



Informe de visitantes a bodegas y museos del vino

Año 2019

Observatorio Turístico
Rutas del Vino de España



Edita: **ACEVIN** - Club de Producto Rutas del Vino de España

Oficina técnica: DINAMIZA Asesores

Fotografías: **Rutas del Vino** miembro del Club de Producto Rutas del Vino de España

Fecha de publicación: **Mayo de 2020**

Nota importante: Se permite la difusión total o parcial de los datos consignados en este Informe siempre y cuando se respete la autoría del estudio y se cite expresamente a ACEVIN – RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA como fuente de los datos.



Índice

1. Introducción	4
2. Oferta enoturística de las Rutas del Vino de España	7
2.1. Oferta servicios enoturísticos	
2.2. Municipios y otras entidades integrantes	
3. Visitantes a bodegas y museos de las Rutas del Vino de España	14
3.1. Evolución anual del número de visitantes	
3.2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas	
3.3. Evolución anual del número de visitantes por Rutas	
3.4. Evolución anual del número de visitantes por CCAA	
3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos	
3.6. Número de visitantes a bodegas	
3.7. Número de visitantes a museos	
3.8. Procedencia de los visitantes	
3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos	
4. Impacto económico del enoturismo	47
4.1. Precio y gasto medio en bodegas y museos	
4.2. Precio y gasto medio en bodega por ruta	
4.3. Aproximación al impacto económico	
5. Conclusiones	54



1. Introducción

1. Introducción



El presente informe del Observatorio Turístico Rutas del Vino de España proporciona los datos de **visitantes recibidos en las bodegas y museos del vino adheridos a las Rutas del Vino** que integran el Club de Producto “Rutas del Vino de España” (RVE) durante el año 2019.

El informe **presenta información detallada acerca de la oferta enoturística de las Rutas** que conforman el Club RVE, **así como los datos disgregados de visitantes a bodegas y museos**, de forma que se pueden conocer los visitantes a cada tipo de servicio y analizar su evolución de forma individual. Gracias a esto, **se ha podido realizar también una aproximación al impacto económico del enoturismo**, de forma disgregada para bodegas y museos, y también para cada una de las Rutas, proporcionando unos datos cada vez más cercanos a la realidad económica del enoturismo en el ámbito de las Rutas del Vino de España, principal iniciativa de enoturismo en nuestro país.

Además, el presente informe **nos permite conocer la importancia relativa del turismo internacional en las Rutas del Vino** a partir de la ponderación de los datos de cada una de las bodegas y museos que forman parte del Club de Producto.

La **metodología empleada para la recopilación de los datos expuestos en el presente informe está basada en la colaboración** de todos los establecimientos que forman parte de las Rutas del Vino de España y en la cooperación de todas las Rutas con el Club de Producto RVE. Gracias a su esfuerzo los datos ofrecidos sean cada vez más precisos y representativos. Para ello, **se envía un cuestionario a todas las bodegas y museos adheridos a las Rutas del Vino**, siendo sus entes gestores los encargados de recopilar los datos de cada destino enoturístico, de forma que por agregación es posible ofrecer los datos conjuntos del Club de Producto Rutas del Vino de España.

1. Introducción

Este informe, que incluye información de las 31 Rutas del Vino que conforman el Club de Producto RVE, resulta de gran utilidad para el sector, ya que nos **permite analizar la evolución del enoturismo** en los últimos años. A día de hoy, se **cuenta con un histórico de doce años consecutivos** (2008-2019) en los que se han recopilado la mayor parte de datos relacionados con la actividad enoturística en nuestro país, **ofreciéndonos no sólo cifras absolutas anuales de visitantes, sino también la distribución mensual**, pudiendo extraerse interesantes conclusiones en relación a la estacionalidad del enoturismo y su complementariedad con otros productos turísticos.

La información que nos proporciona el presente informe se considera de gran interés tanto para todos los agentes que forman parte de las Rutas del Vino, como para el propio Club de Producto Rutas del Vino de España, ya que **orienta a los gestores y responsables en la toma de decisiones**. Igualmente, es un informe de valor para las bodegas y museos adheridos a las Rutas del Vino de España, que han asumido como habitual y necesario el conteo de visitantes y colaboran activamente con sus Rutas, con el fin de **analizar el impacto del turismo del vino y el retorno de los esfuerzos realizados por las empresas y Administraciones Públicas**.

Mediante este informe se espera y desea proporcionar información útil para las empresas turísticas y vitivinícolas de nuestro país, junto con el resto de actores que intervienen en el impulso del turismo del vino, así como contribuir al desarrollo del mismo en España.

ACEVIN quiere agradecer el apoyo recibido por parte de los equipos de las Rutas integradas en el Club de Producto RVE y de todas las empresas adheridas.

Gracias a todos ellos es posible elaborar este informe.



A group of cyclists is riding along a dirt path through a vineyard. The cyclists are wearing various hats and casual clothing, and their bicycles have baskets attached to the rear. The vineyard is lush with green grapevines, and in the background, a range of blue mountains is visible under a clear sky. The scene is captured from a rear perspective, showing the cyclists moving away from the viewer.

2. Oferta enoturística de las Rutas del Vino de España

2. 1. Oferta de servicios enoturísticos

Socios de las Rutas

	Bodegas	688
	Alojamientos	462
	Restaurantes	362
	Ocio temático	111
	Museos y centros de interpretación	95*
	Oficinas de turismo	113
	Bares de vinos	75
	Comercios	70
	Enotecas	60
	Agencias receptoras	42
	Empresas de transporte	20
	Servicios de vinoterapia	11
	Industr. Agroalimentarias	28
	Otros servicios	21
	Empresas de base digital	7
	Guías turísticos	15
	Centros visitables en la viña	16
	Serv. Degustación y cata	31
TOTAL		2.227

Entidades miembro de las Rutas

Municipios	775
Consejos Reguladores	30
Otras entidades miembro	67
TOTAL	872

Número y plazas de alojamiento

CATEGORÍA	Nº	PLAZAS
Hoteles 5*	8	737
Hoteles 4*	54	5.644
Hoteles 3*	59	3.152
Hoteles 2*	39	1.145
Hoteles 1*	14	562
Hostales y pensiones	23	572
Apartamentos	34	509
Casas rurales	202	2.165
Albergues	7	236
Campings	10	5.992
Otros alojamientos	12	347
TOTAL	462	21.061

Las Rutas del Vino de España cuentan con más de **2.000 empresas asociadas** que conforman la **oferta enoturística** de los destinos miembros del Club RVE:

- El sector más destacado y **principal motor de la actividad enoturística son las bodegas, con cerca de 700 en el conjunto del Club.** Le siguen el **sector de alojamiento y el de restauración,** con 462 y 362 establecimientos respectivamente. Estos sectores suponen la oferta básica de cualquier destino turístico, pero además, en el caso de las Rutas del Vino de España, se trata de una oferta tematizada y especializada en torno al mundo del vino.
- Las actividades de **ocio temático,** que incluyen todo tipo de experiencias relacionadas con la cultura del vino en los destinos, ascienden a 111 empresas, tratando de dar respuesta a las demandas de turistas cada vez más exigentes y ávidos de vivencias diferentes y personalizadas.
- Del mismo modo, los **museos y centros de interpretación** completan la oferta enoturística y cultural de los destinos con 95 centros en el conjunto de las rutas.

Todas las empresas y servicios integrantes de las Rutas del Vino cumplen unos estándares de calidad definidos en el Manual de Producto Rutas del Vino de España.

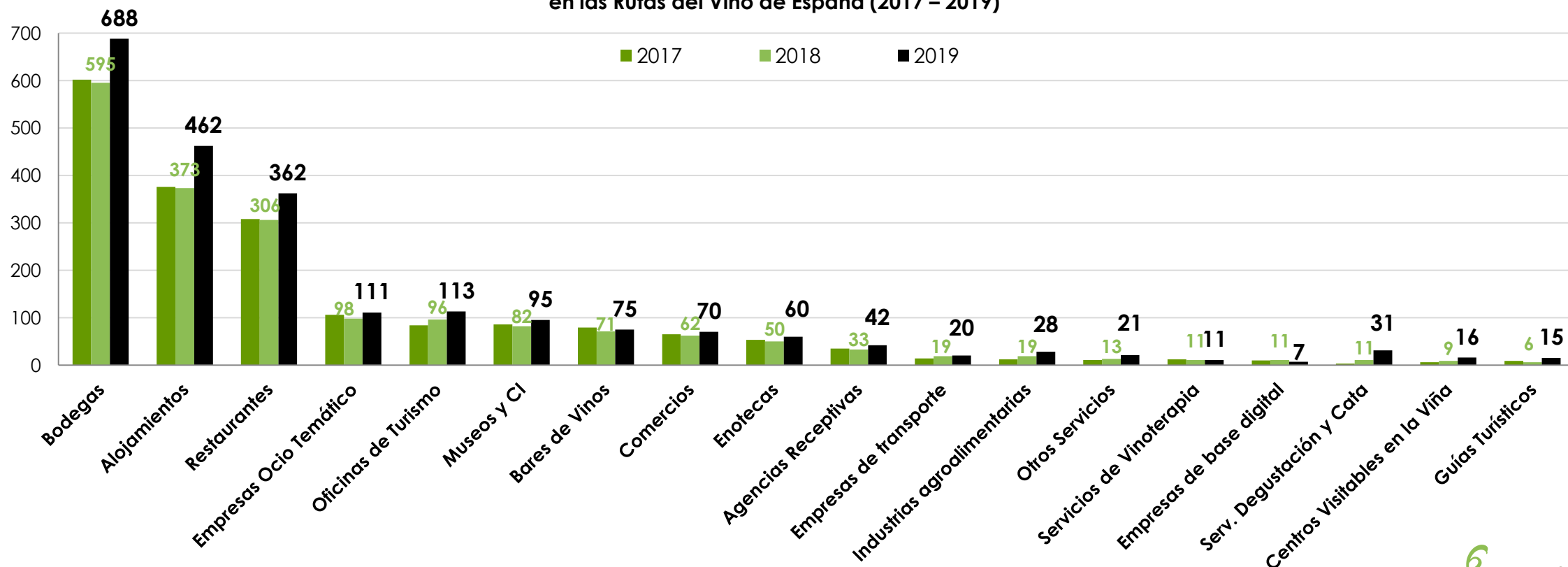
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

(*) 95 museos y centros de interpretación, de los cuales 43 están dedicados al mundo del vino

2. 1. Oferta de servicios enoturísticos

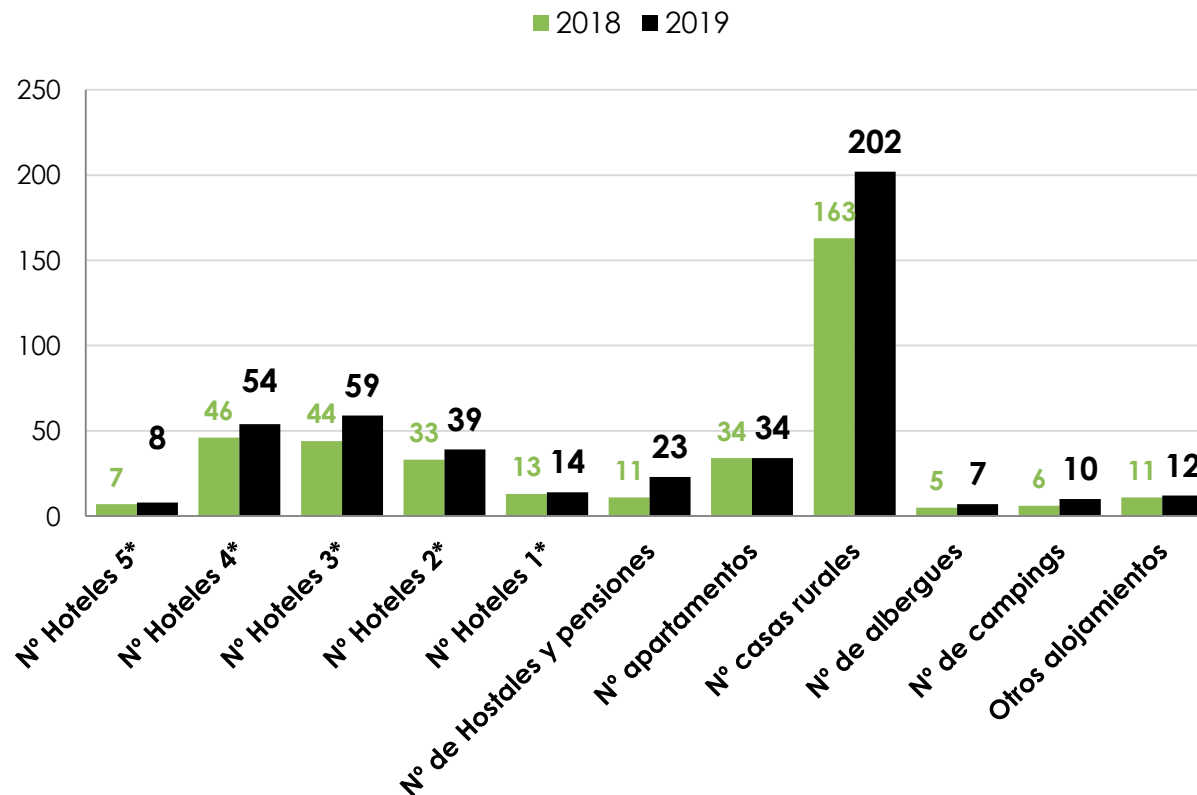
El número de empresas asociadas a las Rutas del Vino **ha experimentado un notable ascenso durante 2019, alcanzando un total de 2.227 empresas** frente a las 1.865 contabilizadas en 2018.

Gráfico 2.1. Evolución de la oferta de servicios enoturísticos en las Rutas del Vino de España (2017 – 2019)



2. 1. Oferta de servicios enoturísticos

Gráfico 2.2. Evolución Nº de alojamientos
Rutas del Vino de España (2018 – 2019)



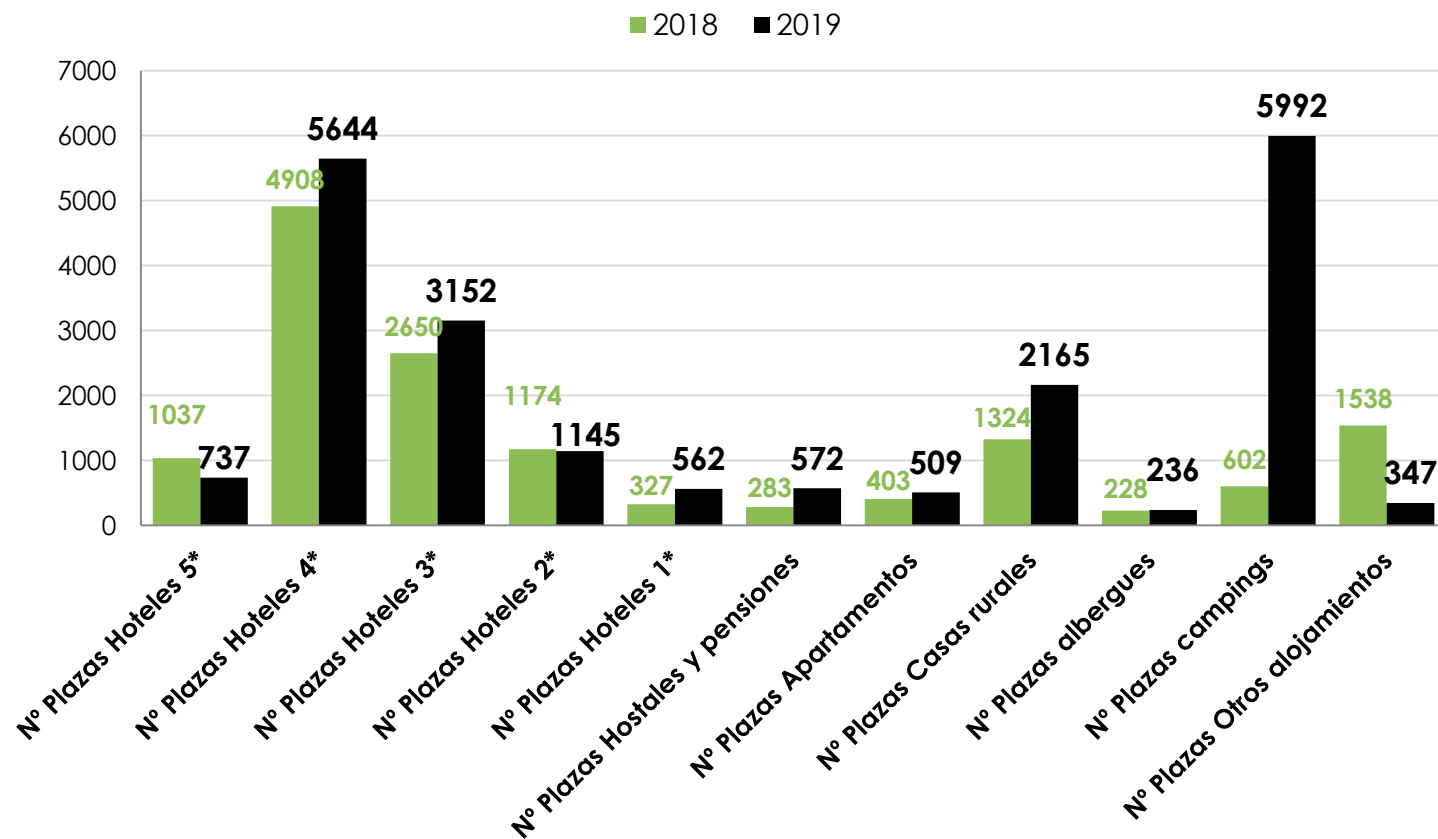
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

- Cabe destacar que **en 2019 se han incorporado tres nuevas rutas**: La Manchuela, Toro y Valdepeñas.
- Por tanto, los cambios producidos en la oferta turística corresponden a la entrada de nuevas Rutas del Vino y a la incorporación de nuevos establecimientos adheridos en las Rutas ya existentes.
- El número total de alojamientos **ha aumentado considerablemente**: 462 alojamientos con más de 21.000 plazas frente a los 373 alojamientos contabilizados en 2018.

