

RIOJA

Denominación de
Origen Calificada

MONITOR DE ENOTURISMO

de la Denominación de Origen Calificada Rioja

AÑO 2023



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	3
2. <u>METODOLOGÍA</u>	6
3. <u>ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA DE LAS BODEGAS</u>	8
4. <u>ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA DEMANDA DE ENOTURISMO EN LAS BODEGAS</u>	37
5. <u>APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO EN LA DOCa RIOJA</u>	49
6. <u>PRINCIPALES CONCLUSIONES</u>	56

Edita: **Consejo Regulador DOCa Rioja**
Asistencia Técnica: **DINAMIZA Asesores**
Fecha de publicación: **Abril de 2024**

Se permite la difusión total o parcial de los datos consignados en este Informe siempre y cuando se respete la autoría del estudio y se cite expresamente al CR de la DOCa Rioja como fuente de los datos.

1. INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN



Conscientes de la importancia creciente del enoturismo en la región vitivinícola de Rioja, el **Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja** desarrolló en 2018 el **Monitor de Enoturismo de la DOCa Rioja**, una herramienta que permite **medir y analizar el fenómeno del enoturismo en el ámbito territorial de la DOCa Rioja y observar su evolución en el tiempo**, realizando un análisis pormenorizado de la oferta y la demanda existente en las bodegas y caracterizando el perfil de la demanda de enoturismo en la región.

El Monitor de Enoturismo de la DOCa Rioja trata de dar respuesta a la carencia de datos, estudios e investigaciones que ayuden a **dimensionar el enoturismo en el conjunto de la región vitivinícola**, entendiendo el destino turístico como todo el territorio amparado por la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Con esta herramienta, el Consejo Regulador reafirma su apuesta decidida por el enoturismo, convirtiéndose en **la primera Denominación de Origen vitivinícola en contar con un Monitor de Enoturismo que le permite conocer la realidad del turismo del vino de forma específica en su territorio**.

El presente informe del **Monitor de Enoturismo de la DOCa Rioja** recoge los resultados obtenidos durante el año 2023 a través del estudio de la oferta y la demanda de enoturismo en la región desde la perspectiva de las bodegas y **constituye el sexto informe anual**.

INTRODUCCIÓN



La información contenida en este informe permite obtener conclusiones de gran valor sobre la **oferta enoturística de las bodegas de Rioja** (apartado 3 del documento), a través de datos relacionados con su oferta de servicios, instalaciones o experiencias, sus precios medios, su departamento de enoturismo o la rentabilidad de su actividad enoturística, entre otros. Además, en el Monitor de Enoturismo de 2023 **se han incorporado varias novedades** en este ámbito: se ha analizado el número de eventos celebrados por las bodegas de Rioja durante 2023 (con organización propia o de terceros) y su número de asistentes, así como las inversiones que las bodegas han realizado en los últimos años en materia de enoturismo con el objetivo de mejorar su negocio.

Asimismo, el Monitor ofrece información cuantitativa sobre la **demanda enoturística recibida en la Denominación** durante el pasado año (apartado 4 del informe), así como sobre su estacionalidad, procedencia o principales mercados emisores.

Por último, el apartado 5 del presente informe recoge una **aproximación al impacto económico que la actividad enoturística ha tenido en la DOCa Rioja** durante 2023. Además, en esta edición del Monitor de Enoturismo se ha incorporado el análisis del impacto que los eventos y actividades MICE tienen a nivel económico en las bodegas de la Denominación.

