



# Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España Año 2012



**Junio de 2013**

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESULTADOS	5
3. CONCLUSIONES	14

## 1. INTRODUCCIÓN

Como viene siendo habitual desde hace cinco años, ACEVIN presenta a través de este informe los datos de visitantes a las bodegas adheridas a las 20 Rutas del Vino integradas en el Club de Producto “Rutas del Vino de España” durante el año 2012.

Para la recopilación de los datos que se presentan en este informe, y como en los años anteriores, se ha hecho llegar una hoja de cálculo a todas las bodegas adheridas a las Rutas del Vino y a su vez otra a cada Ruta, de forma que permitiera realizar el sumatorio de las distintas bodegas. Posteriormente se realizó el cálculo global del Club de Producto compuesto actualmente por 20 Rutas enoturísticas distribuidas por todo el territorio español.

Sin embargo, se ha incorporado en este estudio lo que consideramos una mejora metodológica con respecto a los estudios realizados en años anteriores. En este sentido, se han considerado para el estudio únicamente las 20 Rutas del Vino Certificadas que son las que actualmente consideramos integran el Club de Producto Rutas del Vino de España. Es decir, no se han considerado (como en años anteriores sí se hacía) otros destinos enoturísticos que desde el paraguas de ACEVIN están trabajando por certificar su Ruta del Vino conforme a la marca Rutas del Vino de España y, en consecuencia, integrarse en el Club de Producto RVE. De igual forma y para aumentar la fiabilidad de los datos evitando introducir coeficientes de corrección, se ha optado por considerar únicamente las Rutas del Vino del Club de Producto que han proporcionado datos para este estudio.

De tal modo, los datos se corresponden con 18 Rutas del Vino de las 20 del Club de Producto, es decir, no se contemplan aquí datos de Rutas que sí se contemplaban en años anteriores: esto es, ni de Tenerife y Rioja Alta (Rutas Certificadas que no han aportado datos este año) ni tampoco de Alicante y Condado de Huelva (puesto que no son Rutas Certificadas y se ha optado por no considerarlas hasta que se certifiquen). Esta circunstancia debe tenerse en cuenta al establecer la comparativa entre los datos de este año y los del año anterior y, por tanto, a la hora de extraer conclusiones sobre ellos.

La oficina técnica de ACEVIN 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 cinco años consecutivos de recopilación de datos, no sólo en relación a las cifras absolutas, sino también la distribución mensual, pudiendo extraerse interesantes conclusiones en relación a la estacionalidad del enoturismo. La información que nos proporciona el informe se considera de gran interés tanto para las Rutas, como para el propio Club de Producto, ya que facilita la toma de 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 van asumiendo poco a poco 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.