2. 1. Oferta de servicios enoturísticos

- Por tipología de alojamientos, **destaca la oferta hotelera de cuatro y tres estrellas**, con más de 100 establecimientos y cerca de 9.000 plazas entre ambas categorías.
- En cuanto a la oferta extrahotelera, **destacan las casas rurales**, con más de 200 establecimientos y 2.165 plazas, **y los campings** con cerca de 6.000 plazas disponibles.

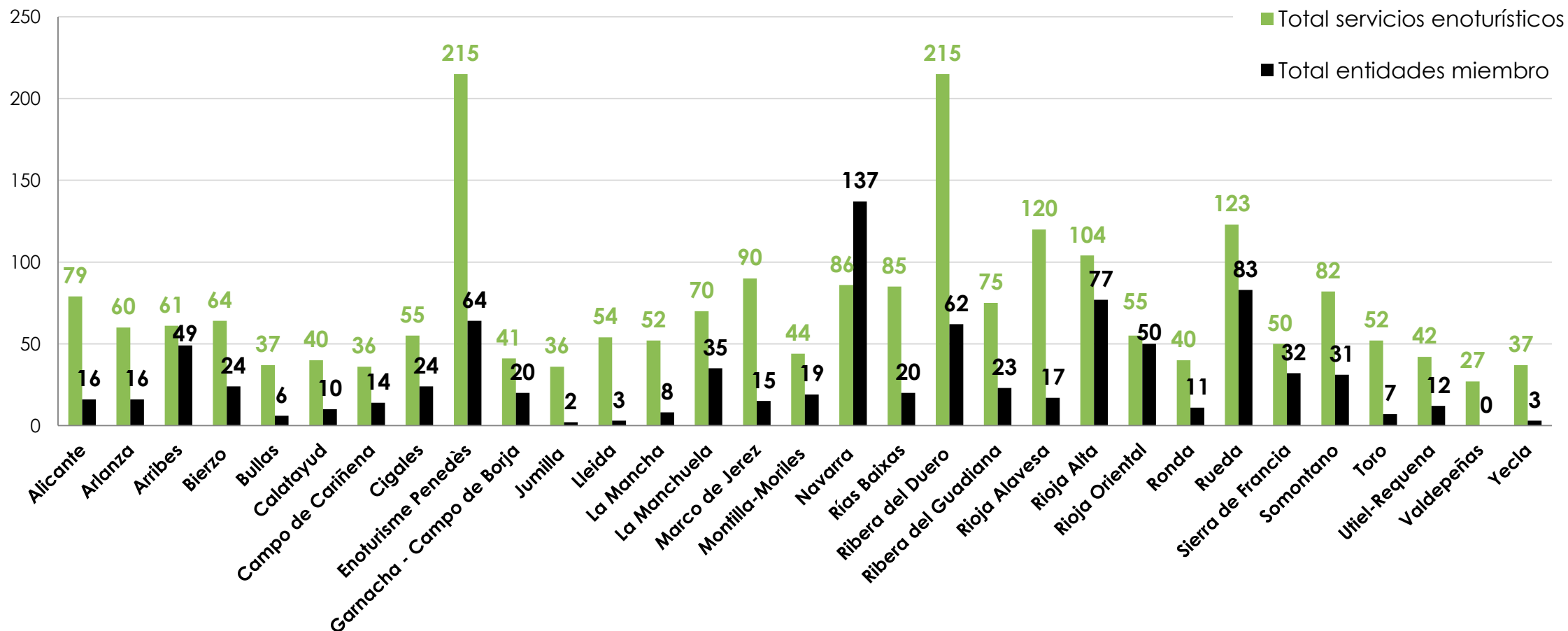
Gráfico 2.3. Evolución N° plazas por tipología de alojamiento en Rutas del Vino de España (2018 – 2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

2. 1. Oferta de servicios enoturísticos

Gráfico 2.4. Nº servicios enoturísticos y entidades miembro por Ruta del Vino (2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

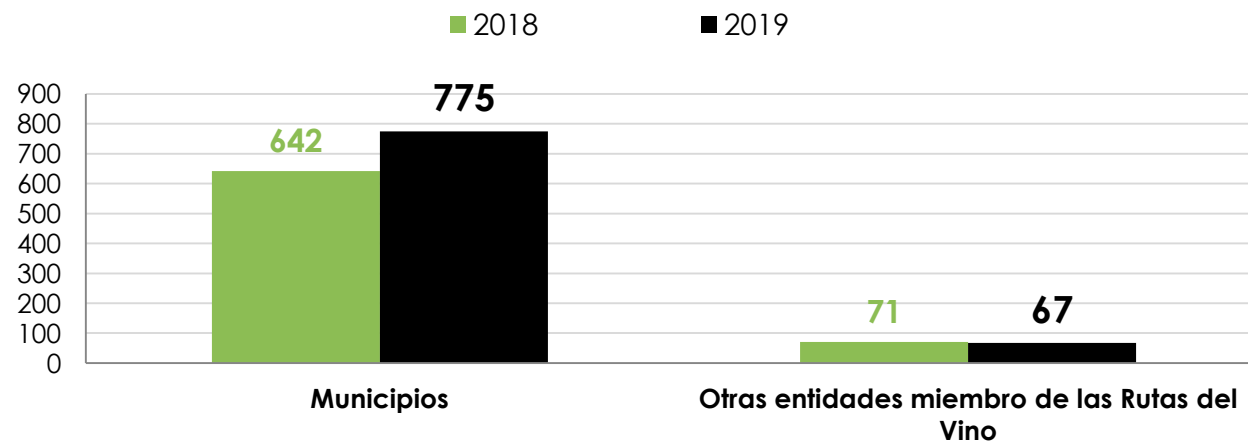
2. 2. Municipios y otras entidades integrantes de las Rutas del Vino

Actualmente forman parte de Rutas del Vino de España:

- **775 municipios** de toda la geografía española
- **30 Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen** que amparan a sus respectivas rutas
- Otras **67 entidades públicas o privadas** relacionadas con el sector turístico y/o la cultura del vino (asociaciones, fundaciones y otras instituciones).

13

Gráfico 2.5. Evolución municipios y entidades miembro de Rutas del Vino



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

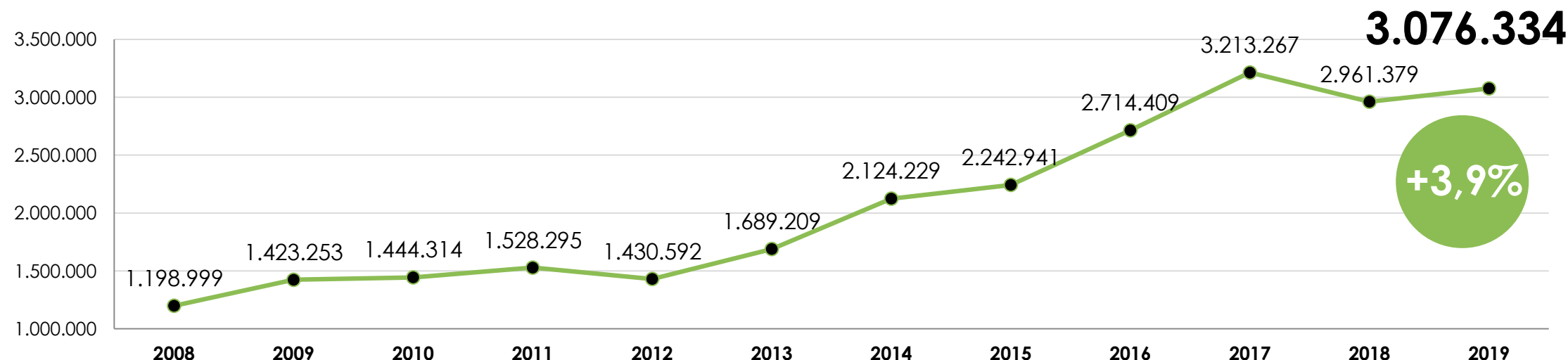


3. Visitantes a bodegas y museos

Rutas del Vino de España

3.1. Evolución anual del número de visitantes

Gráfico 3.1. Evolución del número de visitantes a bodegas y museos de las Rutas Del Vino De España (2008 – 2019)

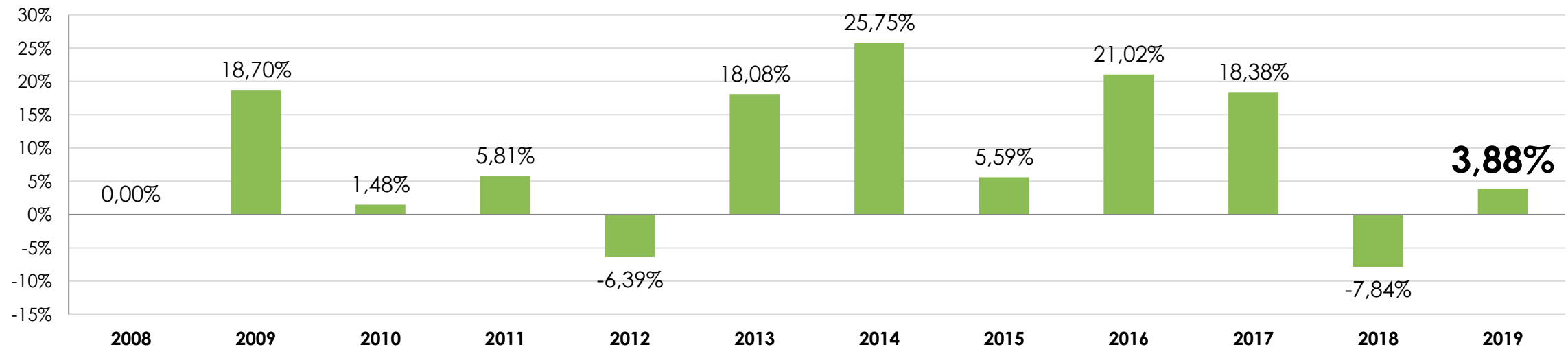


Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

En 2019 el número **total de visitantes a las bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España ha sido de 3.076.334**, experimentando un **crecimiento del 3,9%**, lo que supone en términos absolutos un aumento de 114.955 visitantes.

3.1. Evolución anual del número de visitantes

**Gráfico 3.2. Variación porcentual interanual
Rutas del Vino de España (2008 – 2019)**



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

Las Rutas del Vino de España **vuelven a la senda de crecimiento interanual positivo tras la leve caída experimentada en 2018**, motivada principalmente por la baja en el Club de Producto de una de las Rutas con mayor afluencia turística, la Ruta del Vino de Empordà, que recibía cerca de 400.000 visitantes.

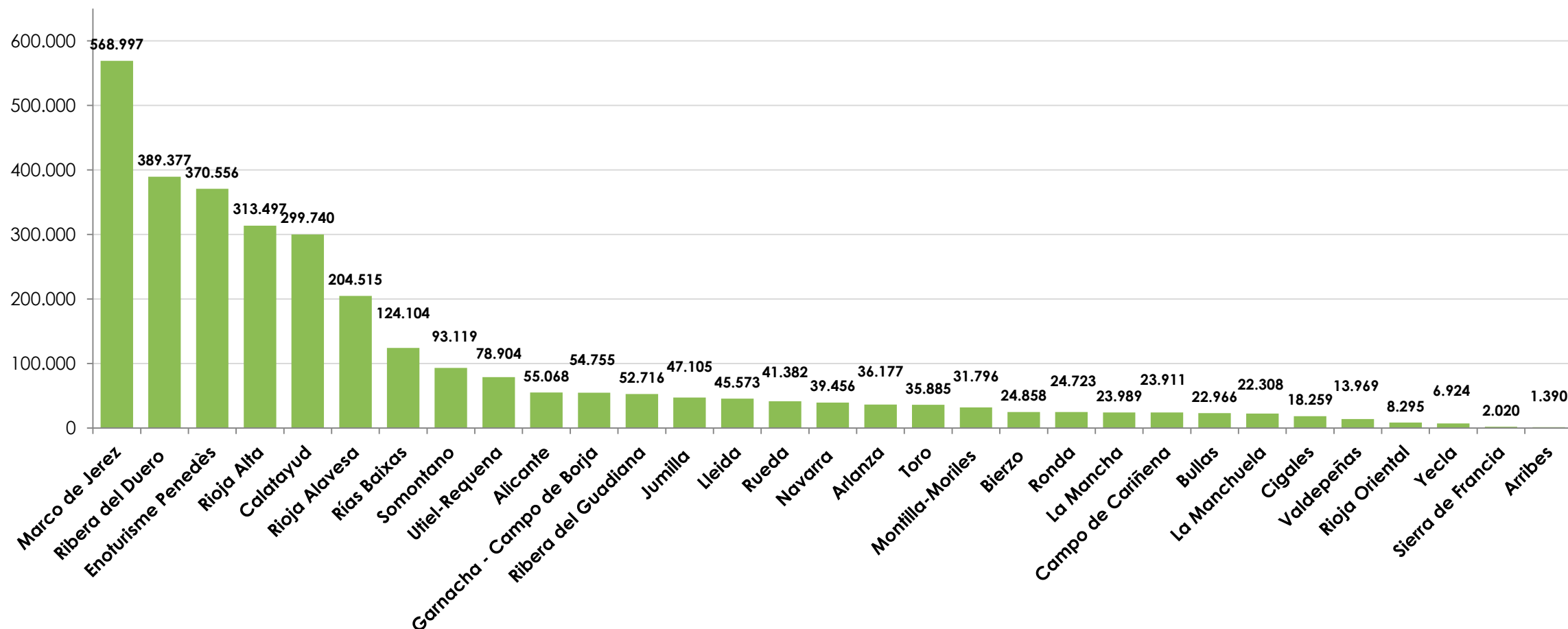
3.2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas



- Las **Rutas del Vino de España** más visitadas durante **2019** han sido, por este orden:
 1. **Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez**, con 568.997 visitantes recibidos
 2. **Ruta del Ribera del Duero**, con 389.377 visitantes
 3. **Enoturisme Penedès**, con 370.556 visitantes
- Otras Rutas del Vino que **superan los 100.000 visitantes** son **Rioja Alta** (313.497), **Calatayud** (299.740), **Rioja Alavesa** (204.515) y **Rías Baixas** (124.104).
- El **77%** de las **Rutas del Vino** han experimentado un **crecimiento** en el número de visitantes recibidos respecto a 2018

