



Informe de visitantes a bodegas y museos del vino

Año 2020

Observatorio Turístico
Rutas del Vino de España



Edita : **ACEVIN – RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA**

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

Fecha de publicación: **Junio de 2021**

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
1. Oferta de servicios enoturísticos	8
2. Municipios y otras entidades integrantes	13
3. Visitantes a bodegas y museos de las Rutas del Vino de España	14
1. Evolución anual del número de visitantes	15
2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas	17
3. Visitantes a bodegas y museos por CCAA	20
4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas	21
5. Evolución anual del número de visitantes por CCAA	26
6. Comparativa visitantes a bodegas y museos	27
7. Número de visitantes a bodegas	32
8. Número de visitantes a museos	37
9. Procedencia de los visitantes	40
10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos	44
4. Impacto económico del enoturismo	51
1. Precio y gasto medio en bodegas y museos	52
2. Precio y gasto medio en bodega por ruta	53
3. Aproximación al impacto económico	56
5. Conclusiones	58

A photograph of two young women with long brown hair, smiling and holding wine glasses. They are outdoors in a sunny setting with a white building and trees in the background. The woman on the left is wearing a dark grey sweater, and the woman on the right is wearing a purple knit sweater. A semi-transparent dark grey banner is overlaid at the bottom of the image, containing the text '1. Introducción' in white.

1. Introducción

1. Introducción

El presente informe del **Observatorio Turístico Rutas del Vino de España** proporciona información sobre la **oferta** y la **demanda** de enoturismo en las **Rutas del Vino** que integran el **Club de Producto "Rutas del Vino de España" (RVE)**.

Concretamente, presenta **información detallada del número de empresas e instituciones que integran las rutas del vino** que forman parte del proyecto Rutas del Vino de España, que aúna a las principales propuestas de enoturismo en nuestro país. También proporciona información sobre **la demanda de visitantes a bodegas y museos en las Rutas del Vino de España** y su evolución en el tiempo. El informe detalla también el **impacto económico del enoturismo en las Rutas del Vino de España**.

Debido a la crisis derivada de la pandemia de la COVID-19 y las restricciones de movilidad establecidas por las autoridades sanitarias, el 2020 ha sido muy complicado para los establecimientos que forman parte de las Rutas del Vino de España, pues se han visto obligados a paralizar su actividad en muchos momentos del año. En el presente informe se refleja, así, ese descenso de actividad turística durante, analizando cómo ha afectado esta crisis al producto turístico Rutas del Vino de España.

Este informe, que incluye información relativa a las 32 Rutas del Vino que conforman el Club de Producto RVE, resulta de gran utilidad para el sector, ya que **permite analizar la evolución del enoturismo** en los últimos años. A día de hoy, se **cuenta con un histórico de catorce años consecutivos** (2008-2021) en los que se han recopilado la mayor parte de datos relacionados con la actividad enoturística, **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 **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**. Para ello, **todas las bodegas y museos adheridos a las Rutas del Vino cumplimentan un cuestionario**, 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. Gracias al esfuerzo de todos los establecimientos y rutas del vino, los datos ofrecidos son cada vez más precisos y representativos de la actividad enoturística que existe en nuestro país.

1. Introducción

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

Tras los últimos años, en los que los sucesivos informes del Observatorio RVE medían el crecimiento de la actividad enoturística y del impacto económico, el correspondiente al año 2020 se considera de gran interés para cuantificar la caída de la actividad generada por la pandemia. Estos datos se antojan difíciles de asimilar por parte de todos los agentes que intervienen de manera directa o indirecta en las rutas del vino, en el año más complicado del turismo de nuestra historia, pero al mismo tiempo requieren un análisis sosegado para visualizar la capacidad de recuperación del sector e identificar las medidas de apoyo necesarias para fomentar la reactivación por parte de las instituciones y otros actores.

En cualquier caso, el informe refleja la importancia estratégica del enoturismo en los distintos territorios vitivinícolas y destaca el importante desarrollo enoturístico de las rutas forman parte del Club de Producto Rutas del Vino de España, la principal iniciativa enoturística a nivel estatal.

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.

Mapa de las 32 Rutas del Vino de España en el año 2020



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020.

A group of people, mostly wearing straw hats, are gathered outdoors under the shade of a large, spreading tree. They are holding wine glasses and appear to be participating in a wine tasting event. In the background, there are rolling hills and more trees. The scene is bright and sunny.

2. Oferta enoturística de las Rutas del Vino de España

2.1. Oferta de servicios enoturísticos

Socios de las Rutas

	Bodegas	718
	Alojamientos	476
	Restaurantes	357
	Ocio temático	102
	Museos y centros de interpretación	132
	Oficinas de turismo	114
	Bares de vinos	81
	Comercios	75
	Enotecas	57
	Agencias receptivas	44
	Empresas de transporte	18
	Servicios de vinoterapia	12
	Industr. Agroalimentarias	35
	Otros servicios	26
	Empresas de base digital	7
	Guías turísticos	12
	Centros visitables en la viña	9
	Serv. Degustación y cata	20
TOTAL		2.302

Entidades miembro de las Rutas

Ayuntamientos	589
Consejos Reguladores	33
Otras entidades miembro	76
TOTAL	698

Número y plazas de alojamiento

CATEGORÍA	Nº	PLAZAS
Hoteles 5*	9	840
Hoteles 4*	59	6490
Hoteles 3*	63	3396
Hoteles 2*	36	970
Hoteles 1*	14	565
Hostales y pensiones	30	518
Apartamentos	36	504
Casas rurales	201	1904
Albergues	7	446
Campings	9	5494
Otros alojamientos	12	243
TOTAL	476	21.370

Las Rutas del Vino de España cuentan con una **oferta enoturística** de **2.302 empresas y 698 entidades asociadas** a los entes gestores, articulando **una red de 3.000 miembros** del Club de Producto RVE en sus 32 rutas:

- El sector más destacado y **principal motor de la actividad enoturística son las bodegas, con 718 en el conjunto del Club.** Le siguen el **sector de alojamiento y el de restauración**, con 476 y 357 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 102 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 132 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.

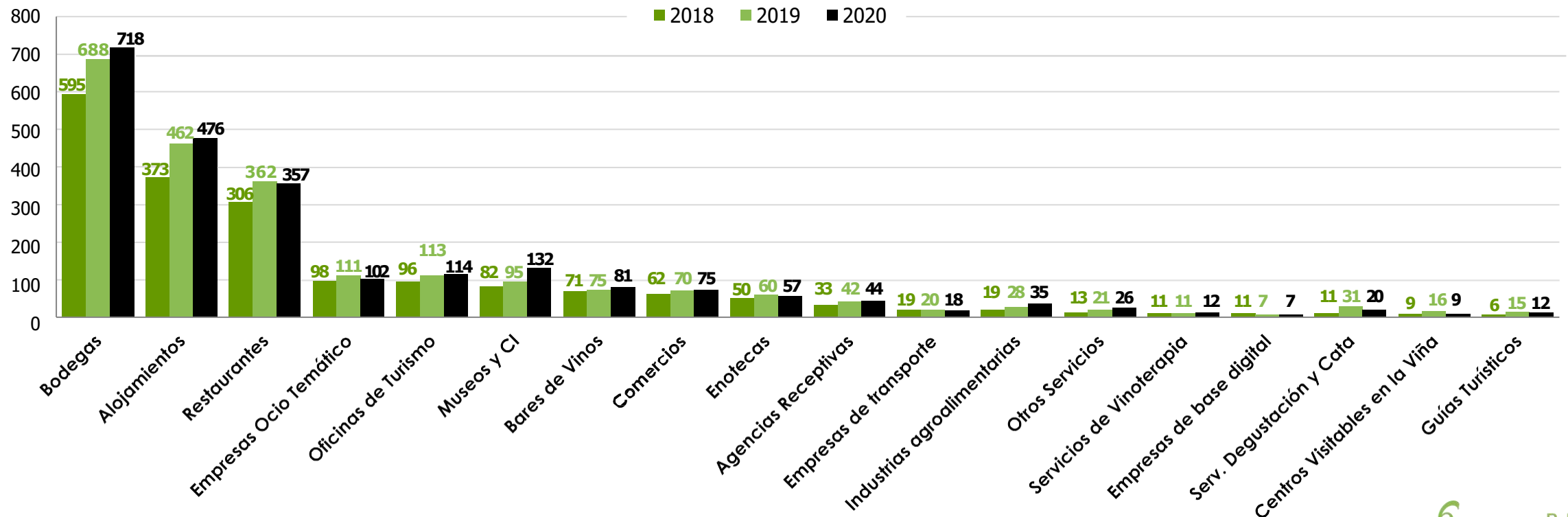
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2020.

(*) 132 museos y centros de interpretación adheridos, de los cuales 62 están dedicados al mundo del vino.

2.1. Oferta de servicios enoturísticos

A pesar de la difícil situación que ha atravesado el sector turístico durante 2020, el número de empresas asociadas a las Rutas del Vino **ha experimentado un leve ascenso, alcanzando un total de 2.302 empresas** frente a las 2.227 contabilizadas en 2019. Crece la mayor parte de subsectores.

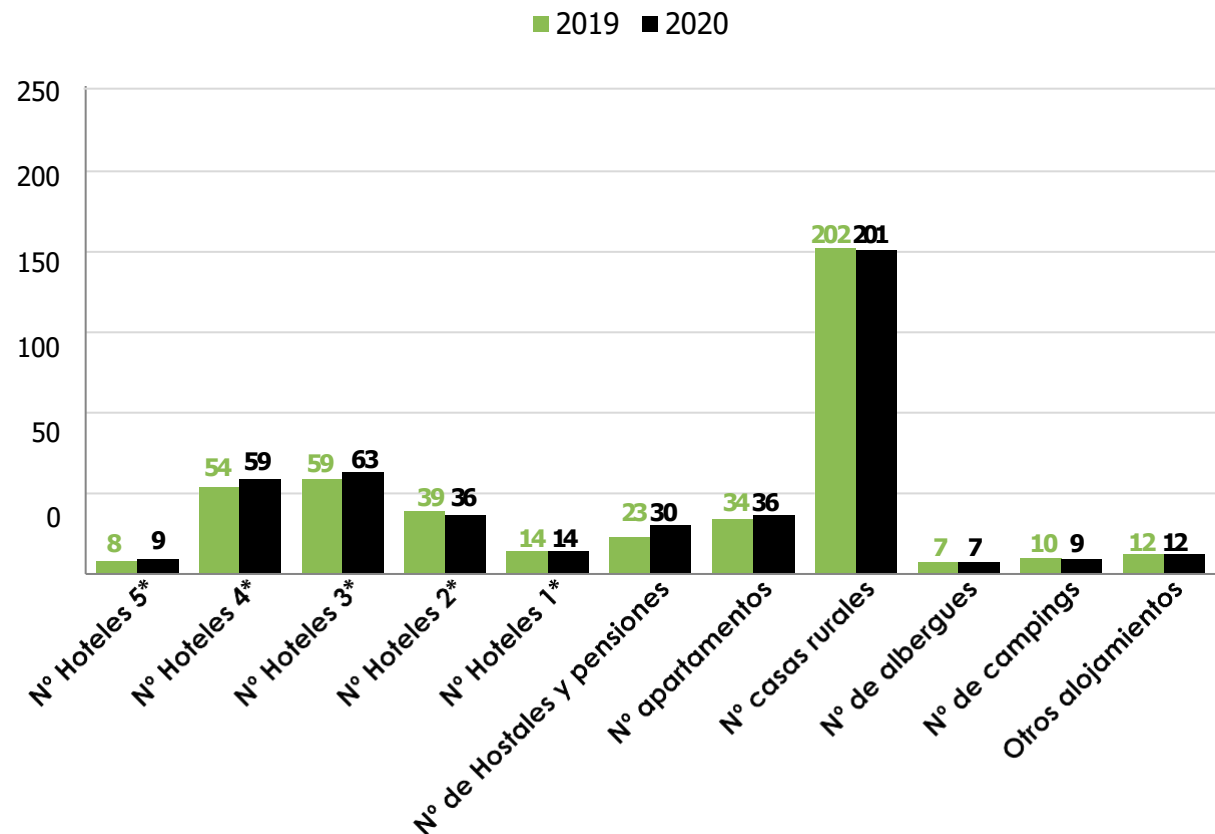
Gráfico 2.1. Evolución de la oferta de servicios enoturísticos en las Rutas del Vino de España (2018 – 2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

2.1. Oferta de servicios enoturísticos

Gráfico 2.2. Evolución Nº de alojamientos
Rutas del Vino de España (2019 – 2020)



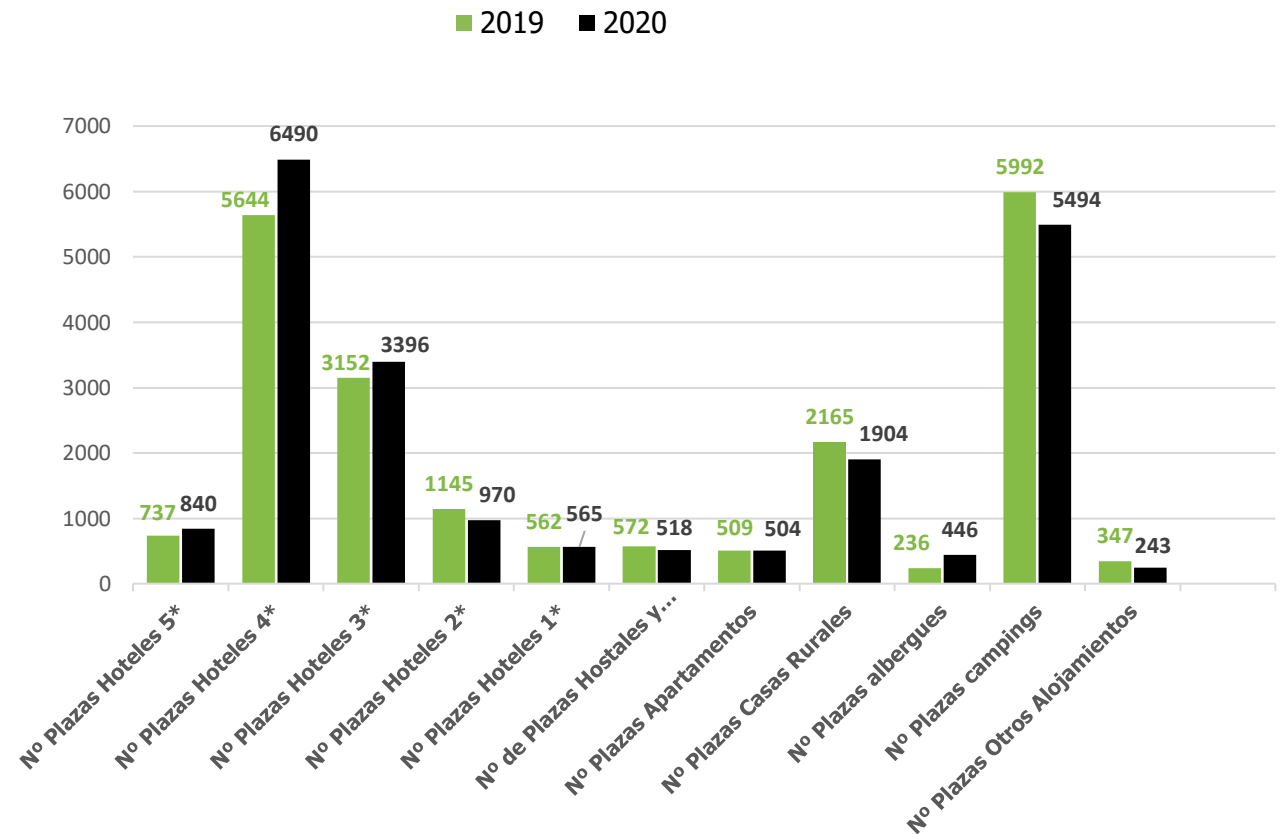
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

- Cabe destacar que **en 2020 se ha incorporado una nueva ruta: Madrid**.
- Por tanto, gran parte de los cambios producidos en la oferta turística corresponden a la entrada de la nueva Ruta del Vino, así como a la incorporación de nuevos establecimientos adheridos a las Rutas ya existentes.
- El número total de alojamientos ha aumentado ligeramente: **476 alojamientos, con más de 21.300 plazas**, frente a los 462 contabilizados en 2019.

2.1. Oferta de servicios enoturísticos

- Por tipología de alojamientos, **destaca la oferta hotelera de cuatro y tres estrellas**, con más de 120 establecimientos y cerca de 10.000 plazas entre ambas categorías.
- En cuanto a la oferta extrahotelera, **destacan las casas rurales**, con más de 200 establecimientos y 1.904 plazas, **y los campings** con cerca de 5.500 plazas disponibles.