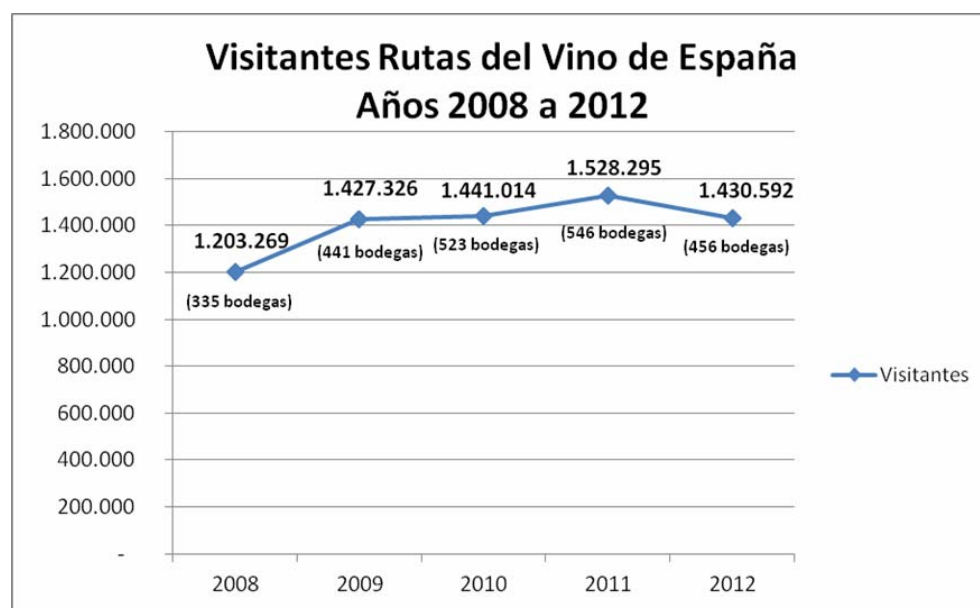
4

En cualquier caso, este informe refleja la realidad de territorios con un importante desarrollo enoturístico, 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, como se indicaba más arriba, existen otros destinos o Rutas del Vino que se incorporarán en breve al Club de Producto y que, por el momento, no se incluyen en el presente informe así como algunas otras iniciativas enoturísticas no integradas en el Club y por tanto no sujetas al Observatorio Turístico RVE.

Mediante este informe se espera y desea proporcionar información útil que pueda ayudar a las empresas turísticas y vitivinícolas de nuestro país, así como contribuir al desarrollo del turismo del vino en España, especialmente en estos momentos de dificultades e incertidumbre.

## 2. RESULTADOS

En 2012 el número de visitantes a las bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España ascendió a 1.430.592. El gráfico refleja la evolución anual de este mismo dato desde el año 2008 que lo obtuvimos por primera vez.



En términos absolutos al comparar el dato del año 2012 con el dato de 2011 se aprecia un descenso en términos absolutos de 97.703 visitantes, es decir, un descenso del 6,3%

Sin embargo es preciso matizar a este dato puesto que el descenso en los datos no se corresponde con un descenso real en el número de enoturistas. En primer lugar, y como ya se ha dicho antes, el universo de estudio de este año se ha reducido con respecto al año anterior. Los datos se corresponden con 18 Rutas del Vino de las 20 del Club de Producto, es decir, no se contemplan aquí datos de Rutas que sí se contemplaban en años anteriores: es decir, ni de Tenerife y Rioja Alta (Rutas Certificadas que no han aportado datos este año) ni tampoco de otras Rutas certificadas como Alicante o Condado de Huelva que sí se consideraban en años anteriores. Esto se traduce en que se han

considerado datos de 90 bodegas menos que en el estudio del año anterior.

Ruta del Vino	Total Bodegas
Caminos del Vino de La Mancha	27
Enoturisme Penedès	74
Ruta del Vino del Bierzo	16
Ruta del Vino del Marco de Jerez	37
Ruta del Vino de Bullas	9
Ruta de la Garnacha	6
Ruta del Vino de Jumilla	12
Ruta del Vino de Lleida	21
Ruta del Vino de Navarra	13
Ruta del Vino Montilla-Moriles	15
Ruta del Vino Rías Baixas	47
Ruta del Vino del Ribeiro	17
Ruta del Vino Ribera del Duero	55
Ruta del Vino Ribera del Guadiana	16
Ruta del Vino Rioja Alavesa	53
Ruta del Vino del Somontano	19
Ruta del Vino Utiel-Requena	14
Ruta del Vino de Yecla	5
<b>TOTAL</b>	<b>456</b>

Por dato el dato completo para comparar las cifras de 2012 con las del año anterior sería que **considerando un 16,4% menos de bodegas que en el estudio de 2011, los datos de 2012 registran sólo un descenso del 6,3% en el número de enoturistas.**

En contrapartida, sin embargo, el porcentaje de respuesta de las bodegas con respecto a años anteriores se incrementa, de modo que los porcentajes de corrección empleados son cada vez menores (una media de un 1,1%).