3.2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas

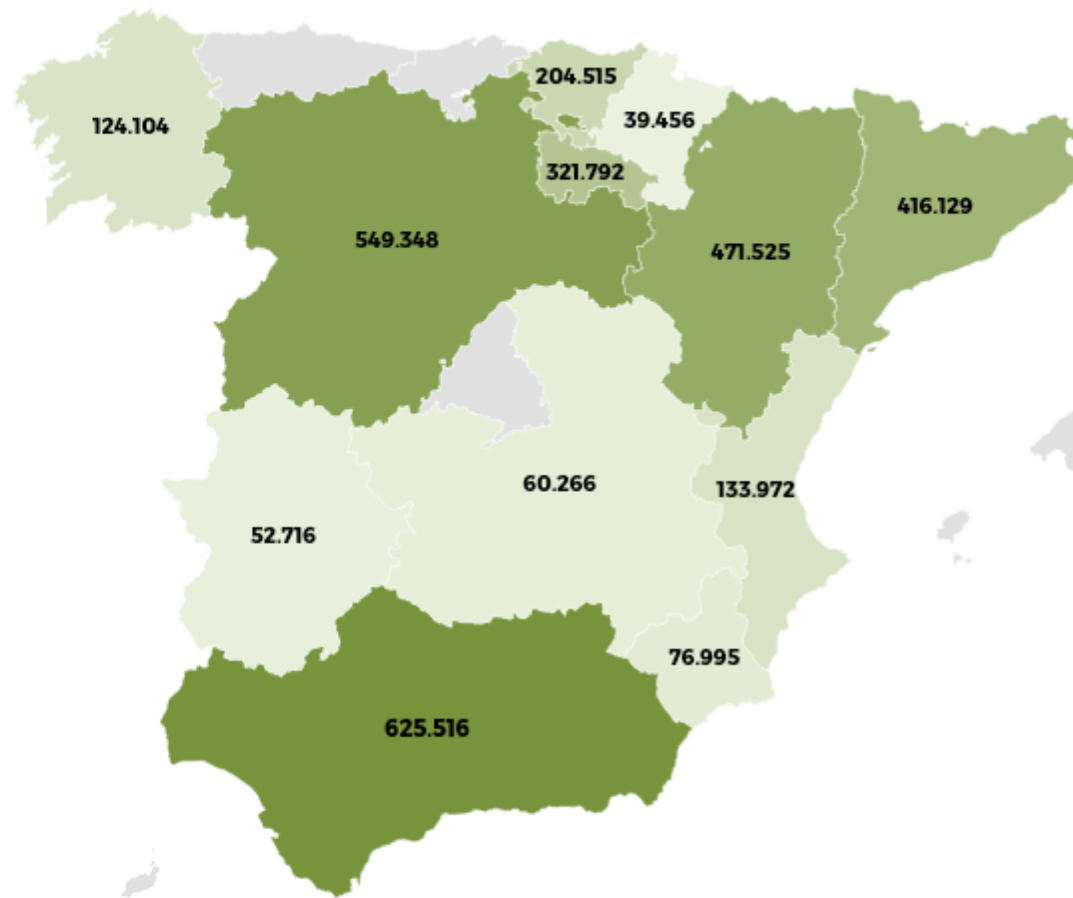
Gráfico 3.3. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.3. Visitantes a bodegas y museos por CCAA

Gráfico 3.4. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España por Comunidades Autónomas (2019)



CCAA	Nº Rutas	Total visitantes
Andalucía	3	625.516
Aragón	4	471.525
Castilla y León	8	549.348
Castilla-La Mancha	3	60.266
Cataluña	2	416.129
Comunidad Foral de Navarra	1	39.456
Comunidad Valenciana	2	133.972
Extremadura	1	52.716
Galicia	1	124.104
La Rioja	2	321.792
País Vasco	1	204.515
Región de Murcia	3	76.995
TOTAL	31	3.076.334

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

Nota: en el caso de las Rutas del Vino cuya extensión abarca diferentes comunidades autónomas, se ha tomado como referencia la región en la que se sitúa la mayor parte del tejido empresarial.

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas



- Si atendemos a la evolución del número de visitantes a bodegas y museos en las distintas Rutas del Vino de España, cabe destacar los **importantes incrementos logrados por las Rutas del Vino de Navarra (54,10%), Rioja Oriental (40,69%), Sierra de Francia (36,58%), Montilla-Moriles (29,71%) y Cigales (26,53%),**
- Algunas Rutas, como **Navarra o Bierzo Enoturismo, recuperan tasas de crecimiento positivo tras un leve descenso acaecido en el periodo anterior,** mientras otras rutas continúan en plena fase de crecimiento, enlazando ya varios años de ascenso continuado.
- En relación al **descenso de visitantes,** cabe mencionar **Enoturisme Penedès (-16,06%), Lleida (-9,93%, que acumula varios periodos de retroceso), Ronda (-7,81%), Arlanza (-4,10%) y Garnacha – Campo de Borja (-3,64%).**

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

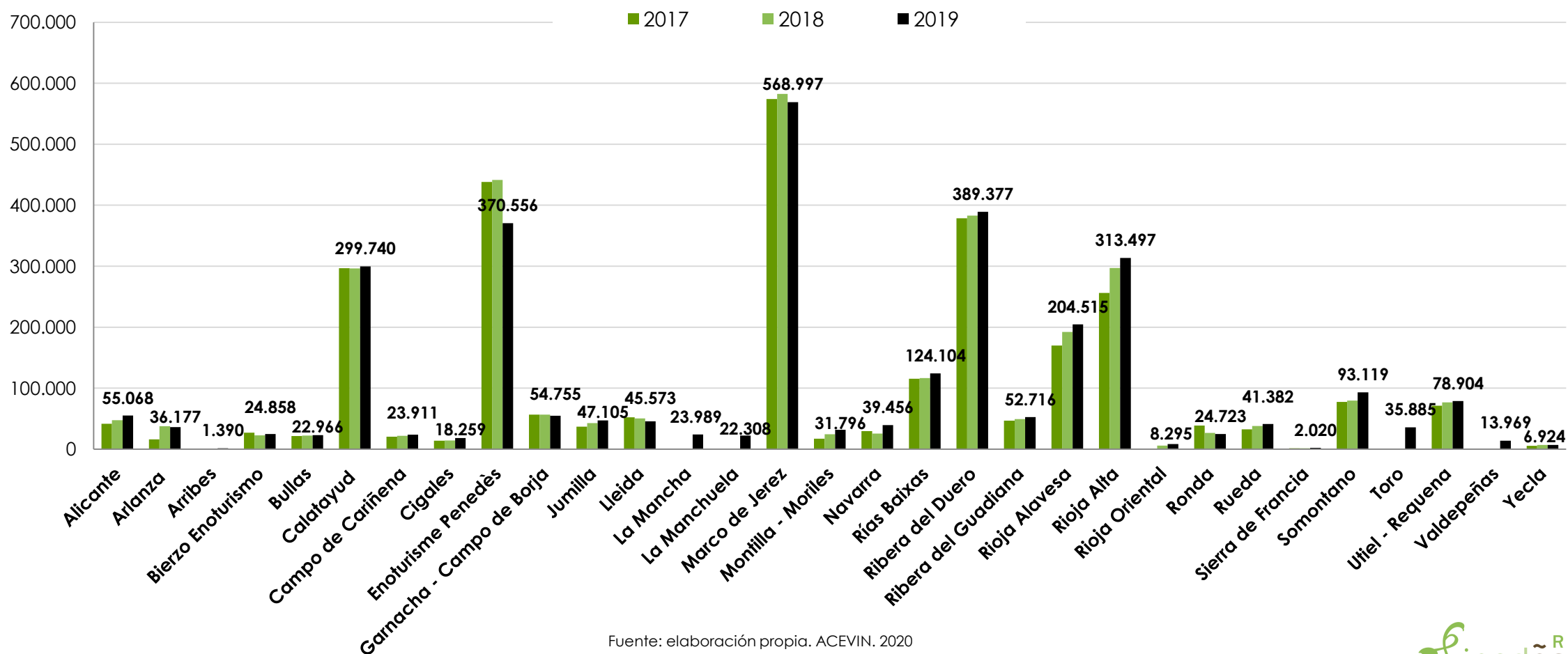
Rutas Del Vino	2019	2018	2017	% Variación 2018-2019	% Variación 2017-2018
Alicante	55.068	47.507	41.662	15,92%	12,30%
Arlanza	36.177	37.725	16.028	-4,10%	135,37%
Arribes	1.390	-	-	-	-
Bierzo Enoturismo	24.858	22.712	27.027	9,45%	-15,97%
Bullas	22.966	22.423	21.612	2,42%	3,75%
Calatayud	299.740	296.325	296.597	1,15%	-0,09%
Campo de Cariñena	23.911	22.055	20.636	8,42%	6,88%
Cigales	18.259	14.431	13.990	26,53%	3,15%
Enoturisme Penedès	370.556	441.467	438.112	-16,06%	0,77%
Garnacha – C. Borja	54.755	56.821	56.645	-3,64%	0,31%
Jumilla	47.105	42.722	36.773	10,26%	16,18%
Lleida	45.573	50.596	52.116	-9,93%	-2,92%
La Mancha	23.989	-	-	-	-
La Manchuela	22.308	-	-	-	-
Marco de Jerez	568.997	582.351	574.242	-2,29%	1,41%
Montilla - Moriles	31.796	24.513	17.249	29,71%	42,12%

Rutas Del Vino	2019	2018	2017	% Variación 2018-2019	% Variación 2017-2018
Navarra	39.456	25.605	29.444	54,10%	-13,04%
Rías Baixas	124.104	116.557	115.459	6,47%	0,95%
Ribera del Duero	389.377	383.150	378.663	1,63%	1,18%
Ribera del Guadiana	52.716	49.445	46.704	6,62%	5,87%
Rioja Alavesa	204.515	192.213	169.888	6,40%	13,14%
Rioja Alta	313.497	297.268	256.303	5,46%	15,98%
Rioja Oriental	8.295	5.896	-	40,69%	-
Ronda	24.723	26.818	38.686	-7,81%	-30,68%
Rueda	41.382	38.009	32.372	8,87%	17,41%
Sierra de Francia	2.020	1.479	1.388	36,58%	6,56%
Somontano	93.119	79.601	77.541	16,98%	2,66%
Toro	35.885	-	-	-	-
Utiel - Requena	78.904	76.627	71.295	2,97%	7,48%
Valdepeñas	13.969	-	-	-	-
Yecla	6.924	7.063	5.537	-1,97%	27,56%
TOTAL	3.076.334	2.961.379	3.213.267	3,88%	-7,84%

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

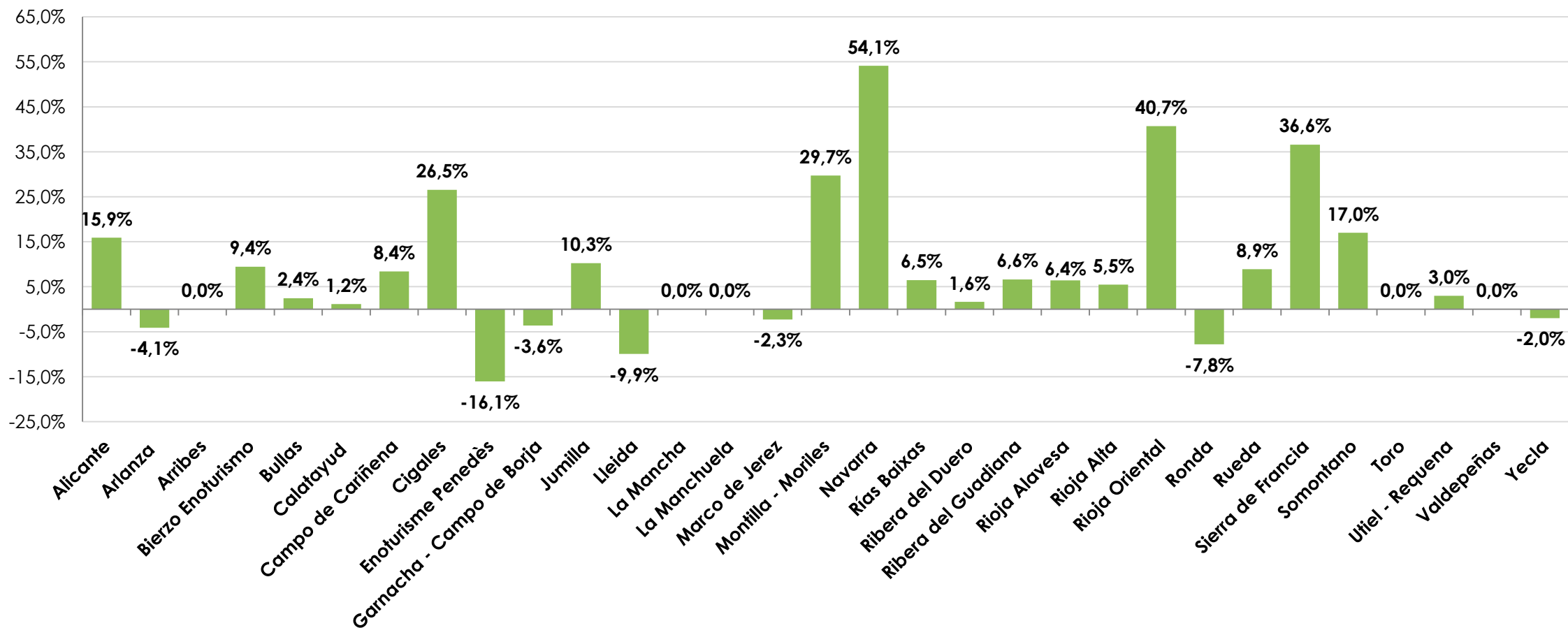
Gráfico 3.5. Evolución del número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España.
(2017 - 2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

Gráfico 3.6. Variación interanual (%) del número de visitantes recibidos en las Rutas del Vino de España (2018 – 2019)

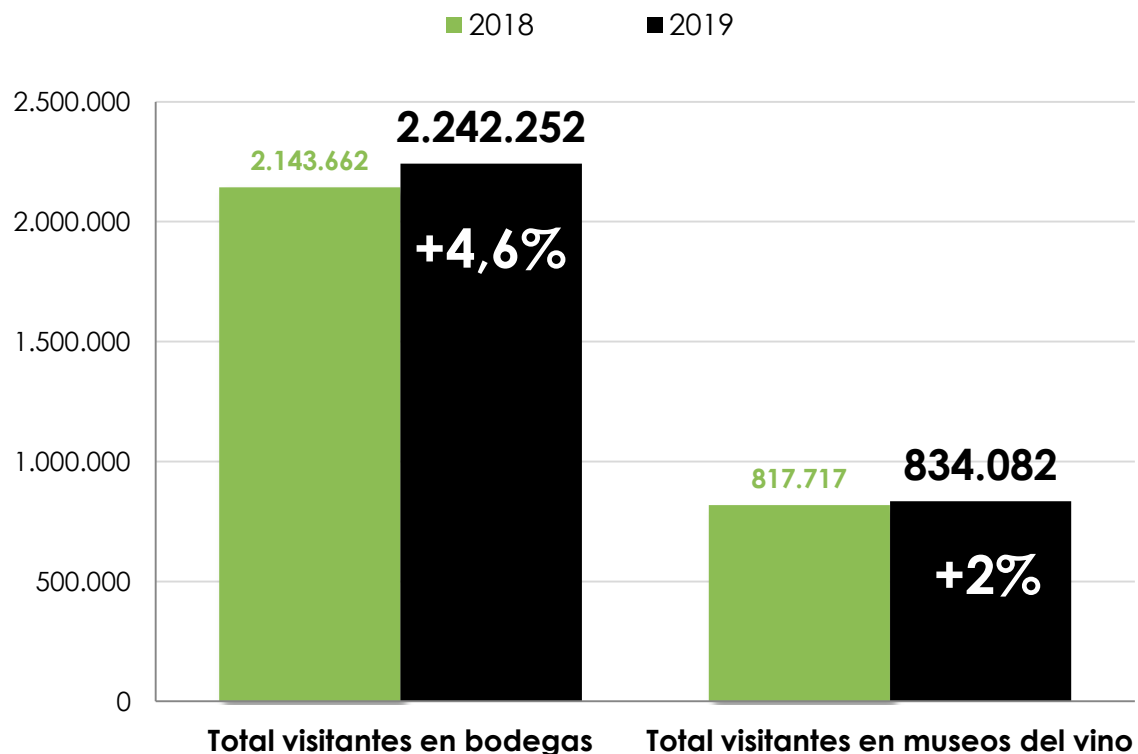


23

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.7. Evolución del número total de visitantes recibidos en bodegas y museos del vino (2018-2019)