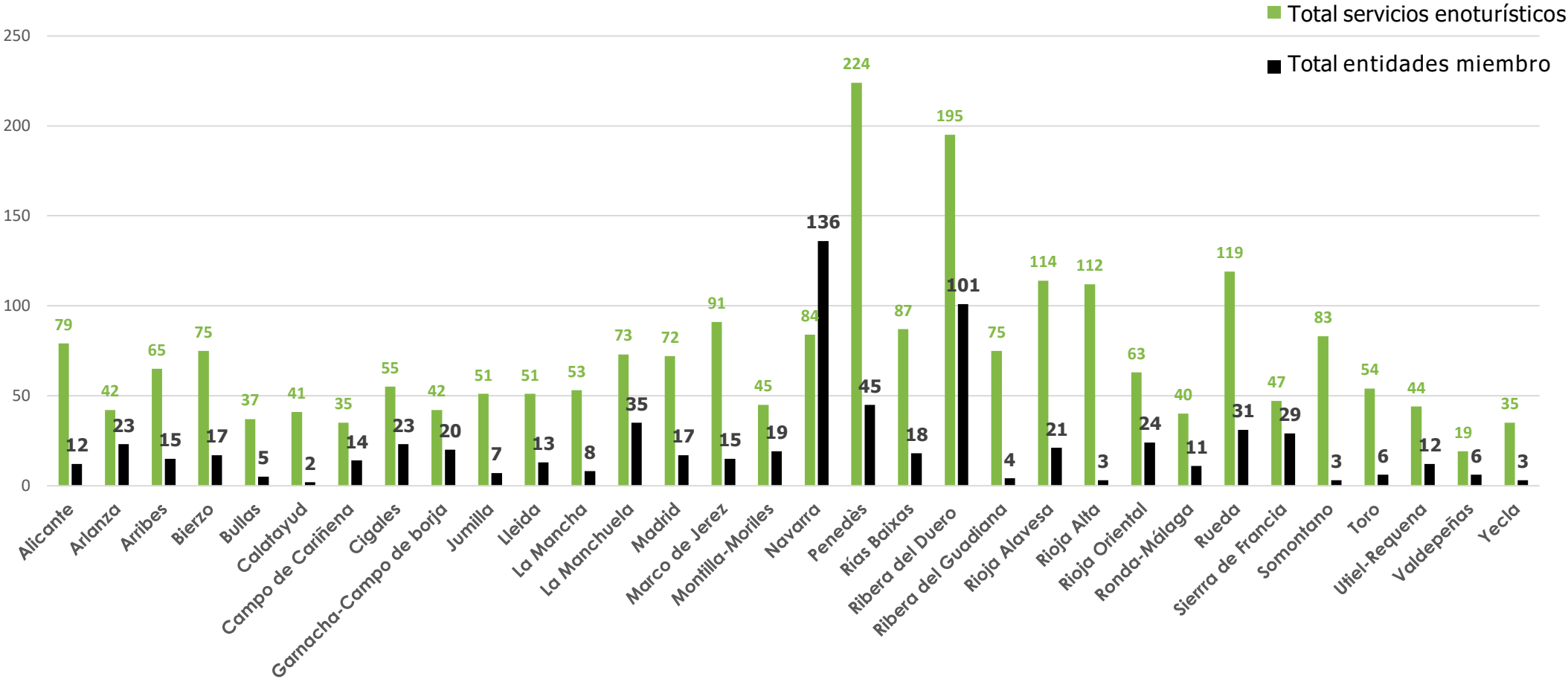
Gráfico 2.3. Evolución Nº plazas por tipología de alojamiento en Rutas del Vino de España (2019 – 2020)



11

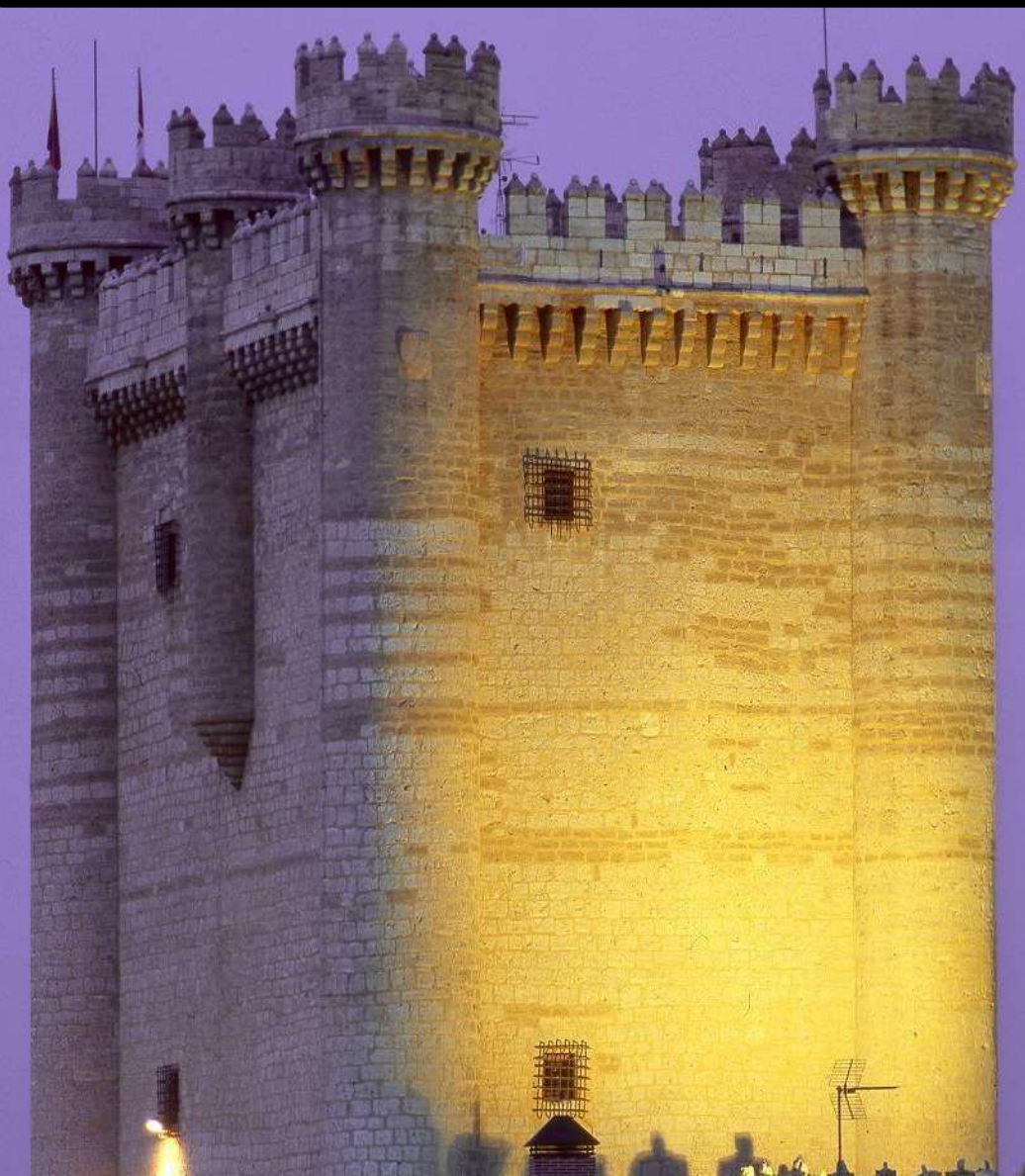
2.1. Oferta de servicios enoturísticos

Gráfico 2.4. Nº servicios enoturísticos y entidades miembro por Ruta del Vino (2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

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

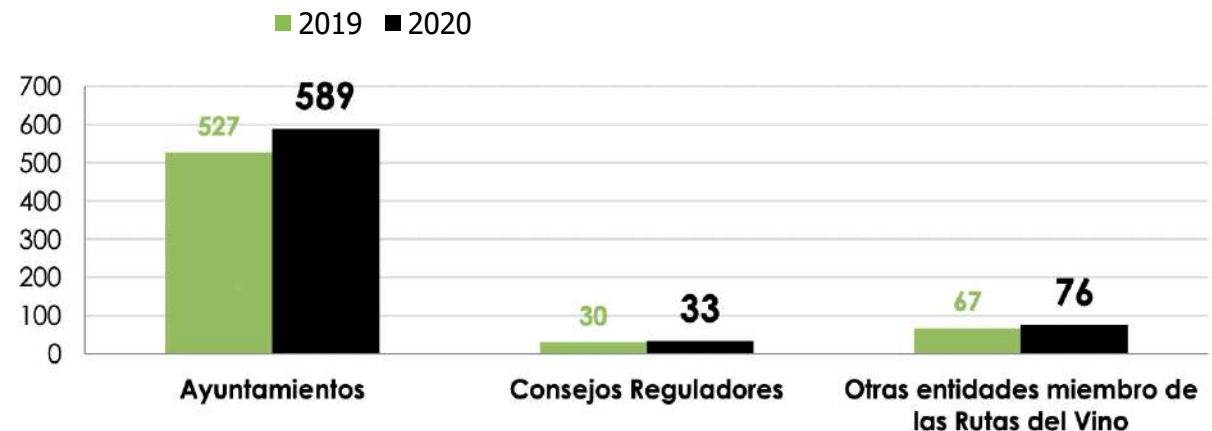


Actualmente forman parte de Rutas del Vino de España:

- **589 ayuntamientos** de toda la geografía española.
- **33 Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen** que amparan a sus respectivas rutas.
- Otras **76 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

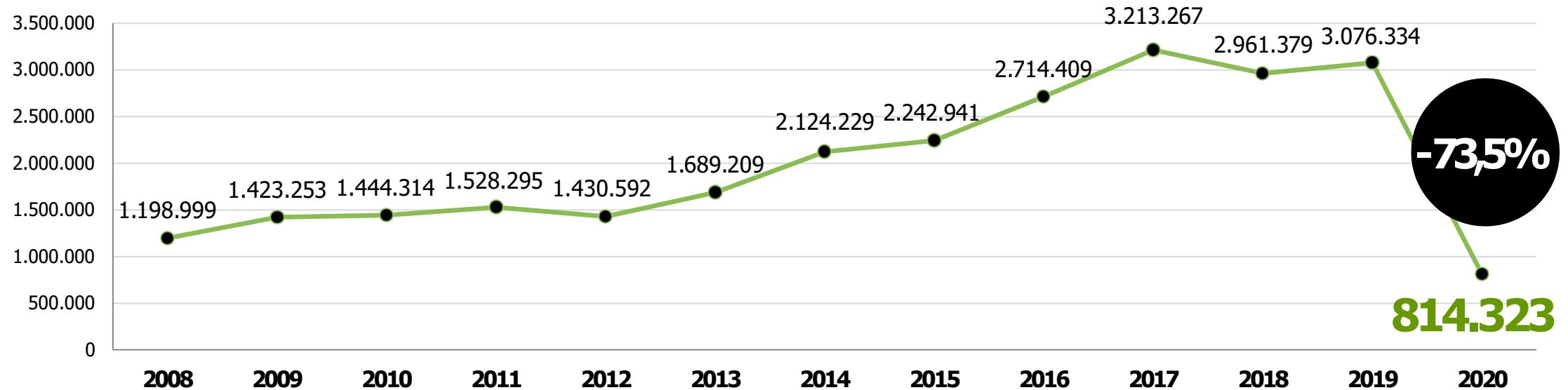


3. Visitantes a bodegas y museos

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 – 2020)



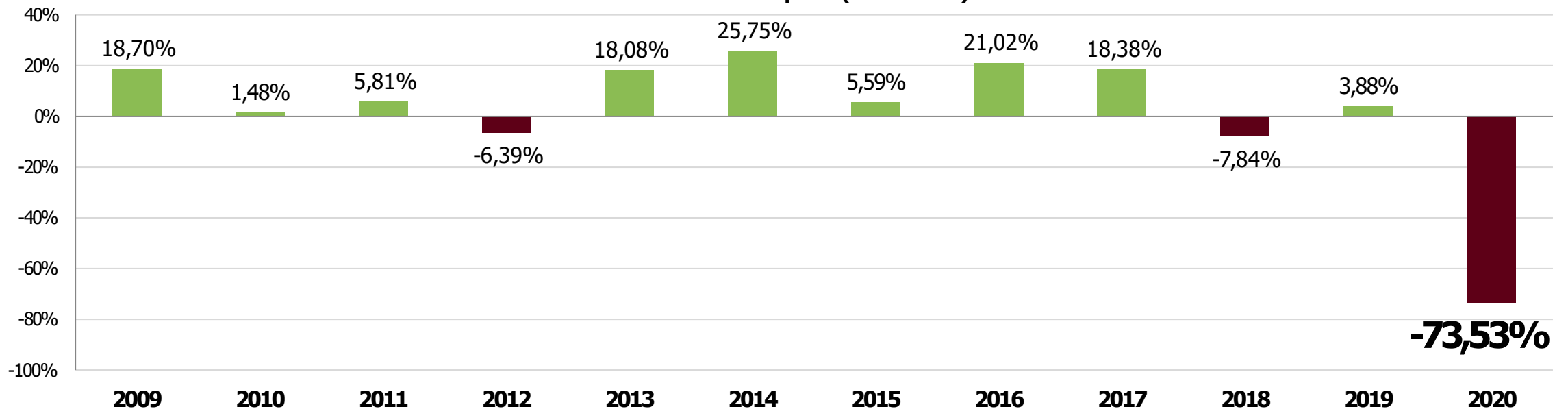
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

En 2020 el número **total de visitantes a las bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España ha sido de 814.323**, experimentando una **caída del 73,5%** respecto al año anterior.

3.1. Evolución anual del número de visitantes

Como consecuencia de las limitaciones de movilidad puestas en marcha durante la pandemia COVID-19, el número de visitantes de las Rutas del Vino de España ha experimentado en 2020 un acusado descenso, interrumpiéndose la tendencia ascendente de los últimos años. En términos absolutos supone un descenso de algo más de 2 millones de viajeros.

**Gráfico 3.2. Variación porcentual interanual
Rutas del Vino de España (2008 – 2020)**



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas

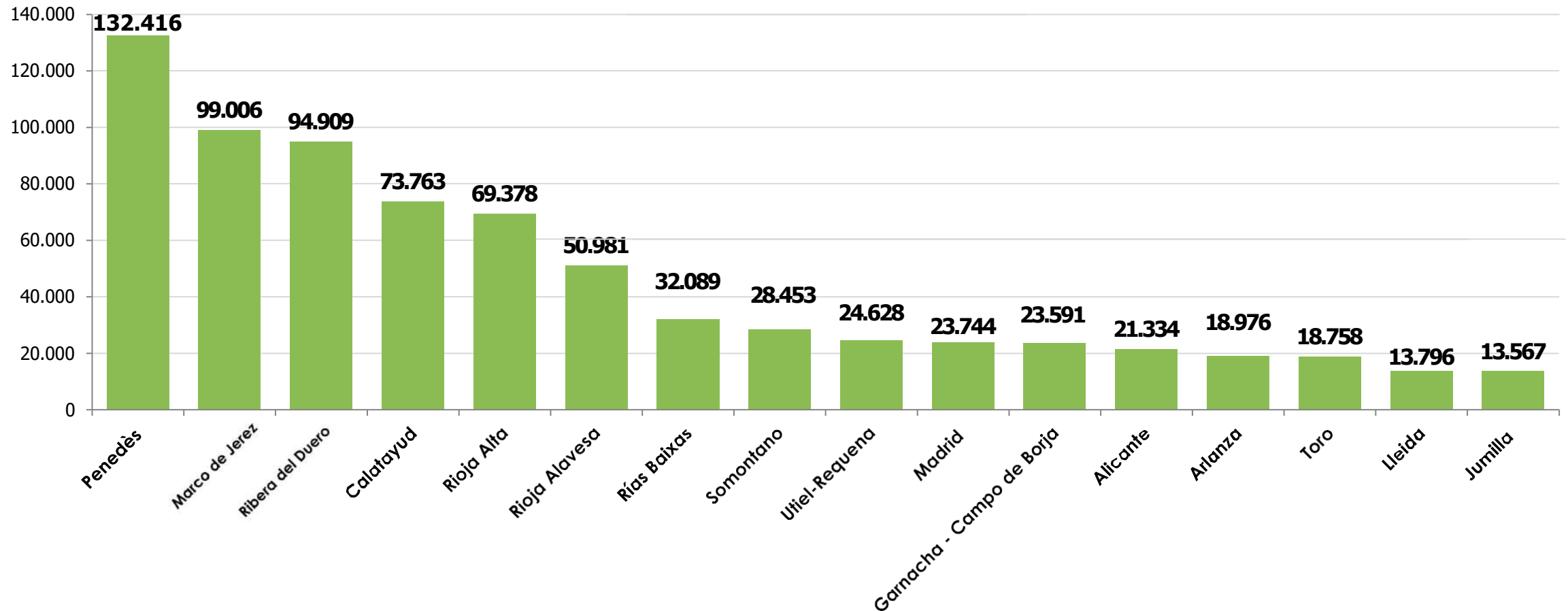


- Las **Rutas del Vino de España** más visitadas durante **2020** han sido, por este orden:
 1. **Ruta del Vino Penedès**, con 132.416 visitantes.
 2. **Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez**, con 99.006 visitantes recibidos.
 3. **Ruta del Vino Ribera del Duero**, con 94.909 visitantes.
- Otras Rutas del Vino que han **superado los 50.000 visitantes durante este año tan complicado** han sido **Calatayud (73.763), Rioja Alta (69.378) y Rioja Alavesa (50.981)**.
- Durante 2020, **tan solo el 20% de las Rutas del Vino de España han superado los 30.000 visitantes**.

17

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 (2020) – PARTE I

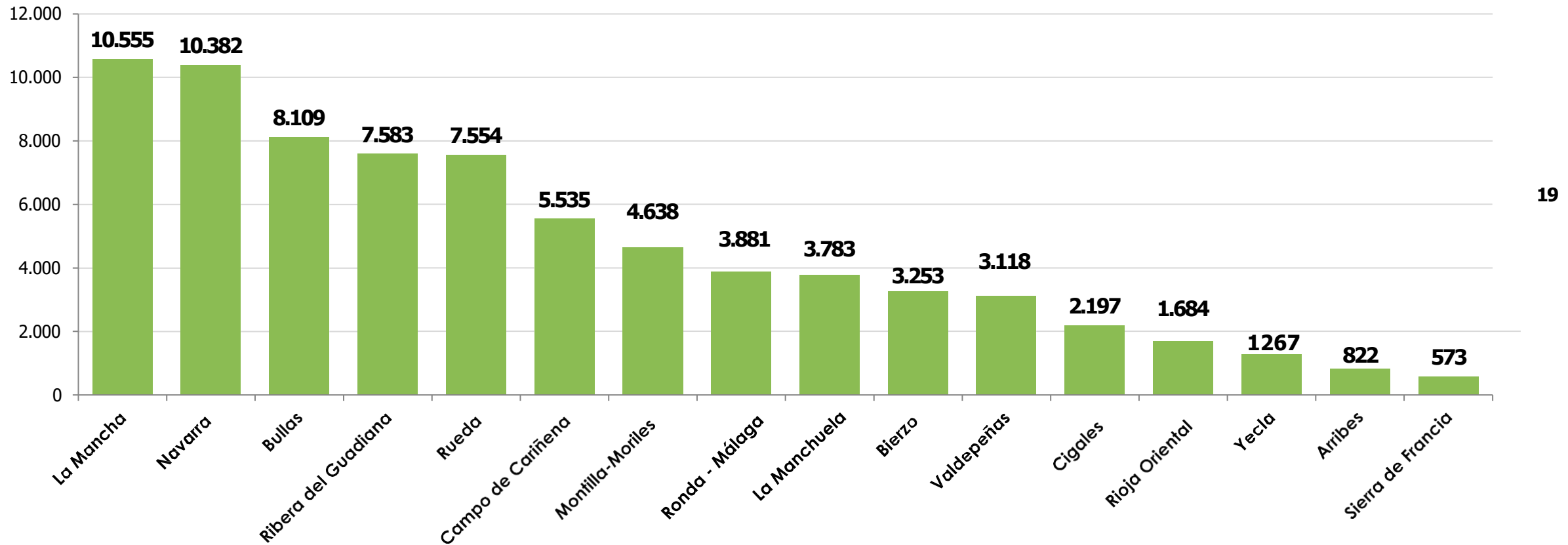


18

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales recibidos en bodegas y museos. Orden descendente.