Del análisis de estos datos podemos concluir que:

- Consideramos el dato positivo puesto que entendemos que, a pesar de la situación económica actual, la tendencia en enoturismo se sigue manteniendo al alza.
- No obstante, no puede negarse que la situación de crisis económica general también está afectando al turismo del vino de modo que el crecimiento se ralentiza con respecto a años anteriores.
- Analizados los datos individualmente, es decir, destino por destino hay que decir que las cifras de visitantes han aumentado en 2012 en la mayor parte de las Rutas (en 14 de ellas) aunque decrecen ligeramente en 4 destinos.

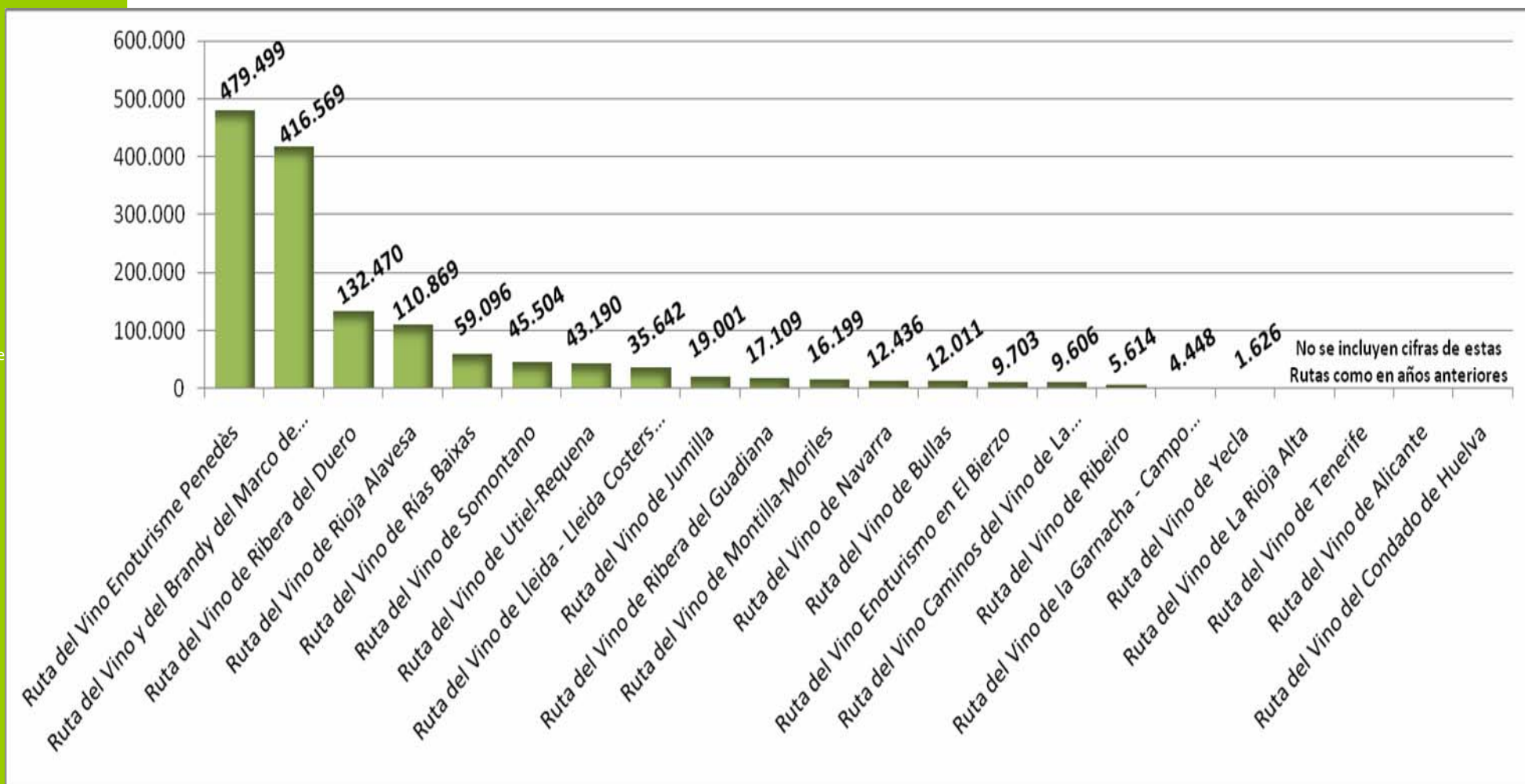
Estos datos ponen de manifiesto que **el turismo enológico se ha consolidado como un importante complemento a la oferta turística española** y que, de manera especial ante situaciones como la actual, **el turismo enológico representa una interesante alternativa de viaje en un momento en el que los turistas tienden a reducir en tiempo y distancia sus viajes.**