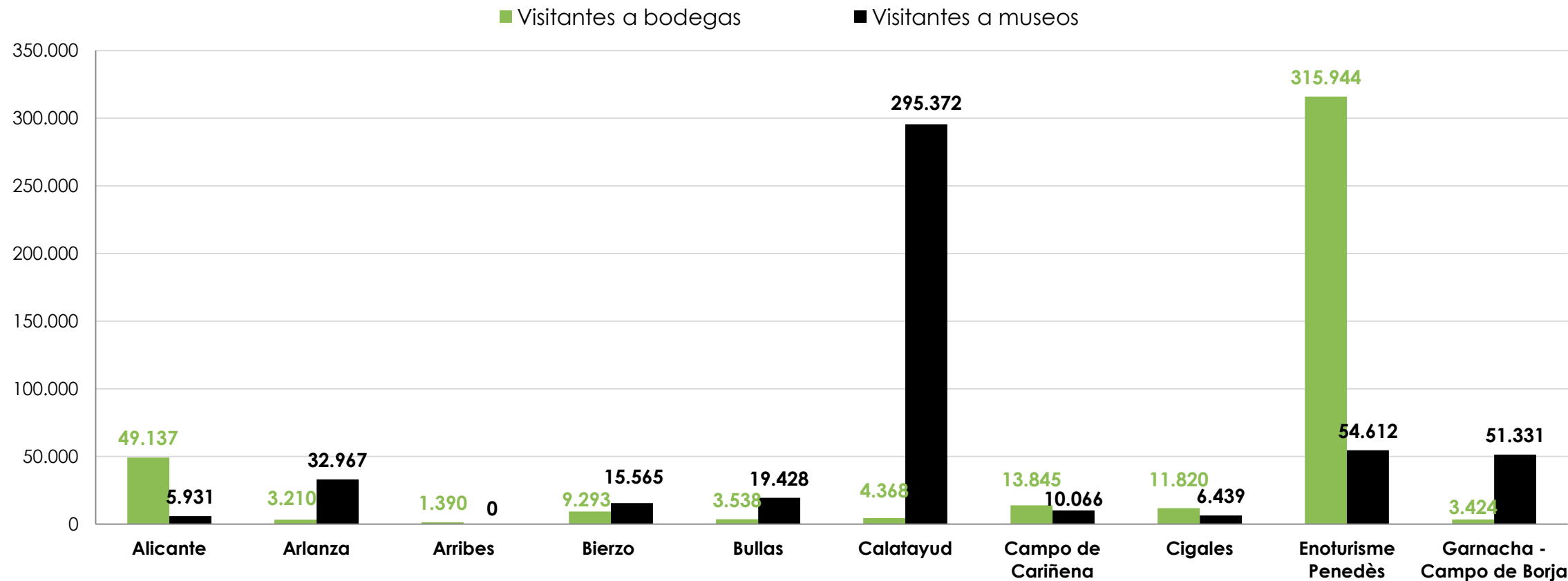


Fuente: elaboración propia. ACEVIN, 2020

- De los 3.076.334 visitantes registrados durante 2019, **un 72,9% corresponde a visitantes a bodegas (2.242.252), y un 27,1% corresponde a visitantes a museos (834.082)**, aumentando las bodegas su importancia porcentual respecto al año anterior.
- Ambas cifras han experimentado un leve crecimiento:
 - En el caso de las bodegas, se han recibido casi **100.000 visitantes más**, lo que supone un crecimiento del 4,6%
 - En el caso de los museos, el número de visitantes ha aumentado en un 2%, lo que supone unos **16.000 visitantes más**.

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

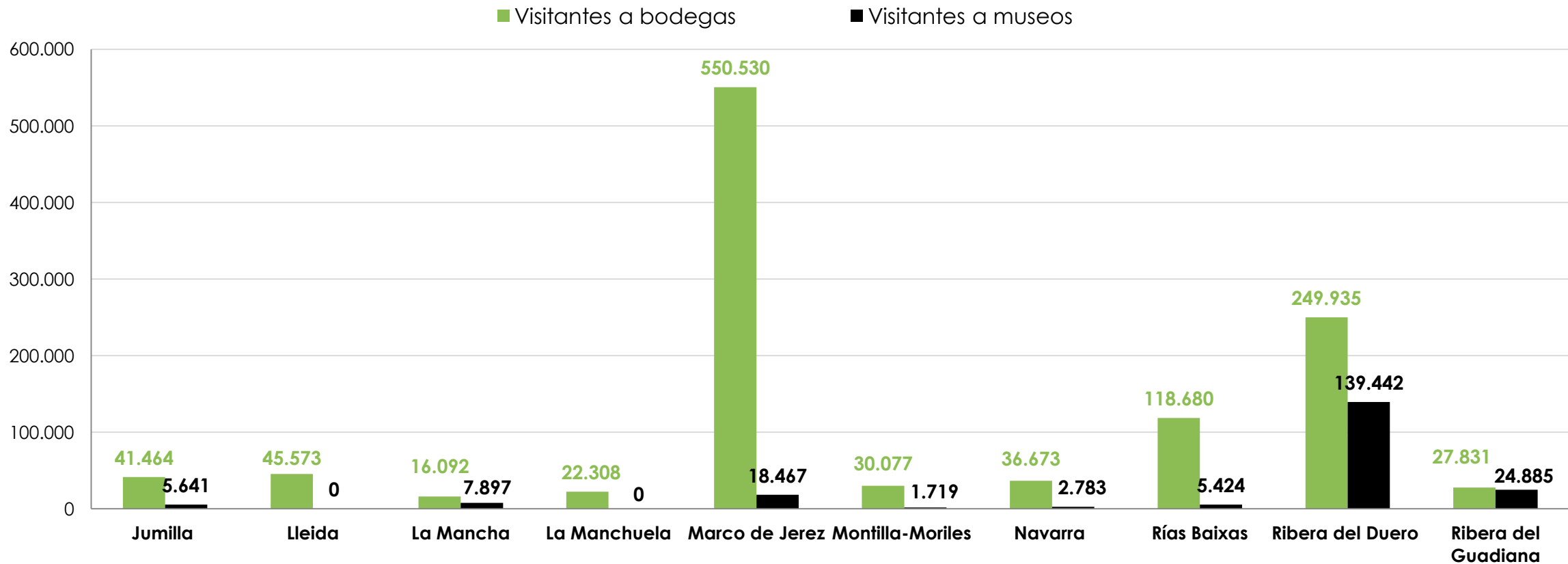
Gráfico 3.8. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2019) – PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.8. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2019) – PARTE II

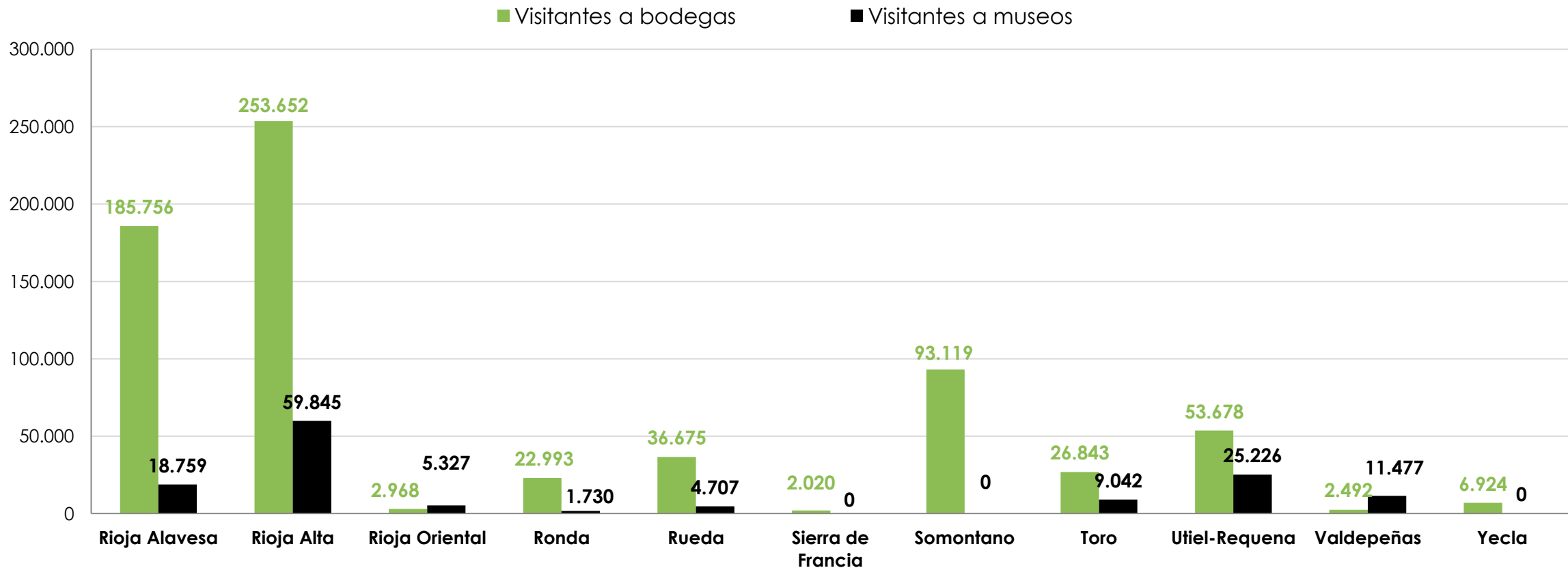


26

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.8. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2019) – PARTE III



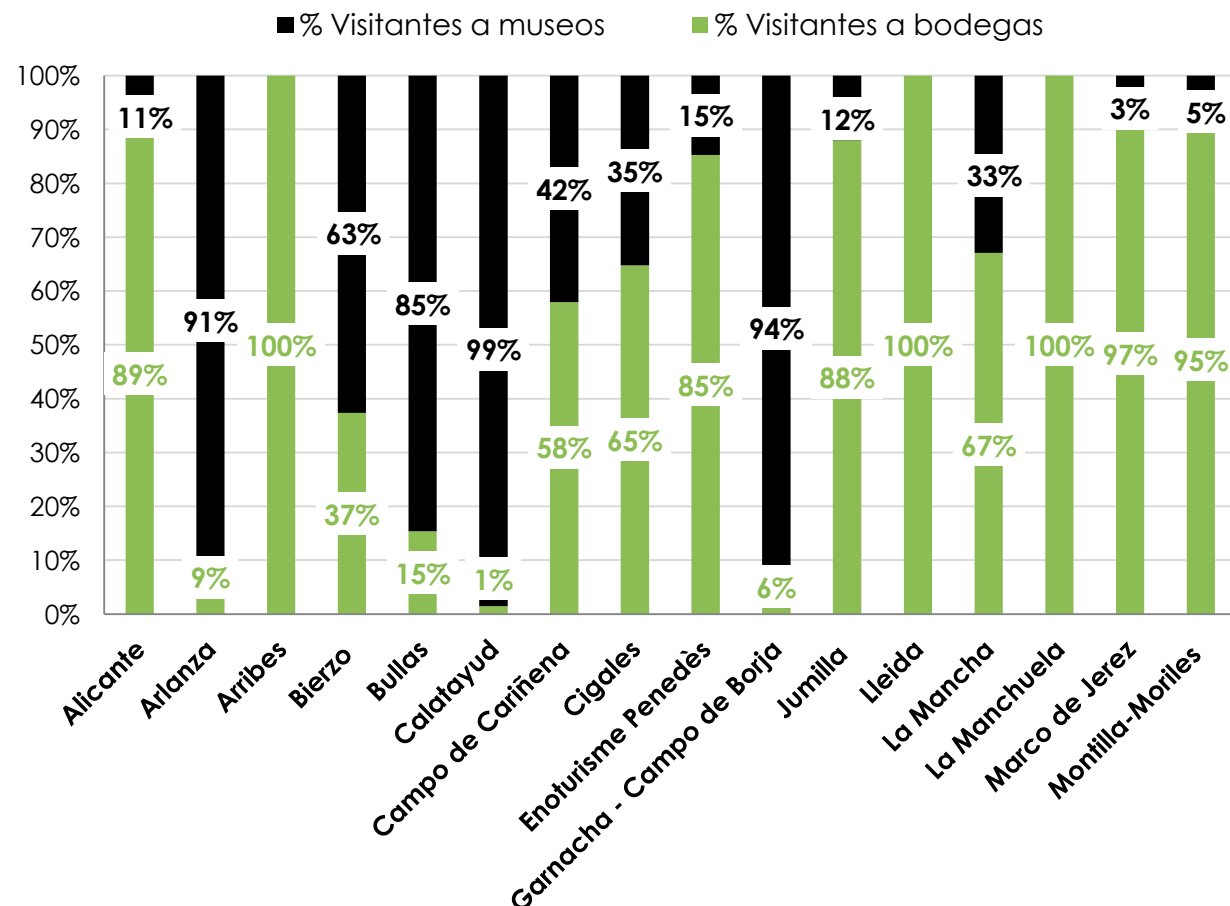
27

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Rutas Del Vino	Total	Visitantes a bodegas	Visitantes a museos	%
Alicante	55.068	49.137	5.931	89% / 11%
Arlanza	36.177	3.210	32.967	9% / 91%
Arribes	1.390	1.390	-	100% / 0%
Bierzo Enoturismo	24.858	9.293	15.565	37% / 63%
Bullas	22.966	3.538	19.428	15% / 85%
Calatayud	299.740	4.368	295.372	1% / 99%
Campo de Cariñena	23.911	13.845	10.066	58% / 42%
Cigales	18.259	11.820	6.439	65% / 35%
Enoturisme Penedès	370.556	315.944	54.612	85% / 15%
Garnacha - Campo de Borja	54.755	3.424	51.331	6% / 94%
Jumilla	47.105	41.464	5.641	88% / 12%
Lleida	45.573	45.573	-	100% / 0%
La Mancha	23.989	16.092	7.897	67% / 33%
La Manchuela	22.308	22.308	-	100% / 0%
Marco de Jerez	568.997	550.530	18.467	97% / 3%
Montilla - Moriles	31.796	30.077	1.719	95% / 5%

