



Informe de
visitantes a bodegas
asociadas a las
Rutas del Vino de
España
Año 2011



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESULTADOS	4
3. CONCLUSIONES	13

1. INTRODUCCIÓN

ACEVIN presenta por cuarto 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 2011.

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, de forma que permitiera realizar el sumatorio de las distintas bodegas. Posteriormente se realizó el cálculo global del Club de Producto compuesto por 21 Rutas enoturísticas distribuidas por todo el territorio español.

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 cuatro 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.

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 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

La cifras absolutas de visitantes de bodegas durante 2011 en relación a los datos de 2010 se han visto incrementadas en un 6,06% (87.281 visitantes más), llegando a un total de 1.528.295 visitantes. A la vista de los resultados, podemos concluir que las cifras de visitantes a las Rutas del Vino de España en 2011 son bastante positivas, puesto que, a pesar de la situación económica actual que está afectando seriamente a todos los sectores de la economía, continúa la tendencia al alza en el enoturismo.

Estos datos ponen de manifiesto que el turismo enológico se consolida 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.

Sin embargo, también hemos de matizar dicho incremento por el hecho de que también se ha producido un ligero incremento en el número de bodegas asociado al conjunto de las Rutas del Vino del Club de Producto (23 nuevas bodegas en total):

Ruta del Vino	Total Bodegas
Caminos del Vino de La Mancha	27
Enoturisme Penedès	79
Ruta del Vino de Alicante	7
Ruta del Vino del Bierzo	15
Ruta del Vino del Marco de Jerez	37
Ruta del Vino de Bullas	6
Ruta del Vino del Condado de Huelva	17
Ruta de la Garnacha	6
Ruta del Vino de Jumilla	12
Ruta del Vino de La Rioja Alta	90
Ruta del Vino de Lleida	21
Ruta del Vino de Navarra	11
Ruta del Vino Montilla-Moriles	13
Ruta del Vino Rías Baixas	42
Ruta del Vino del Ribeiro	19
Ruta del Vino Ribera del Duero	39
Ruta del Vino Ribera del Guadiana	16
Ruta del Vino Rioja Alavesa	48
Ruta del Vino del Somontano	16
Ruta del Vino de Tenerife	7
Ruta del Vino Utiel-Requena	18
TOTAL	546

En contrapartida, sin embargo, el porcentaje de respuesta de las bodegas con respecto a 2010 se ha visto ligeramente reducido, puesto que se ha obtenido respuesta de un 70,51% del total de las bodegas adheridas a las Rutas del Vino, frente al 73% del anterior ejercicio. Por tanto, es necesario volver a insistir en la importancia de que las bodegas hagan 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 la totalidad de sus bodegas asociadas, ha vuelto a ser necesario 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. Sin embargo, y como en años anteriores, esta ponderación ha sido muy conservadora continuando la tendencia ya iniciada en el anterior ejercicio de ir reduciendo año tras año los porcentajes de corrección empleados, acercándonos cada vez en mayor medida a los datos reales.

