



# Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España Año 2010





# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESULTADOS	4
3. CONCLUSIONES	12



## 1. INTRODUCCIÓN

ACEVIN presenta por tercer año consecutivo los datos de visitantes a las bodegas adheridas a las 21 Rutas del Vino integradas en el Club de Producto “Rutas del Vino de España” durante el año 2010.

Para la recopilación de los datos que se presentan en este informe, se hizo llegar una hoja de cálculo a todas las bodegas adheridas a las Rutas del Vino y a su vez otra a cada Ruta que permitiera realizar el sumatorio de cada bodega. Posteriormente se realizó el cálculo global del Club de Producto compuesto por 21 Rutas enoturísticas distribuidas por todo el territorio español.

La asistencia técnica compuesta por Tea-Cegos y DINAMIZA Asesores agradece desde aquí la ayuda aportada por los equipos de gestión de las Rutas, sin cuya aportación hubiera resultado imposible elaborar este informe.

En el presente informe, resulta muy interesante poder analizar la evolución de tres años consecutivos de recopilación de datos, no sólo en relación a las cifras absolutas, sino también el reparto mensual. Dicha información ha de resultar útil tanto para las Rutas como para el propio Club de Producto a la hora de tomar decisiones relativas a las acciones de promoción y apoyo a la comercialización.

Es también satisfactorio ver cómo las bodegas adheridas a las Rutas del Vino de España han asumido como habitual y necesario el conteo de visitantes, con el fin de analizar el impacto del turismo del vino y el retorno de los esfuerzos realizados por las empresas y Administraciones Públicas que están apoyando el turismo del vino.

En cualquier caso, este informe refleja la realidad de 21 territorios con un importante desarrollo enoturístico, 21 Rutas del Vino que forman parte del Club de Producto “Rutas del Vino de España”. Sin embargo, es conveniente aclarar que este informe no presenta la totalidad de los datos de visitantes en bodegas en España, ya que existen algunas otras iniciativas enoturísticas no integradas en el Club y por tanto no sujetas al Observatorio Turístico RVE.

En cualquier caso, mediante este informe se espera y desea proporcionar información útil que pueda ayudar a las industrias turística y vitivinícola de nuestro país, así como contribuir al desarrollo del turismo del vino en España, especialmente en estos momentos de dificultades e incertidumbre.

## 2. RESULTADOS

Las cifras finales absolutas de 2010 en relación a los datos de 2009 han sufrido un pequeño ascenso del 1,27% (18.061 visitantes más), llegando a un total de 1.441.314 visitantes. Sin embargo hemos de matizar dicho incremento por el hecho de que en 2010 la base de análisis es superior, dado que 4 nuevas rutas han aportado sus datos (57 nuevas bodegas). También se ha producido un nuevo incremento en el número de bodegas asociado a las rutas ya existentes (25 nuevas bodegas):

Ruta (índice de respuesta con respecto a 2009)	Total Bodegas	Bodegas que han respondido	Porcentaje de respuesta
Caminos del Vino de La Mancha	23	18	78,26%
Enoturisme Penedès	74	69	93,24%
Ruta del Vino de Alicante	7	7	100,00%
Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez	36	28	77,78%
Ruta del Vino de Bullas	6	6	100,00%
Ruta del Vino del Condado de Huelva	13	9	69,23%
Ruta de la Garnacha	6	6	100,00%
Ruta del Vino de Jumilla	12	12	100,00%
Ruta del Vino de La Rioja Alta	90	18	20,00%
Ruta del Vino de Lleida	17	17	100,00%
Ruta del Vino de Navarra	15	13	86,67%
Ruta del Vino Montilla-Moriles	17	8	47,06%
Ruta del Vino Rías Baixas	40	28	70,00%
Ruta del Vino del Ribeiro	18	16	88,89%
Ruta del Vino Ribera del Duero	33	28	84,85%
Ruta del Vino Ribera del Guadiana	27	14	51,85%
Ruta del Vino Rioja Alavesa	47	45	95,74%
Ruta del Vino del Somontano	16	16	100,00%
Ruta del Vino de Tenerife	7	7	100,00%
Ruta del Vino Utiel-Requena	19	19	100,00%
TOTAL	523	384	73,42%