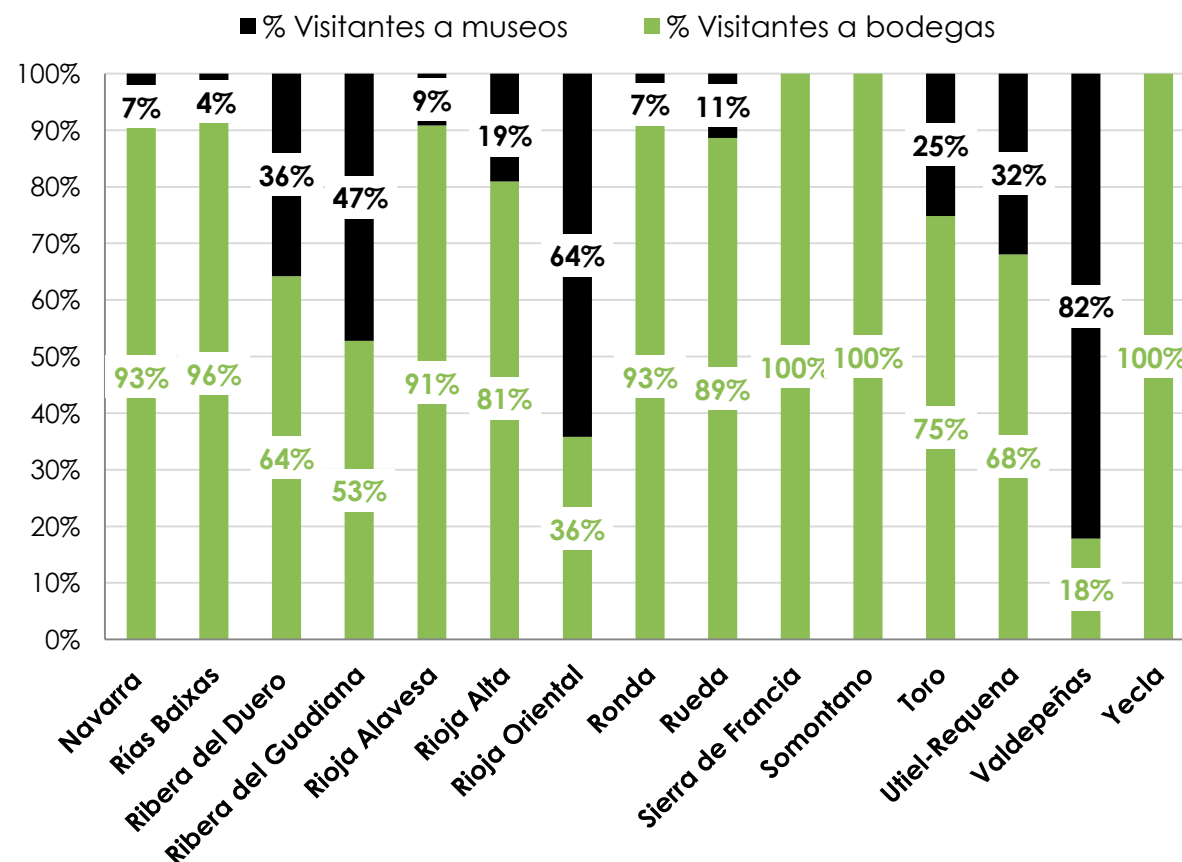
Gráfico 3.9. Importancia porcentual del número de visitantes recibidos en bodegas y museos por Rutas (2019) – PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.5. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.9. Importancia porcentual del número de visitantes recibidos en bodegas y museos por Rutas (2019) – PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN, 2020

Rutas Del Vino	Total	Visitantes a bodegas	Visitantes a museos	%
Navarra	39.456	36.673	2.783	93% / 7%
Rías Baixas	124.104	118.680	5.424	96% / 4%
Ribera del Duero	389.377	249.935	139.442	64% / 36%
Ribera del Guadiana	52.716	27.831	24.885	53% / 47%
Rioja Alavesa	204.515	185.756	18.759	91% / 9%
Rioja Alta	313.497	253.652	59.845	81% / 19%
Rioja Oriental	8.295	2.968	5.327	36% / 64%
Ronda	24.723	22.993	1.730	93% / 7%
Rueda	41.382	36.675	4.707	89% / 11%
Sierra de Francia	2.020	2.020	-	100% / 0%
Somontano	93.119	93.119	-	100% / 0%
Toro	35.885	26.843	9.042	75% / 25%
Utiel - Requena	78.904	53.678	25.226	68% / 32%
Valdepeñas	13.969	2.492	11.477	18% / 82%
Yecla	6.924	6.924	-	100% / 0%
TOTAL	3.076.334	2.242.252	834.082	73% / 27%

3.6. Número de visitantes a bodegas



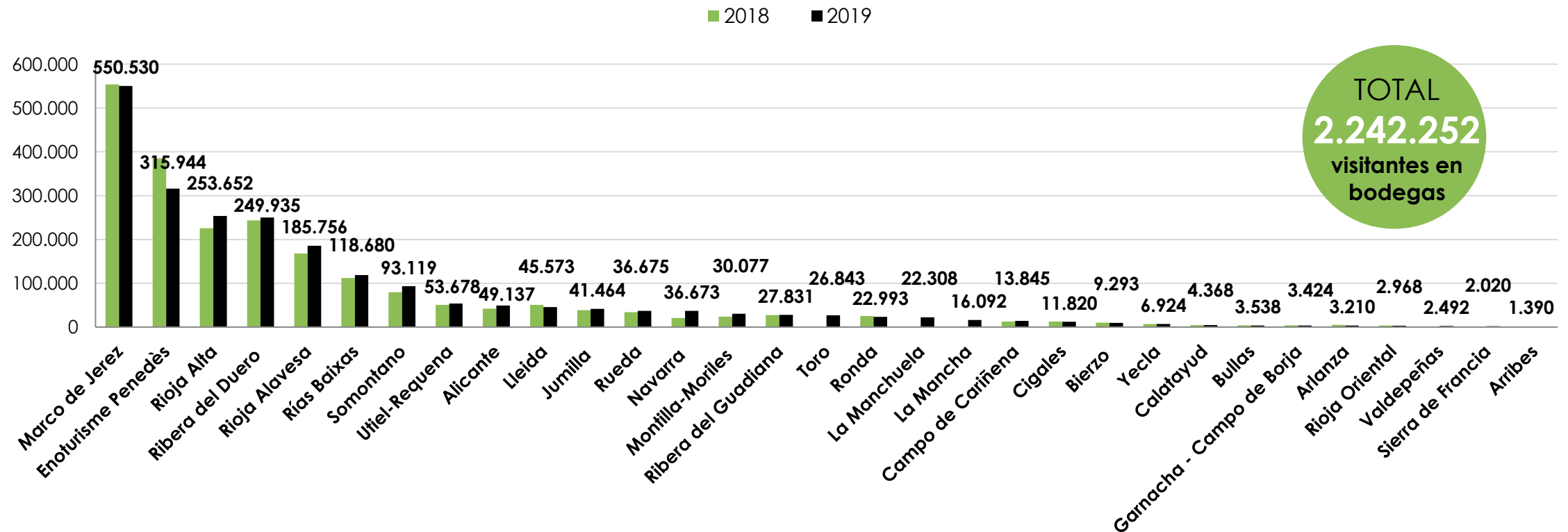
Si analizamos de manera desglosada el número de visitantes recibidos en bodegas y museos, **las Rutas del Vino que reciben un mayor número de visitantes en sus bodegas son:**

- **Marco de Jerez**, con **550.530** visitantes (↓ -0,6%)
- **Enoturisme Penedès**, con **315.944** visitantes (↓ -17,9%)
- **Rioja Alta**, con **253.652** visitantes (↑ 12,4%)
- **Ribera del Duero**, con **249.935** visitantes (↑ 2,8%)
- **Rioja Alavesa**, con **185.756** visitantes (↑ 10,8%)
- **Rías Baixas**, con **118.680** visitantes (↑ 5,8%)

3.6. Número de visitantes a bodegas

El 64,5% de las Rutas del Vino han registrado un aumento del número de visitantes recibidos en bodegas

Gráfico 3.10. Evolución número de visitantes recibidos en bodegas de las Rutas del Vino de España (2018-2019)



31

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a bodegas. Orden descendente

3.6. Número de visitantes a bodegas



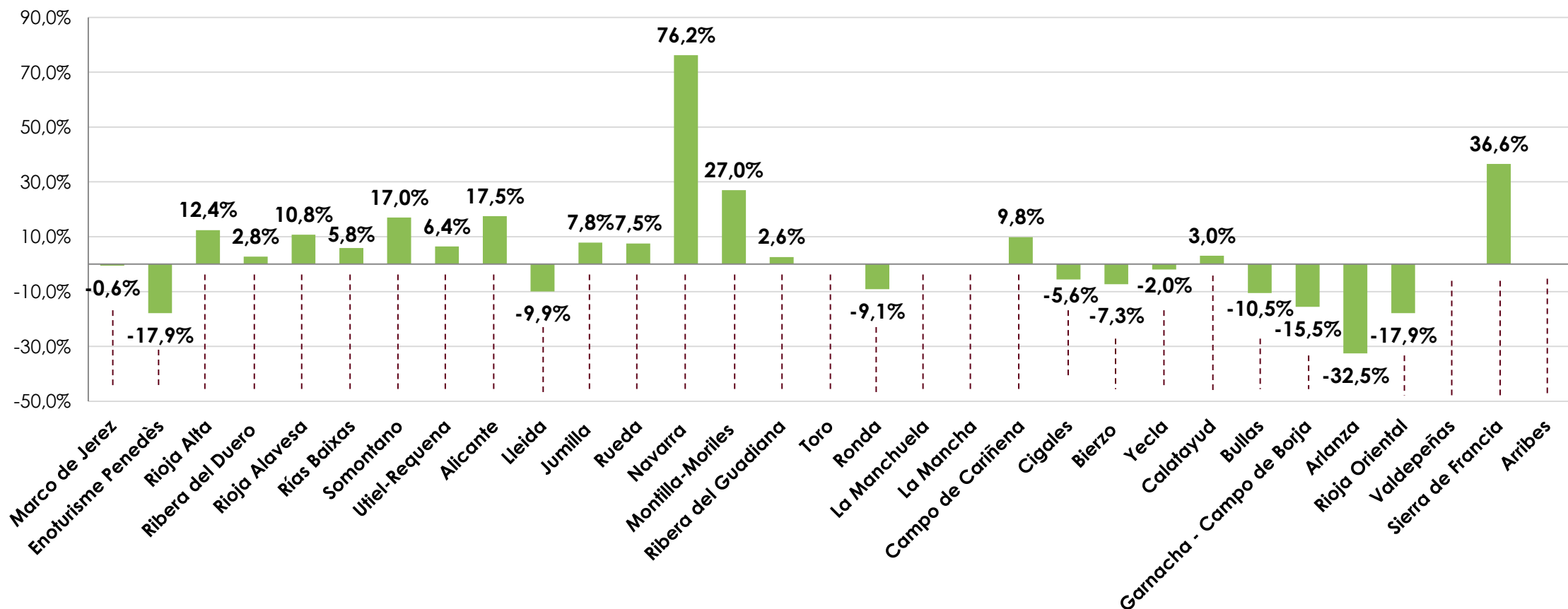
Si atendemos a la evolución **del número de visitantes a bodegas** durante el último periodo, destaca el ritmo de crecimiento de:

- **Ruta del Vino de Navarra**, con 15.000 visitantes más, registra un crecimiento del 76,2%,
- **Sierra de Francia**, con 500 visitantes más, supone un ascenso del 36,6%,
- **Montilla-Moriles**, con un aumento de 6.000 visitantes, supone un crecimiento del 27% respecto al año anterior.

Por el contrario, las Rutas del Vino de Arlanza (↓ -32,5%), Enoturisme Penedès y Rioja Oriental (↓ -17,9%) han registrado un leve descenso.

3.6. Número de visitantes a bodegas

Gráfico 3.11. Variación interanual del número de visitantes recibidos en bodegas de las Rutas del Vino de España (2018-2019)



33

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a bodegas. Orden descendente

3.7. Número de visitantes a museos

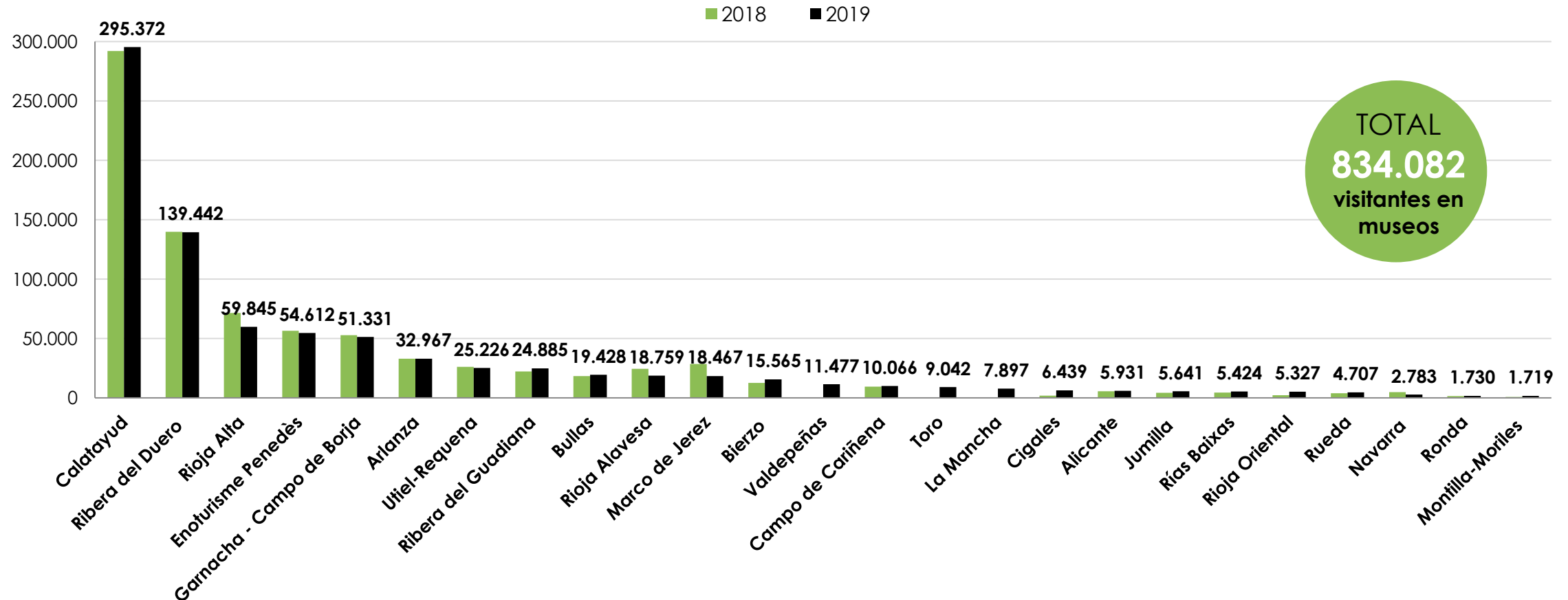
Atendiendo ahora a las visitas específicas a museos, **se puede observar que en algunas Rutas los museos y centros de interpretación constituyen un recurso de vital importancia** con una fuerte capacidad de atracción de turistas.

Es el caso de la Ruta del Vino de Calatayud, en la que los museos reciben cerca de 300.000 visitantes al año, y la Ruta del Vino de Ribera del Duero, en la que se reciben cerca de 140.000 visitantes.

Asimismo, destaca el crecimiento interanual registrado en las Rutas de Cigales (↑ 236,9%), Rioja Oriental (↑ 133,4%) y Montilla-Moriles (↑ 107,9%). Por el contrario, las Rutas de Navarra (↓ -42,0%), Marco de Jerez (↓ -35,4%) y Rioja Alavesa (↓ -23,5%) han experimentado un descenso en el número de visitantes.

