vinetur

Los turistas del vino nunca habían gastado tanto en España

El enoturismo español rompe su récord histórico de gasto por visitante. El enoturista gasta 4,5 veces más que el turista nacional.

viernes 25 de septiembre de 2026



La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) publicó este viernes, 25 de septiembre, el decimoquinto Informe sobre el Análisis de la Demanda Enoturística de Rutas del Vino de España, un estudio con el que retoma la serie estadística iniciada en 2008 para medir cómo viaja, cuánto gasta y qué busca el visitante de estos destinos.

El informe analiza el periodo comprendido entre el segundo semestre de 2025 y el primero de 2026. Es el primero que se elabora tras la puesta en marcha del Sistema de Inteligencia Enoturística de Rutas del Vino de España, una herramienta digital

financiada con fondos Next Generation EU y desarrollada con la participación de empresas del ámbito tecnológico y de la innovación. La publicación de este análisis estuvo interrumpida entre mediados de 2023 y mediados de 2025 mientras se implantaba ese sistema.

ACEVIN precisa además que, por primera vez y de forma excepcional, no han participado todas las rutas integradas en la marca, 38 en total. La asociación atribuye esa participación parcial a los distintos ritmos de adaptación de cada ruta a la nueva herramienta y a su incorporación a las rutinas de trabajo del Observatorio Turístico.

La cifra más alta del estudio es la del gasto. El desembolso medio del enoturista se sitúa en 345,87 euros por persona y día, el valor más alto de la serie, de acuerdo con ACEVIN. Esa cantidad queda por encima de los 218 euros del turista extranjero general recogidos por INE-EGATUR y de los 76,09 euros del viajero nacional medidos por FAMILITUR. La diferencia es de 127,87 euros respecto al turista extranjero general y de 269,78 euros frente al nacional.

La estancia media baja de 2,85 a 2,54 días, aunque se mantiene en niveles parecidos a los del informe anterior. Si se cruzan ambas variables, el gasto total medio por estancia alcanza 878,50 euros. Para las empresas de las rutas, esa combinación dibuja un visitante que sigue dejando un ticket alto aun cuando acorta algo su viaje.

El reparto entre turistas y excursionistas vuelve a cambiar. Los viajeros que pernoctan continúan siendo mayoría, pero con una distancia más corta que en anteriores ediciones: representan el 54,98% del total, frente a quienes realizan una visita de un solo día sin dormir en el destino. El informe relaciona este equilibrio con un perfil de visitante más amplio y con un uso de las rutas no solo como actividad puntual, sino también como opción de vacaciones de varios días.

También cambian las motivaciones del viaje. Entre los excursionistas, la razón principal es practicar enoturismo y, después, ocio y vacaciones. Entre los turistas sucede al revés: primero aparecen ocio y vacaciones y, a continuación, el interés por el enoturismo. ACEVIN interpreta esta diferencia como una señal de que una parte del público ya concibe las Rutas del Vino de España como un destino vacacional completo.

Esa lectura también aparece en las actividades elegidas durante la estancia. Entre quienes pasan más de un día, junto a la visita a bodegas y la gastronomía figuran las visitas a pueblos, los museos del vino y las actividades en la naturaleza. En el caso de los excursionistas, tras las bodegas y la gastronomía ganan peso la degustación, la compra de vinos y los eventos ligados al enoturismo.

En alojamiento, el hotel sigue en primer lugar con un 38%. Le siguen el hostal-pensión, con un 21%, y el alojamiento rural, con un 18%. El informe subraya la subida del hostal-pensión, que pasa del 10,86% al 21%, mientras que el alojamiento rural apenas varía respecto a la edición anterior, después de la mejora registrada en los últimos años.

La composición de los grupos también deja cambios. Los viajes en pareja continúan en cabeza y suben hasta el 48,61% del total. Los grupos organizados siguen entre las fórmulas más usadas, aunque el estudio no concreta su peso en este resumen. Donde sí hay variación clara es en las familias: las que viajan con niños duplican su presencia y alcanzan el 9,88%, mientras que las familias sin niños bajan del 9,40% al 7,38%.

El perfil por sexo mantiene la mayoría femenina. Las mujeres representan el 54,04% de los enoturistas y los hombres, el 45,96%. Por edades, el informe sitúa el mayor peso en la franja entre 46 y 65 años, con un 34,23%, y añade que los grupos de 56 a 65 y de 36 a 45 años superan ambos el 21%. El público más joven, que había ganado terreno en la edición anterior, queda en último lugar.

Otro cambio aparece en la relación previa con el vino. Las categorías de “Aficionado” y “Apasionado-Entusiasta” siguen ocupando las primeras posiciones, pero suben con fuerza los perfiles “Principiante” y “Ninguna”. El primero pasa del 15,80% al 19,66% y el segundo, del 2,39% al 9,76%. Para ACEVIN, este movimiento apunta a la llegada de nuevos visitantes, algunos con un interés inicial por la cultura del vino y otros sin vinculación previa.

El conocimiento de la marca Rutas del Vino de España también ofrece un dato mixto. El estudio recoge que cada vez hay más viajeros que la conocen y repiten visita dentro de sus destinos, pero al mismo tiempo aumenta el porcentaje de personas que afirman no conocerla antes del viaje. Esa combinación encaja con la entrada de público nuevo en un producto turístico que se abre a perfiles menos especializados.

Pese a esos cambios, la valoración general se mantiene muy alta. La satisfacción del viaje supera los 8 puntos sobre 10 y el 99,59% de los enoturistas asegura que recomendaría la visita. Los apartados mejor valorados son la oferta gastronómica, la visita a museos, la estancia en alojamientos, la visita a bodegas, las enotecas y la relación calidad-precio.

ACEVIN coordina la marca Rutas del Vino de España con el respaldo de la Secretaría de Estado de Turismo, TURESPAÑA y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. La red reúne 38 destinos, más de 800 municipios y más de 2.600 empresas, casi 800 de ellas bodegas, y suma más de 3 millones de visitantes al año.