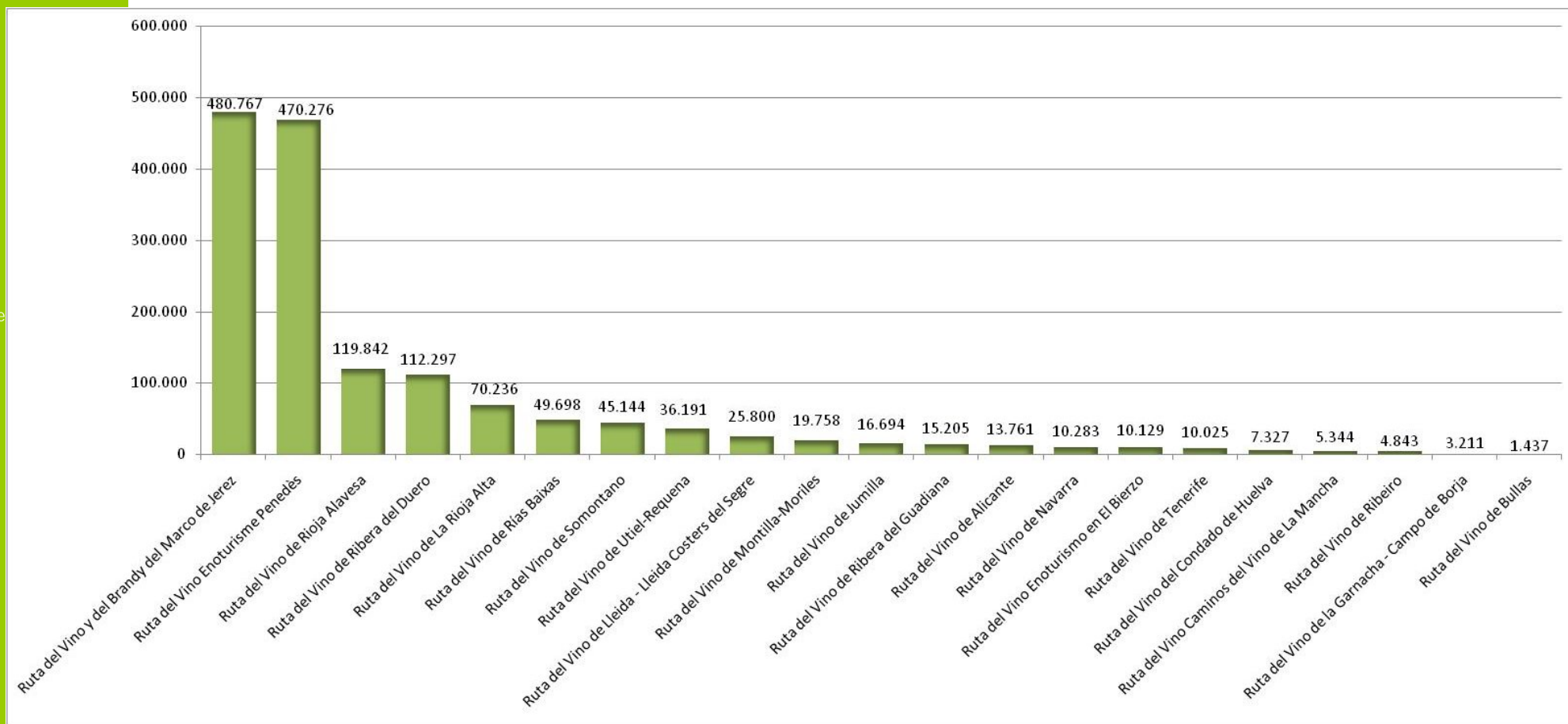
Las Rutas del Vino que más visitantes han tenido vuelven a ser las Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez (con 480.767 visitantes) y Enoturismo Penedès (con 470.276 visitantes). Nuevamente, estas dos Rutas se benefician de una ubicación privilegiada, al estar situadas en territorios con un muy importante 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 Rioja Alavesa, Ribera del Duero y La Rioja Alta.