3.2. Visitantes a bodegas y museos por Rutas

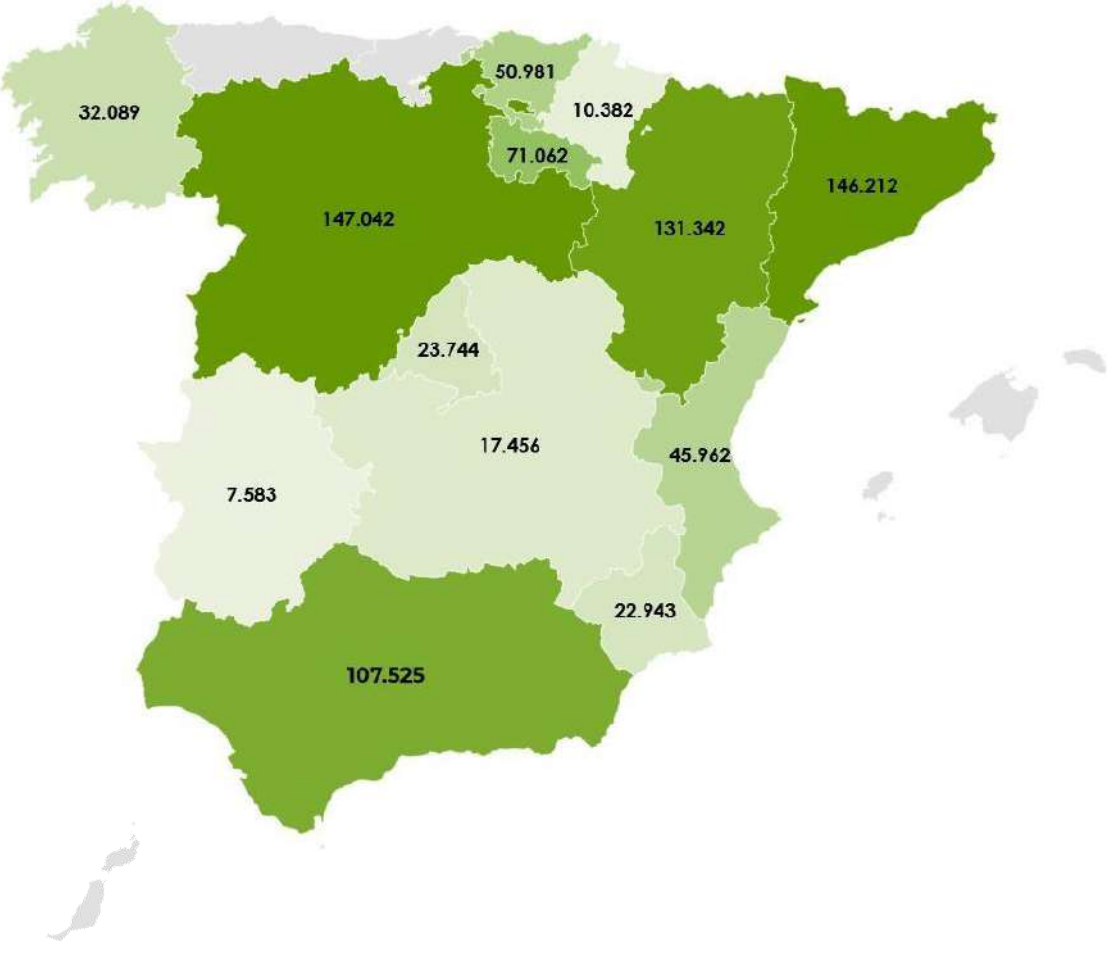
Gráfico 3.3. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2020) – PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales recibidos en bodegas y museos. Orden descendente

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 (2020)



CCAA	Nº Rutas	Total visitantes
Andalucía	3	107.525
Aragón	4	131.342
Castilla y León	8	147.042
Castilla-La Mancha	3	17.456
Cataluña	2	146.212
Comunidad Foral de Navarra	1	10.382
Comunidad de Madrid	1	23.744
Comunidad Valenciana	2	45.962
Extremadura	1	7.583
Galicia	1	32.089
La Rioja	2	71.062
País Vasco	1	50.981
Región de Murcia	3	22.943
TOTAL	32	814.323

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
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 enoturístico.

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas



Los efectos de la pandemia se han dejado notar de diferente forma en cada uno de los 32 destinos enoturísticos que conforman el Club de Producto Rutas del Vino de España:

- Las rutas que han sufrido en menor medida el impacto de la pandemia, con una caída más leve en el volumen de turistas recibidos, ha sido: **Ruta del Vino de Arribes** (-40,9%), **Arlanza** (-47,5%), **Toro** (47,7%), **La Mancha** (-56,0%) y **Garnacha-Campo de Borja** (-56,9%).
- Las Rutas que se han visto más afectadas han sido la Ruta del Vino de **Cigales** (-88,0%), **Bierzo Enoturismo** (-86,9%), **Ribera del Guadiana** (-85,6%), **Montilla-Moriles** (-85,4%) y **Ronda-Málaga** (-84,3%).

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

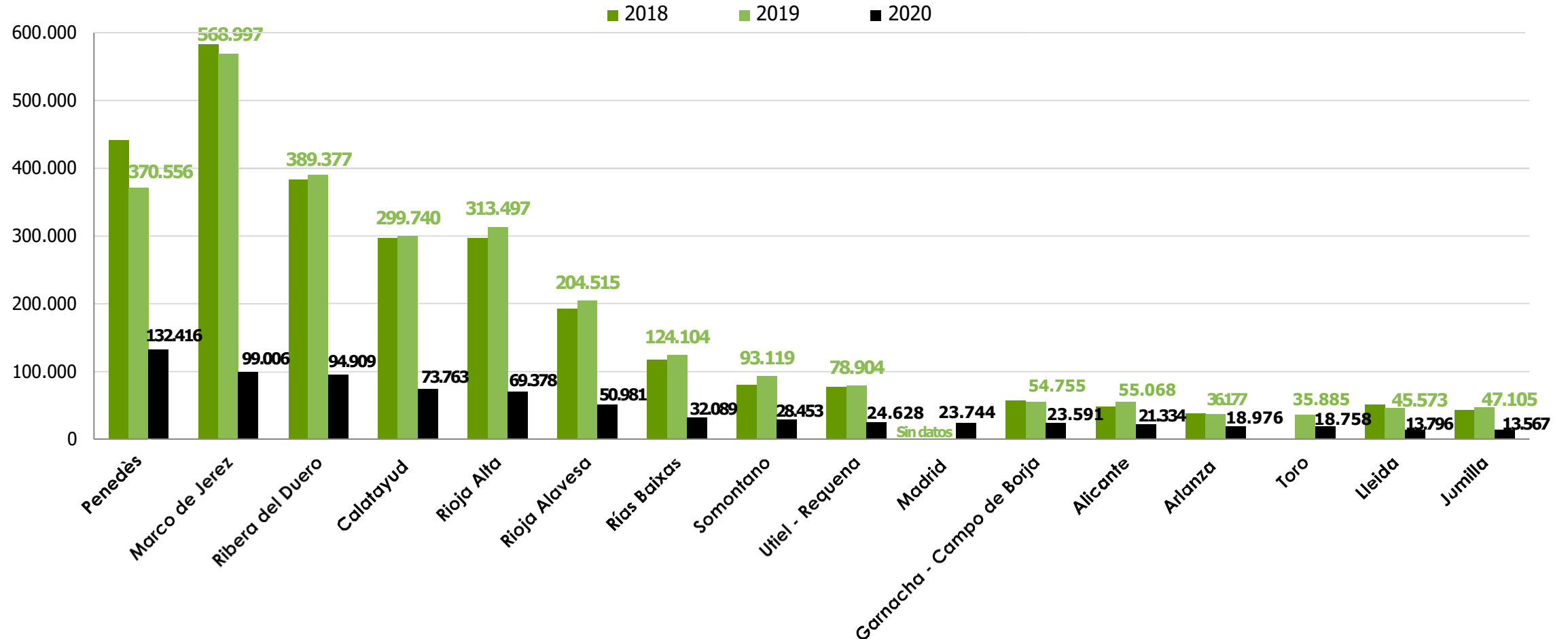
Rutas Del Vino	2020	2019	2018	% Variación 2019- 2020	% Variación 2018- 2019
Alicante	21.334	55.068	47.507	-61,3%	15,92%
Arlanza	18.976	36.177	37.725	-47,5%	-4,10%
Arribes	822	1.390	-	-40,9%	-
Bierzo Enoturismo	3.253	24.858	22.712	-86,9%	9,45%
Bullas	8.109	22.966	22.423	-64,7%	2,42%
Calatayud	73.763	299.740	296.325	-75,4%	1,15%
Campo de Cariñena	5.535	23.911	22.055	-76,9%	8,42%
Cigales	2.197	18.259	14.431	-88,0%	26,53%
Penedès	132.416	370.556	441.467	-64,3%	-16,06%
Garnacha – C. Borja	23.591	54.755	56.821	-56,9%	-3,64%
Jumilla	13.567	47.105	42.722	-71,2%	10,26%
La Mancha	13.796	23.989	-	-56,0%	-
La Manchuela	10.555	22.308	-	-83,0%	-
Lleida	3.783	45.573	50.596	-69,7%	-9,93%
Madrid	23.744	-	-	-	-
Marco de Jerez	99.006	568.997	582.351	-82,6%	-2,29%
Montilla – Moriles	4.638	31.796	24.513	-85,4%	29,71%

Rutas Del Vino	2020	2019	2018	% Variación 2019- 2020	% Variación 2018- 2019
Navarra	10.382	39.456	25.605	-73,7%	54,10%
Rías Baixas	32.089	124.104	116.557	-74,1%	6,47%
Ribera del Duero	94.909	389.377	383.150	-75,6%	1,63%
Ribera del Guadiana	7.583	52.716	49.445	-85,6%	6,62%
Rioja Alavesa	50.981	204.515	192.213	-75,1%	6,40%
Rioja Alta	69.378	313.497	297.268	-77,9%	5,46%
Rioja Oriental	1.684	8.295	5.896	-79,7%	40,69%
Ronda-Málaga	3.881	24.723	26.818	-84,3%	-7,81%
Rueda	7.554	41.382	38.009	-81,7%	8,87%
Sierra de Francia	573	2.020	1.479	-71,6%	36,58%
Somontano	28.453	93.119	79.601	-69,4%	16,98%
Toro	18.758	35.885	-	-47,7%	-
Utiel – Requena	24.628	78.904	76.627	-68,8%	2,97%
Valdepeñas	3.118	13.969	-	-77,7%	-
Yecla	1.267	6.924	7.063	-81,7%	-1,97%
TOTAL	814.323	3.076.334	2.961.379	-73,53%	3,88%

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

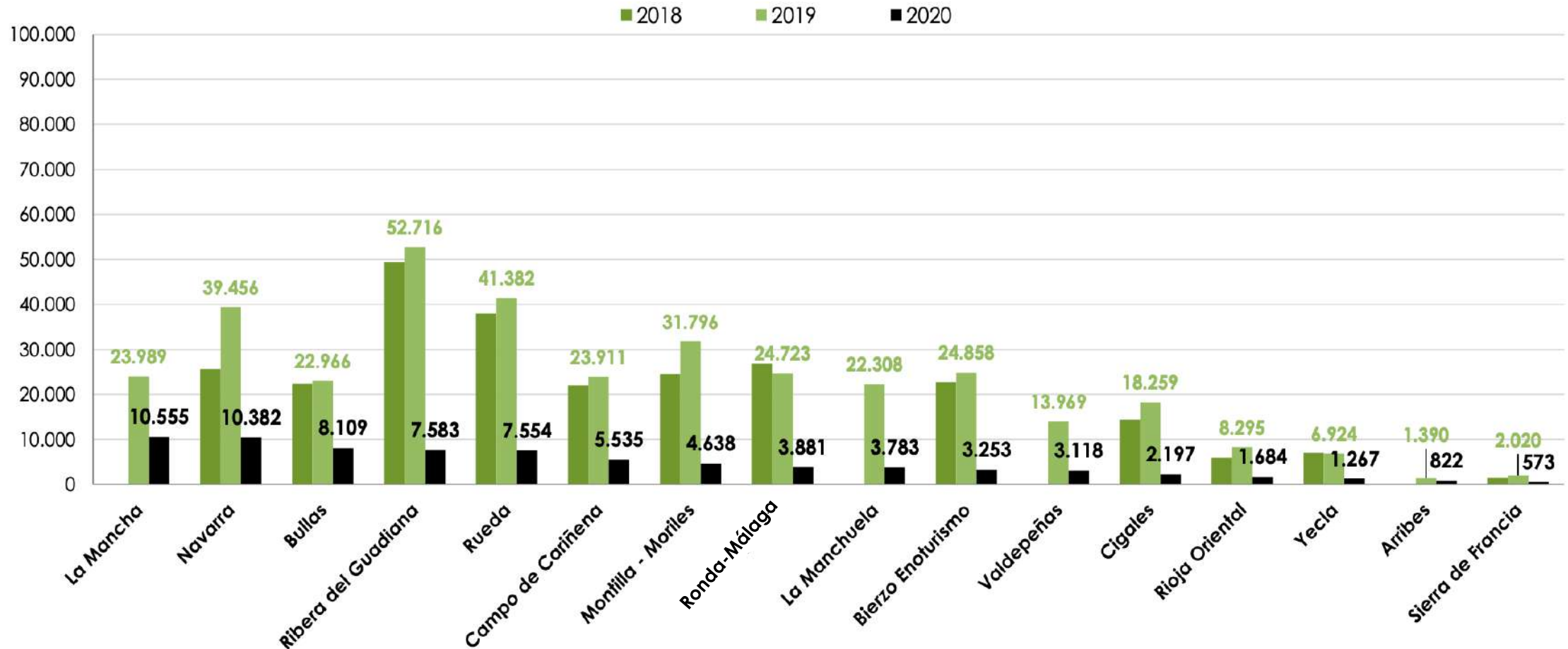
Gráfico 3.5. Evolución del número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España.
(2018 - 2020) - PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021.
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales recibidos en bodegas y museos. Orden descendente

3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

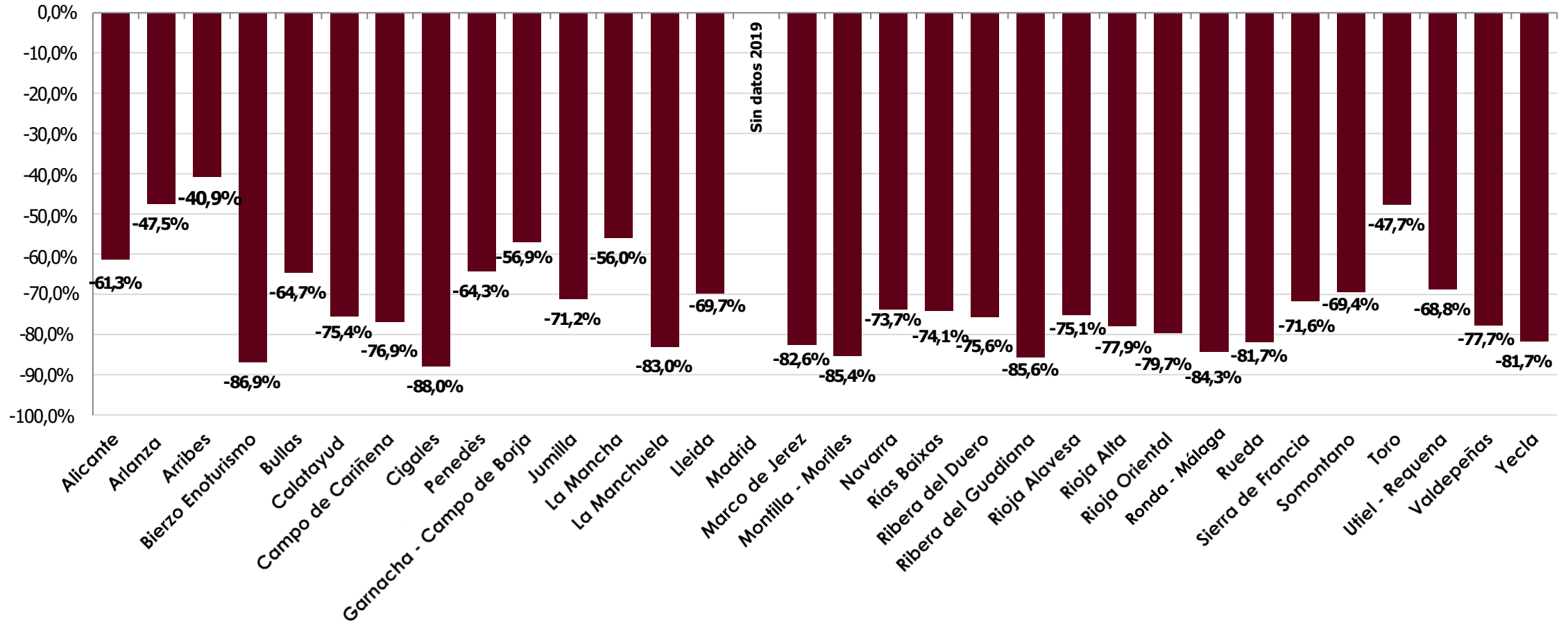
Gráfico 3.5. Evolución del número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España.
(2018 - 2020) - PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales recibidos en bodegas y museos. Orden descendente

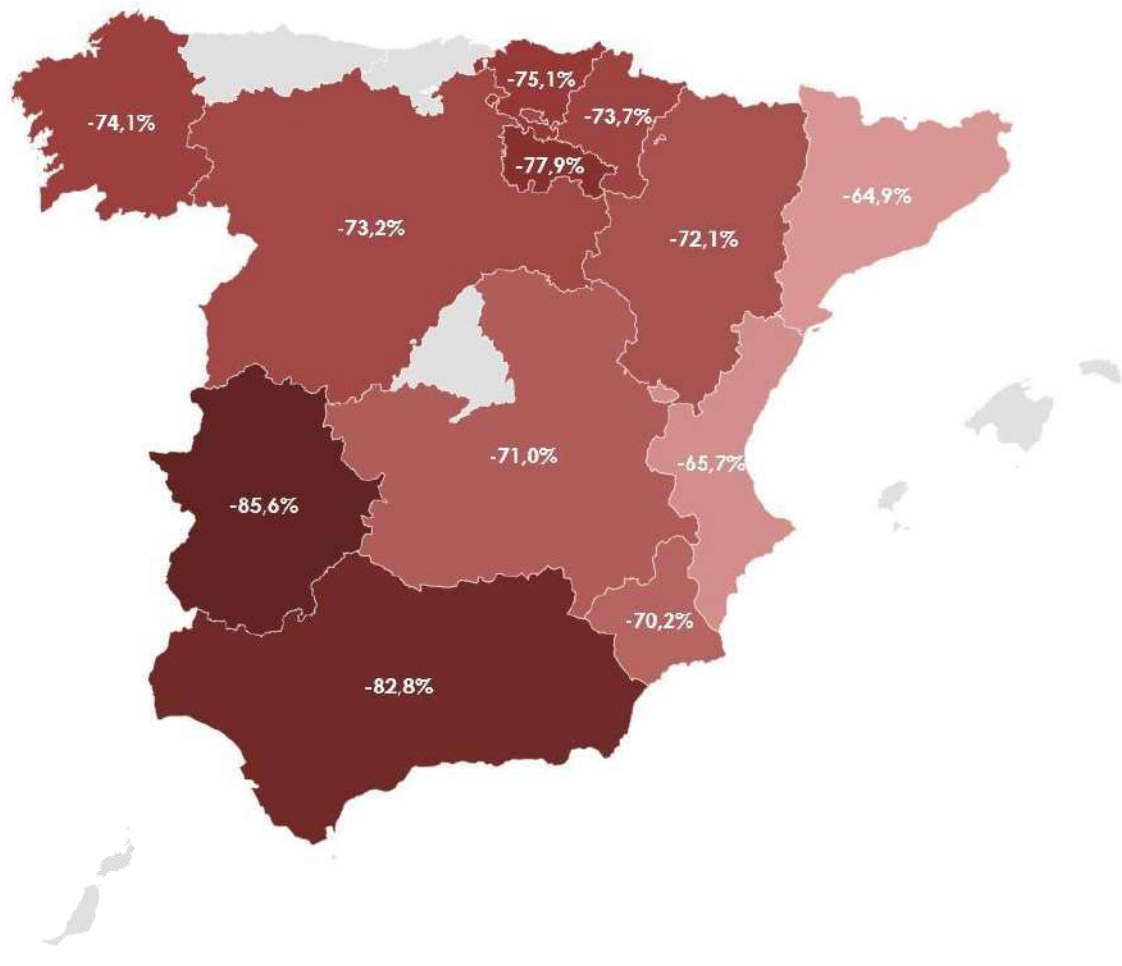
3.4. Evolución anual del número de visitantes por Rutas