**Las Rutas del Vino que más visitantes han tenido** vuelven a ser las Rutas del Vino y el Cava del Penedès **Enoturisme Penedès** (con 479.499 visitantes) y las Rutas del Vino y Brandy del **Marco de Jerez** (con 416.569 visitantes). Nuevamente, estas dos Rutas se benefician de una ubicación privilegiada, al estar situadas 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, además de disponer de algunas de las bodegas más visitadas de España.

Otras Rutas que han obtenido cifras relevantes son **Ribera del Duero, Rioja Alavesa y Rías Baixas.**

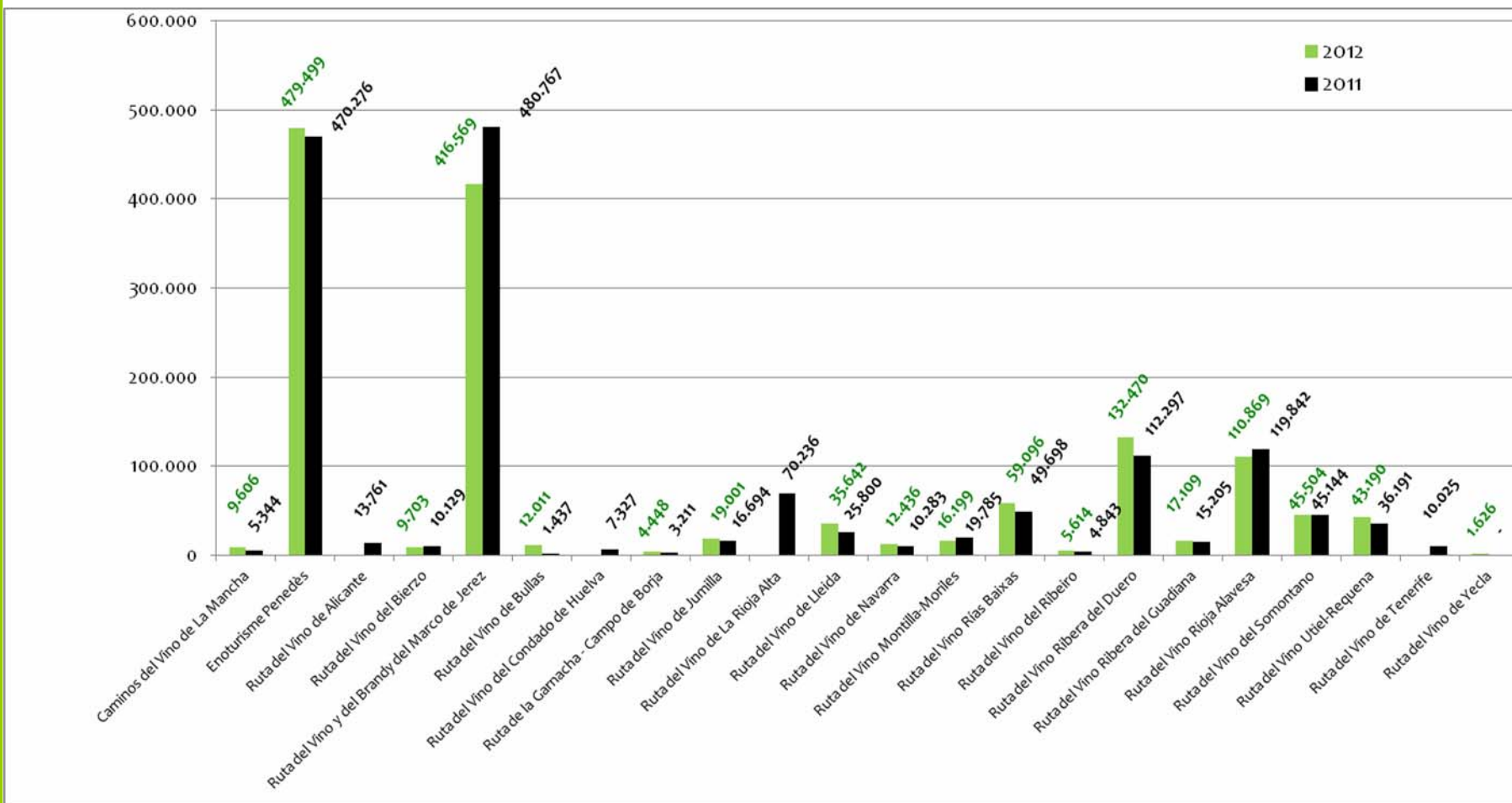
Especialmente relevantes son también los incrementos logrados por las Rutas del Vino Caminos del Vino de La Mancha, Bullas, Garnacha-Campo de Borja y Lleida.

**DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2012**





### DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑOS 2012 y 2011

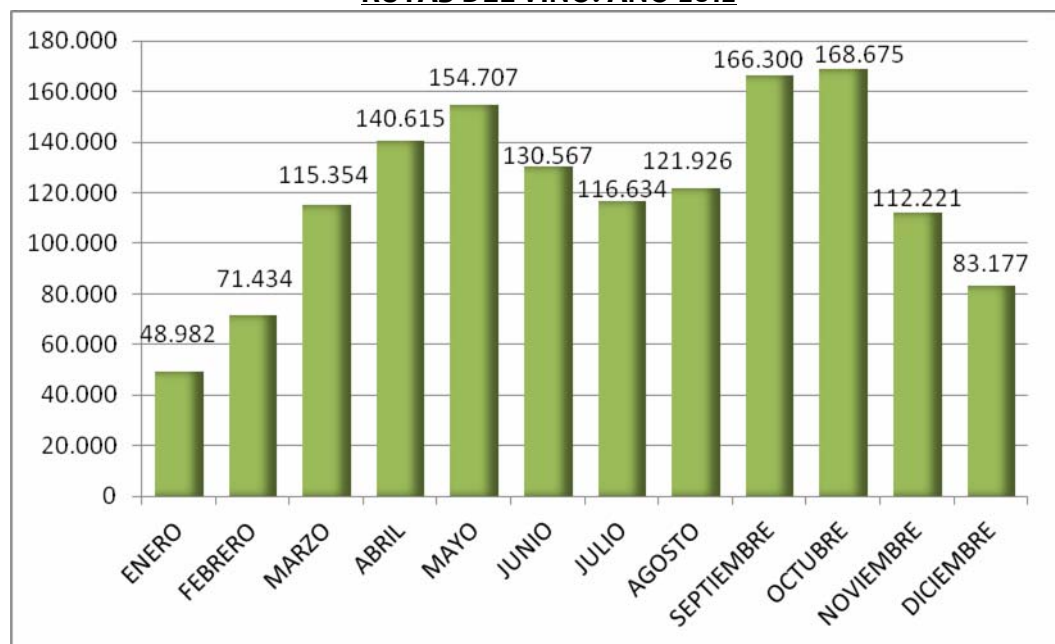


Si realizamos un análisis de los visitantes a bodegas por meses, vemos que otoño y primavera vuelven a ser las temporadas más proclives al enoturismo, motivado ante todo por ofrecer unas temperaturas más adecuadas para el disfrute del producto enoturístico y en el caso del otoño, por la realización de la vendimia en la mayor parte de las rutas, convirtiéndose en un factor adicional de atracción.

