vinetur

Radiografía del turista del vino en España

Así es el enoturista de las Rutas del Vino de España: decimotercer Informe del Análisis de la Demanda elaborado desde el Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España

miércoles 5 de octubre de 2022



La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) acaba de publicar su decimotercer Informe sobre el Análisis de la Demanda Turística, realizado a través del Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España, el único organismo de nuestro país que, actualmente, realiza estudios de manera sistemática para recabar información sobre la evolución del enoturismo. Los datos aportados por este informe permiten conocer el perfil del enoturista y su evolución a lo largo del tiempo.

Este nuevo informe abarca el periodo comprendido entre el segundo semestre de 2021 y el primero de 2022, un momento aún determinante para conocer cómo se comportará el sector turístico tras el periodo de parón provocado por la pandemia. En este sentido, este informe parece confirmar la tendencia positiva del enoturismo que han mostrado igualmente tanto el precedente como otros informes elaborados desde el Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España (como el que analiza la Oferta), y que indican que sigue siendo uno de los productos y propuestas más valoradas y solicitadas. El análisis de aspectos como las motivaciones del viaje, los destinos elegidos, el perfil sociodemográfico del visitante, la duración de la estancia o el gasto en destino, entre otros, permiten tener una idea muy clara de cómo es el enoturista de las Rutas del Vino de España.



Uno de los datos aportados y que revela esa tendencia positiva y, por ende, la rápida recuperación del sector, es el relacionado con el gasto medio, que ha experimentado un crecimiento nunca antes registrado y se sitúa en 199,99 euros por persona y día (superior al gasto del turista general extranjero y del nacional, según los datos aportados por el INE-EGATUR y FAMILITUR). Este dato, unido a otro de los parámetros analizados, como el tiempo que el enoturista pasa en el destino, permite conocer cuál es el gasto medio total durante su estancia. Los días de media en destino también han experimentado una ligera subida y se sitúan en 2,47. Poniendo en relación estas dos variables, la cifra del gasto medio total en estancia alcanza los 493,97 euros.

Hoteles y alojamiento rural, los preferidos

Los datos relacionados con la estancia en destino, con las pernoctaciones, continúan mostrando la tendencia a alargar el número de días que el enoturista pasa en el territorio. Si bien hay un ligero descenso en el porcentaje de visitantes que pernoctan, el número total sigue siendo bastante superior a los excursionistas. Las cifras del nuevo informe indican que el 65,36% de los visitantes de las Rutas del Vino de España pernoctan en destino, frente al 34,64% de visitantes excursionistas. A pesar del pequeño porcentaje en que han descendido las pernoctaciones y la cifra elevada que supone el excursionismo, son datos bastante positivos. Al mismo tiempo, el nuevo informe presenta un cambio en cuanto al tipo de alojamiento elegido por los enoturistas: si en el anterior estudio el alojamiento rural superó por primera vez a los hoteles (reflejo de la manera de viajar provocada por la pandemia), en este, los hoteles de cuatro estrellas vuelven a situarse en cabeza a la hora de elegir dónde alojarse. Esta opción, dominante en casi todos los informes anteriores, alcanza el 21,72%, seguida muy de cerca por el alojamiento rural (21,29%) y las casas de amigos o familiares (18,49%).



El dato anterior guarda relación con el tipo de grupo predominante: los viajes en pareja siguen siendo los predominantes (48,76%), seguidos de los viajes en grupo de amigos (32,85%). Las familias con niños representan casi el doble que las familias sin niños, de

lo que el informe deduce que sería razonable considerar el enoturismo como una alternativa vacacional familiar. En general, el tamaño medio del grupo se sitúa en 5,32 personas, habiendo aumentado en casi dos puntos respecto al informe precedente.

Un alto grado de satisfacción

El informe también recoge datos sobre las distintas actividades realizadas en el destino. La visita a bodegas continúa siendo la actividad más solicitada: un 85,15% de enoturistas manifiesta haber realizado una visita, al menos, a alguna bodega. La media de bodegas visitadas se sitúa en 2,06, un porcentaje algo superior al anterior. Entre las actividades que le siguen están la visita a pueblos (70,60%), disfrutar de la gastronomía local (64,92%), degustación de vinos locales (62,01%) y compra de vinos (54,88%). Todas ellas, especialmente las tres últimas, han experimentado un gran crecimiento con respecto al periodo anterior. Las actividades en la naturaleza y las culturales, así como las visitas a museos del vino ocupan también buena parte del ocio de los enoturistas en las Rutas del Vino de España.





Es decir, que las actividades que mayor relación tienen con el mundo del vino son las que han tenido un mayor crecimiento, algo que enlaza con otro de los datos analizados y que tiene que ver con la motivación principal del viaje. En este sentido, el enoturismo (entendido en este caso como actividades más directas con el entorno vitivinícola) se sitúa a la cabeza, con un 42,64%, seguido de ocio y vacaciones y gastronomía.



Del análisis de las motivaciones y el resto de apartados relacionados, el informe subraya la constatación de que el enoturismo se ha convertido ya en una opción asentada y ampliamente contemplada como opción al 'sol y playa'. Una opción que, según esos datos, continuará escalando posiciones, pues la satisfacción de los enoturistas que visitan las Rutas del Vino de España es cada vez más alta. En esta ocasión, el informe la sitúa en 8,98 puntos sobre diez.

Las Rutas más deseadas

Mientras que el Informe sobre Visitas a Bodegas y Museos de las Rutas del Vino de España ofrece datos relacionados con las rutas más visitadas, el Informe sobre el Análisis de la Demanda ofrece otros igual de relevantes, al preguntar a los enoturistas por las rutas que desearían visitar en el futuro, una vez que ya han conocido alguna. En el presente informe, las rutas que alcanzan los primeros puestos en el ranking de planificación de futuras visitas son Rías Baixas (35,95%), Ribera del Duero (34,79%) y Rioja Alavesa (27,37%). Rioja Alta, Navarra, BierzoEnoturismo y Toro les siguen, con porcentajes que superan el 20%.



El público femenino en aumento

Por segundo año consecutivo, el informe muestra un aumento del público femenino, un hecho que en este caso se hace más relevante que en el periodo anterior, pues el porcentaje de mujeres es ya bastante más alto que el de hombres, con un 61,02% frente a un 38,98%. El grupo de edad predominante es el situado en la franja de 46-65 años (39,56%), que ha experimentado un aumento respecto a periodos anteriores, lo mismo que ha ocurrido, de forma significativa, con el tramo más joven, de 18-25 años, que ahora ocupan un 9,05%.

En cuanto a la vinculación con el mundo del vino, cada vez más visitantes manifiestan ser aficionados, es decir, conocer algunas características del producto y el mundo del vino. En el presente informe, el porcentaje alcanza el 42,26%. Un 23,21% se considera apasionado o entusiasta y un 19,56% dice ser principiante (escasos conocimientos enológicos pero muy interesado en la oferta turística de Rutas del Vino de España).



Este decimotercer Informe del Análisis la Demanda realizado por el Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España analiza de manera pormenorizada todos esos aspectos y otros como la forma y canales de reserva de los viajes, los modos de desplazamiento hasta el destino, el conocimiento previo de la marca Rutas del Vino de España o las visitas anteriores a alguna Ruta del Vino, entre otros. Todo ello permite tener un mayor grado de conocimiento de cómo es el enoturista que visita las Rutas del Vino de España, algo que redunda en la mejora de la oferta y en la creación de

productos cada vez más adaptados.