Gráfico 3.6. Variación interanual (%) del número de visitantes recibidos en las Rutas del Vino de España (2019 – 2020)



3.5. Evolución anual del número de visitantes por CCAA

Gráfico 3.7. Variación interanual (%)del número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España por Comunidades Autónomas (2020)

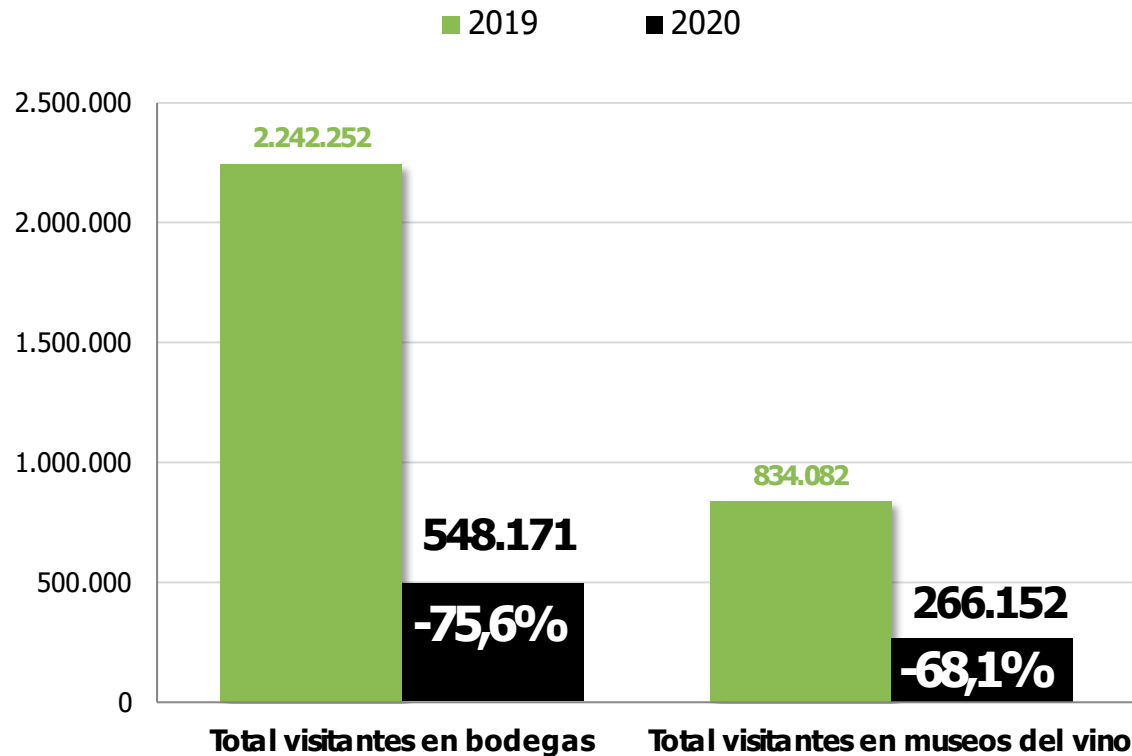


CCAA	Variación interanual 2019-2020
Andalucía	-82,8%
Aragón	-72,1%
Castilla y León	-73,2%
Castilla-La Mancha	-71,0%
Cataluña	-64,9%
Comunidad Foral de Navarra	-73,7%
Comunidad de Madrid	*
Comunidad Valenciana	-65,7%
Extremadura	-85,6%
Galicia	-74,1%
La Rioja	-77,9%
País Vasco	-75,1%
Región de Murcia	-70,2%
	-73,5%

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
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 enoturístico.
*Al ser una RVE de reciente creación, no se disponen de datos relativos a 2019 de la Comunidad de Madrid.

3.6. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.8. Evolución del número total de visitantes recibidos en bodegas y museos del vino (2019-2020)

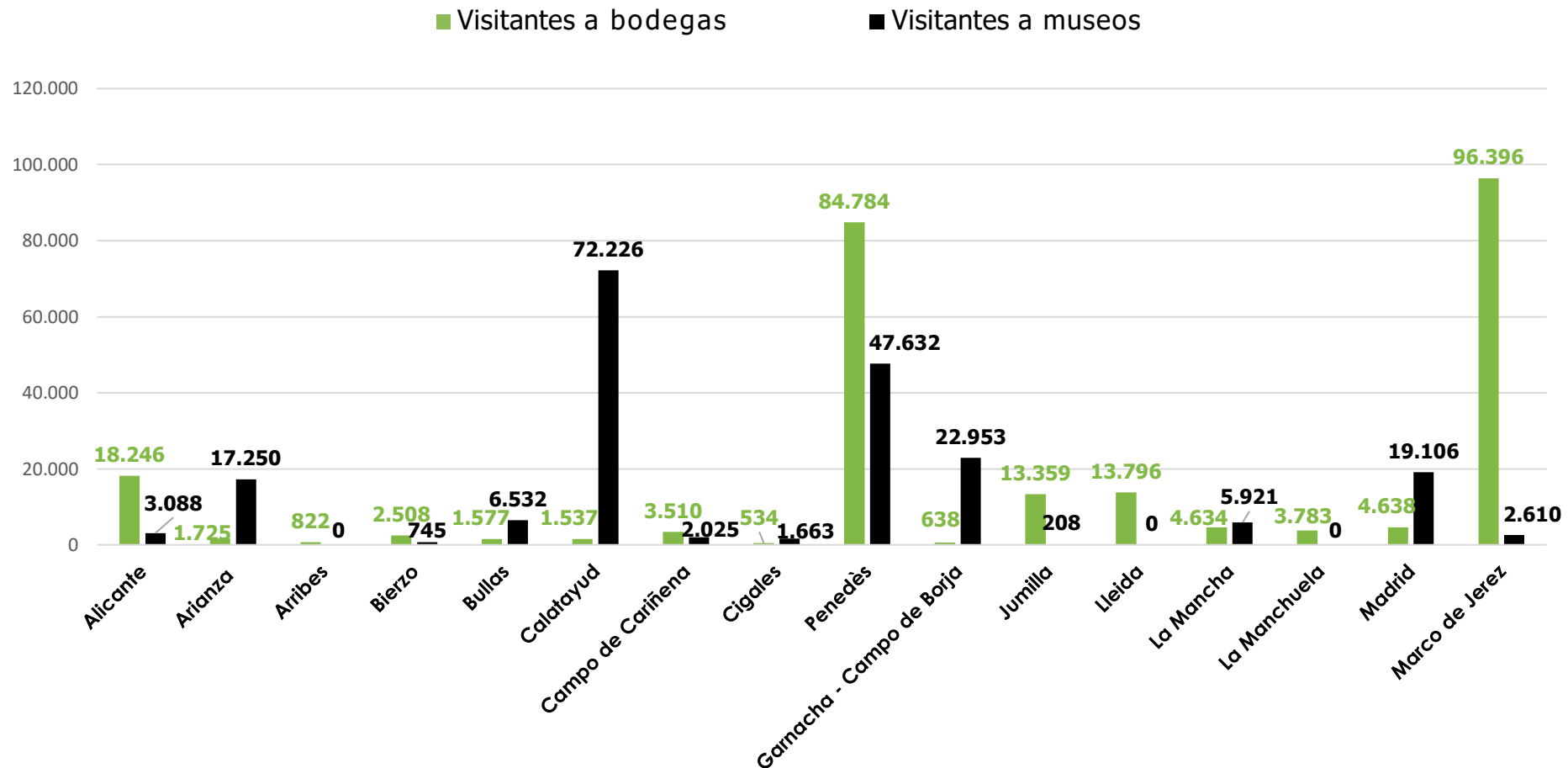


Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

- De los 814.323 visitantes registrados durante 2020, **un 67,3% corresponde a visitantes a bodegas (548.171), y un 32,7% corresponde a visitantes a museos (266.152)**, disminuyendo las bodegas su importancia porcentual respecto al año anterior.
- Ambas cifras han experimentado una caída durante este año:
 - En el caso de las bodegas, se han recibido **1.694.081 visitantes menos**, lo que supone un **descenso del 75,6%**.
 - En el caso de los museos, el número de visitantes ha disminuido un **68,1%**, lo que en términos absolutos, supone **567.930 visitantes menos que en 2019**.

3.6. Comparativa visitantes a bodegas y museos

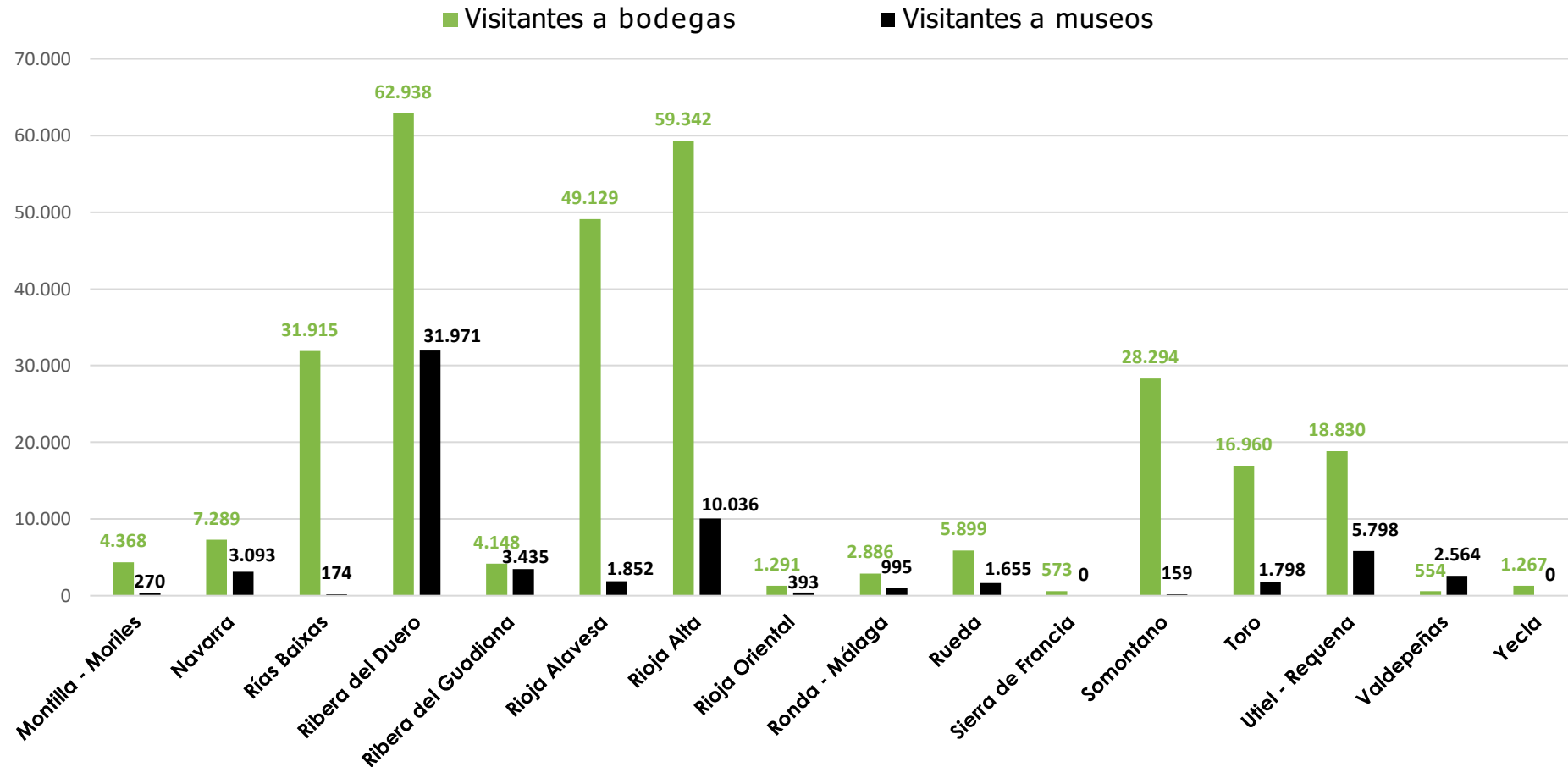
Gráfico 3.9. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2020) – PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.6. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.9. Número de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2020) – PARTE II

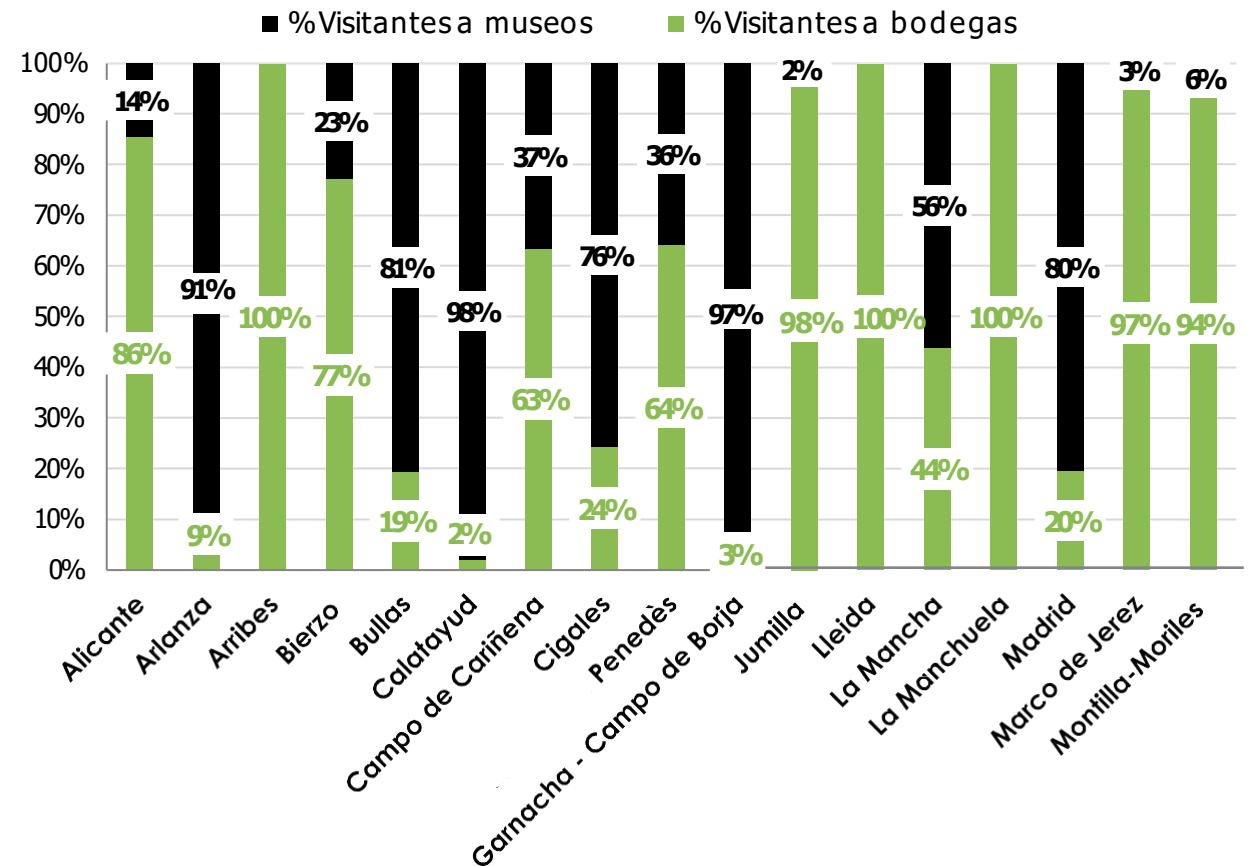


Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.6. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Rutas Del Vino	Visitantes a bodegas	Visitantes a museos	Total
Alicante	18.246 (86%)	3.088 (14%)	21.334
Arlanza	1.726 (9%)	17.250 (91%)	18.976
Arribes	822 (100%)	-	822
Bierzo Enoturismo	2.508 (77%)	745 (23%)	3.253
Bullas	1.577 (19%)	6.532 (81%)	8.109
Calatayud	1.537 (2%)	72.226 (98%)	73.763
Campo de Cariñena	3.510 (63%)	2.025 (37%)	5.535
Cigales	534 (24%)	1.663 (76%)	2.197
Penedès	84.784 (64%)	47.632 (36%)	132.416
Garnacha - Campo de Borja	638 (3%)	22.953 (97%)	23.591
Jumilla	13.359 (98%)	208 (2%)	13.567
Lleida	13.796 (100%)	-	13.796
La Mancha	4.634 (44%)	5.921 (56%)	10.555
La Manchuela	3.783 (100%)	-	3.783
Madrid	4.638 (20%)	19.106 (80%)	23.744
Marco de Jerez	96.396 (97%)	2.610 (3%)	99.006
Montilla - Moriles	4.368 (94%)	270 (6%)	4.638