Los meses de octubre (168.675) y septiembre (166.300) son los más fructíferos en la llegada de visitantes, seguidos muy de cerca de mayo (154.707) y abril (140.615).

Los meses estivales, especialmente el mes de junio que supera los 130.000 visitantes, registran también cifras bastante positivas.

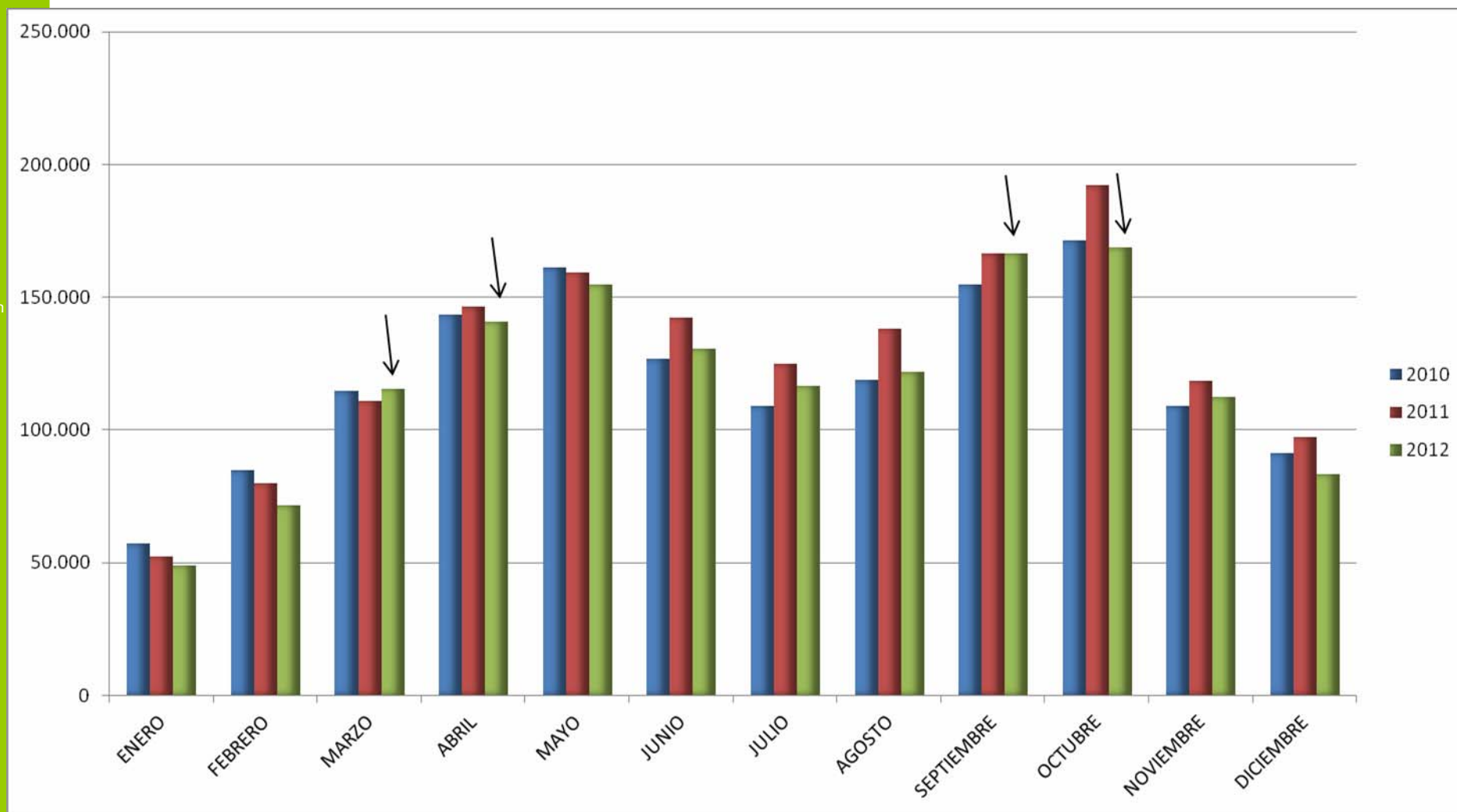
### **DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2012**