3.7. Número de visitantes a museos

Gráfico 3.12. Evolución del número de visitantes recibidos en museos de las Rutas del Vino de España

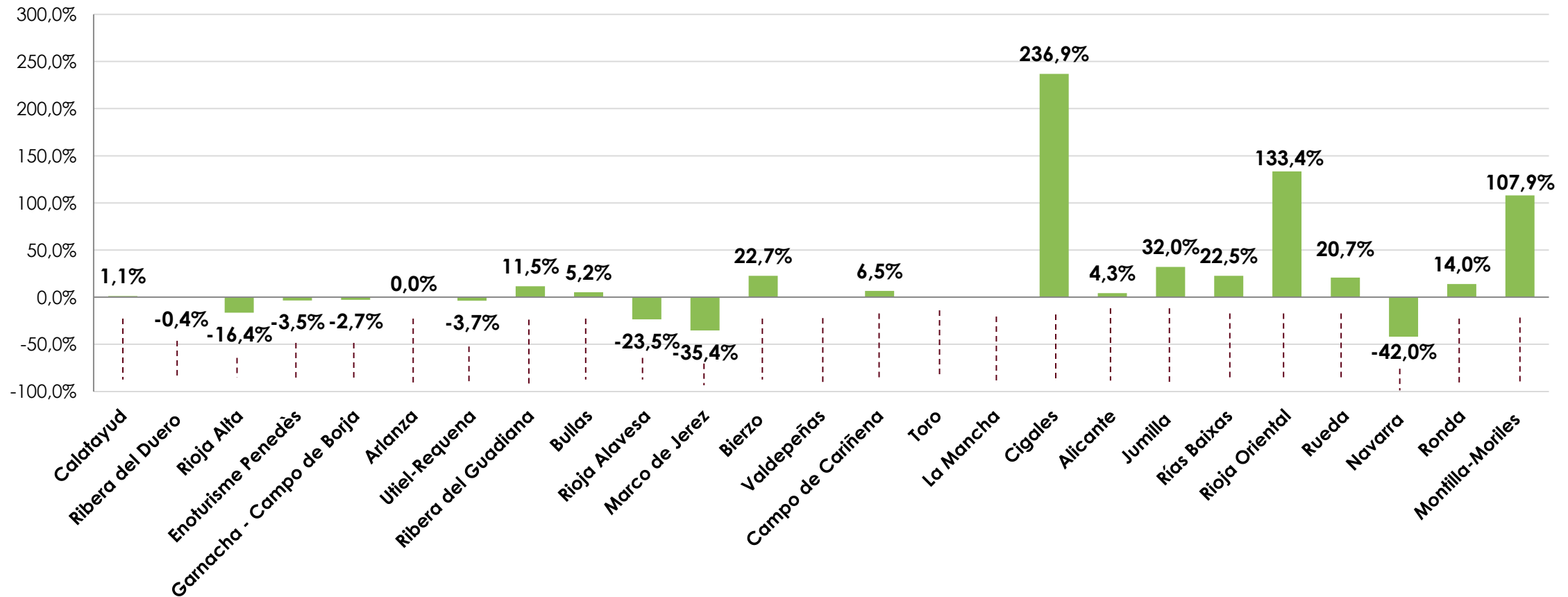


35

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a museos. Orden descendente

3.7. Número de visitantes a museos

Gráfico 3.13. Variación interanual del número de visitantes recibidos en museos de las Rutas del Vino de España (2018-2019)

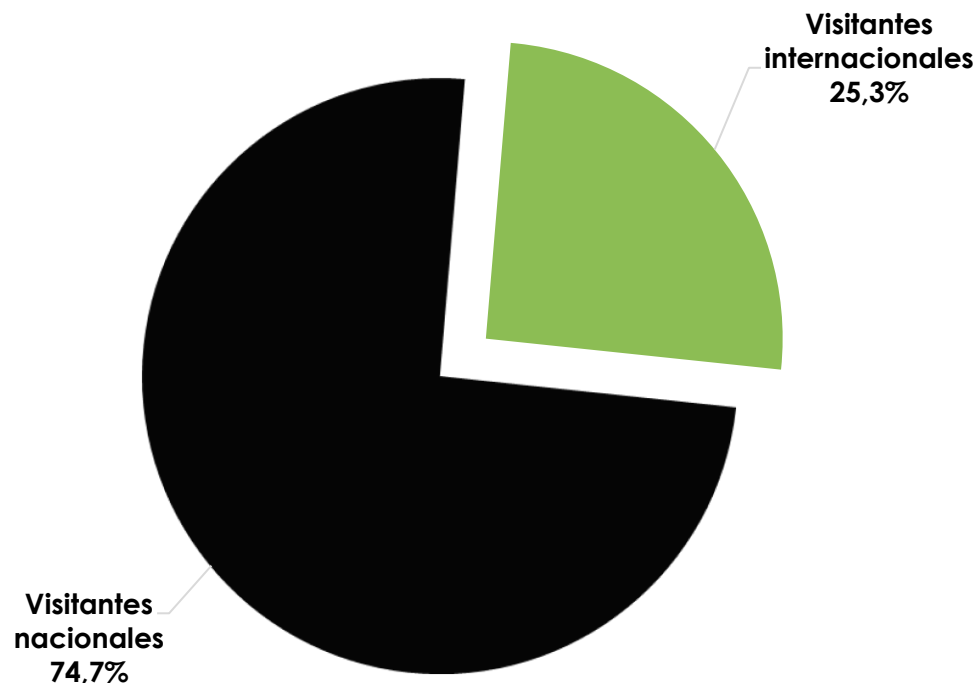


36

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a museos. Orden descendente

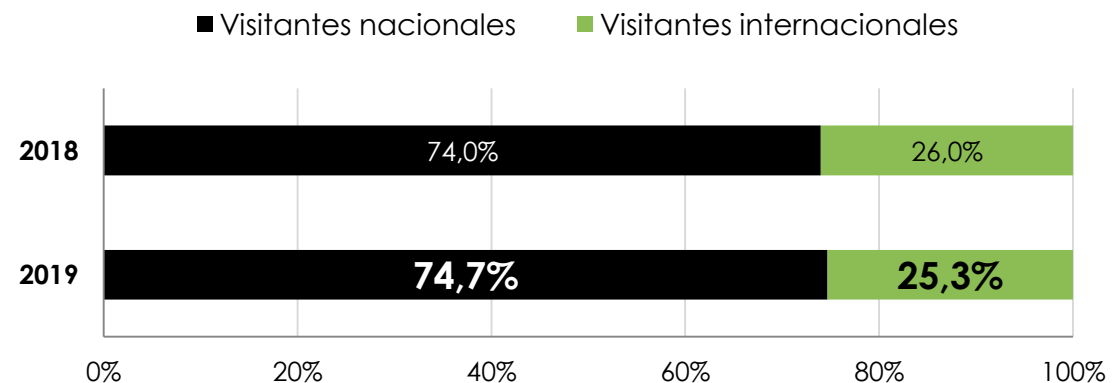
3.8. Procedencia de los visitantes

Gráfico 3.14. Distribución de visitantes a las Rutas del Vino por procedencia (2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

Gráfico 3.15. Evolución de la distribución de visitantes según procedencia (2018 – 2019)

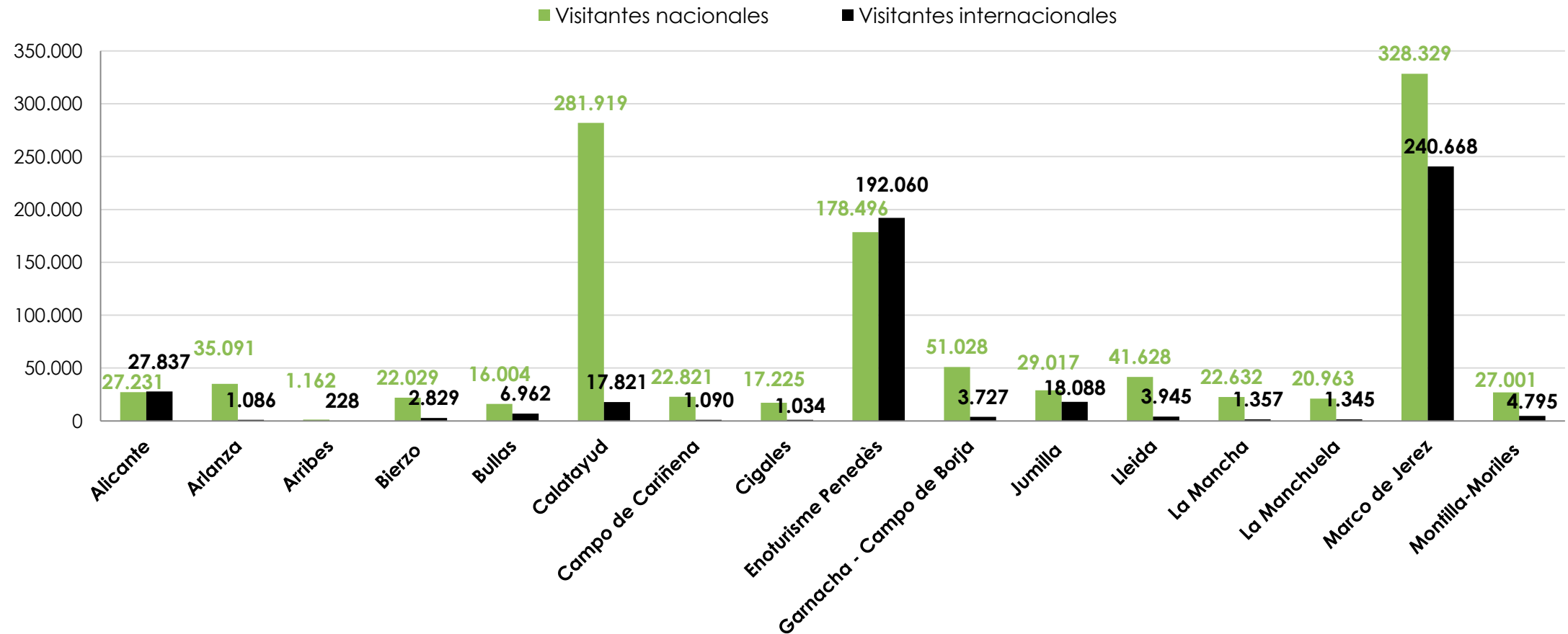


Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

Con respecto a la distribución entre visitantes de procedencia nacional y de procedencia internacional, apenas se observan variaciones respecto al periodo anterior: **el 74,7% de los visitantes (2.297.161) son nacionales, mientras que el 25,3% son internacionales (779.173).**

3.8. Procedencia de los visitantes

Gráfico 3.16. Distribución de visitantes a bodegas y museos según procedencia en las Rutas del Vino de España (2019) –
PARTE I

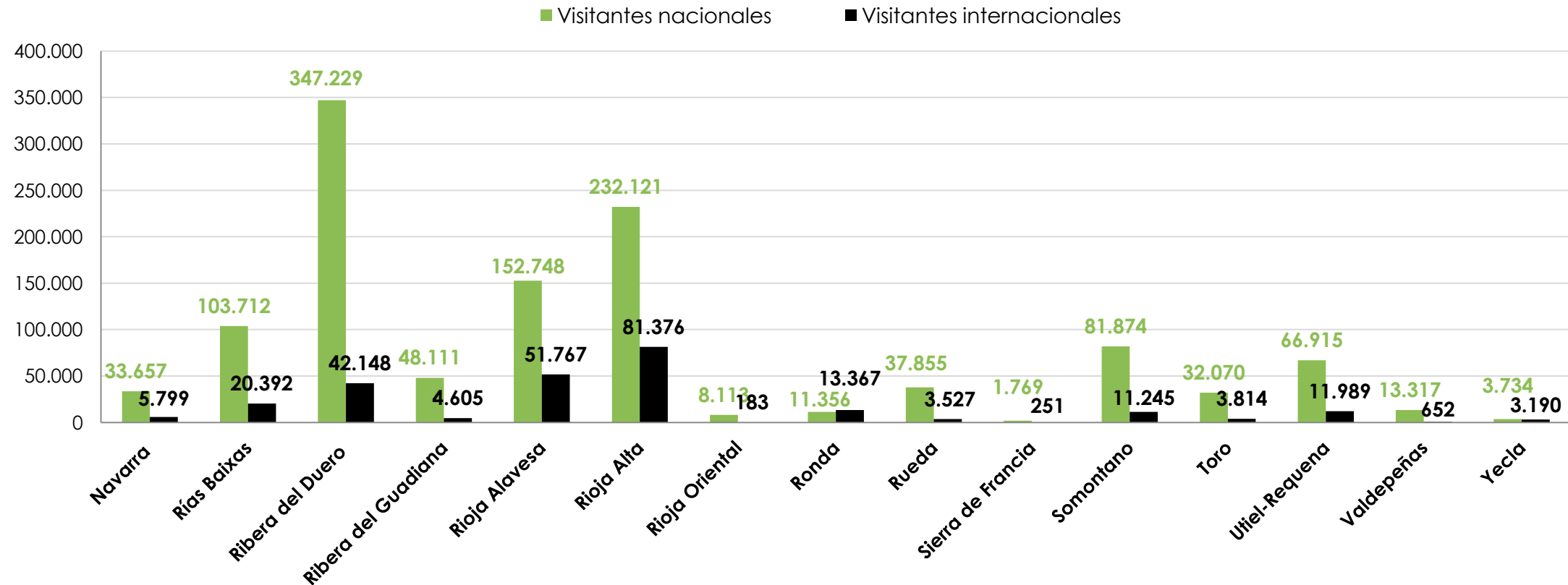


38

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

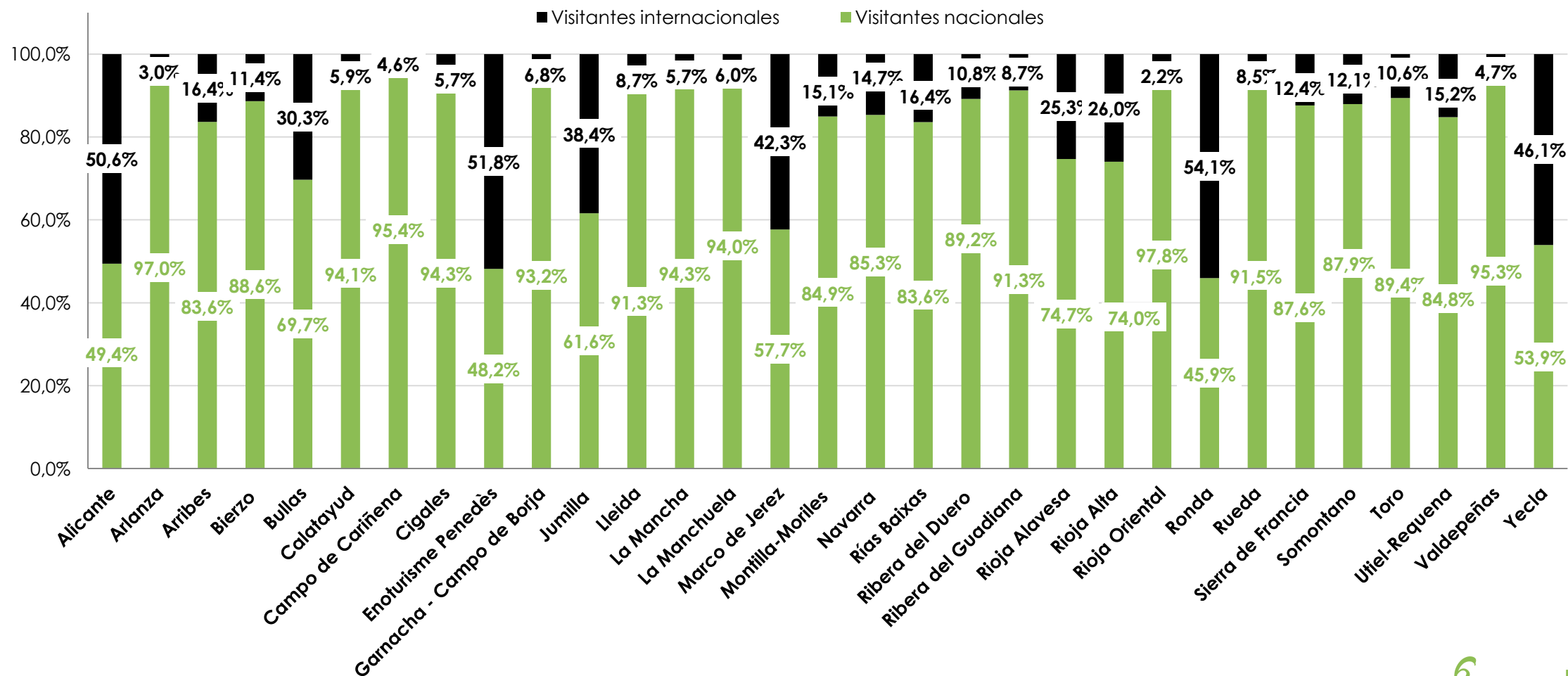
3.8. Procedencia de los visitantes

Gráfico 3.16. Distribución de visitantes a bodegas y museos según procedencia en las Rutas del Vino de España (2019) –
PARTE II



3.8. Procedencia de los visitantes

Gráfico 3.17. Distribución porcentual de visitantes a bodegas y museos según procedencia en Rutas del Vino de España (2019)