2. METODOLOGÍA





Para la elaboración del presente informe se han empleado las siguientes fuentes de información:

- Recogida de **información primaria** a través de un **cuestionario online dirigido a las bodegas enoturísticas adscritas a la DOCa Rioja**, mediante el que se pretende **analizar la situación actual de la oferta enoturística en las bodegas**, así como **cuantificar la demanda de enoturismo** en las mismas y aproximarnos al **impacto económico de la actividad enoturística**. En este sentido, actualmente hay **204 bodegas abiertas al enoturismo**, dato que se actualiza anualmente, ya que a causa de la pandemia algunas bodegas cesaron en la actividad y desde entonces también se han producido nuevas aperturas y algunas han retomado y reforzado su propuesta enoturística, ofreciendo nuevas experiencias. Por tanto, existen continuas variaciones en la oferta enoturística, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.
- Análisis de **fuentes secundarias**, como la información de las Rutas del Vino de Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rioja Oriental y las páginas web de las propias bodegas adscritas a la DOCa Rioja.

7

FICHA TÉCNICA

ENCUESTA DIRIGIDA A BODEGAS CON ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA

Población objeto de estudio: 204 bodegas con actividad enoturística de la DOCa Rioja

Heterogeneidad: 50%

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 8,06%

Tamaño de la muestra: 86 bodegas han cumplimentado el cuestionario en su totalidad

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA DE LAS BODEGAS



ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA EN LAS BODEGAS

Con el objetivo principal de conocer la **situación actual del enoturismo en la DOCa Rioja desde la perspectiva de la oferta**, los resultados que se presentan a continuación han sido obtenidos a través de la encuesta realizada a las bodegas enoturísticas adscritas al Consejo Regulador.

Se trata de la **sexta encuesta de estas características realizada en todo el territorio de la DOCa Rioja**, contando con resultados relativos a las tres zonas de la Denominación de Origen, lo que proporciona una visión de conjunto muy importante de la oferta existente. Entre los aspectos analizados se encuentran los siguientes:

INTEGRACIÓN EN
PROYECTOS
ENOTURÍSTICOS
COLECTIVOS

TIPOLOGÍA DE
BODEGAS

ANTIGÜEDAD
ENOTURÍSTICA

OFERTA DE
INSTALACIONES Y
SERVICIOS
ENOTURÍSTICOS

PRECIO MEDIO
DE LOS
SERVICIOS
ENOTURÍSTICOS

OFERTA DE
EXPERIENCIAS
ENOTURÍSTICAS /
EVENTOS

NIVEL DE
ESPECIALIZA-
CIÓN TURÍSTICA

EMPLEO
ENOTURÍSTICO
EN LAS BODEGAS

NECESIDADES
FORMATIVAS

CLIMA
EMPRESARIAL

INTENCIÓN DE
MEJORA DEL
PROYECTO
ENOTURÍSTICO

INVERSIONES
REALIZADAS EN
ENOTURISMO

PREVISIÓN DE LA
EVOLUCIÓN DEL
ENOTURISMO

RENTABILIDAD
DE LA ACTIVIDAD
ENOTURÍSTICA

GRADO DE
ADECUACIÓN Y
DESARROLLO DE
LA DOCa RIOJA

ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA EN LAS BODEGAS

ASÍ ES RIOJA

TRES ZONAS, MIL VINOS

La Denominación de Origen Calificada Rioja está situada en el norte de España, a ambos márgenes del río Ebro. Se divide en tres grandes zonas: Rioja Alta, Alavesa y Oriental. En sus más de 66.000 hectáreas, sus pueblos y sus viñas desarrollan una personalidad propia, haciendo de Rioja una tierra única.



ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA EN LAS BODEGAS

- **Rioja Alavesa** es la zona de la DOCa que se extiende en poco más de 300 kilómetros cuadrados del sur de la provincia de Álava en la orilla norte del río Ebro. Un mar de viñedos infinito se une al patrimonio cultural y arquitectónico de sus villas medievales, que conservan todo el sabor del paso del tiempo y las huellas de la historia.
- **Rioja Alta** es la zona más occidental de la DOCa Rioja a la que pertenecen numerosas localidades que arrastran a sus espaldas grandes historias que con el paso del tiempo les han permitido convertirse en uno de los principales referentes enoturísticos a nivel mundial, alojando, entre otras muchas riquezas, la mayor concentración de bodegas centenarias de Europa y del mundo.
- **Rioja Oriental** es la zona de la DOCa Rioja ubicada en la zona más al este de la región. Sus condiciones geográficas, la climatología y los suelos de Rioja Oriental, antiguamente conocida como subzona de Rioja Baja, hacen de ella una tierra privilegiada para el desarrollo de la viña y otros productos agroalimentarios característicos de la gastronomía riojana.