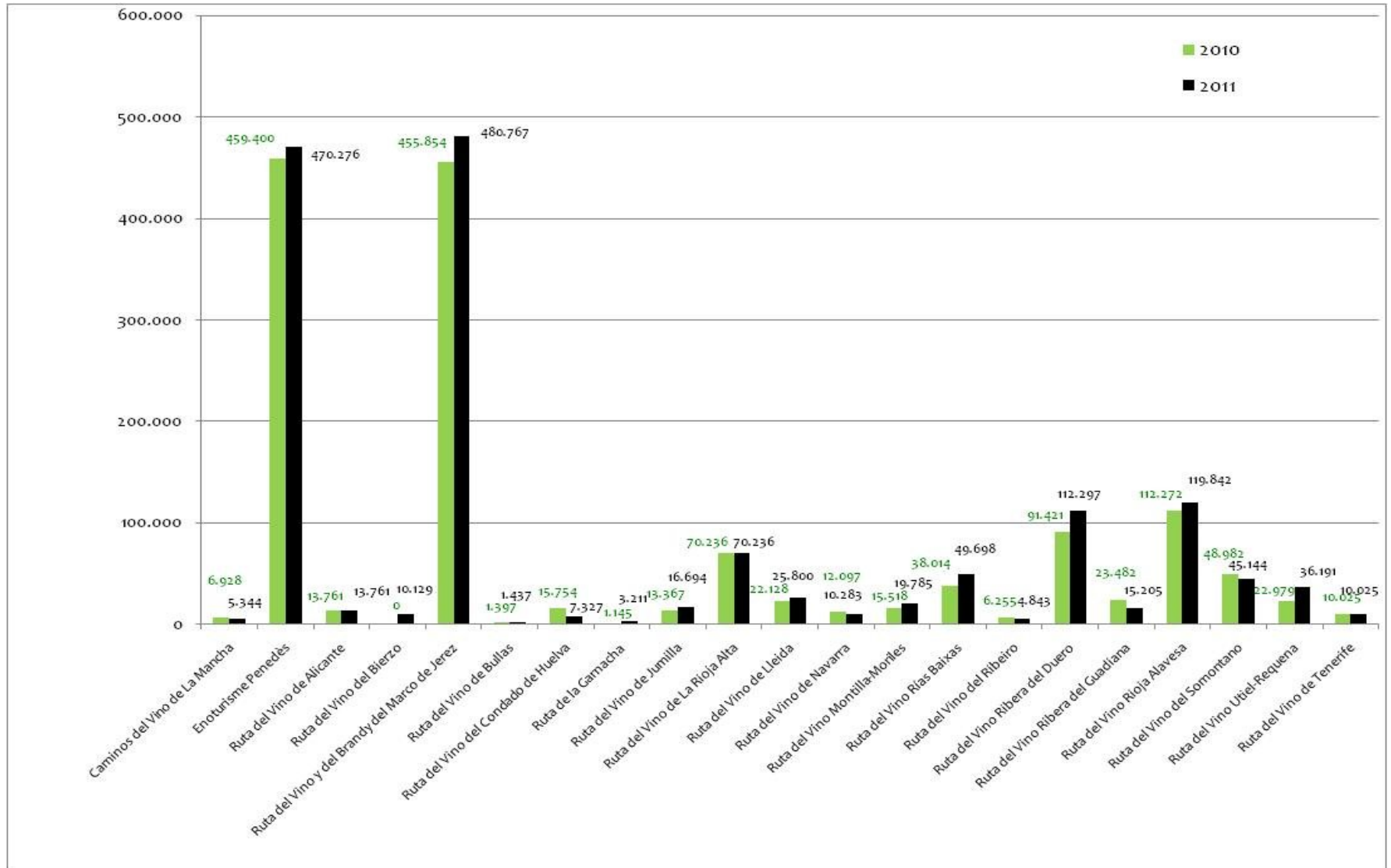
La Ruta del Vino de Rías Baixas vuelve a registrar por segundo año consecutivo un importante incremento en el número de enoturistas (más de un 30%), situándose en sexto lugar en el ranking de las Rutas más visitadas.

Especialmente relevantes son también los incrementos logrados por las Rutas del Vino de Garnacha-Campo de Borja y Utiel-Requena, con incrementos con respecto al año anterior de más del 180% y el 57%, respectivamente.

DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2011



DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑOS 2011 y 2010

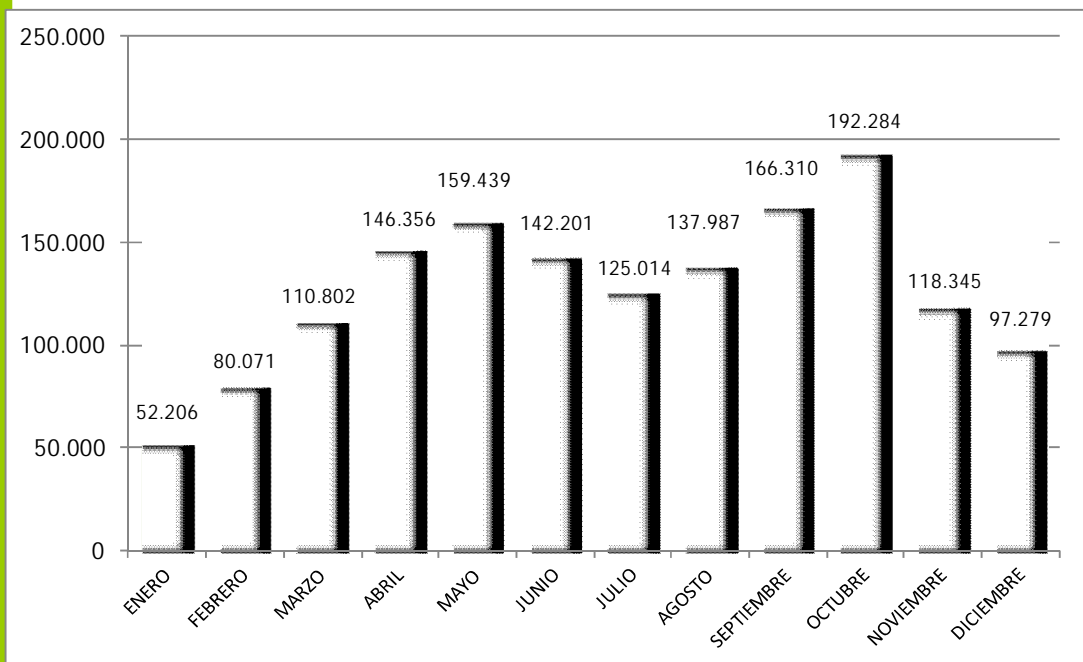


Si realizamos un análisis de los visitantes a bodegas por meses, vemos que otoño y primavera vuelven a ser las temporadas más proclives al enoturismo, motivado ante todo por ofrecer unas temperaturas más adecuadas para el disfrute del producto enoturístico y en el caso del otoño, por la realización de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

Los meses de octubre (192.284) y septiembre (166.310) son los más fructíferos en la llegada de visitantes, seguidos muy de cerca de mayo (159.439) y abril (146.356).