**El porcentaje de respuesta de las bodegas con respecto a 2009 también se ha visto incrementado** de manera notable, puesto que hasta un 73% del total aportaron datos al observatorio, frente al 56% del anterior ejercicio. Como ya se explicó en el Informe de Visitantes en Bodegas de 2009, se ha hecho especial hincapié en el carácter obligatorio de aportar los datos al Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España para las empresas adheridas a las Rutas.

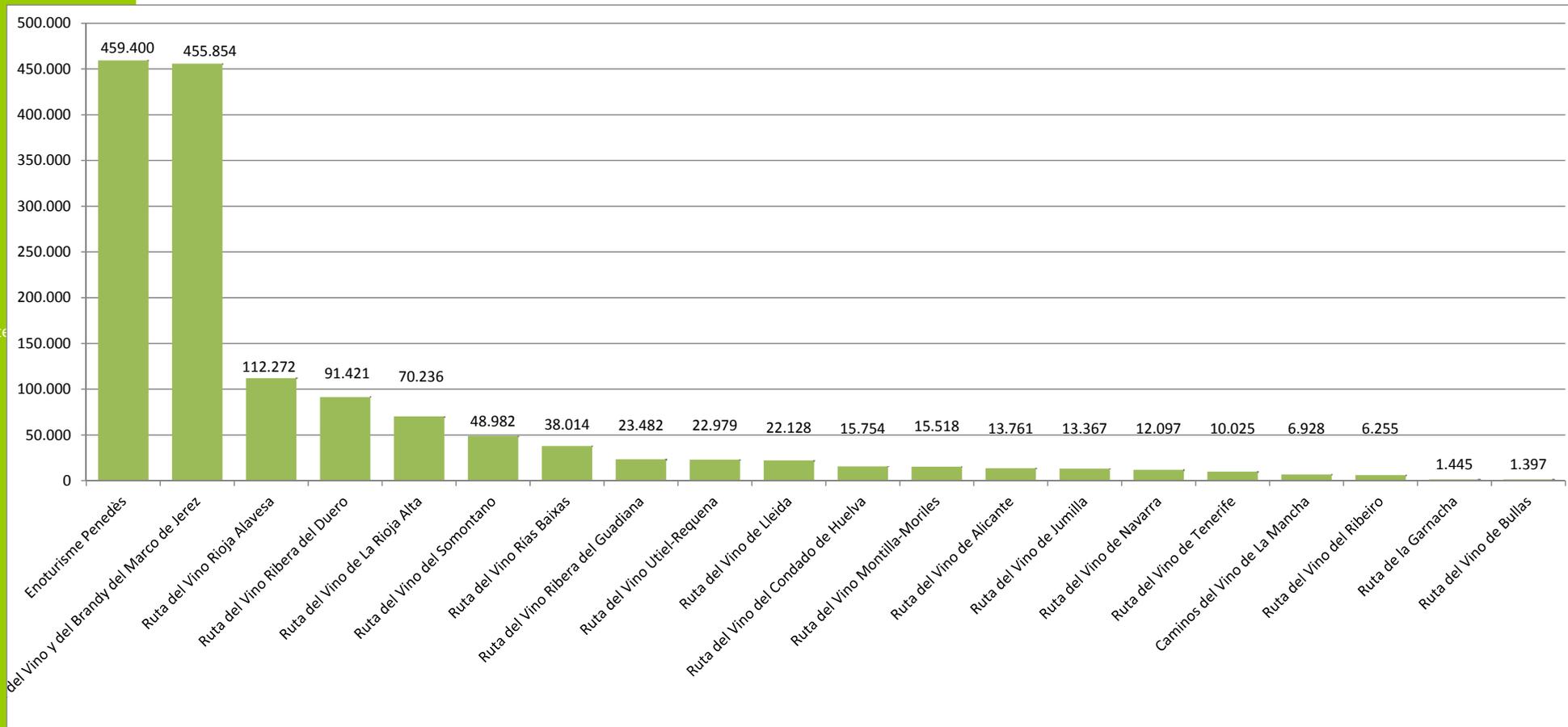
El incremento del grado de respuesta de muchas bodegas, ha permitido reducir los coeficientes de corrección que se empleaban anteriormente, pudiendo tener cada año en mayor medida un cifra más realista del número de visitantes en bodega.

