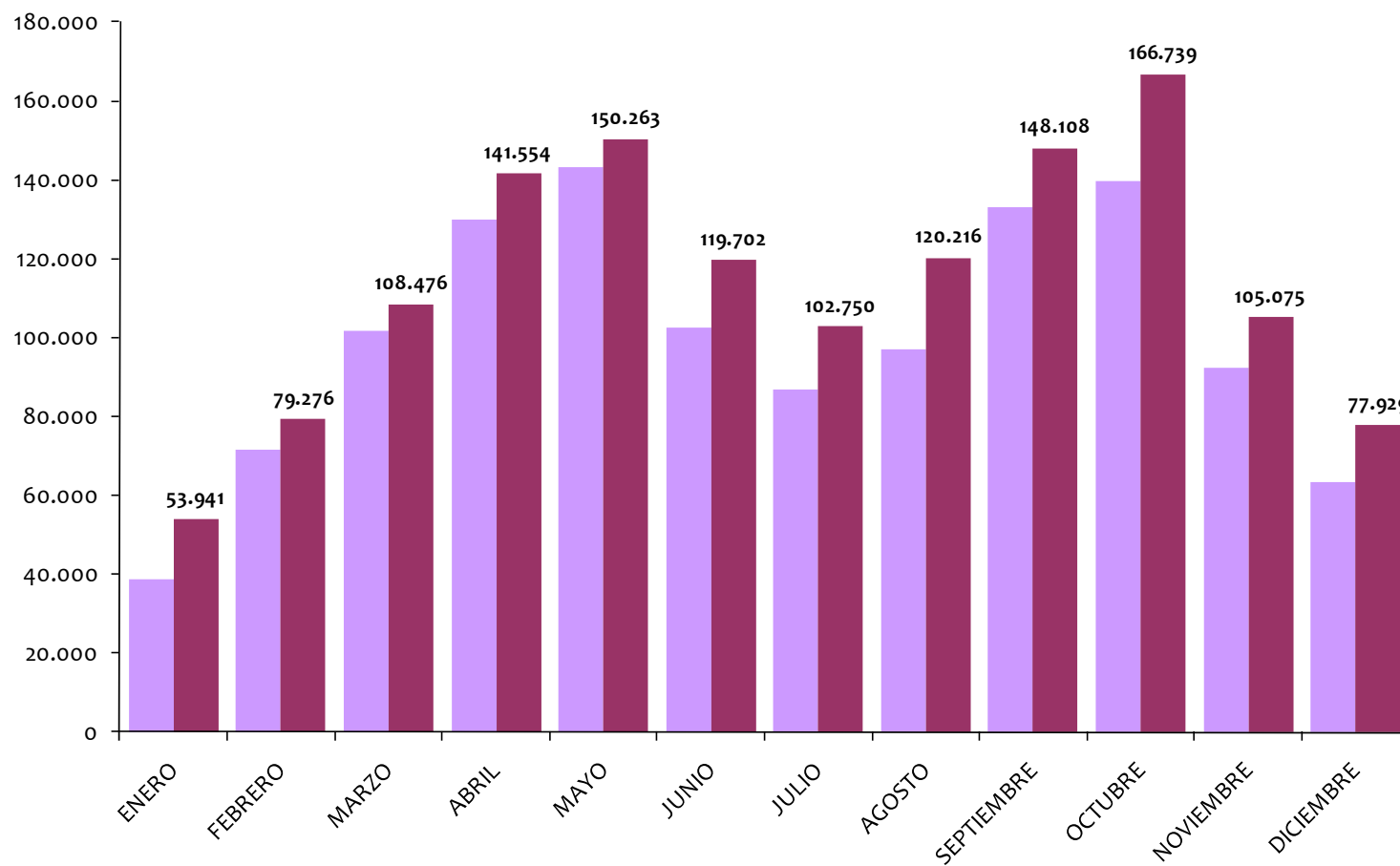
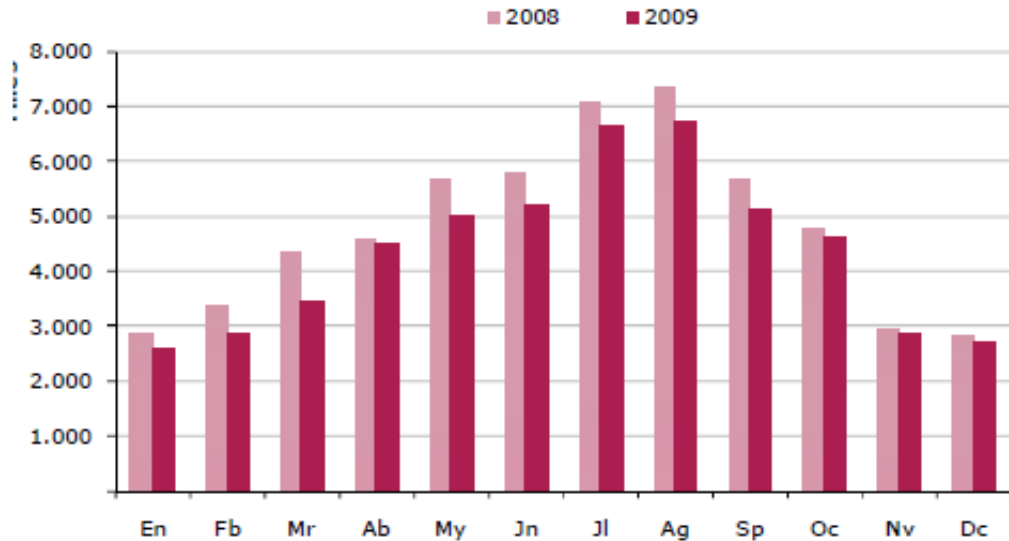