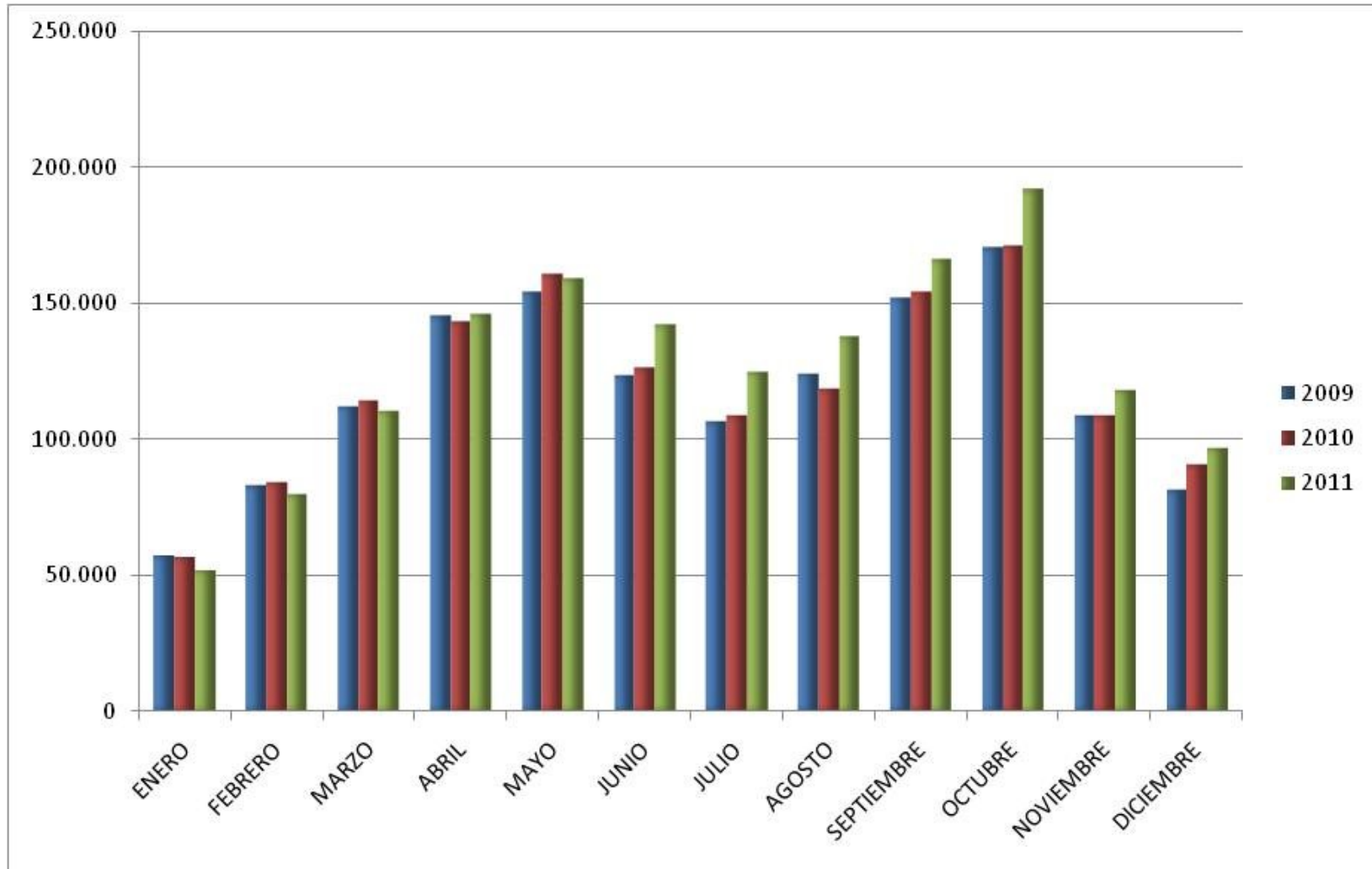
Los meses estivales, especialmente el mes de junio que supera los 142.000 visitantes, registran también cifras bastante positivas.

DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2011



En relación a 2009 y 2010 se mantiene una distribución mensual muy similar, destacando el crecimiento experimentado en todos los meses del año a partir de junio. Por el contrario, en los meses de enero a marzo 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 (52.206). A continuación podemos ver la evolución mensual de los tres pasados años:

DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES EN BODEGAS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑOS 2009 A 2011



Se puede apreciar el aumento de visitantes en los meses estivales lo que confirma cómo el enoturismo va cogiendo peso como opción a la hora de organizar las vacaciones. Igualmente, se percibe cómo en el mes de diciembre, coincidiendo con las celebraciones navideñas, se ha producido un notable crecimiento en los tres últimos años.

Por el contrario, se constata cómo son los dos primeros meses del año, y especialmente el mes de enero, los que registran peores cifras y concentran el descenso en la visitas.