Las cuatro nuevas Rutas han aportado 60.816 visitantes, por lo que si comparamos las cifras de las mismas 16 rutas en 2009 y 2010 vemos un descenso de 42.755 (-3%). Dicho descenso puede ser achacable a la situación de incertidumbre y reducción del gasto de la población española en el ocio. También, la mejora de las formas de contabilización de visitantes por parte de algunas bodegas han rebajado de forma sustancial las cifras de algunas de las rutas, que anteriormente realizaban sus cálculos mediante estimaciones.

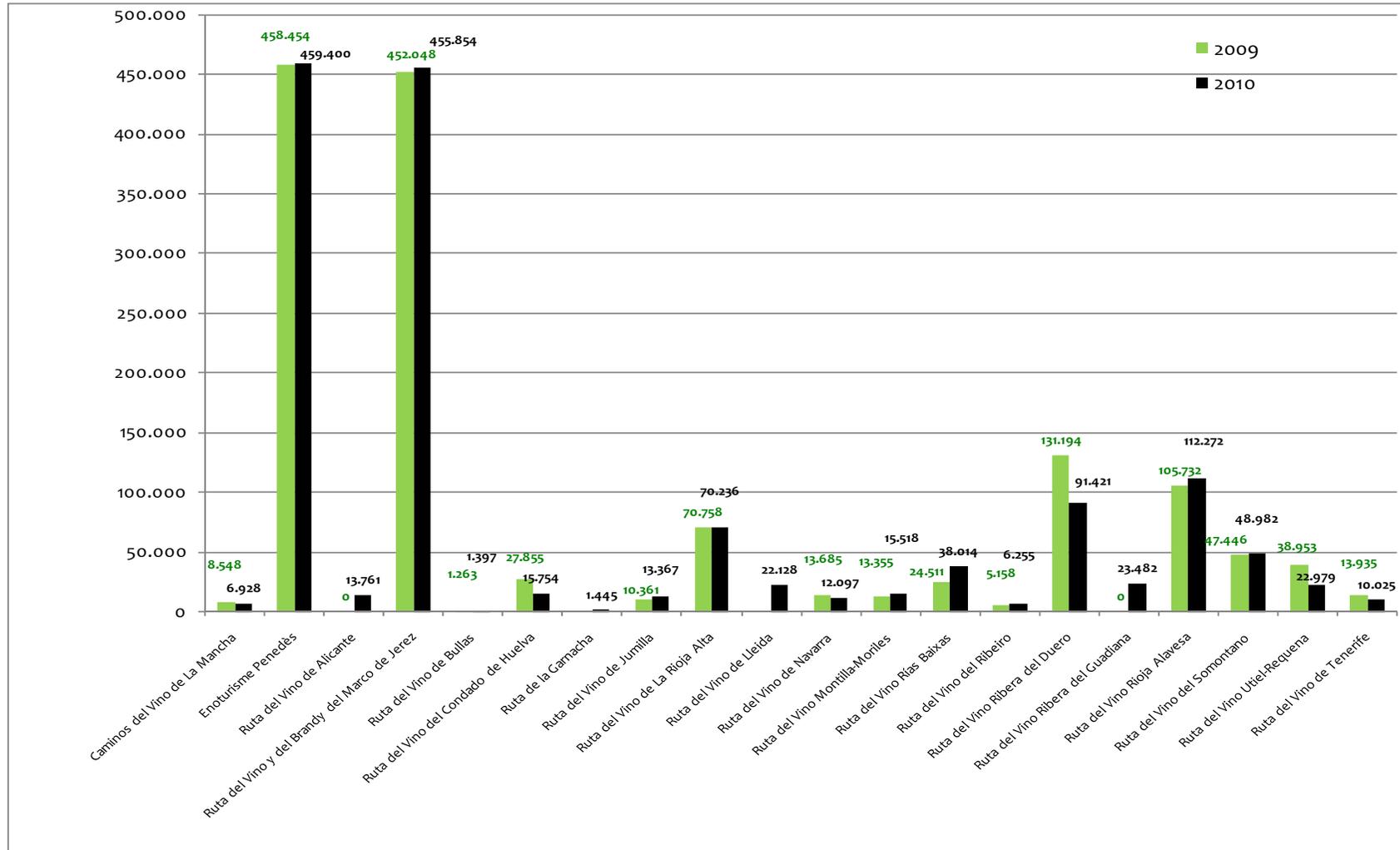
La Ruta del Vino que más visitantes ha tenido ha sido, de nuevo, Enoturisme Penedès con 459.400 visitantes. La segunda Ruta con mayor afluencia de visitantes fue la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez (455.854 visitantes). Estas dos Rutas se benefician de contar con los principales referentes enoturísticos del país, además de estar ubicados en territorios con un muy importante movimiento turístico por su cercanía a la costa y a grandes núcleos de población como son Barcelona y Sevilla.