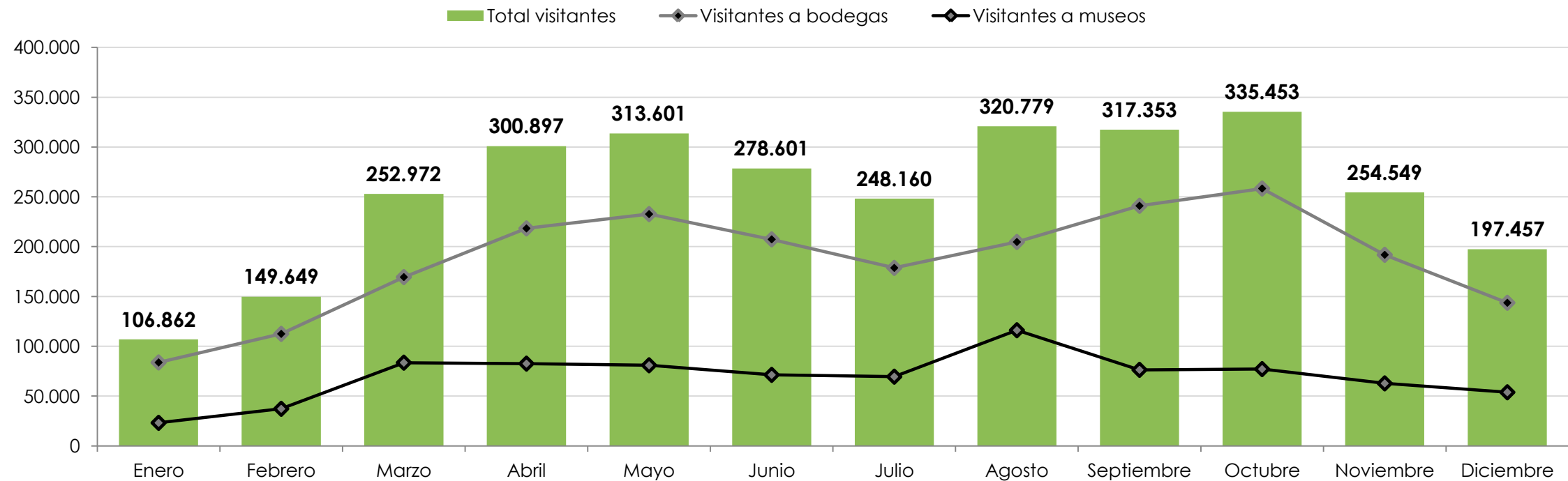


40

3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Los meses de **agosto, septiembre y octubre** fueron los que contaron con una mayor afluencia de **visitantes** superando los 300.000 visitas a bodegas y museos, **destacando especialmente octubre** como el mes que mayor número de visitantes recibieron las Rutas del Vino de España en 2019 (335.453 visitas)

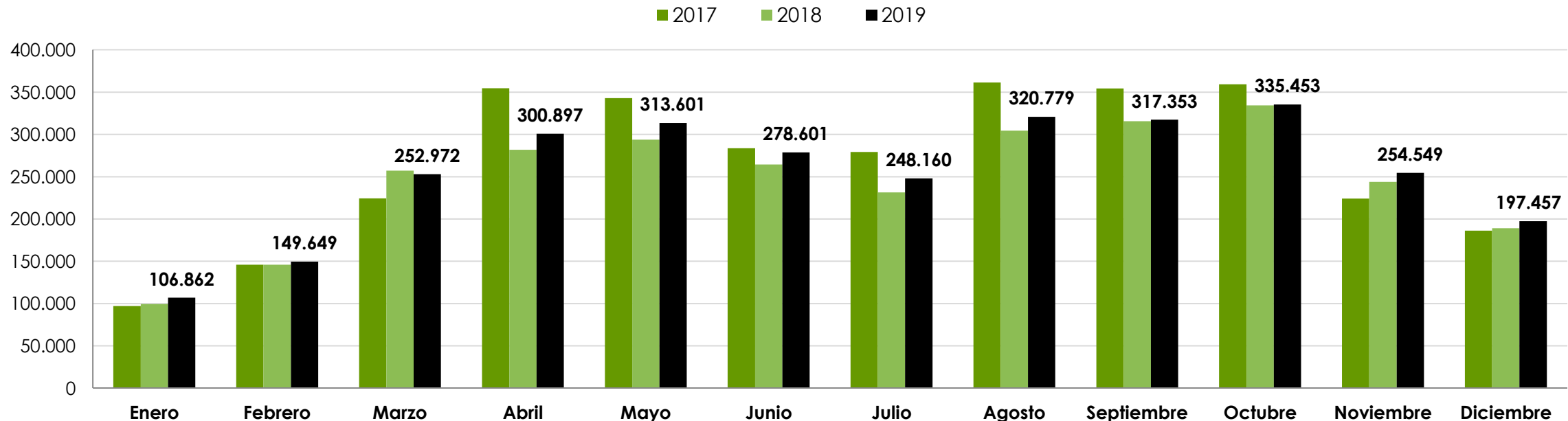
Gráfico 3.18. Distribución mensual visitantes en las Rutas del Vino de España (2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.19. Evolución de la distribución mensual de visitantes en las Rutas del Vino de España (2017-2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

En relación a los años anteriores, el crecimiento experimentado se distribuye durante todos los meses del año, siendo especialmente significativo el **aumento de afluencia durante los meses de primavera y verano**, mientras que el mes de marzo experimentó un ligero retroceso.



3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos



Año 2019

Ruta del Vino	Mes de mayor afluencia	Mes de menor afluencia
Alicante	Octubre	Enero
Arlanza	Agosto	Enero
Arribes	Agosto	Enero
Bierzo	Agosto	Enero
Bullas	Marzo	Enero
Calatayud	Agosto	Enero
Campo de Cariñena	Septiembre	Enero
Cigales	Octubre	Enero
Enoturisme Penedès	Octubre	Enero
Garnacha - Campo de Borja	Abril	Noviembre
Jumilla	Noviembre	Agosto
Lleida	Abril	Enero
La Mancha	Agosto	Enero
La Manchuela	Diciembre	Febrero
Marco de Jerez	Septiembre	Enero
Montilla-Moriles	Mayo	Julio

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos



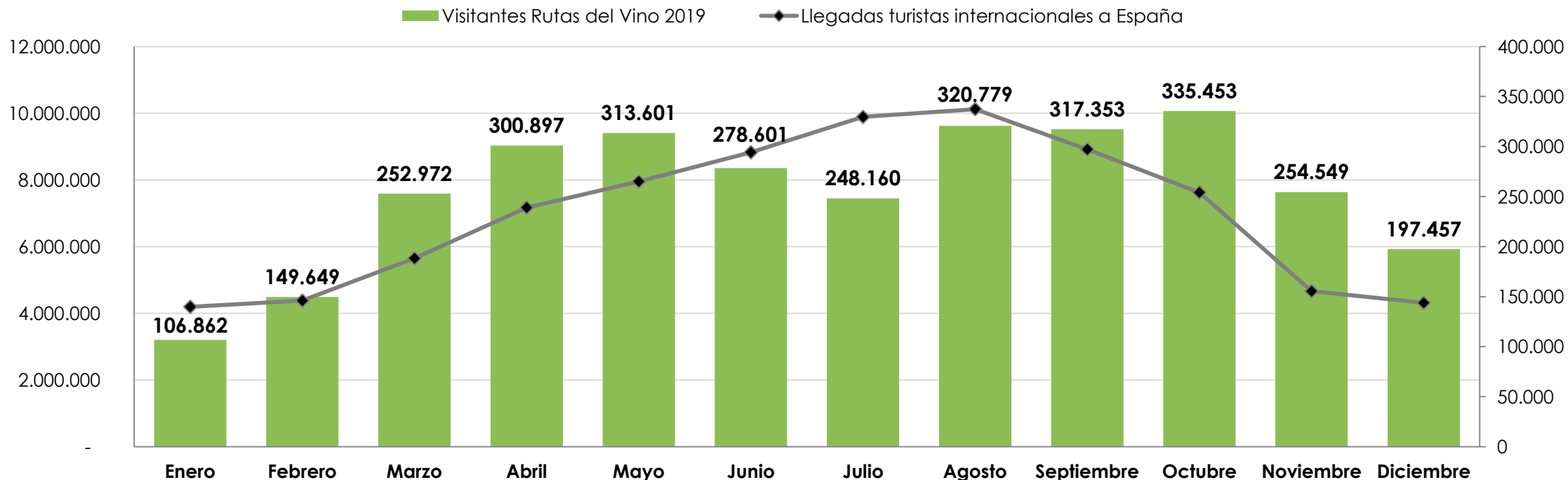
Año 2019

Ruta del Vino	Mes de mayor afluencia	Mes de menor afluencia
Navarra	Abril	Enero
Rías Baixas	Agosto	Enero
Ribera del Duero	Abril	Enero
Ribera del Guadiana	Diciembre	Enero
Rioja Alavesa	Octubre	Enero
Rioja Alta	Octubre	Enero
Rioja Oriental	Junio	Septiembre
Ronda	Octubre	Diciembre
Rueda	Mayo	Enero
Sierra de Francia	Abril	Septiembre
Somontano	Agosto	Enero
Toro	Octubre	Enero
Utiel-Requena	Noviembre	Enero
Valdepeñas	Abril	Enero
Yecla	Noviembre	Agosto

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

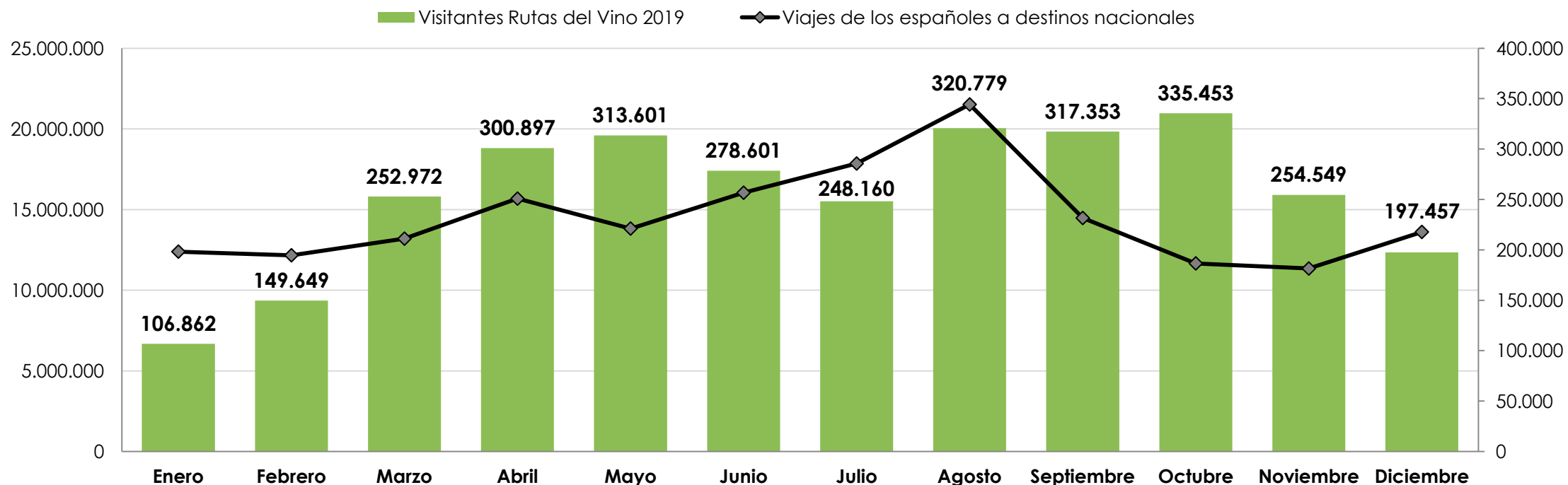
Gráfico 3.20. Comparativa estacionalidad llegadas turismo internacional a España vs Visitantes Rutas del Vino (2019)



Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la estacionalidad del turismo internacional en España (datos de llegadas de turistas internacionales publicados por FRONTUR), vemos cómo **los picos de demanda continúan complementándose perfectamente, por lo que el modelo de Rutas del Vino de España contribuye de manera importante a la desestacionalización.**

3.9. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.21. Comparativa estacionalidad turismo interno a España vs Visitantes Rutas del Vino (2019)



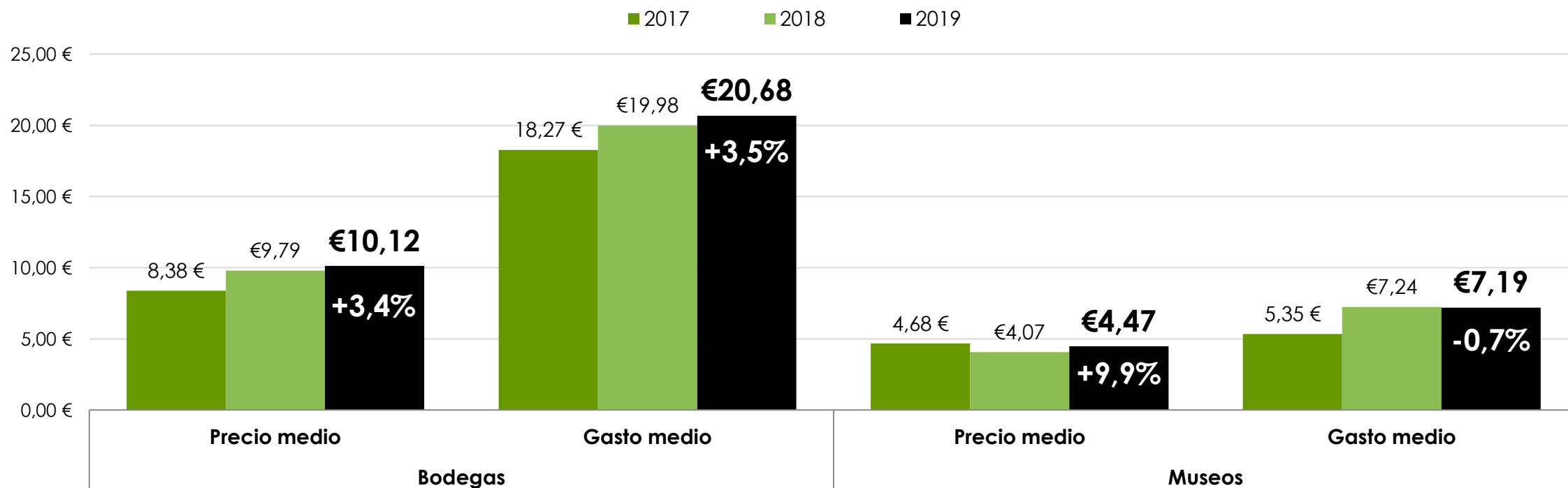
Al analizar la distribución de los viajes de los españoles a otros destinos nacionales (FAMILITUR), se observa cómo **la curva de visitantes de las Rutas del Vino se complementa muy bien también con el turismo doméstico, contribuyendo a la desestacionalización de la actividad turística en nuestro país.**



4. Impacto económico del enoturismo

4.1. Precio medio de la visita y gasto medio por visitante

Gráfico 4.1. Evolución precio medio de la visita y gasto medio en tienda por visitante en las Rutas del Vino (2017-2019)



48

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por Rutas

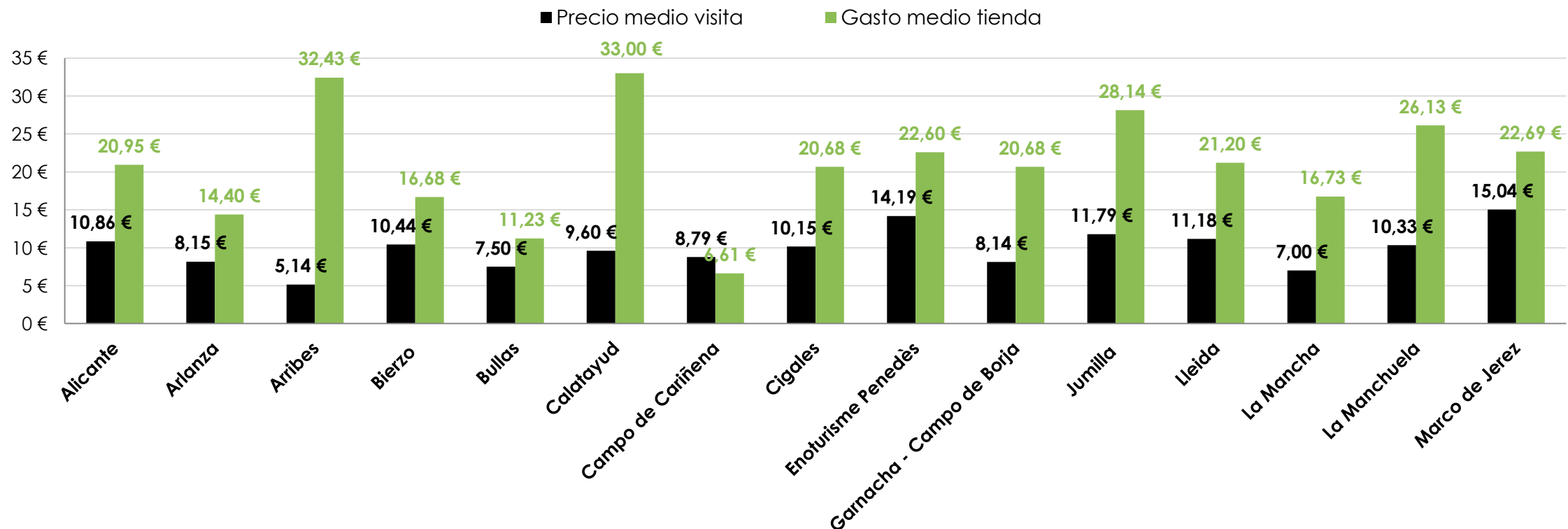
Las bodegas **que establecen precios medios más elevados para su visita** se corresponden en primer lugar con la Ruta del Vino de **Ronda** (21,07 €), seguida de las bodegas de **Rioja Alavesa** (15,28 €) y **Marco de Jerez** (15,04 €).