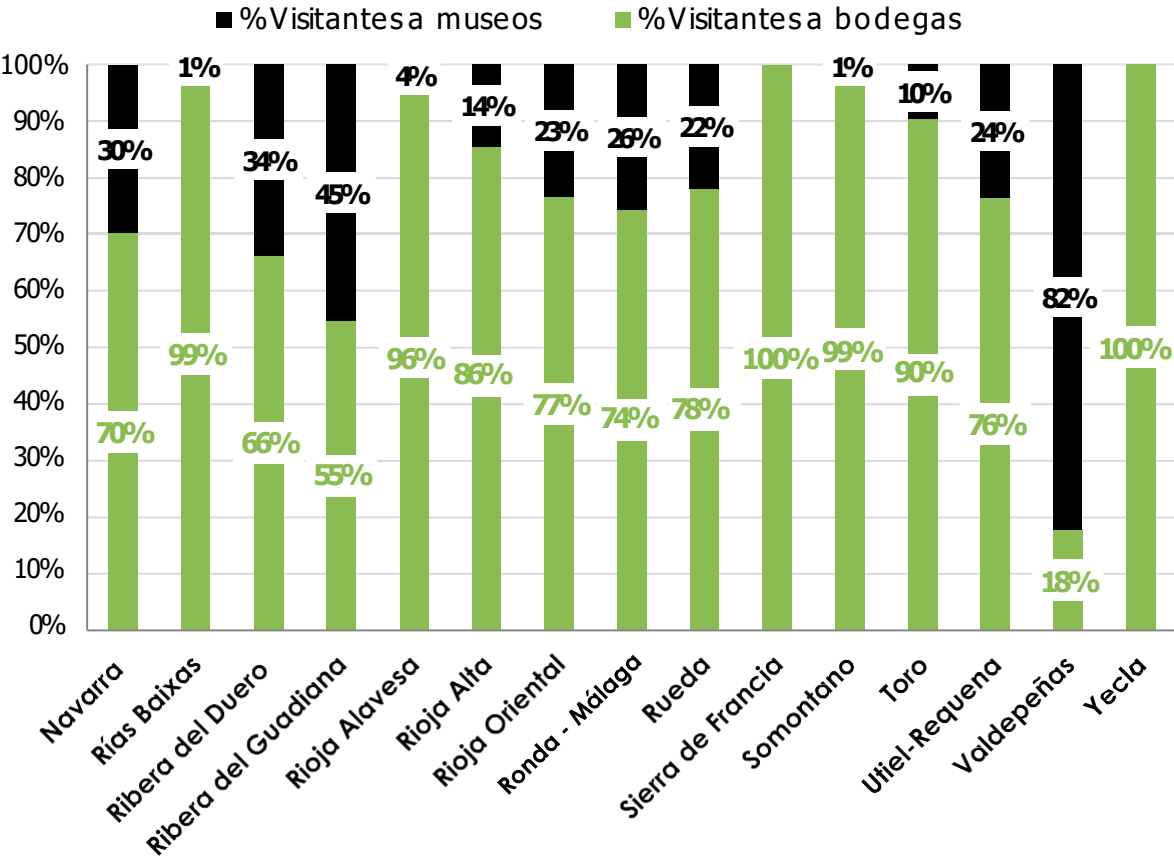
Gráfico 3.10. Importancia porcentual del número de visitantes recibidos en bodegas y museos por Rutas (2020) – PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.6. Comparativa visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.10. Importancia porcentual del número de visitantes recibidos en bodegas y museos por Rutas (2020) – PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

Rutas Del Vino	Visitantes a bodegas	Visitantes a museos	Total
Navarra	7.289 (70%)	3.093 (30%)	10.382
Rías Baixas	31.915 (99%)	174 (1%)	32.089
Ribera del Duero	62.938 (66%)	31.971 (34%)	94.909
Ribera del Guadiana	4.148 (55%)	3.435 (45%)	7.583
Rioja Alavesa	49.129 (96%)	1.852 (4%)	50.981
Rioja Alta	59.342 (86%)	10.036 (14%)	69.378
Rioja Oriental	1.291 (77%)	393 (23%)	1.684
Ronda-Málaga	2.886 (74%)	995 (26%)	3.881
Rueda	5.899 (78%)	1.655 (22%)	7.554
Sierra de Francia	573 (100%)	-	573
Somontano	28.294 (99%)	159 (1%)	28.453
Toro	16.960 (90%)	1.798 (10%)	18.758
Utiel - Requena	18.830 (76%)	5.798 (24%)	24.628
Valdepeñas	554 (18%)	2.564 (82%)	3.118
Yecla	1.267 (100%)	-	1.267
TOTAL	548.171 (67%)	266.152 (33%)	814.323

3.7. Número de visitantes a bodegas

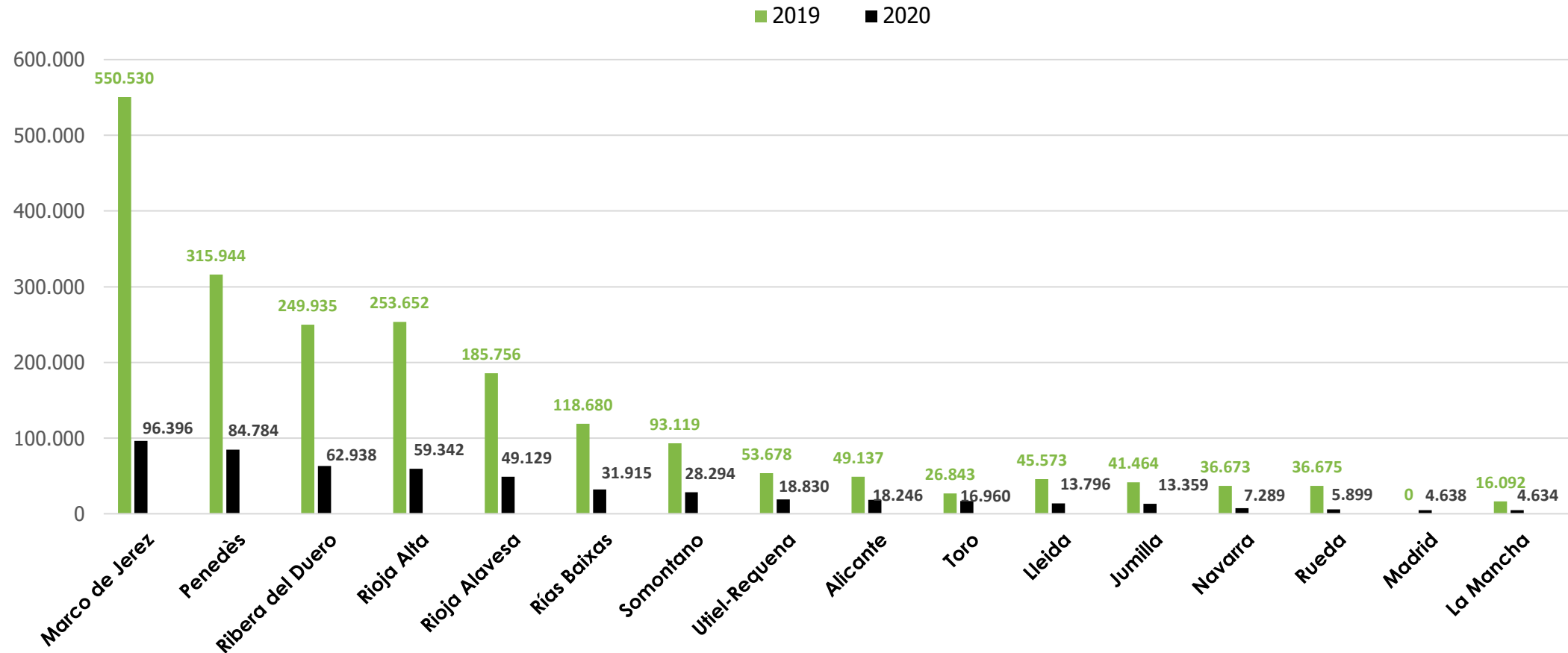


Si analizamos de manera desglosada el número de visitantes recibidos en bodegas y museos, **las Rutas del Vino que han recibido un mayor número de visitantes en bodegas son:**

- **Marco de Jerez**, con **96.396** visitantes (↓ -82,5%).
- **Penedès**, con **84.784** visitantes (↓ -73,2%).
- **Ribera del Duero**, con **62.938** visitantes (↓ -74,8%).
- **Rioja Alta**, con **59.342** visitantes (↓ -76,6%).
- **Rioja Alavesa**, con **49.129** visitantes (↓ -73,6%).
- **Rías Baixas**, con **31.915** visitantes (↓ -73,1%).
- **Somontano**, con **28.294** visitantes (↓ -69,6%).
- **Utiel-Requena**, con **18.830** visitantes (↓ -64,9%).
- **Alicante**, con **18.246** visitantes (↓ -62,9%).
- **Toro**, con **216.960** visitantes (↓ -36,8%).

3.7. Número de visitantes a bodegas

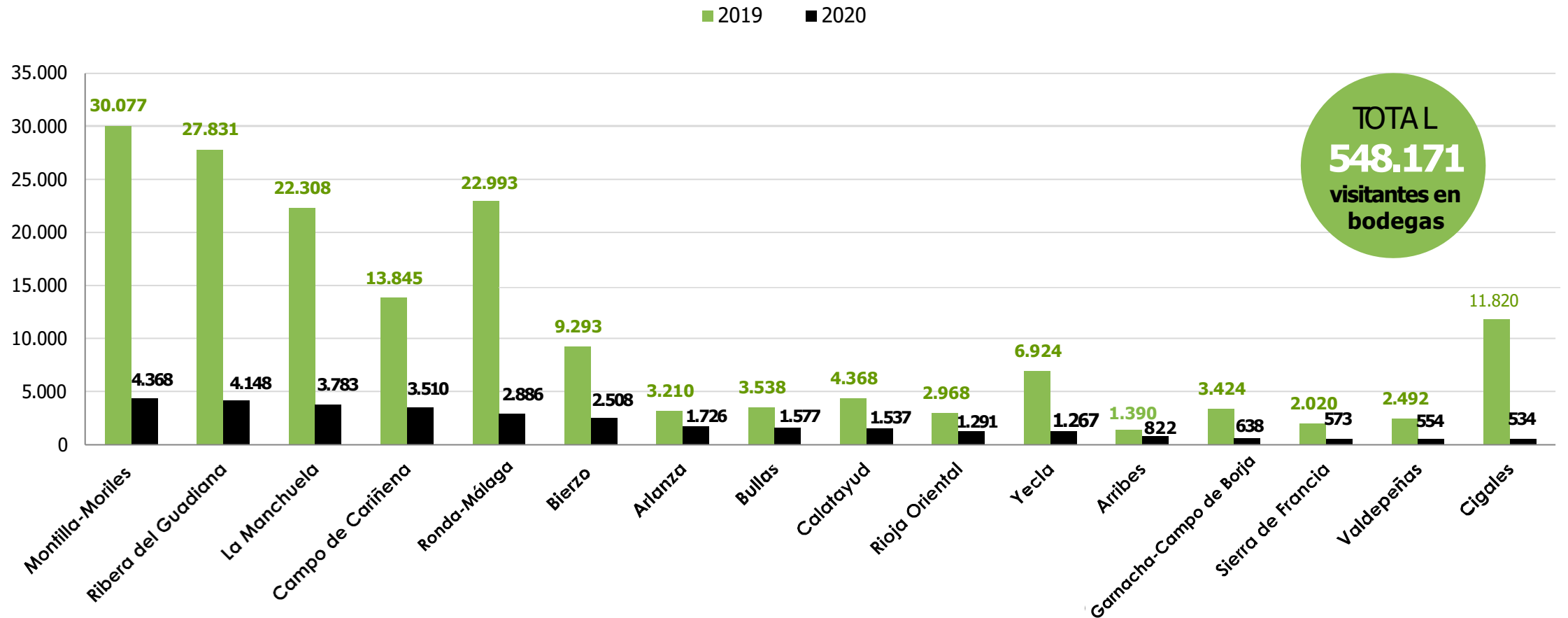
Gráfico 3.11. Evolución número de visitantes recibidos en bodegas de las Rutas del Vino de España (2019-2020) – PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a bodegas. Orden descendente

3.7. Número de visitantes a bodegas

Gráfico 3.11. Evolución número de visitantes recibidos en bodegas de las Rutas del Vino de España (2019-2020) – PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a bodegas. Orden descendente

3.7. Número de visitantes a bodegas



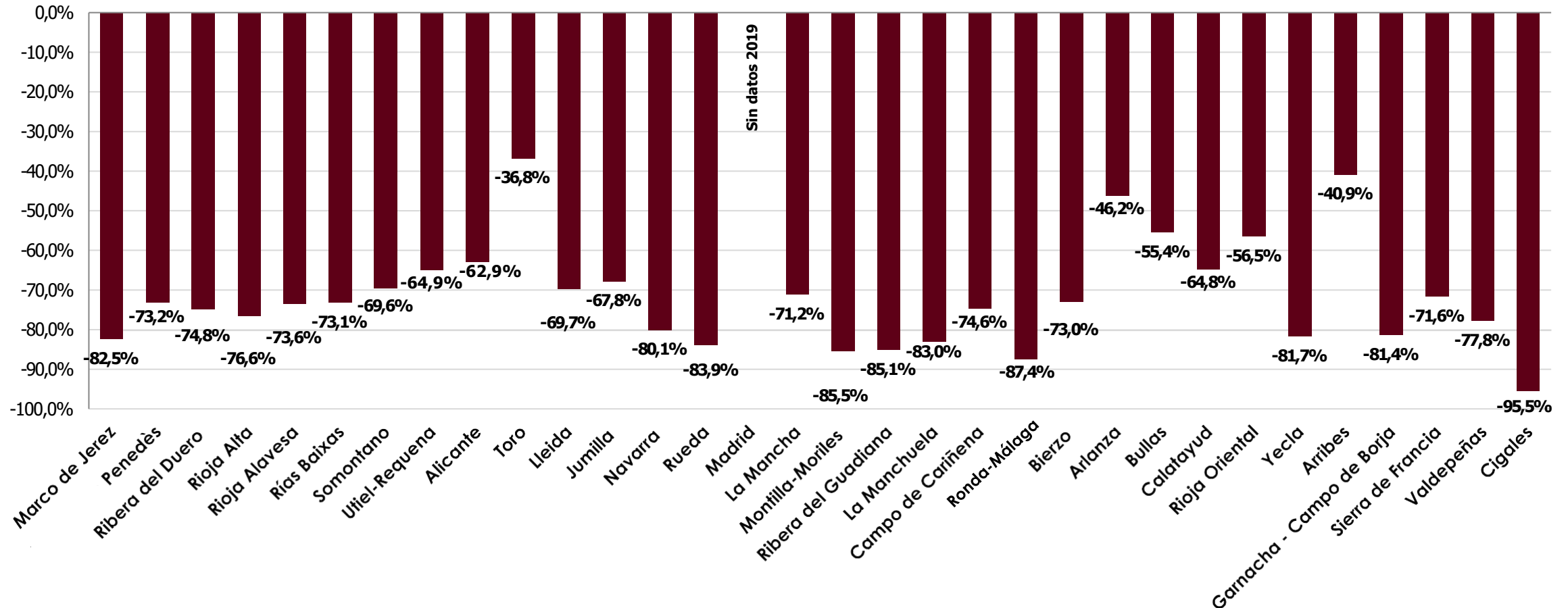
Si atendemos a la caída experimentada durante este último año en el número de visitantes a bodegas en cada una de las Rutas del Vino, cabe destacar el **importante impacto sufrido en las siguientes Rutas:**

- **Cigales** registra una caída del 95,5%, con 11.286 visitantes menos.
- **Ronda-Málaga**, con 20.107 visitantes menos, supone un descenso del 87,4%.
- **Montilla-Moriles**, con un descenso de 25.709 visitantes, supone una caída del 85,5% respecto al año anterior.

Por el contrario, **las Rutas del Vino de Toro** (↓-36,8%), **Arribes** (↓ -40,9%) y **Arlanza**(↓ -46,2%) han sido las Rutas en las que menos se ha dejado notar el impacto provocado por la pandemia.

3.7. Número de visitantes a bodegas

Gráfico 3.12. Variación interanual (%) del número de visitantes recibidos en bodegas de las Rutas del Vino de España (2019-2020)



3.8. Número de visitantes a museos



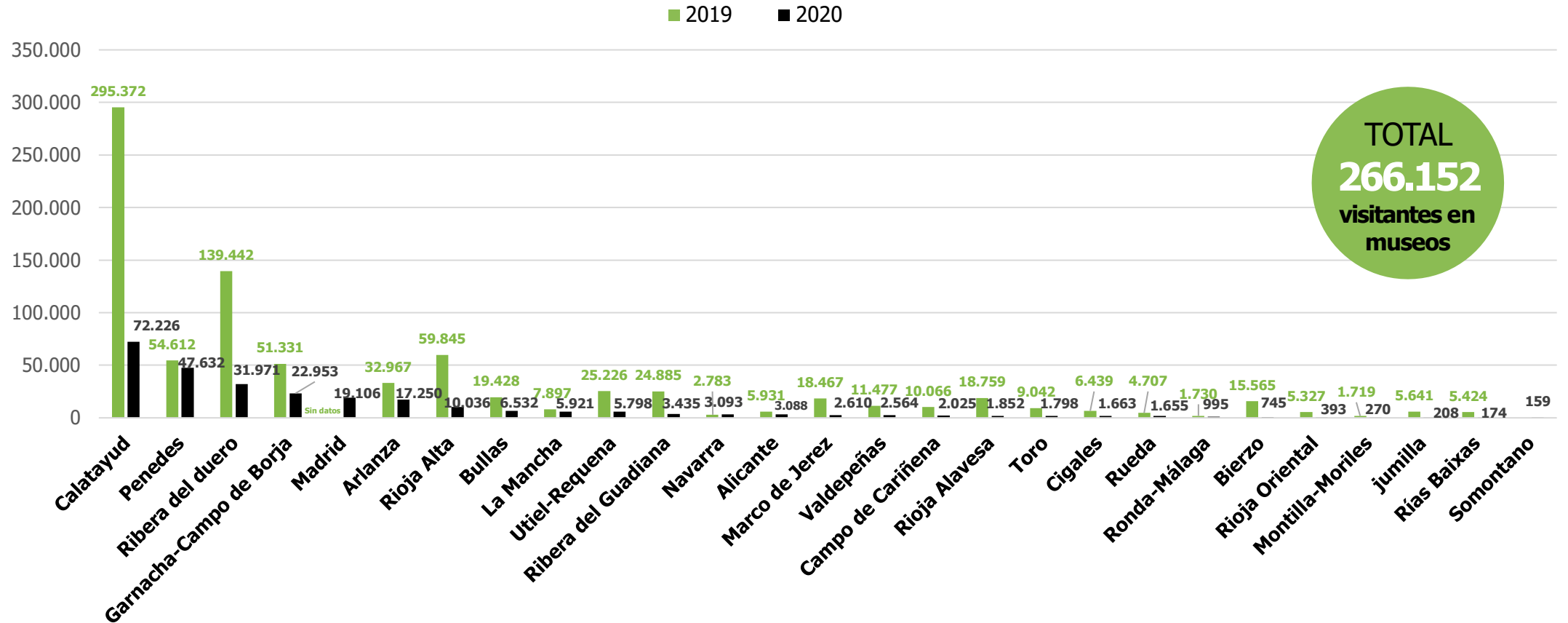
Atendiendo ahora a las visitas a museos, **las Rutas que han recibido un mayor número de visitantes en sus museos** han sido:

- En primer lugar, la **Ruta del Vino de Calatayud con un total de 72.226 visitantes**, lo que supone una caída del 75,5% respecto a 2019.
- En segundo lugar, con 47.632 visitantes recibidos se encuentra **Penedès, una de las Rutas que menos ha notado el impacto de la pandemia en número de visitantes recibidos en museos** (-12,8% respecto al periodo anterior).
- En tercer lugar se encuentran los museos de **Ribera del Duero, en los que se recibieron cerca de 32.000 visitantes** (-77,1% respecto a 2019).
- Cabe destacar que **la Ruta del Vino de Navarra ha sido la única que ha experimentado un crecimiento positivo** del número de visitantes a museos durante 2020 (11,1%).