ANÁLISIS DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA EN LAS BODEGAS

UN VIAJE A TRAVÉS DEL RIOJA

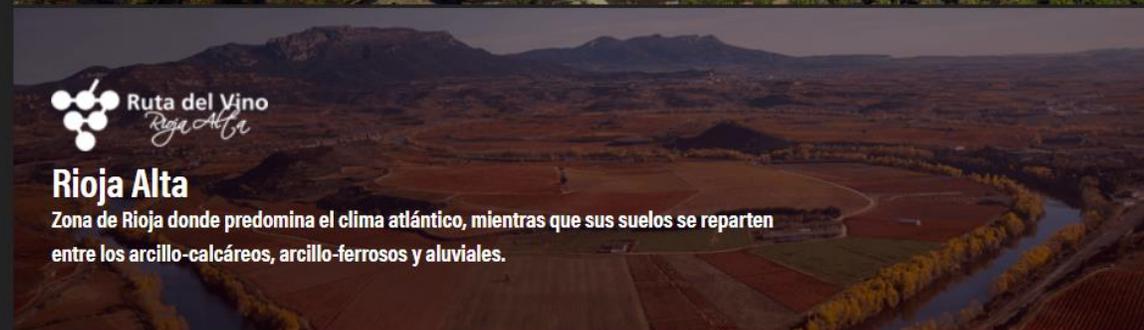
RUTAS DEL VINO

Un camino que te dejará huella. El vino es el hilo conductor de todas nuestras rutas y queremos que lo vivas tanto como nosotros



Rioja Alavesa

Zona de Rioja donde predominan la influencia del clima atlántico y los suelos arcillo calcáreos situados en terrazas y pequeñas parcelas.



Rioja Alta

Zona de Rioja donde predomina el clima atlántico, mientras que sus suelos se reparten entre los arcillo-calcáreos, arcillo-ferrosos y aluviales.



Rioja Oriental

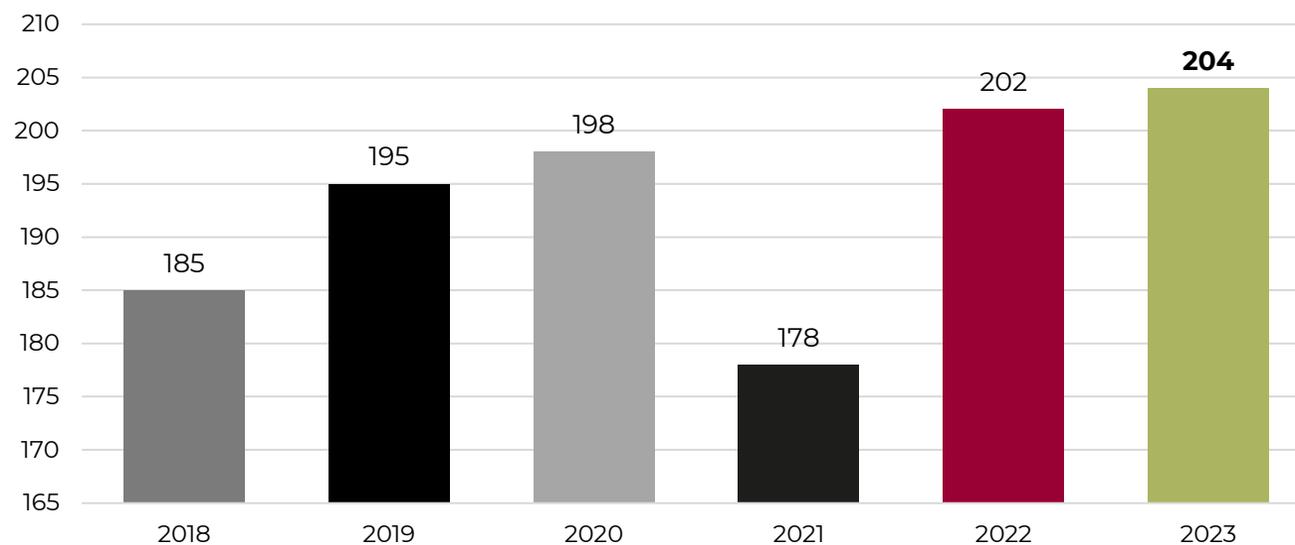
Zona de Rioja que posee un clima más seco y cálido debido a la influencia mediterránea, predominando en ella los suelos aluviales y arcillo-ferrosos.