En relación a 2010 y 2011 se mantiene una distribución mensual muy similar. Los meses de invierno vuelven a ser los que registrar peores datos y en especial el mes de **enero que vuelve a ser, a gran distancia, el mes de menor afluencia de visitantes (48.982).**

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

### DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑOS 2010 A 2012



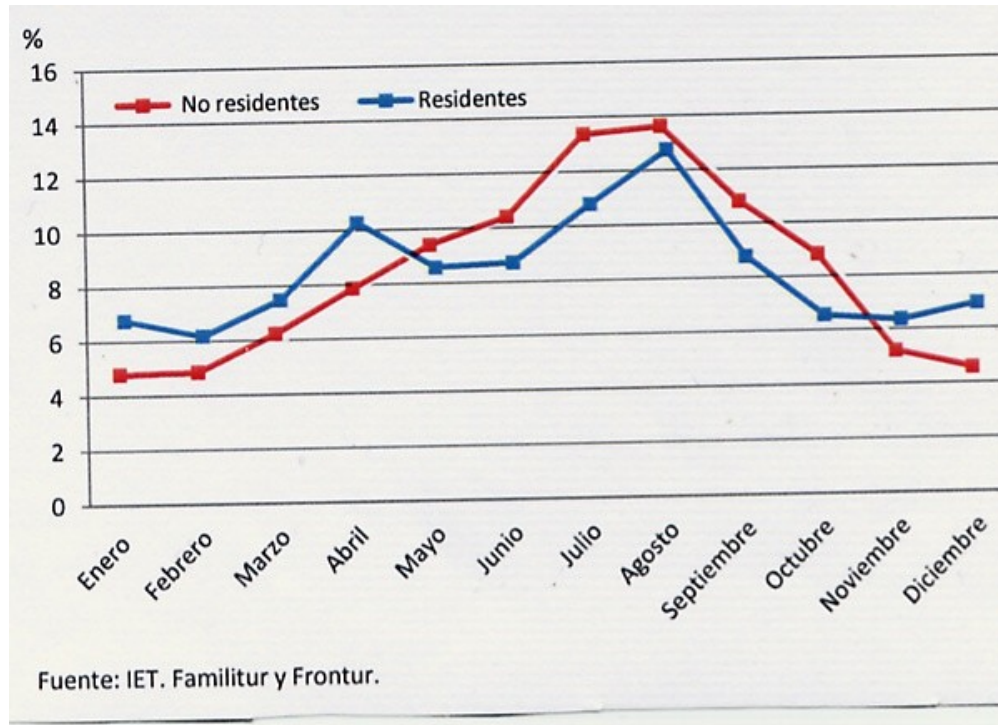
Sin embargo, es necesario puntualizar cómo los meses más fuerte y débil varían en función de la Ruta:

RUTA	MEJOR MES	PEOR MES
Caminos del Vino	Noviembre	Enero
Enoturisme Penedès	Septiembre	Enero
Marco de Jerez	Mayo	Enero
Bullas	Marzo	Enero
Campo de Borja	Mayo	Enero
Jumilla	Junio	Agosto
Lleida	Junio	Enero
Navarra	Agosto	Febrero
Montilla-Moriles	Noviembre	Agosto
Rías Baixas	Agosto	Enero
Ribeiro	Noviembre	Enero
Ribera del Duero	Octubre	Enero
Ribera del Guadiana	Octubre	Enero
Rioja Alavesa	Octubre	Enero
Somontano	Agosto	Febrero
Utiel-Requena	Diciembre	Enero
El Bierzo	Agosto	Febrero
Yecla	Marzo	Diciembre