37

3.8. Número de visitantes a museos

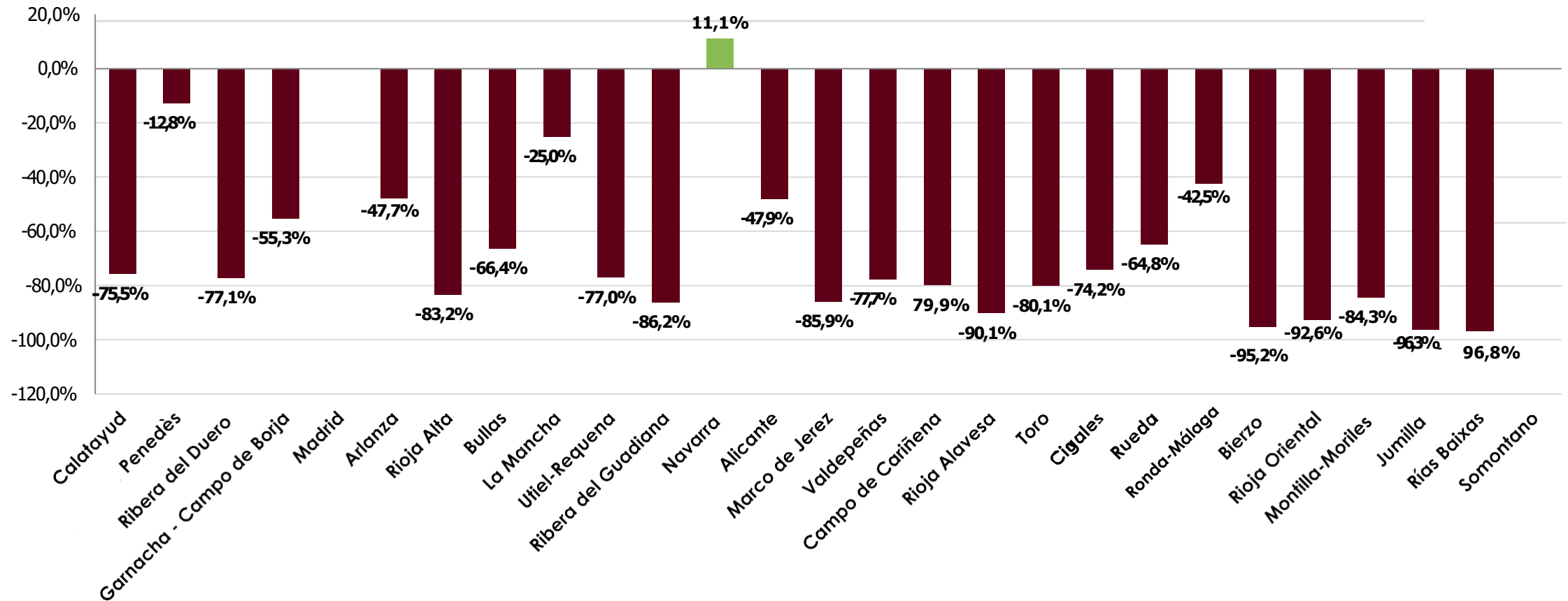
Gráfico 3.13. Evolución del número de visitantes recibidos en museos de las Rutas del Vino de España (2019-2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a museos. Orden descendente

3.8. Número de visitantes a museos

Gráfico 3.14. Variación interanual (%) del número de visitantes recibidos en museos de las Rutas del Vino de España (2019-2020)

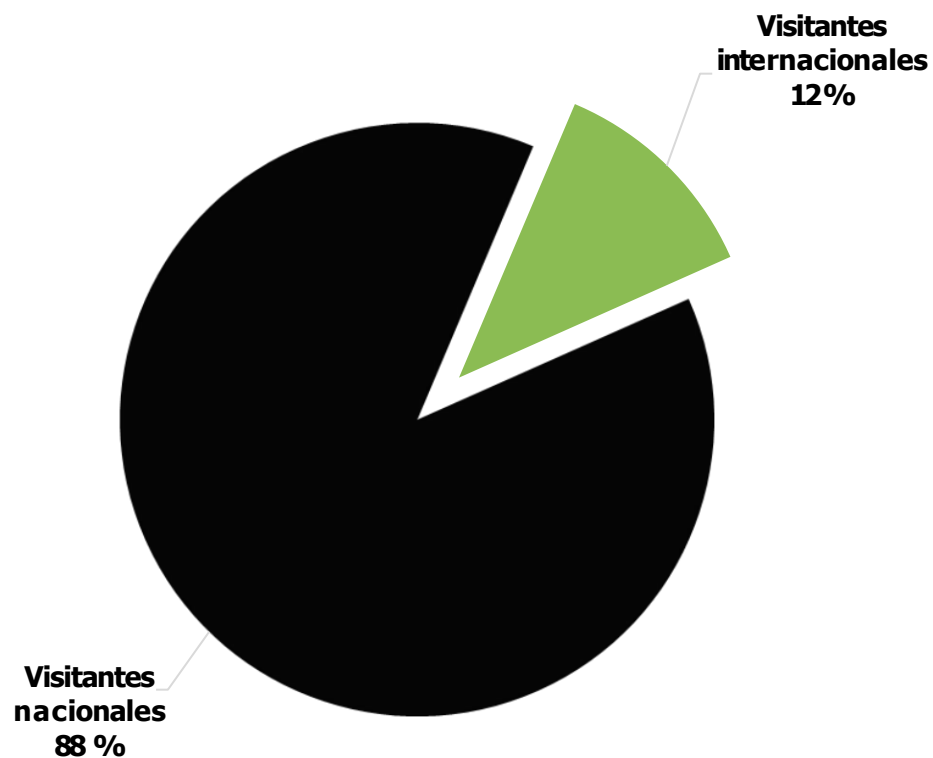


39

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021
Rutas del Vino ordenadas en función del número de visitantes anuales a museos. Orden descendente

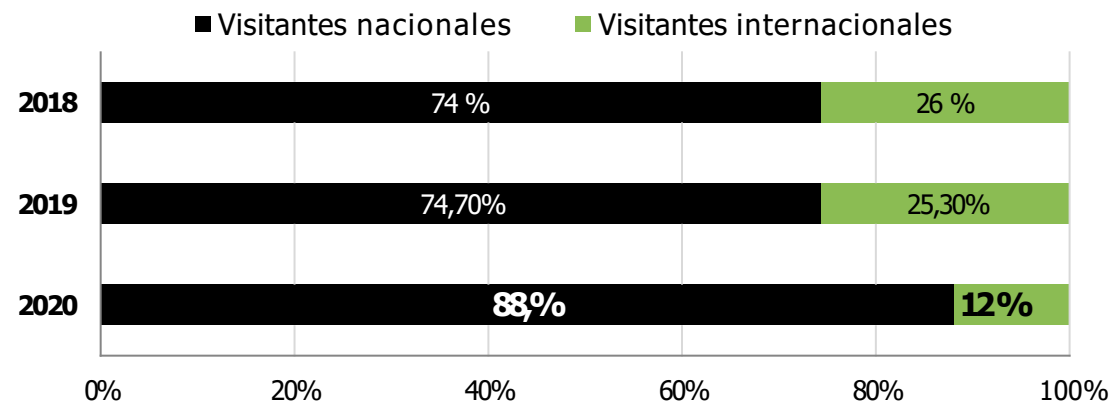
3.9. Procedencia de los visitantes

Gráfico 3.15. Distribución de visitantes a las Rutas del Vino por procedencia (2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

Gráfico 3.16. Evolución de la distribución de visitantes según su procedencia (2018 – 2020)

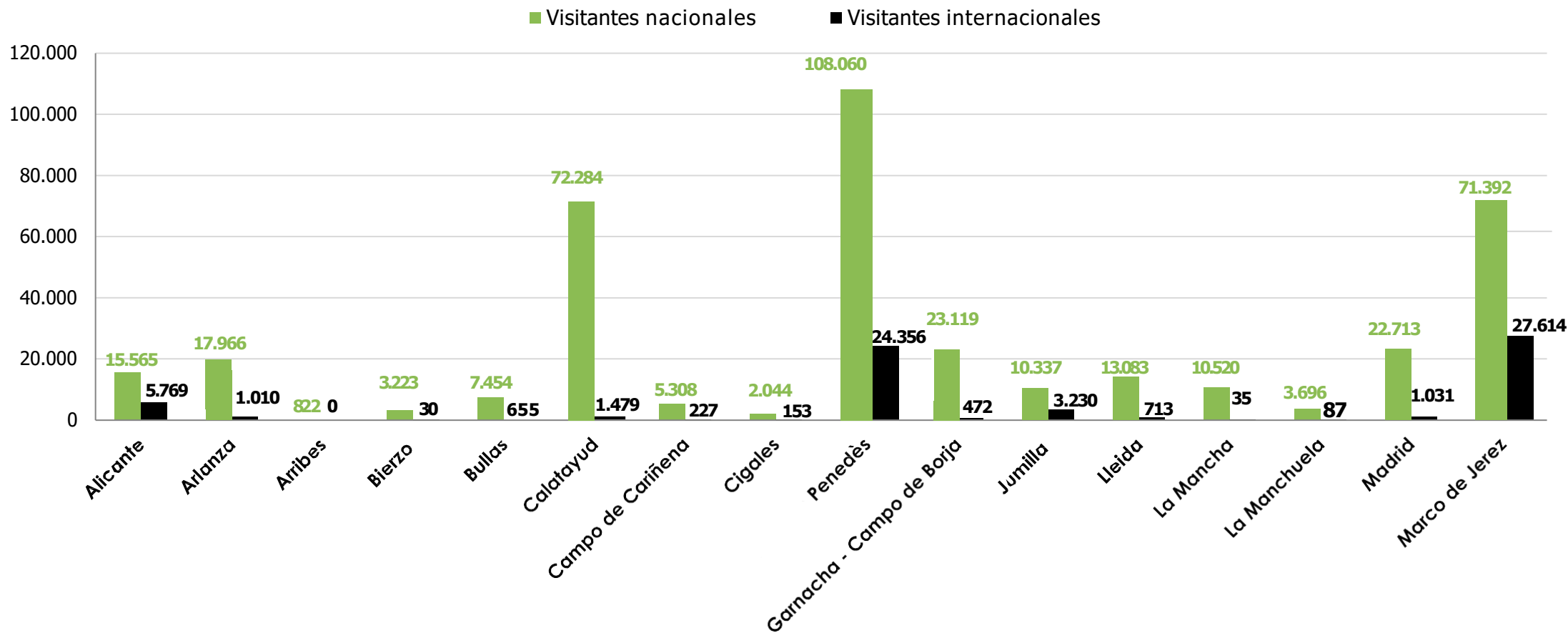


Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

Con respecto a la distribución de visitantes de procedencia nacional y de procedencia internacional se observa una **caída del turismo internacional: el 88% de los visitantes recibidos en 2020 han sido nacionales** (716.981), mientras que el 12% han sido internacionales (97.343).

3.9. Procedencia de los visitantes

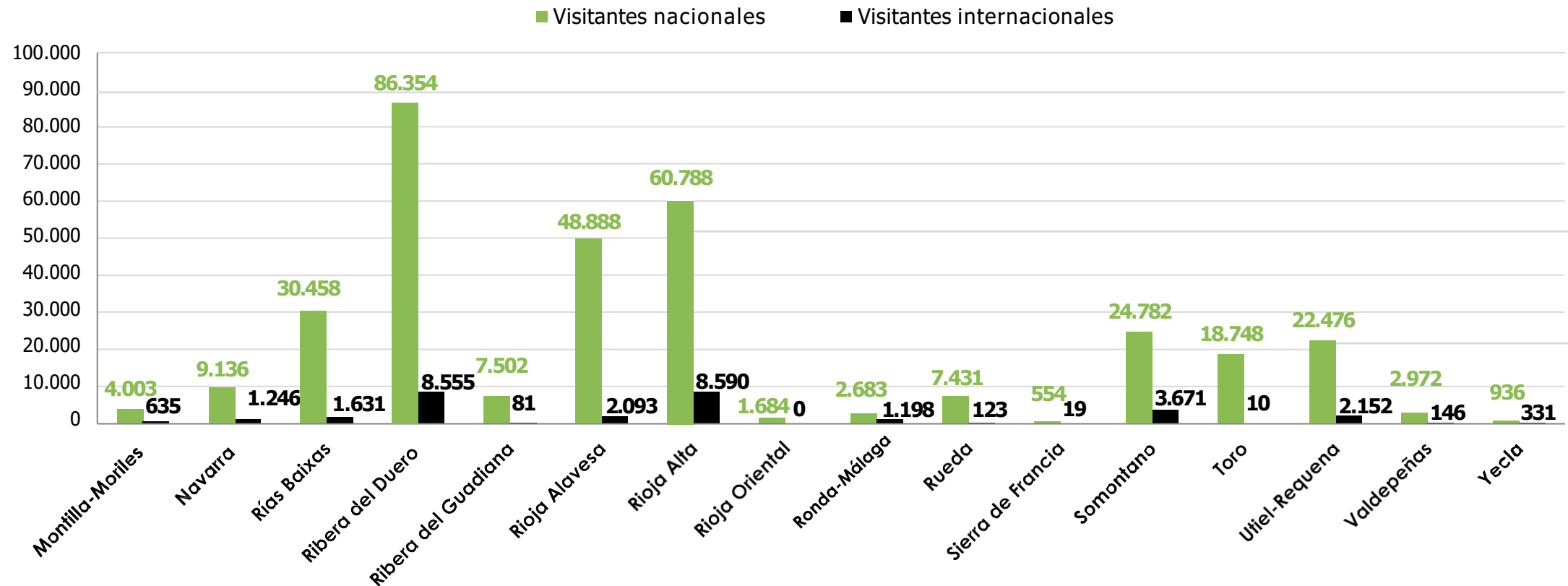
Gráfico 3.17. Distribución de visitantes a bodegas y museos según procedencia en las Rutas del Vino de España (2020)
PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.9. Procedencia de los visitantes

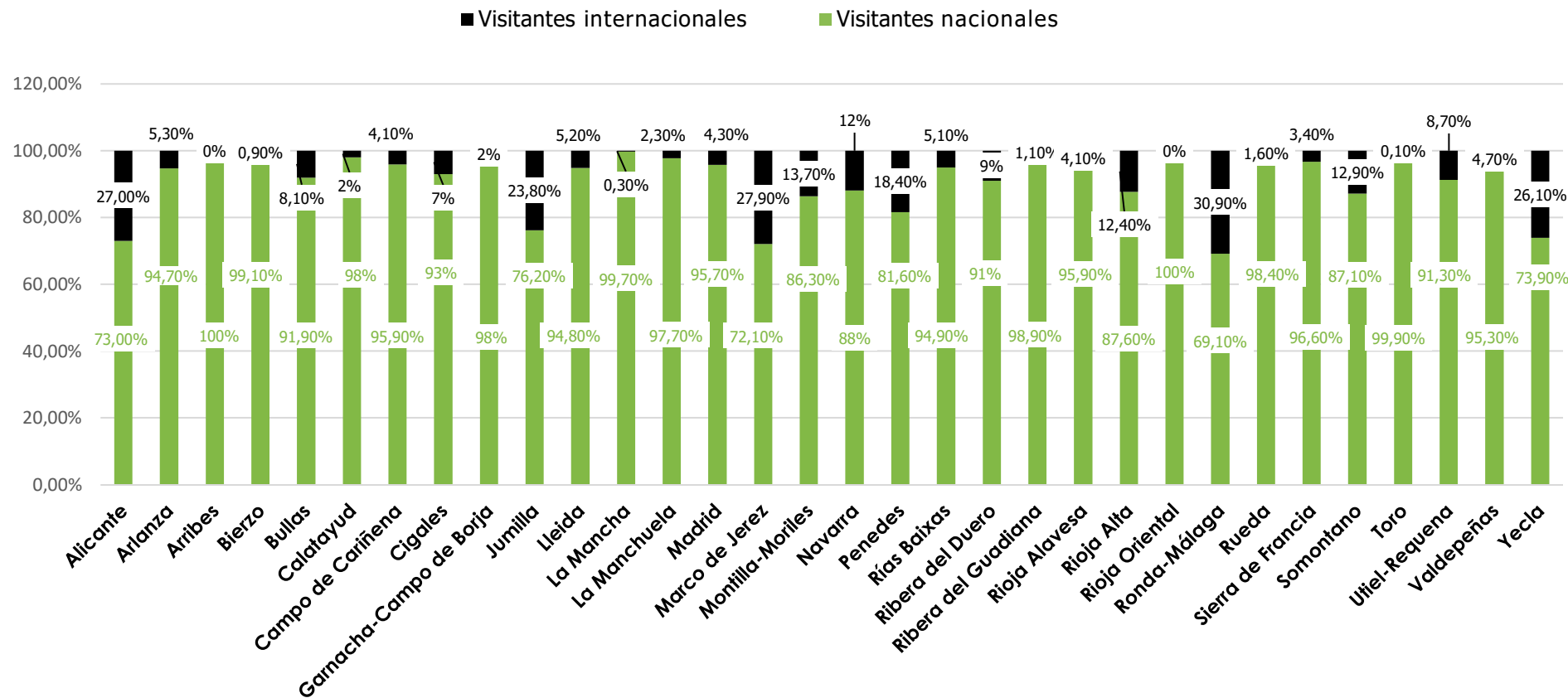
Gráfico 3.17. Distribución de visitantes a bodegas y museos según procedencia en las Rutas del Vino de España (2020)
PARTE II



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.9. Procedencia de los visitantes

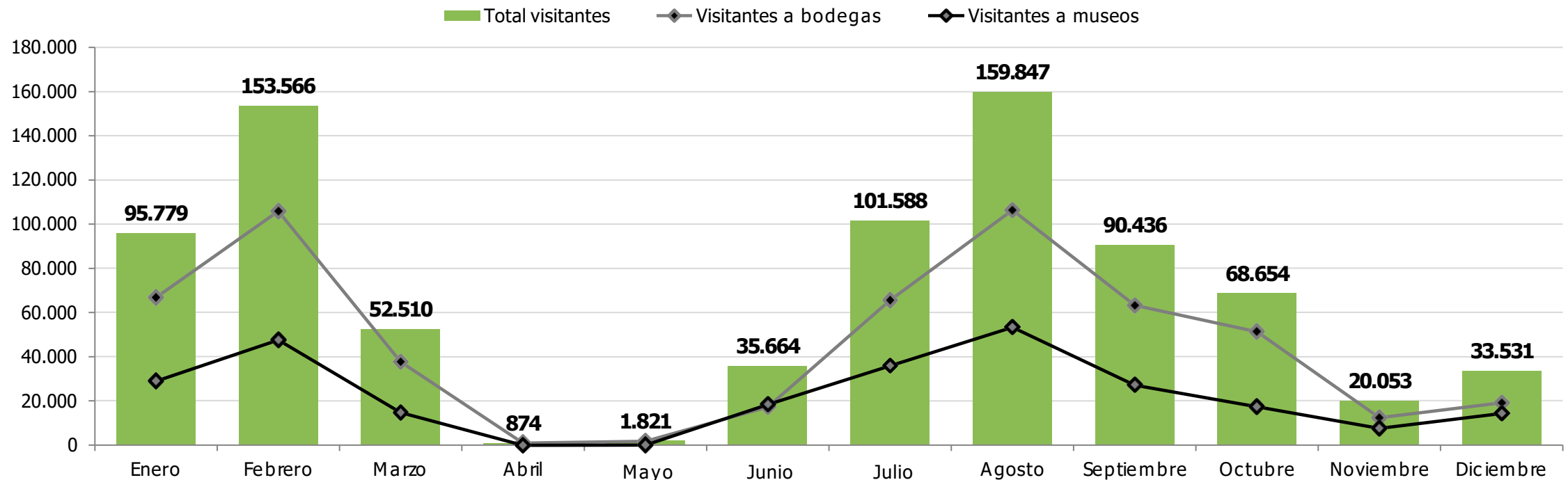
Gráfico 3.18. Distribución porcentual de visitantes a bodegas y museos según procedencia en Rutas del Vino de España (2020)



3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Los meses de **febrero** (antes de la declaración de la pandemia por la OMS) y **agosto** fueron los que registraron una mayor afluencia de visitantes, superando las 150.000 visitas a bodegas y museos.