Otras Rutas que han obtenido cifras relevantes son Rioja Alavesa (112.272), Ribera del Duero (91.421) y La Rioja Alta (70.236). Especialmente relevante es el incremento logrado por la Ruta del Vino Rías Baixas, con un crecimiento de más del 50% (13.503 visitantes más que en 2009):

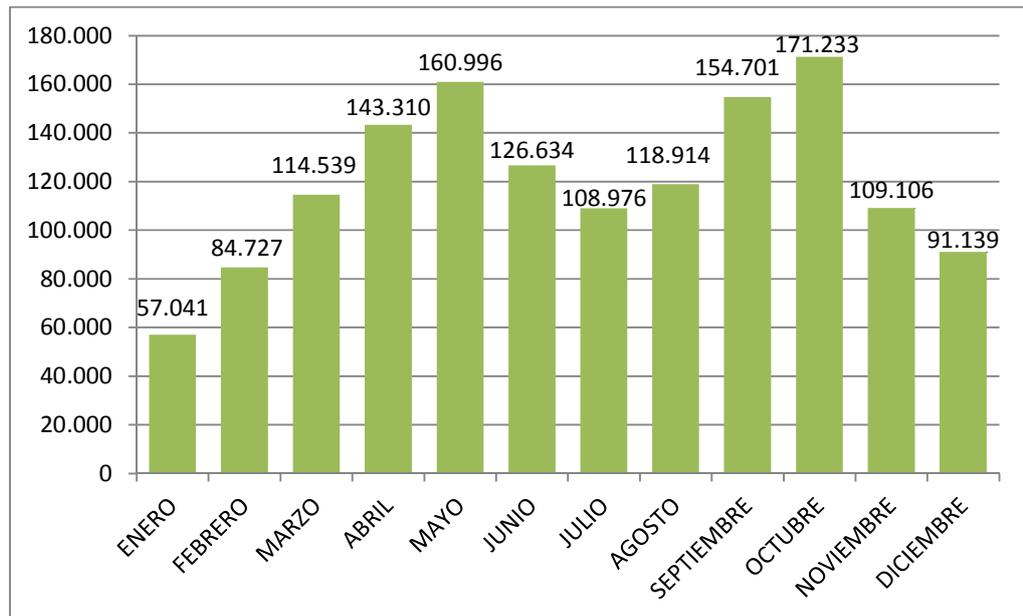
**DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2010**



### DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑOS 2010 Y 2009



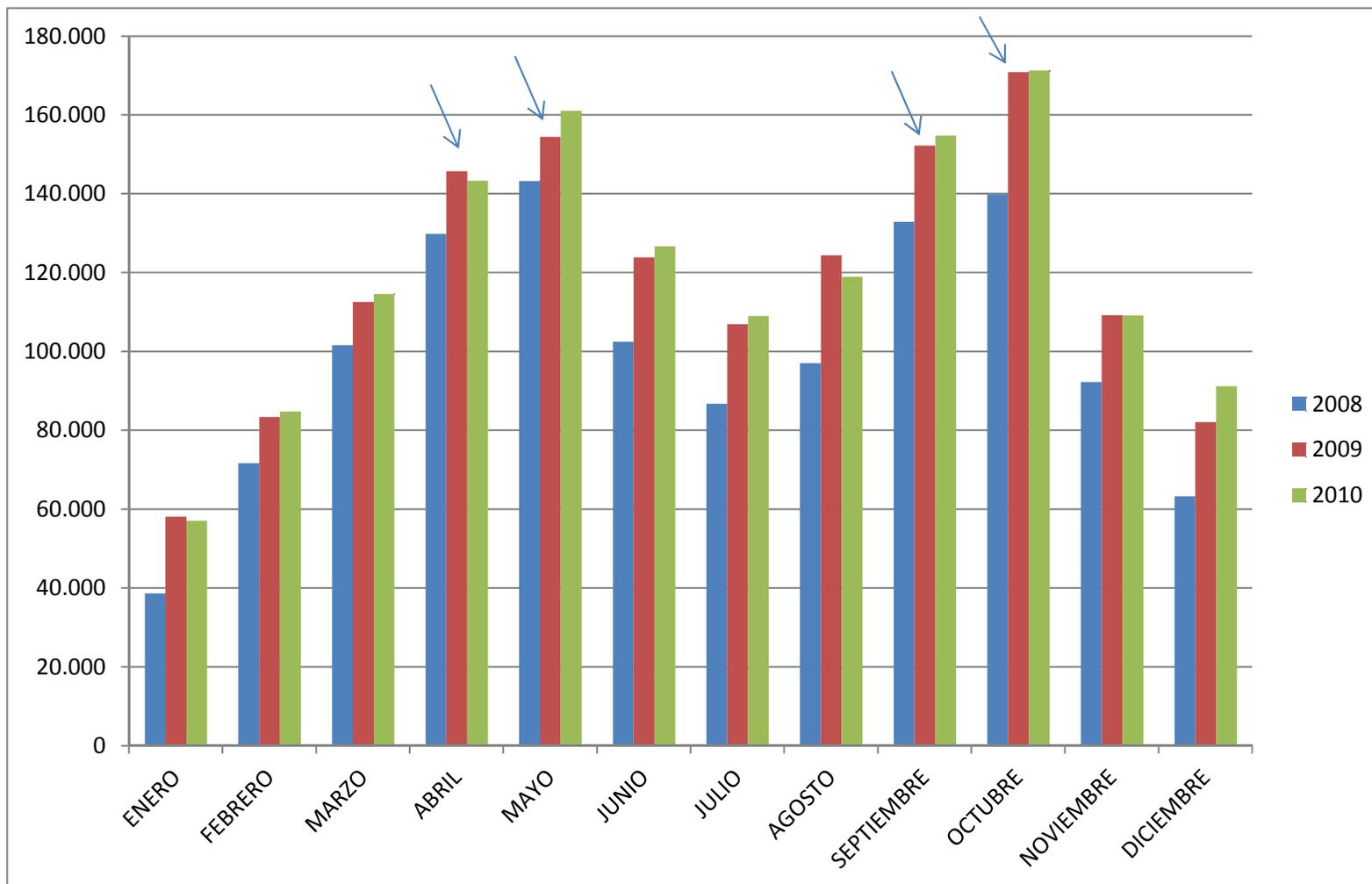
Si realizamos un análisis de llegada de visitantes por meses, vemos que los meses de mayo (160.996) y octubre (171.233) vuelven a ser los más fructíferos en la llegada de visitantes. Abril y septiembre son también meses en los que se superan los 140.000 visitantes, por lo que se confirma rotundamente que la primavera y el otoño son las épocas más proclives para el turismo del vino.