12

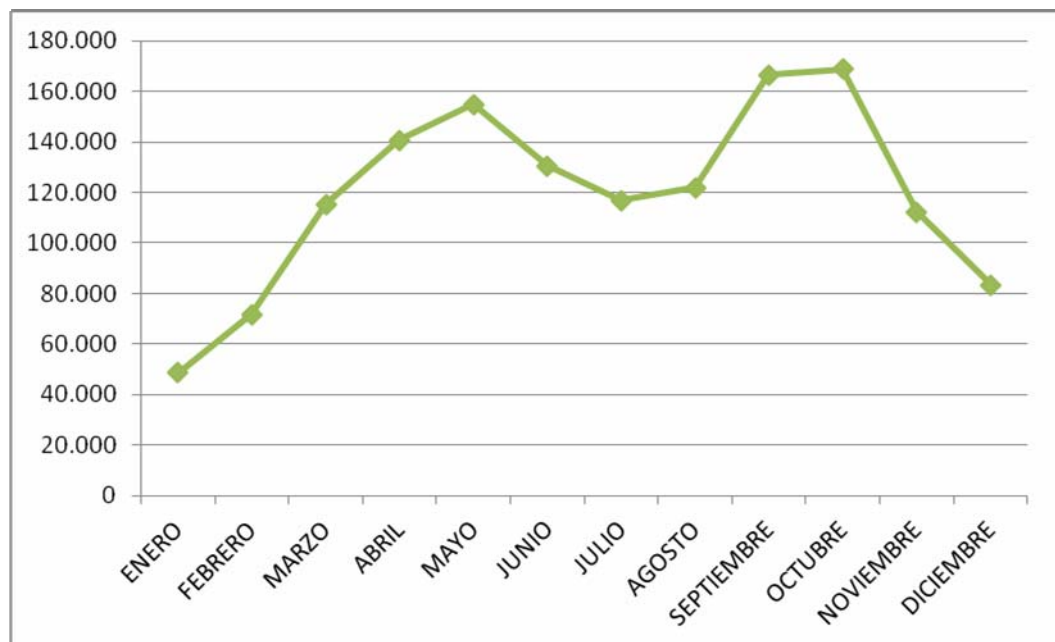
Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la distribución de turistas en 2012 en España, vemos cómo los picos de demanda no sólo no coinciden sino que se complementan. Esto aporta aún más valor al turismo del vino, pues se constata cómo favorece la desestacionalización 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 nacionales y autonómicos, a la bonanza climatológica y, en el caso de septiembre/octubre para varias Rutas, por el tirón de la vendimia. Sin embargo, se aprecia también la necesidad de captar mayor número de visitantes durante los primeros meses de invierno (diciembre a febrero).

### Distribución temporal de los turistas en España según lugar de residencia – Año 2012



13

### Distribución temporal de turistas del vino – Año 2012



Fuente: Elaboración propia. ACEVIN

### 3. CONCLUSIONES

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

- A pesar de la situación económica actual, puede decirse que 2012 ha sido un año de mantenimiento en el movimiento de visitantes en las Rutas del Vino de España.
- No obstante, se perciben descensos en algunas Rutas y un leve descenso en los datos globales que deberán ser analizados y corregidos.
- Enoturisme Penedès y la Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez mantienen su tradicional posición de liderazgo.
- Ribera del Duero, Rioja Alavesa, Rías Baixas y Somontano, destinos, 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.
- Los datos de visitantes han aumentado en 2012 en la mayor parte de las Rutas (14 destinos), aunque decrecen ligeramente en 4 destinos.
- Algunas otras Rutas como por ejemplo La Mancha, Bullas, Campo de Borja o Lleida, aunque con cifras de visitantes más modestas, ofrecen sin embargo datos muy positivos de crecimiento en este último año.
- Los meses de otoño (octubre y septiembre) y primavera (mayo y abril) se reafirman como 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 españoles de mayor volumen, como los de sol y playa.
- 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 prestigiados.