vinetur

La Ruta del Vino Rías Baixas lleva su enoturismo al mercado británico

La iniciativa persigue la entrada en catálogos del Reino Unido para atraer más viajeros del mercado anglosajón

martes 29 de septiembre de 2026



La Ruta del Vino Rías Baixas recibió entre el pasado 23 y el pasado 27 de septiembre a cinco turoperadores británicos en una visita organizada para abrir la comercialización de sus propuestas de enoturismo al mercado anglosajón. La estancia se desarrolló en varias localidades de esta zona vitivinícola atlántica y combinó visitas profesionales con actividades ligadas al vino, el patrimonio y la gastronomía.

En el viaje participaron Maddi Renwick, de Grape Escapes; Laura Shaw, de Iberian Wine Tours; Lucy Ayling, de Kirker; Emma Parker, de Martin Randall Travel; y Phoebe Marks, de Smoothred. Durante cuatro jornadas recorrieron distintos establecimientos integrados en la ruta, entre ellos bodegas, restaurantes, hoteles y un museo.

El itinerario se distribuyó por tres subzonas de la Ruta del Vino Rías Baixas: Condado do Tea, O Salnés y Soutomaior. A esa parte profesional se sumaron otras actividades pensadas para mostrar una imagen amplia del destino, como una visita al Monasterio de Armenteira, una experiencia de marisqueo y un taller de cocina.

La gerente de la entidad, Lorena Varela, afirma que la finalidad de esta acción es “comercializar las experiencias de la Ruta del Vino Rías Baixas entre los clientes anglosajones de estas empresas”. La responsable añade que la ruta espera empezar a trabajar en breve con estos cinco operadores para aumentar la llegada de viajeros internacionales interesados en el vino y la gastronomía.

Varela también asegura que el interés de las empresas británicas fue inmediato. “Solo con el programa que les remitimos ya querían empezar a comercializarlo”, señala. La ruta considera que ese primer contacto puede facilitar la incorporación de Rías Baixas a catálogos y viajes organizados dirigidos a público del Reino Unido y de otros mercados de habla inglesa.

La captación de visitantes extranjeros forma parte de una de las líneas de trabajo de la Ruta del Vino Rías Baixas. La entidad ocupa la séptima posición entre las rutas del vino más visitadas de España, aunque la mayor parte de su clientela sigue siendo nacional. Con esa base, la organización busca ganar presencia fuera del mercado español y ampliar el peso del visitante internacional.

El viaje contó con financiación de Turismo Rías Baixas y se enmarca en el acuerdo de colaboración entre la Asociación Española de Ciudades del Vino, ACEVIN, y Turespaña para promocionar en el exterior el club de producto Rutas del Vino de España. Este tipo de acciones forma parte del plan anual de promoción de la ruta y puede dirigirse a turoperadores, medios de comunicación o profesionales en programas formativos.

Las cinco empresas invitadas trabajan con perfiles de cliente próximos al producto que ofrece Rías Baixas. Grape Escapes se centra en viajes de vino de alta gama y opera con especialistas en itinerarios enológicos por Europa. Iberian Wine Tours organiza viajes gastronómicos y rutas del vino en grupos reducidos, con presencia en destinos de España, Portugal y Sudamérica.

Kirker ofrece recorridos por regiones vinícolas europeas con visitas guiadas por expertos y viajes a medida. Martin Randall Travel combina vino y gastronomía con visitas a productores locales y programas culturales más amplios en países como España, Francia e Italia. Smoothred, por su parte, diseña viajes vinícolas personalizados por Europa y otros destinos para un público interesado en catas y estancias ligadas al sector.

Con esta visita, la Ruta del Vino Rías Baixas ha mostrado a los operadores británicos una oferta que une bodegas, alojamientos, restauración, patrimonio histórico y experiencias vinculadas al territorio. La entidad espera que ese trabajo previo se traduzca ahora en paquetes comercializados en origen y en una mayor llegada de viajeros procedentes del mercado anglosajón.