INTEGRACIÓN EN PROYECTOS ENOTURÍSTICOS COLECTIVOS



El número total de bodegas de Rioja abiertas al turismo en 2023 ha sido de 204. En el gráfico inferior puede observarse la evolución en la cifra de bodegas enoturísticas en la región desde 2018, año en el que se comienza a elaborar el Monitor. El número ha ido creciendo paulatinamente, observándose una gran recuperación en el año 2022.

Gráfico 3.1 Evolución del número de bodegas enoturísticas de la DOCa Rioja



13

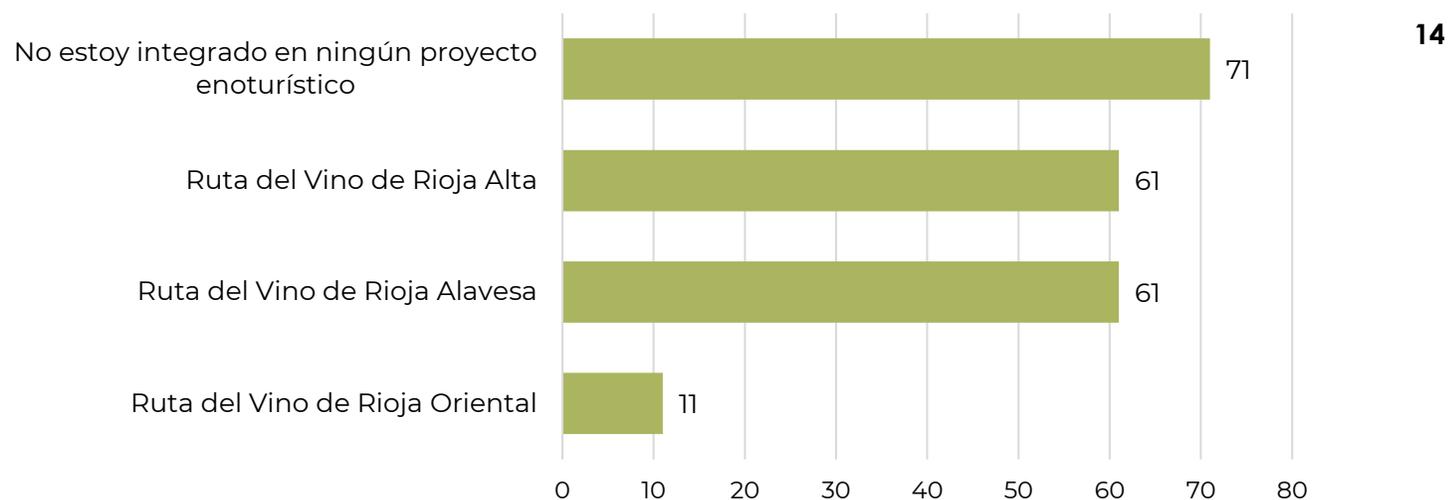
Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja y anteriores informes del Monitor de Enoturismo de la DOCa Rioja

INTEGRACIÓN EN PROYECTOS ENOTURÍSTICOS COLECTIVOS



De las 204 bodegas abiertas al turismo en el pasado año, 133 se encuentran adheridas a las Rutas del Vino. Actualmente, **las tres Rutas del Vino de Rioja están certificadas como Rutas del Vino de España** por el Club de Producto auspiciado por **ACEVIN** y la **Secretaría de Estado de Turismo**.