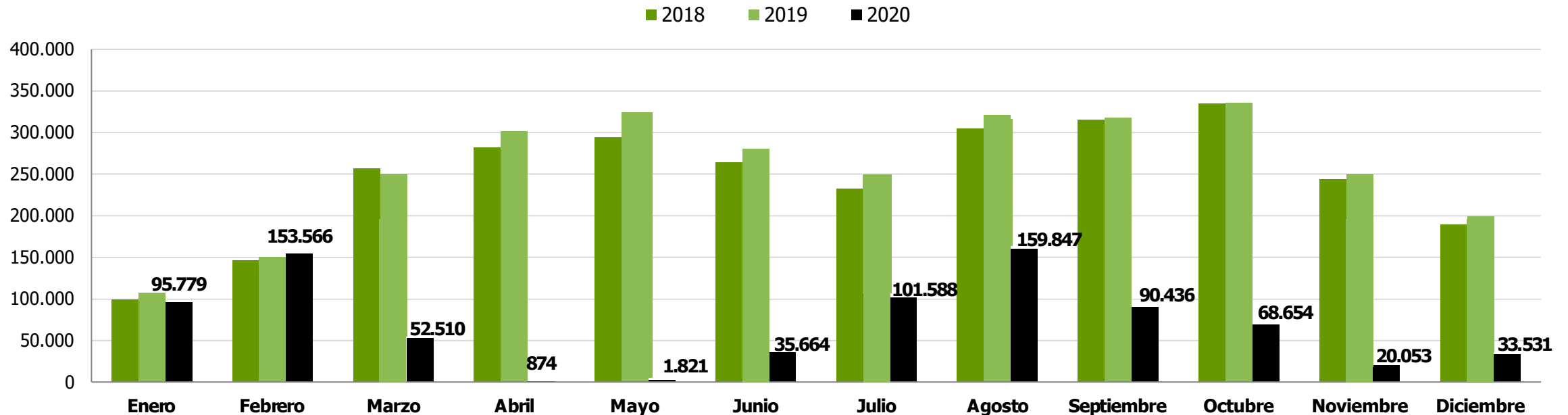
Gráfico 3.19. Distribución mensual visitantes en las Rutas del Vino de España (2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.20. Evolución de la distribución mensual de visitantes en las Rutas del Vino de España (2018-2020)



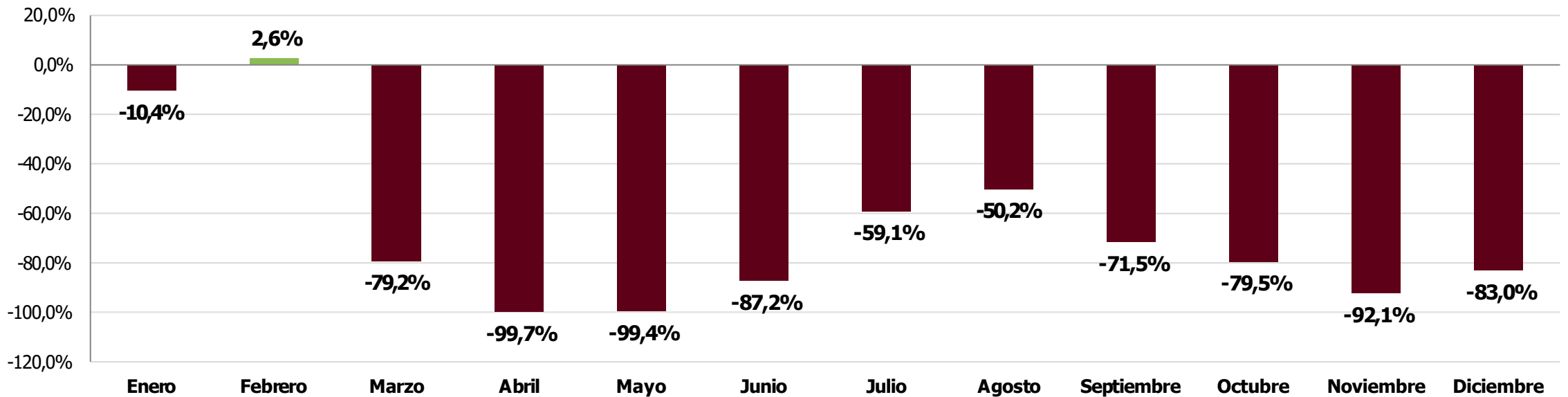
Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

La **curva de estacionalidad** presenta grandes variaciones respecto a años anteriores, apreciándose de forma significativa el descenso del número de visitantes en los periodos coincidentes con las olas de pandemia y las consiguientes restricciones a la movilidad impuesta por las autoridades sanitarias.

3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Febrero fue el único mes de 2020 que presentó un crecimiento interanual positivo, mientras que los meses de abril y mayo experimentaron las caídas más acusadas (superiores al 99%). Por otro lado, julio y agosto fueron los meses en los que se dejó notar en menor medida los impactos de la pandemia, con un descenso del 59,1% y del 50,2% respecto a 2019.

Gráfico 3.21. Variación interanual del número de visitantes recibidos por meses (2019-2020)



3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Meses de mayor y menor afluencia de visitantes (2020)

Ruta del Vino	Mes de mayor afluencia	Mes de menor afluencia
Alicante	Febrero	Abril
Arlanza	Agosto	Abril / Mayo
Arribes	Julio	Abril
Bierzo	Agosto	Abril / Mayo
Bullas	Enero	Abril / Mayo
Calatayud	Agosto	Abril / Mayo / Oct / Nov
Campo de Cariñena	Febrero	Abril / Mayo
Cigales	Diciembre	Abril / Mayo
Penedès	Febrero	Abril
Garnacha - Campo de Borja	Agosto	Abril
Jumilla	Febrero	Abril
Lleida	Febrero	Abril
La Mancha	Febrero	Abril / Mayo
La Manchuela	Febrero	Abril / Mayo
Madrid	Diciembre	Marzo
Marco de Jerez	Febrero	Abril

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

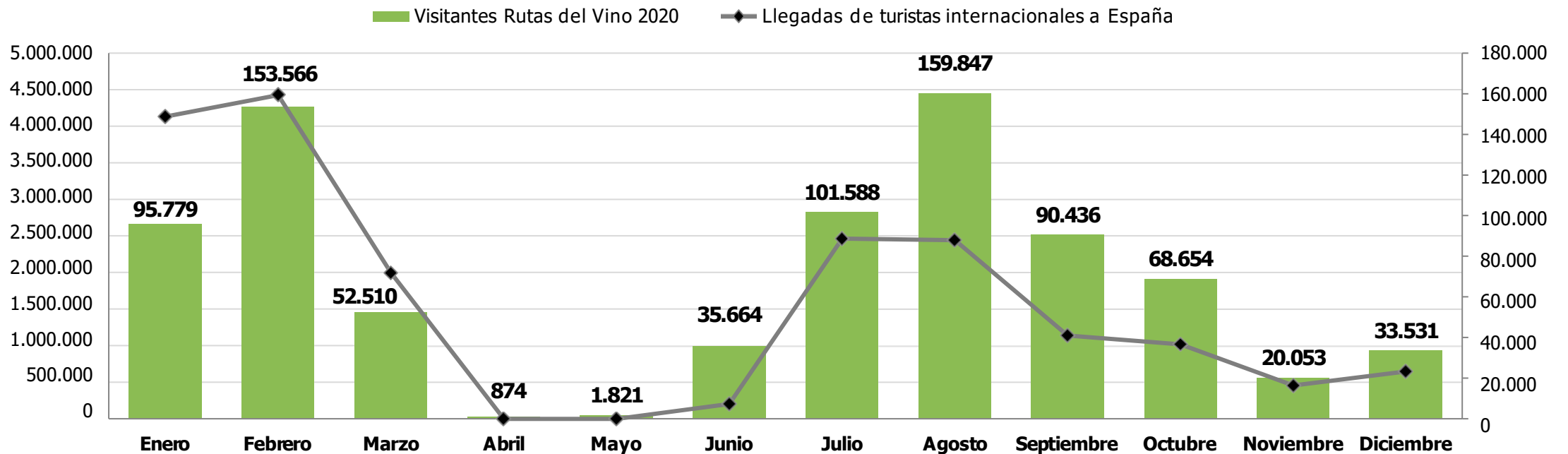
Meses de mayor y menor afluencia de visitantes (2020)

Ruta del Vino	Mes de mayor afluencia	Mes de menor afluencia
Montilla-Moriles	Febrero	Abril / Mayo
Navarra	Agosto	Abril / Mayo
Rías Baixas	Agosto	Abril / Mayo
Ribera del Duero	Febrero	Abril
Ribera del Guadiana	Marzo	Abril / Mayo / Oct / Nov
Rioja Alavesa	Agosto	Abril
Rioja Alta	Agosto	Abril
Rioja Oriental	Febrero	Abril / Mayo
Ronda-Málaga	Julio	Mayo
Rueda	Febrero	Abril / Mayo
Sierra de Francia	Agosto	Abril / Mayo
Somontano	Agosto	Abril
Toro	Agosto	Abril / Mayo
Utiel-Requena	Febrero	Abril
Valdepeñas	Febrero	Abril / Mayo
Yecla	Febrero	Mayo

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.22. Comparativa estacionalidad llegadas turismo internacional a España vs Visitantes Rutas del Vino (2020)



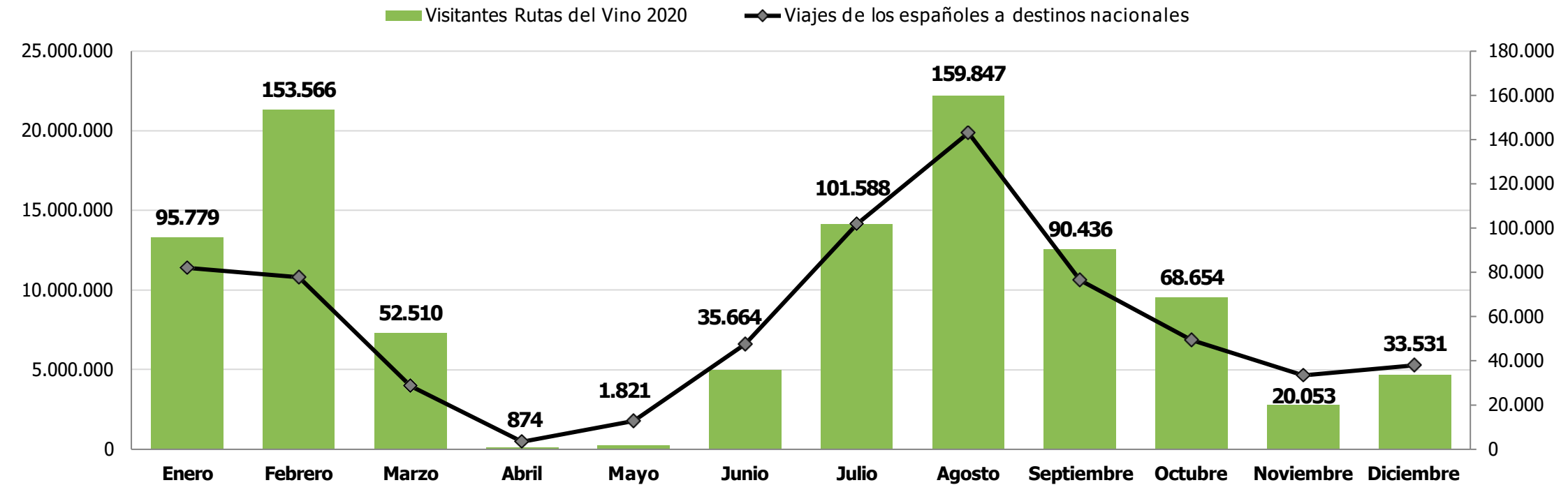
Si comparamos el gráfico de distribución mensual del turismo del vino frente a la estacionalidad del turismo internacional en España (datos de llegadas de turistas internacionales publicados por FRONTUR), vemos que **durante 2020 la curva se comportó de forma muy similar, ya que estuvo condicionada por las medidas impuestas por las autoridades sanitarias para evitar la propagación de la Covid-19.**

Fuente: Llegadas de turistas internacionales a España, Frontur (2020). Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia. ACEVIN. 2021

*Nota FRONTUR: Los datos de abril del año 2020 y posteriores son provisionales.

3.10. Distribución mensual de visitantes a bodegas y museos

Gráfico 3.23. Comparativa estacionalidad turismo interno España vs Visitantes Rutas del Vino (2020)



50

Al analizar la distribución de los viajes de los españoles a los destinos nacionales (datos de FAMILITUR), se observa que **la curva de visitantes de las Rutas del Vino se comportó de forma muy similar a la curva del turismo interno en nuestro país.**

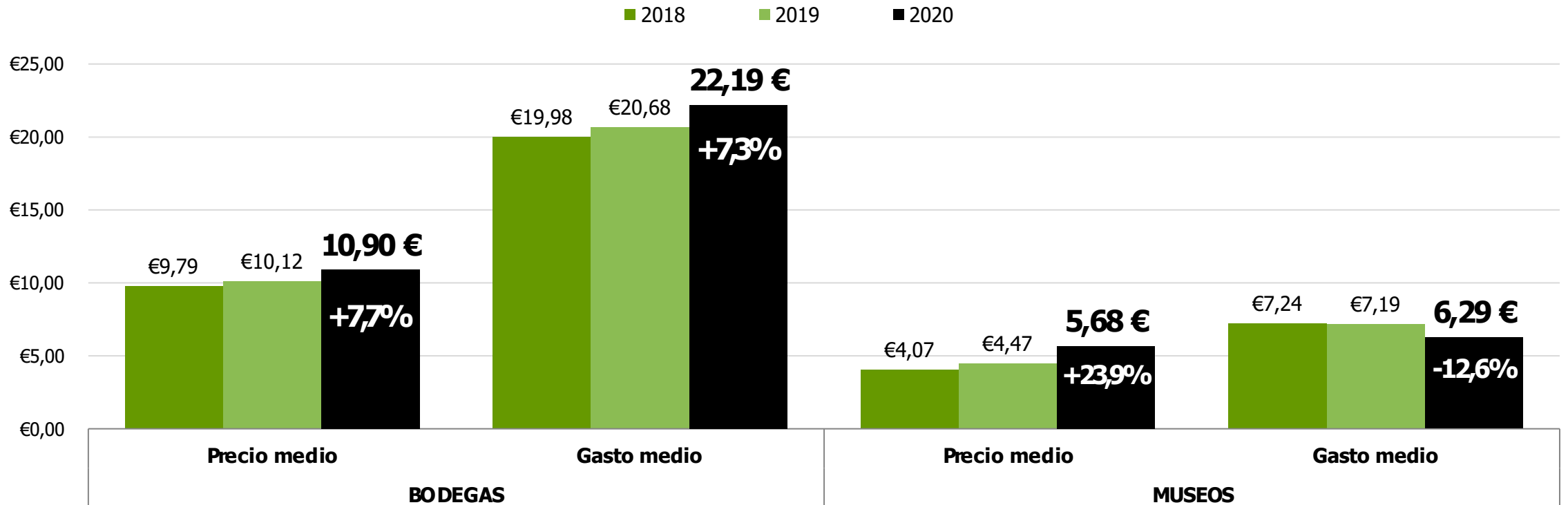
Fuente: Viajes de los españoles a destinos nacionales, Familitur (2020). Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia. ACEVIN. 2021

A night scene in a vineyard. In the foreground, a large yellow excavator bucket is partially visible on the right side. The ground is covered with dry leaves and twigs. In the background, a group of people is standing near a vine, illuminated by a bright light source. The sky is dark with some stars visible.

4. Impacto económico del enoturismo

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

Gráfico 4.1. Evolución del precio medio de la visita y del gasto medio en tienda por visitante en las bodegas y museos de las Rutas del Vino de España (2018-2020)



52

Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

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



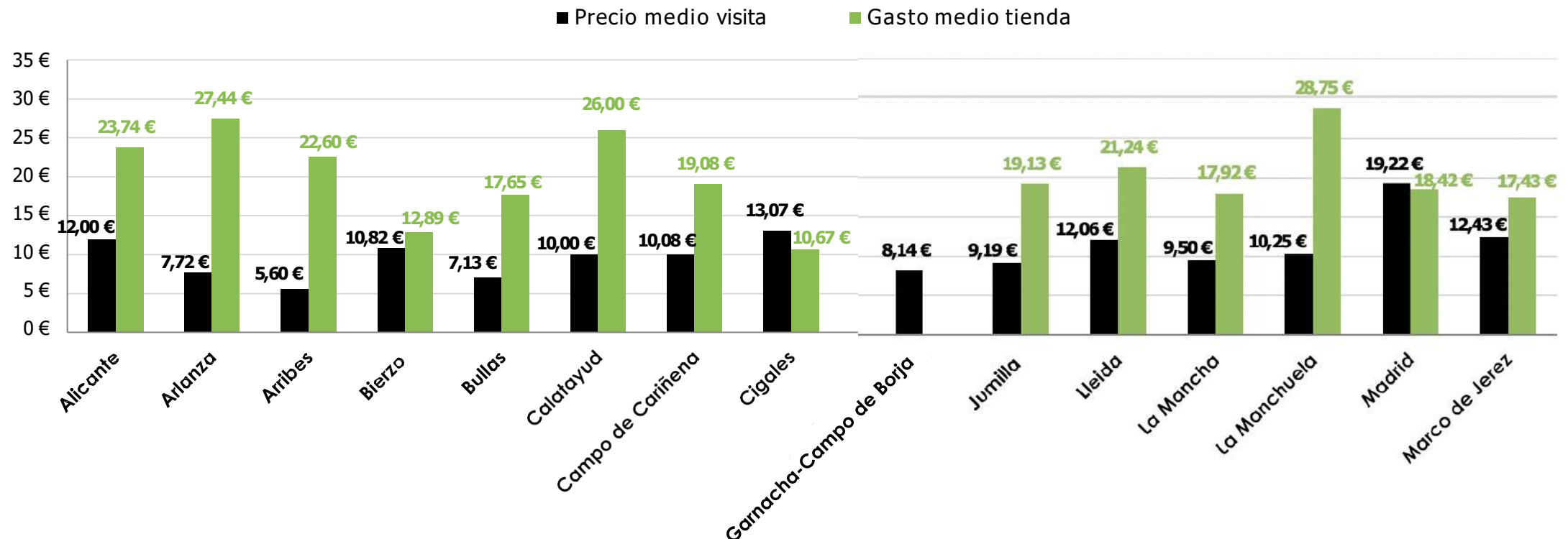
Las bodegas **que establecen precios medios más elevados para su visita** se corresponden en primer lugar con la Ruta del Vino de **Ronda** (21,25 €), seguida de las bodegas de **Madrid** (19,22 €), **Penedès** (16,81 €), **Rioja Alta** (15,35 €) y **Rioja Alavesa** (14,21 €).