GRÁFICO 3 – LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES POR MESES (AÑOS 2008 Y 2009)

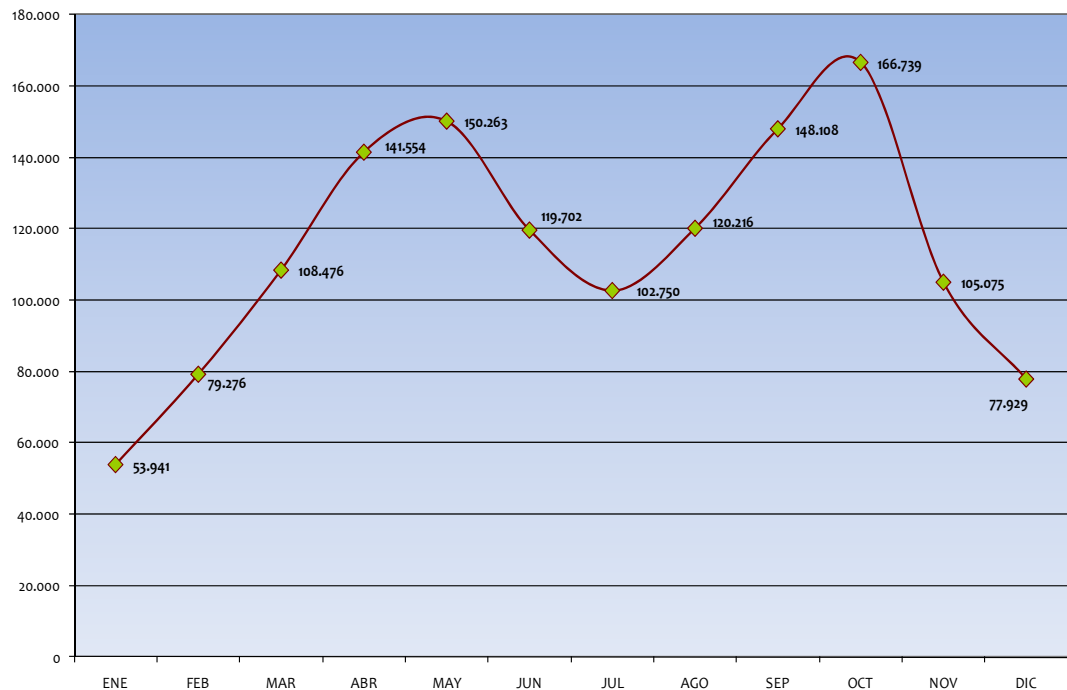


Fuente: IET. Movimientos turísticos en fronteras (Frontur).

10

En el siguiente gráfico podemos ver también la evolución mensual en cifras absolutas en el año 2009:

GRÁFICO 4 – VISITANTES A BODEGAS A LO LARGO DEL AÑO (AÑO 2009)



ACEVIN tiene intención de continuar recopilando los datos de visitantes, así como otros complementarios que ayuden a profundizar en el conocimiento de la demanda enoturística en España y analizar la evolución del sector. Durante 2010, con la realización de las auditorías de certificación y de renovación de la certificación de las Rutas ya se está exigiendo a las Rutas y a las bodegas y otros establecimientos que forman parte de ellas que proporcionen datos relativos a la actividad enoturística de los establecimientos.

Sin duda, este aspecto contribuirá en mayor medida a aumentar la sensibilización a las bodegas respecto a la importancia de recoger las cifras de visitantes, así como otros indicadores que permitan conocer con mayor detalle el comportamiento del turista del vino en nuestro país.