vinetur

# El enoturismo gana peso en España

Las bodegas ya lo integran en su oferta y el 25% de los proyectos avanzados obtiene de ahí parte de su facturación

viernes 17 de abril de 2026



El enoturismo gana peso en España como motivo de viaje y se integra cada vez más en la experiencia del visitante, junto con la gastronomía, el paisaje y la cultura local. Así lo ha puesto de relieve la séptima edición de FINE 2026, celebrada en Valladolid, donde bodegas, destinos y empresas del sector han coincidido en que el vino ya no se entiende solo como un producto de consumo, sino también como una parte de la oferta

turística.

La cita ha servido para medir el avance de una actividad que busca más presencia en el mercado nacional e internacional. Según un informe de la Universidad de Geisenheim, elaborado a partir de más de 1.300 bodegas de 47 países, el 88% ya incorpora actividades turísticas. En los proyectos más avanzados, esta línea aporta de media el 25% de la facturación, una cifra que refleja el peso económico que puede llegar a tener para las bodegas.

En España, el interés por este tipo de viajes se apoya también en la gastronomía. El turismo gastronómico, en el que el vino ocupa un lugar central, recibió cerca de medio millón de visitantes internacionales en 2025. Ese flujo confirma que parte del viajero busca experiencias ligadas al territorio y no solo visitas puntuales a bodegas o catas aisladas.

Los profesionales reunidos en Valladolid han señalado que el sector quiere avanzar ahora en digitalización, reservas en tiempo real y propuestas vinculadas a la autenticidad, la sostenibilidad y el turismo interior. La idea es facilitar el acceso a estas experiencias y adaptarlas a un perfil de viajero que planifica más y quiere combinar vino, cocina local y visitas culturales en un mismo desplazamiento.

La evolución del enoturismo también responde a una estrategia de diversificación para muchas bodegas. Además de vender vino, buscan atraer visitantes durante todo el año y ampliar su relación con el consumidor. En ese proceso, las rutas del vino, las visitas guiadas y las actividades ligadas al territorio se han convertido en una vía para reforzar la oferta turística de varias regiones españolas.