Por otro lado, las bodegas de las Rutas del Vino que presentan un **mayor gasto medio por visitante en tienda** son, por este orden: **Somontano** (40,80 €), **Valdepeñas** (40 €), **Rioja Alavesa** (34,14 €), **Ribera del Duero** (33,33 €) y **Penedès** (30,93 €).

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.

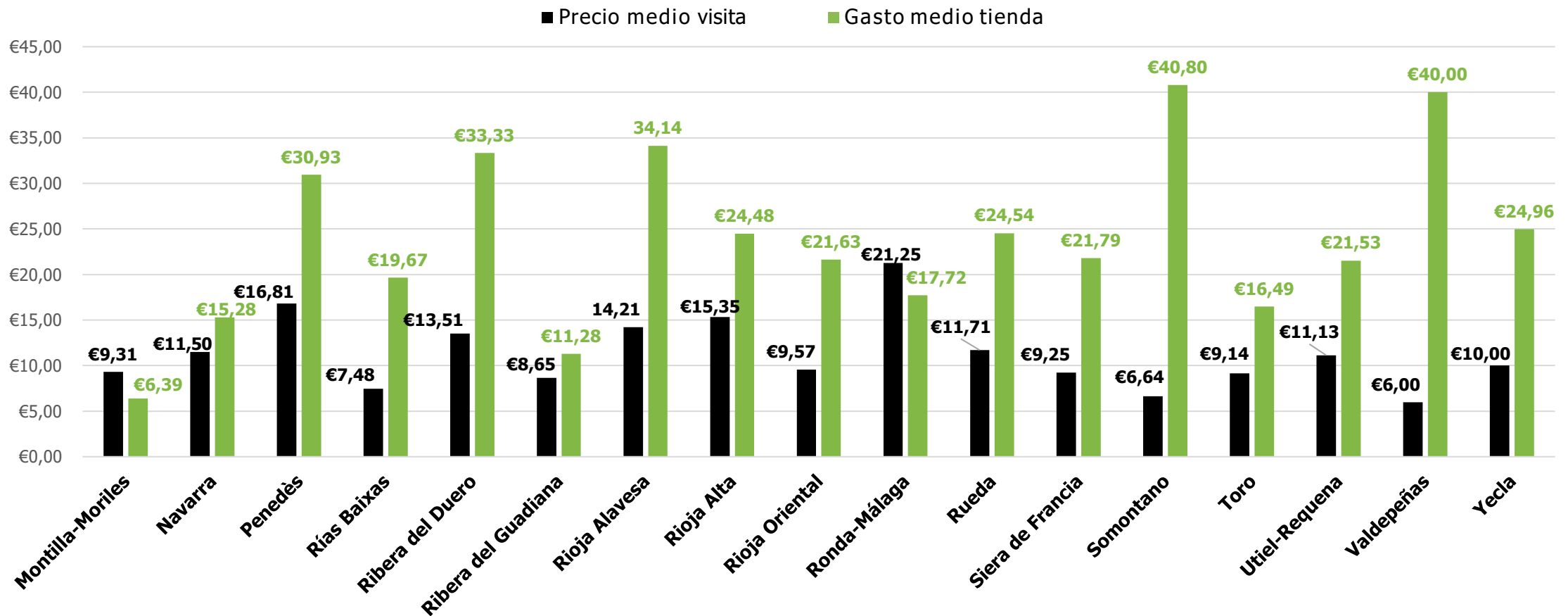
Gráfico 4.2. Precio medio de la visita y gasto medio por visitante en las bodegas de las Ruta del Vino (2020) - PARTE I



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

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 en las bodegas de las Ruta del Vino (2020) - PARTE II

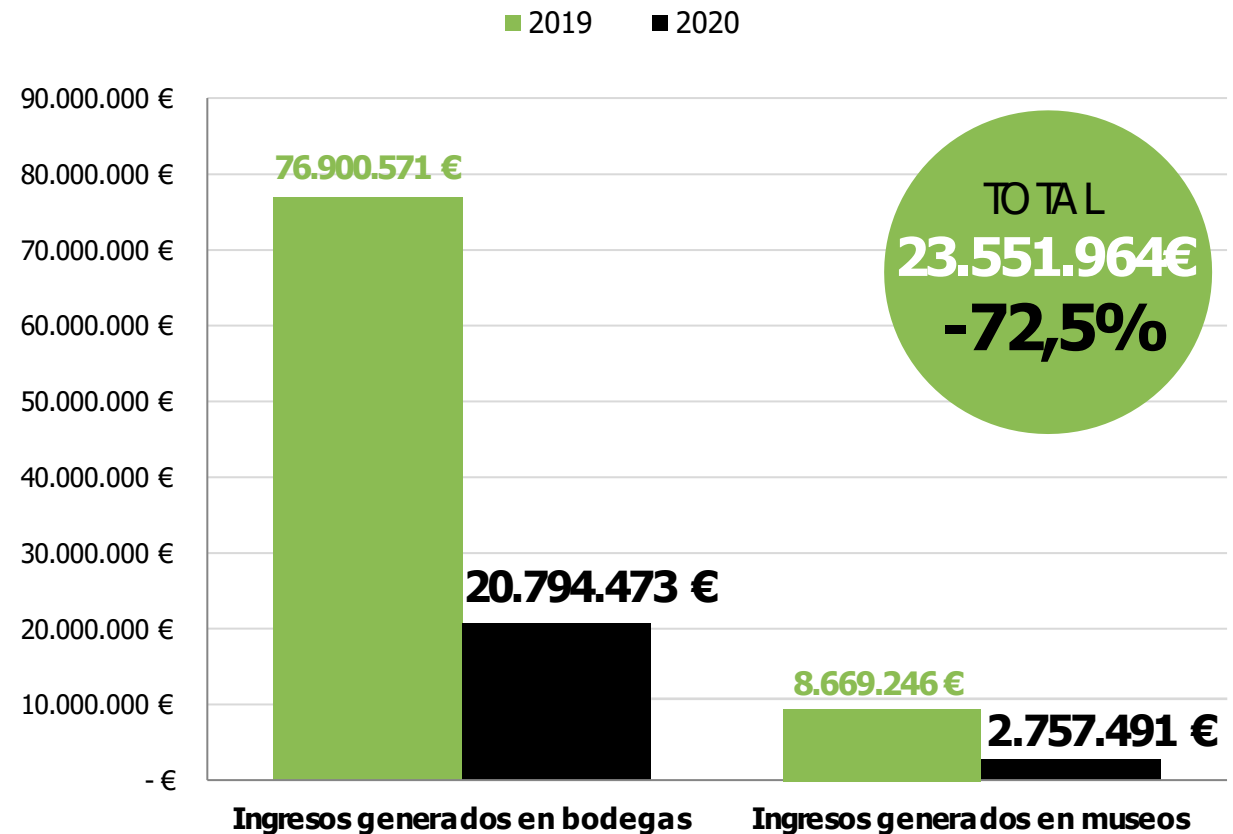


4.3. Aproximación al impacto económico del enoturismo en las RVE

Basándonos en el número de visitantes a bodegas y museos y en el precio medio de la visita y el gasto realizado en tienda registrados en cada Ruta del Vino es posible establecer una aproximación del 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 23.551.964 €**, experimentado un descenso del 72,5% respecto al año anterior. Si lo desglosamos, **el impacto generado en las bodegas se sitúa en los 20.794.473€, mientras que 2.757.491€ se generan en los museos.**

Gráfico 4.3. Evolución del impacto económico del enoturismo en las Rutas del Vino de España (2019-2020)



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2021

4.3. Aproximación al impacto económico del enoturismo en las RVE



Hay que señalar 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 durante el año de pandemia se estima en 70,7 millones de euros**, una cifra bastante inferior a la estimación del año 2019.



5. Conclusiones

5. Conclusiones



- Como todo el sector del turismo nacional e internacional, el enoturismo en las Rutas del Vino de España ha sufrido un duro golpe durante 2020 a consecuencia de la pandemia de la Covid-19 :
 - El conjunto de las **Rutas del Vino de España ha recibido un total de 814.323 visitantes en sus bodegas y museos durante 2020**, lo que supone un **descenso del 73,5%** respecto al año anterior. En términos absolutos se han recibido 2.262.011 visitantes menos que en 2019.
 - Asimismo, **el impacto económico de la actividad enoturística en bodegas y museos ha registrado una caída cercana al 72,5%**, lo que supone unas pérdidas de más de 62 millones de euros respecto a 2019.
 - Las empresas de las Rutas del Vino de España se han visto obligadas a redefinir sus estrategias de marketing debido al escenario de escasa demanda que se produjo durante algunos meses debido a la pandemia. Así, han renovado sus productos turísticos y propuestas, las acciones de promoción y, sobre todo, los mercados en los que centrar los esfuerzos, que han pasado a ser más cercanos. Todo ello ha fortalecido, sin duda, la capacidad de resiliencia de nuestras empresas, que han sabido adaptarse a un entorno mucho más complejo.

5. Conclusiones



- No obstante, los datos revelan también algunas lecturas positivas de este último periodo tan atípico, **no sólo en cuanto al crecimiento de la oferta**, sino también de **algunas magnitudes relacionadas con la demanda**:
 - A pesar de las circunstancias, la **oferta de empresas y servicios enoturísticos ligada a las Rutas del Vino de España ha experimentado un leve crecimiento** durante este año, debido principalmente a la incorporación de la Ruta del Vino de Madrid y a la evolución positiva de muchas de las rutas ya existentes. En unas circunstancias tan complejas, es destacable este hecho.
 - **Los meses del año en los que no existieron tantas restricciones** para los viajes nacionales (julio, agosto, septiembre) **experimentaron un buen comportamiento**, consiguiendo una cierta recuperación del sector. El producto enoturístico fue percibido como un producto seguro por parte de la demanda, gracias al esfuerzo de adaptación realizado por el sector.
 - El **precio medio de la visita a bodega ha experimentado una subida de precio para situarse en 10,90 €**. A buen seguro, esta subida de precio está acompañada de un mayor valor del producto turístico (servicio más personalizado, mejor degustación, etc.) como lo refleja también unas mayores ventas en tienda por cliente: el gasto medio por visitante en las tiendas de las bodegas de las Rutas del Vino de España también ha registrado un ascenso del 7,33%, alcanzando los 22,19 €.
 - El **precio medio de la entrada a los museos asociados a las Rutas también ha subido para situarse en 5,68 €**, experimentando un aumento del 26,9% respecto a 2020.
 - **Durante este año 2020 se ha generado un importante consumo interno** atrayendo a un público local y de proximidad, que ha descubierto atractivos más cercanos y que ahora puede ejercer como embajador del territorio.



5. Conclusiones

- **Distintos tipos de factores hacen que las realidades turísticas sean diferentes en los destinos que componen el Club de Producto Rutas del Vino de España.** Entre esos factores podemos citar algunos como 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. Todo ello da lugar a diferencias significativas en el número de visitantes recibidos en cada ruta y en la importancia relativa del turismo internacional, unas diferencias que se han acentuado durante la pandemia:
 - **Penedès se sitúa como la Ruta más visitada durante este año con 132.416 visitantes, seguida por la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez con 99.006 visitantes. Ribera del Duero ocupa el tercer puesto con 94.909 visitantes recibidos durante 2020.**
 - En términos relativos, los efectos de la pandemia se han dejado notar de diferente forma en los 32 destinos enoturísticos que conforman actualmente el Club de Producto Rutas del Vino de España. Entre las Rutas más afectadas en cuanto al descenso en el número de visitas están: **Cigales (-88,0%), Bierzo Enoturismo (-86,9%), Ribera del Guadiana(-85,6%), Montilla-Moriles (-85,4%) y Ronda-Málaga (-84,3%).**
 - Entre las Rutas que han sufrido en menor medida el impacto de la pandemia, experimentado una caída más leve en cuanto al volumen de turistas recibidos, están: **Arribes (-40,9%), Arlanza (-47,5%), Toro (-47,7%), La Mancha (-56,0%) y Garnacha-Campo de Borja (-56,9%).**

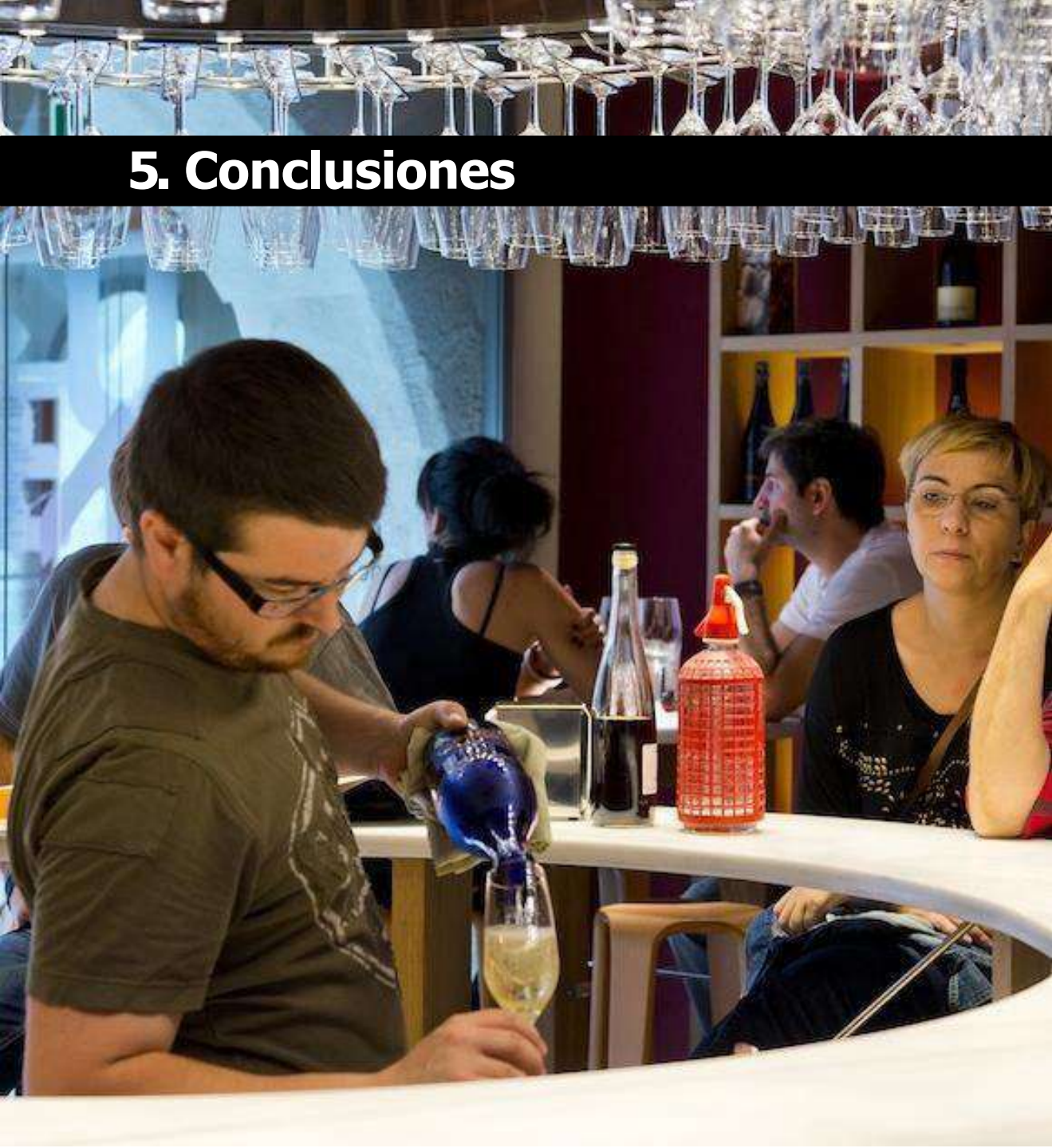
5. Conclusiones



- La distribución porcentual en cuanto a la procedencia de visitantes en el conjunto de las Rutas del Vino de España queda de esta manera: **88% visitantes nacionales y 12% visitantes internacionales**. Se aprecia, así, una caída del turismo internacional respecto al año anterior, algo lógico teniendo en cuenta las restricciones de movilidad impuestas en todo el mundo para tratar de frenar la propagación de la Covid-19. Si analizamos esta información de forma desglosada Ruta por Ruta:

- **La afluencia de visitantes internacionales se ha comportado mejor en el arco mediterráneo**, posiblemente debido a la comunidad internacional que cuenta con una segunda residencia en esta zona.
- Las Rutas del Vino que han recibido una **mayor proporción de visitantes internacionales son las Rutas del Vino de Ronda-Málaga (30,9%), Marco de Jerez (27,9%), Alicante (27,0%), Yecla (26,1%) y Jumilla (23,8%)**. Es decir, aquellas Rutas que tradicionalmente cuentan con un porcentaje más alto de turismo internacional.
- Por el contrario, **las rutas que han contado con menor proporción de visitantes internacionales han sido Arribes y Rioja Oriental** (ambas con 0% de visitantes internacionales) y las Rutas de Toro (0,1%), La Mancha (0,3%) y Bierzo (0,9%).

62



5. Conclusiones

- Hasta el estallido de la pandemia **todo parecía indicar que el ritmo de crecimiento positivo iba a continuar este año, ya que en febrero se superó en un 2,6% la cifra registrada en febrero de 2019.** No obstante, todo se paralizó con la declaración de la pandemia por la OMS y del estado de alarma durante el mes de marzo.
- La recuperación de la actividad se inició tras concluir el estado de alarma, pero posteriormente experimentó una nueva caída con la declaración del segundo estado de alarma.
- Agosto fue **el mes de mayor afluencia turística con 159.847 visitantes**, aunque cabe señalar que apenas se alcanzó el 50% de la cifra registrada en 2019.
- Es de esperar que en el verano de 2021, con el avance de las campañas de vacunación, pueda iniciarse la ansiada recuperación del sector, siendo previsible que en esta ocasión no se produzca el retroceso del año 2020.
- Teniendo en cuenta los datos analizados cabe destacar que los **atributos diferenciales del producto turístico Rutas del Vino de España** cobran más sentido que nunca tras la crisis vivida: **desestacionalizador, auténtico, ligado al medio rural y a nuestros pueblos, ausencia de masificaciones, disfrute del paisaje y de la naturaleza, turismo *slow* y gastronomía local.**

Observatorio Turístico
Rutas del Vino de España

