vinetur

La nueva hospitalidad del vino: cómo las bodegas conquistan al visitante

El enoturismo evoluciona hacia vivencias memorables más allá de la copa

martes 9 de septiembre de 2025

ESCRITO POR MARIA ALEJANDRA BIDASECA



Quien visita una bodega hoy sabe que no encontrará únicamente un recorrido por viñedos y barricas. La experiencia se ha transformado radicalmente en los últimos años: el turismo del vino se convirtió en un auténtico escenario de marketing, donde

cada detalle cuenta para enamorar al visitante y convertirlo en embajador de la marca.

La hospitalidad del vino vive un momento de reinvención. Ya no basta con una degustación estándar. El público busca experiencias memorables: almuerzos entre viñedos, arquitectura de vanguardia, maridajes innovadores, conciertos al aire libre o recorridos diseñados a medida. La visita deja de ser informativa para convertirse en un viaje sensorial en el que el vino se vive, se respira y se siente con todos los sentidos.

Esa evolución responde a una realidad: en un mundo globalizado, donde miles de etiquetas compiten en una misma góndola, la diferencia no siempre está en el precio ni en el diseño, sino en la experiencia. Una vivencia única en bodega puede dejar una huella mucho más poderosa que cualquier anuncio publicitario.

Cada vez más proyectos apuestan por la personalización. Grupos reducidos, catas privadas, propuestas exclusivas para curiosos o para grandes conocedores. Incluso actividades para familias que quieren compartir la experiencia sin excluir a quienes no beben vino. La clave está en escuchar y adaptarse: hacer sentir al visitante como protagonista y no como espectador.

Lo interesante es que la hospitalidad no termina al despedirse del visitante. Muchas bodegas trasladan esa conexión al mundo digital, creando comunidades online, clubes de vino o newsletters que prolongan la relación en el tiempo. Así, la experiencia se convierte en un puente entre el momento vivido en el viñedo y la vida cotidiana del consumidor.

La nueva hospitalidad del vino es, en definitiva, una forma de comunicación. Una manera de contar historias que se recuerdan más allá de la copa. Las bodegas que logran conquistar al visitante están, al mismo tiempo, conquistando al consumidor. Y en esa unión entre vino y experiencia se juega hoy una de las grandes batallas del marketing vitivinícola.

Seguime en IG: @alebidaseca