Por otro lado, las bodegas de las Rutas del Vino que presentan un **mayor gasto medio por visitante en tienda** son, respectivamente: **Somontano** (49,84 €) **Calatayud** (33,00 €), **Arribes** (32,43 €), **Toro** (32,25 €) y **Ribera del Duero** (29,54 €).

4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por Rutas

El gasto medio por visitante en tienda es, en la gran parte de los casos, considerablemente superior al precio medio de la visita: Por tanto, **los turistas gastan más en la compra de vinos y la adquisición de otros productos en las bodegas que en la propia visita**, siendo ésta tan solo una parte de su gasto.

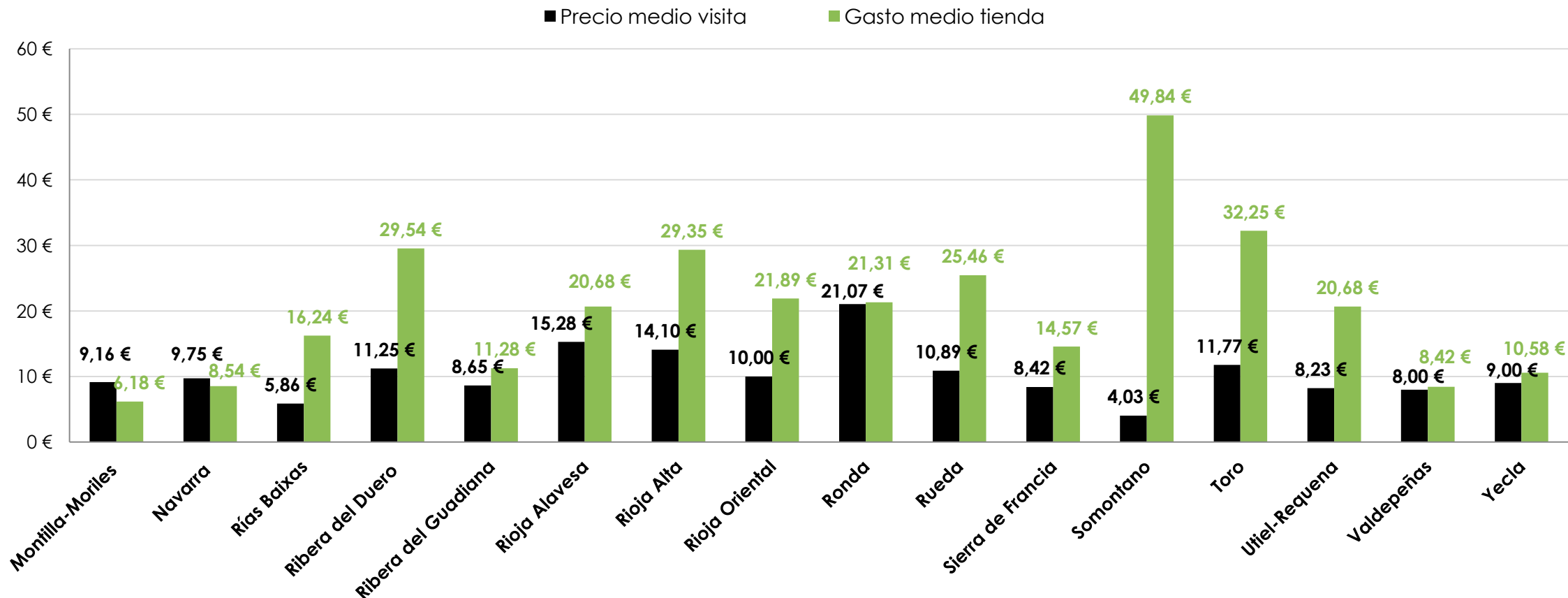
Gráfico 4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por visitante a bodegas en las Ruta del Vino (2019) - PARTE I



50

4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por Rutas

Gráfico 4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por visitante a bodegas en las Ruta del Vino (2019) - PARTE II



51

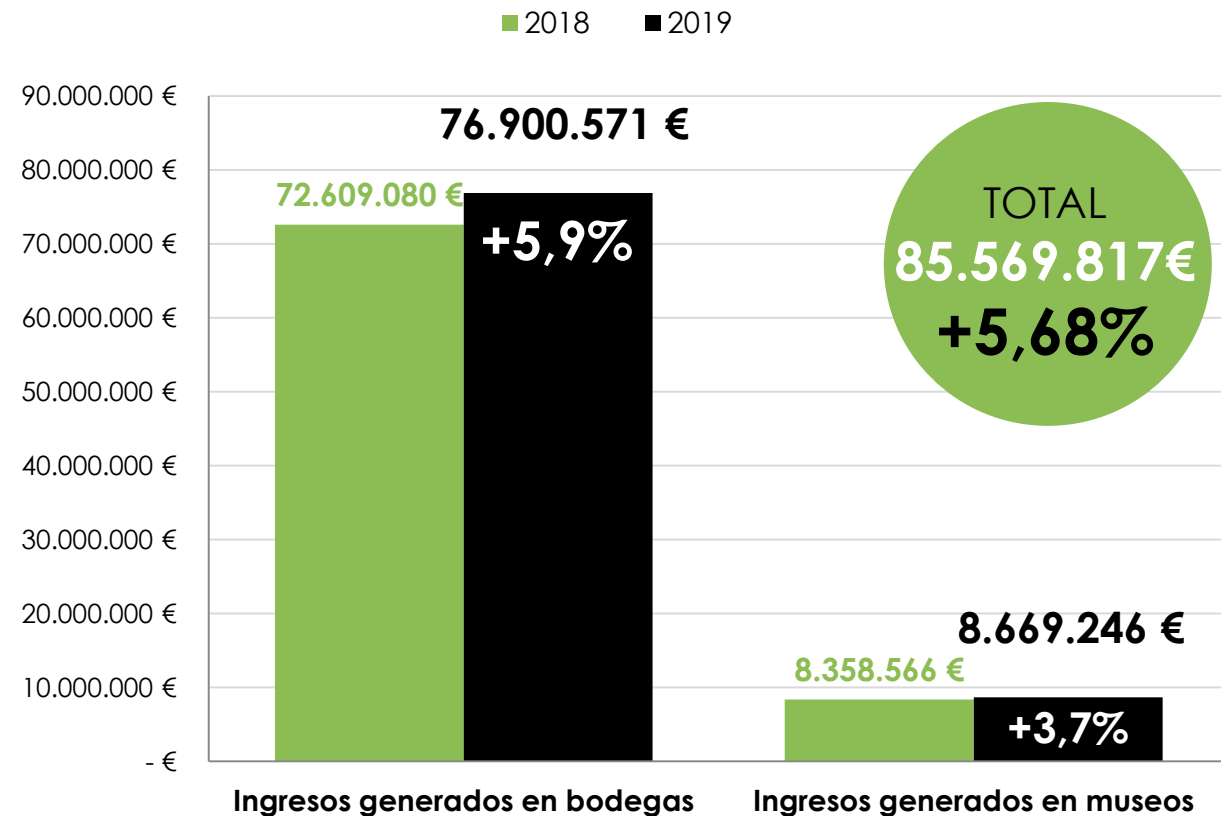
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

4.3. Aproximación al impacto económico del enoturismo en las RVE

En base al número de visitantes a bodegas y museos del vino y el precio medio de la visita y gasto realizado en tienda, registrados en cada Ruta del Vino, es posible contar con una **aproximación al impacto económico del enoturismo en las bodegas y museos de las Rutas del Vino de España.**

El impacto económico del enoturismo en las bodegas y museos que forman parte del Club de Producto ascendió a **un total de 85.569.817€** (5 millones de € más que el 2018, que supone un crecimiento del 5,68%). Si lo desglosamos, **el impacto generado en las bodegas se sitúa en los 76.900.571€, mientras que 8.669.246€ se generan en los museos.**

Gráfico 3.6. Evolución del impacto económico del enoturismo en las Rutas del Vino de España (2018-2019)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020

4.3. Aproximación al impacto económico del enoturismo en las RVE



Cabe destacar que **este importe corresponde a los ingresos derivados de las visitas a bodegas y museos y el gasto que se realiza en sus tiendas**, por lo que el impacto total del enoturismo en los destinos que conforman las Rutas del Vino es mucho mayor si consideramos el gasto en otros conceptos como alojamiento, restaurantes, comercios o empresas de actividades.

Considerando que un tercio del gasto realizado por el visitante corresponde a las bodegas y dos tercios al resto de conceptos (véase Informe de Análisis de la demanda en RVE), **el impacto económico del enoturismo en las Rutas del Vino de España podría estimarse en unos 256,7 millones de €** durante el año 2019, lo que supone un crecimiento cercano al 6%



5. Conclusiones

5. Conclusiones



- El enoturismo en las Rutas del Vino de España **continúa ofreciendo datos positivos** en cuanto **al crecimiento no sólo de la oferta y del número de visitantes**, sino también de las magnitudes que nos aproximan a su **impacto económico**:
 - La **oferta de servicios enoturísticos ligada a las Rutas del Vino de España ha experimentado un importante crecimiento** durante este año, debido principalmente a la incorporación de nuevas Rutas y a la evolución positiva de las ya existentes.
 - El conjunto de las **Rutas del Vino de España ha recibido un total de 3.076.334 visitantes en sus bodegas y museos durante 2019**, lo que supone un **crecimiento de un 3,88%** respecto al año anterior.
 - Analizados los datos individualmente, cabe destacar que **la mayor parte de las Rutas, concretamente el 77,4%** (24 de las 31 Rutas que componen actualmente el Club de Producto), **ha experimentado un aumento en las cifras de visitantes a bodegas y museos**.
 - Por tanto, **el crecimiento experimentado durante este año se debe tanto al aumento en el número de visitantes de las Rutas ya certificadas (crecimiento orgánico) como a la incorporación de nuevas Rutas**.
 - Así mismo, **el impacto económico de la actividad enoturística en bodegas y museos ha registrado un ascenso cercano al 6%, superando los 85 millones de € de ingresos durante el año 2019**.
 - Cabe destacar que esta cifra se corresponde únicamente con el impacto directo generado por las visitas a bodegas y museos y el gasto que se produce en sus tiendas, por lo que **el impacto económico real para los destinos se sitúa en torno a los 256,7 millones de euros si consideramos el gasto del visitante en otros conceptos como restauración, alojamiento, otros servicios, etc.**

5. Conclusiones



En relación a los ingresos derivados de las visitas a bodegas y museos de las Rutas del vino y el gasto que se produce en sus tiendas, cabe destacar que:

- El precio medio de la visita a bodega ha experimentado una leve subida de **0,33 €** para situarse en **10,12 €**. El **gasto medio por visitante** en las tiendas de las bodegas de las Rutas del Vino de España ha registrado un **ascenso del 3,5%, alcanzando los 20,68 €**,
- El **precio medio de la entrada a los museos asociados a las Rutas se sitúa en 4,47 €**, experimentando un aumento cercano al 10% respecto al año anterior.
- En los museos que forman parte de las Rutas del Vino de España, el **gasto medio por visitante en tienda alcanza los 7,19 €**, lo que supone una leve disminución respecto a la cifra registrada el año pasado (7,24 €).
- Cabe destacar que **el gasto medio por visitante es**, en la gran mayoría de los casos, **considerablemente superior al precio medio de la visita**, por tanto, los turistas gastan más en la compra de vinos y la adquisición de otros productos ofertados en las bodegas que en la propia visita, siendo ésta tan solo una pequeña parte de su gasto.

5. Conclusiones



- **Existen realidades turísticas muy diferentes en los distintos destinos que componen el Club de Producto Rutas del Vino de España**, como consecuencia de diversos factores, entre los cuales podríamos destacar la dimensión de la oferta enoturística de sus bodegas, la localización geográfica y su proximidad a grandes núcleos turísticos, el desarrollo turístico de los destinos, el posicionamiento de los mismos y de sus vinos o las comunicaciones. Esto da lugar a diferencias significativas en el número de visitantes recibidos en cada ruta y la importancia relativa del turismo internacional:
 - La **Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez continúa liderando el ranking de las Rutas del Vino más visitadas** con 568.997 visitantes, **seguida por Ribera del Duero** con 389.377 visitantes, que adelanta a **Enoturisme Penedès** (con 370.556 visitantes).
 - Además de las mencionadas, muchas Rutas del Vino como **Rioja Alta** (313.497 visitantes), **Calatayud** (299.740 visitantes), **Rioja Alavesa** (204.515 visitantes) y **Rías Baixas** (124.104 visitantes) presentan datos realmente positivos, superando los 100.000 visitantes
 - En términos relativos, cabe destacar los importantes **incrementos logrados por las Rutas del Vino de Navarra (+54,10%), Rioja Oriental (40,69%), Sierra de Francia (36,58%), Montilla-Moriles (29,71%) y Cigales (26,53%),** respecto al año anterior 2018.
 - Las Rutas que reciben una **mayor proporción de visitantes internacionales son las Rutas del Vino de Ronda (54,1%), Enoturisme Penedès (51,8%), Alicante (50,6%), Yecla (46,1%) y Marco de Jerez (42,3%).**
- En el conjunto de las Rutas del Vino de España **se reciben de media un 25,3% visitantes internacionales frente al 74,7% de visitantes nacionales.** Continúa existiendo, por tanto, un importante margen de crecimiento del mercado internacional.

5. Conclusiones



- **El crecimiento del enoturismo se ha manifestado durante todos los meses del año**, exceptuando el mes de marzo. Es especialmente destacable el incremento de enoturistas recibidos durante los meses de abril y mayo, aunque **el mes de mayor afluencia continúa siendo octubre, seguido de agosto y septiembre**.
- **El enoturismo se afianza como una opción vacacional especialmente interesante para el mercado nacional**, destacando su efecto **desestacionalizador**, contribuyendo al **equilibrio territorial** del país y complementando a otros segmentos como el turismo rural, el cultural y el sol y playa. Esta cuestión cobra vital importancia en estos momentos en los que el sector ha sufrido un duro golpe por la expansión del coronavirus y una parte de su recuperación en el 2020 puede venir dada por el mercado nacional.
- Teniendo en cuenta los datos analizados y la situación actual, **es conveniente reforzar los atributos diferenciales del producto turístico Rutas del Vino de España**, que hoy en día cobran más sentido que nunca: **autenticidad, cero masificaciones, disfrutar del medio rural y la naturaleza, turismo slow y gastronomía local**.
- Para más información, se recomienda consultar la [Guía para reactivar el enoturismo post-COVID](#)

Observatorio Turístico
Rutas del Vino de España