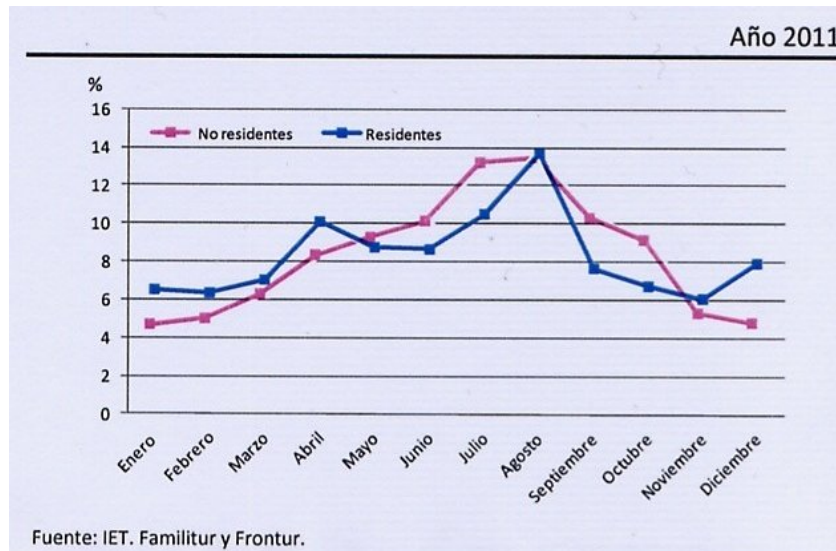
Sin embargo, es necesario puntualizar cómo los meses más fuerte y débil varían en función de la Ruta:

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

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

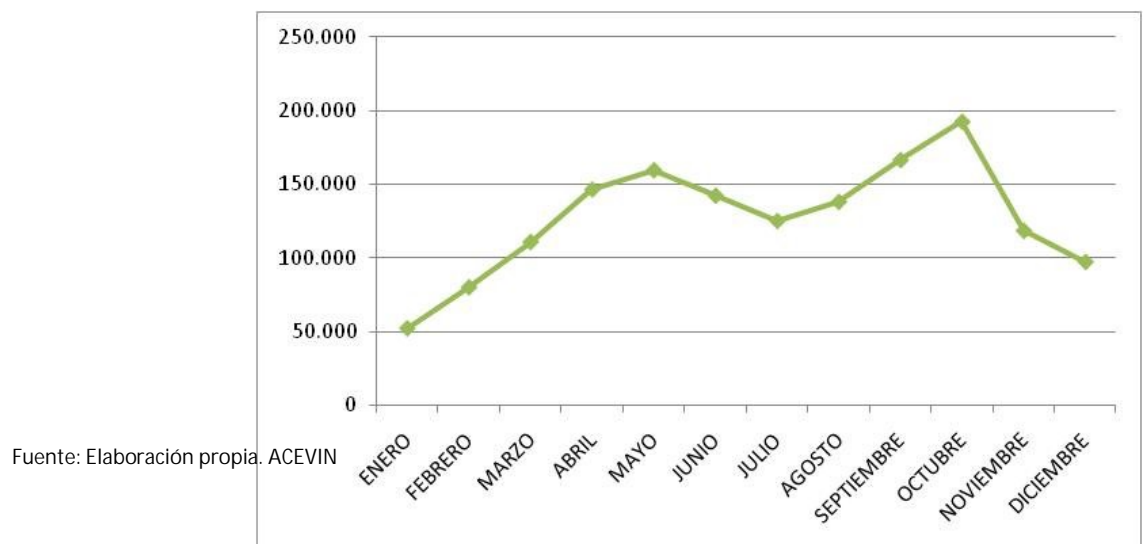
Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la distribución de turistas en 2011 en España, vemos cómo los picos de demanda no sólo no coinciden sino que se complementan. Esto aporta aún más valor al turismo del vino, pues se constata cómo favorece la desestacionalización 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 del año.

Distribución temporal de los turistas en España según lugar de residencia



12

Distribución temporal de turistas del vino – Año 2011



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, 2011 ha sido un año de consolidación, e incluso de recuperación, en el ritmo de crecimiento para el movimiento de visitantes en las Rutas del Vino de España.
- No obstante, se perciben descensos en algunas Rutas que deberán ser analizados y corregidos.
- La Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez y Enoturisme Penedès mantienen su tradicional posición de liderazgo, con ligeros incrementos sobre las cifras de 2010.
- 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 otras Rutas, 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.

- Se aprecia un notable incremento en las cifras de visitantes en los meses estivales (junio, julio y agosto) y también en el mes de diciembre, lo que demuestra que el enoturismo empieza a ser una alternativa de viaje también para los meses de vacaciones o bien un complemento para viajes realizados con otras motivaciones.
- 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.