En relación a 2008 y 2009 se mantiene una distribución mensual muy similar, destacando los crecimientos comparativos de los meses de mayo y diciembre. Por el contrario, en los meses de abril y agosto se produjeron descensos en relación al anterior ejercicio.

Si analizamos los meses de menor afluencia vemos cómo **enero vuelve a ser, a gran distancia, el mes de menor afluencia de visitantes (57.041).**

A continuación podemos ver la evolución mensual de los tres pasados años:



Se percibe cómo en el mes de diciembre, coincidiendo con las celebraciones navideñas, se ha producido un notable crecimiento en los tres últimos años. Los meses estivales siguen teniendo un menor aporte, si bien los meses más fuerte y débil varían en función de la Ruta:

RUTA	MEJOR MES	PEOR MES
Caminos del Vino	Mayo	Enero
Enoturisme Penedès	Octubre	Enero
Alicante	Octubre	Enero
Marco de Jerez	Mayo	Enero
Bullas	Noviembre	Junio
Condado de Huelva	Mayo	Agosto
Campo de Borja	Septiembre	Enero
Jumilla	Noviembre	Enero
Lleida	Octubre	Enero
Navarra	Agosto	Enero
Montilla-Moriles	Abril	Julio
Rías Baixas	Junio	Enero
Ribeiro	Mayo	Febrero
Ribera del Duero	Octubre	Enero
Ribera del Guadiana	Abril	Enero
Rioja Alavesa	Octubre	Enero
Somontano	Agosto	Enero
Utiel-Requena	Noviembre	Enero
Tenerife	Junio	Agosto

Nota: No se contaba con el reparto mensual de Rioja Alta

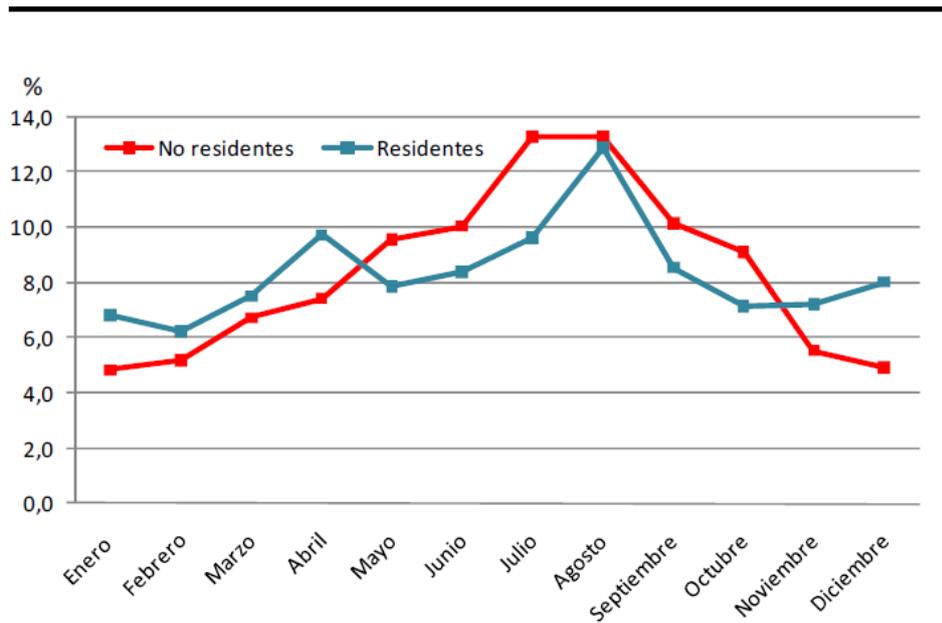
Curiosamente, en rutas de interior como Navarra y Somontano, es el mes de agosto el de mayor afluencia a sus bodegas.

Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la distribución de turistas en 2010 en España, vemos cómo los picos de demanda no coinciden. Así, el turismo del vino favorece la desestacionalización y el alargamiento de la temporada, con grandes aportaciones en meses intermedios como son mayo y octubre. Esto también puede deberse a la presencia de puentes autonómicos y

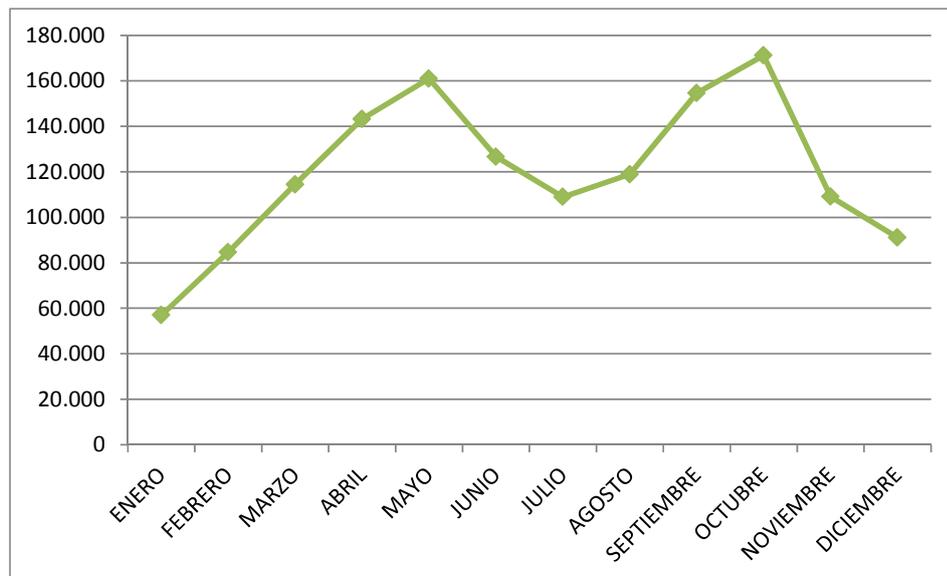
nacionales y autonómicos, a la bonanza climatológica y, en el caso de septiembre/octubre para varias Rutas, por el tirón de la vendimia.

### Gráfico 13. Distribución temporal de los turistas en España según lugar de residencia

Año 2010



Fuente: IET



Fuente: Elaboración propia. ACEVIN

### 3. CONCLUSIONES

A la vista de los datos aportados en el presente informe, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- 2010 ha sido un año de consolidación para el movimiento de visitantes en las Rutas del Vino de España, si bien se perciben descensos en algunas Rutas que deberán ser analizados.
- Enoturisme Penedès y la Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez continúan en su posición de liderazgo, con ligeros incrementos sobre las cifras de 2009.
- Rioja Alavesa, Ribera del Duero y Rioja Alta, destinos de interior, en los que el vino constituye uno de sus principales atractivos turísticos, se sitúan detrás de los anteriores pero a la cabeza del turismo del vino en España.
- Algunas nuevas Rutas ofrecen interesantes datos de visitantes a pesar de su “juventud” en el Club de Producto
- Los meses de octubre, mayo y septiembre siguen siendo los más proclives al turismo del vino en España
- Por el contrario, los meses de enero, febrero y diciembre registran las cifras más modestas, por debajo de los 100.000 visitantes.
- El turismo del vino sigue siendo un complemento de gran interés en los destinos turísticos de mayor volumen como los de sol y playa, por su menor dependencia de la climatología.
- El turismo del vino, se está convirtiendo en un motor de desarrollo turístico en muchos destinos de interior, especialmente en aquellos cuyos vinos están más prestigiosos.



ACEVIN, Abril de 2011.