Gráfico 3.2. N° de bodegas de la DOCa Rioja adheridas a Rutas del Vino



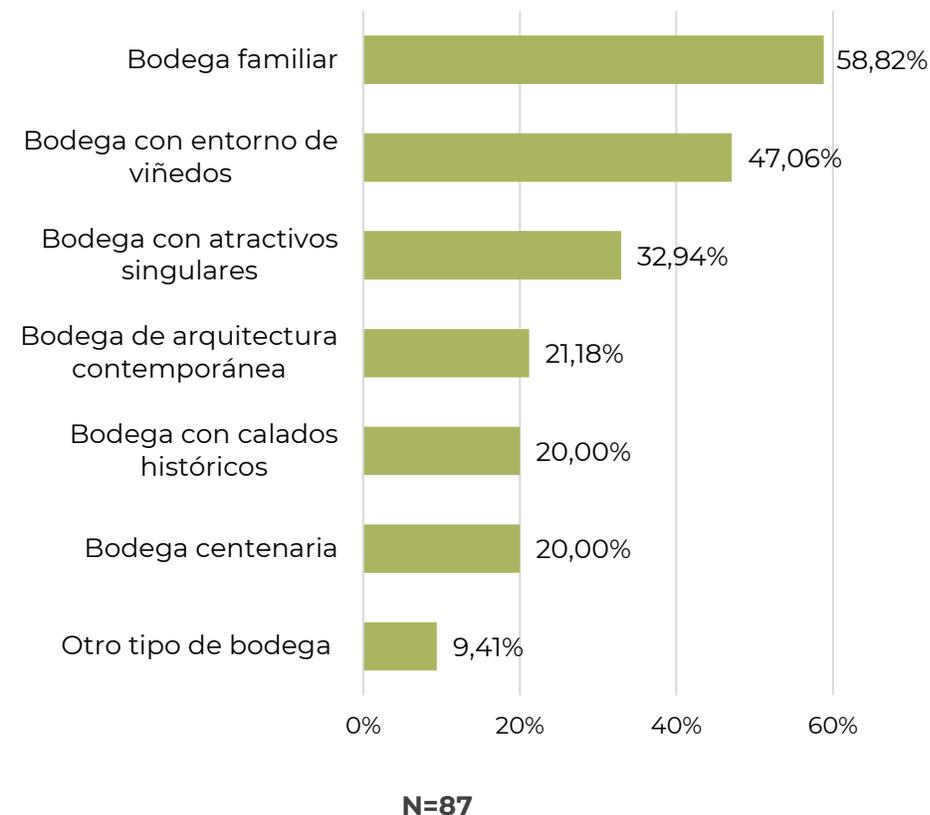
Fuente: Elaboración propia. Información obtenida de las páginas web de Ruta del Vino de Rioja Oriental, Ruta del Vino de Rioja Alta y Ruta del Vino de Rioja Alavesa.

TIPOLOGÍA DE BODEGAS

En el ámbito territorial de la DOCa Rioja, **204 bodegas realizan una apuesta firme por el enoturismo**. Éstas se pueden clasificar en las siguientes tipologías:

- **Bodegas de arquitectura contemporánea:** Se trata de bodegas de vanguardia, algunas de ellas, de carácter espectacular, que han sido diseñadas por los mejores arquitectos del mundo, para que convivan en ellas la actividad fundamental de producción y crianza de los vinos y la actividad turística, cultural y social que gira en torno a la cultura del vino en el panorama actual. Según las respuestas de las bodegas analizadas, un 21,18% se enmarca en esta categoría.
- **Bodegas con entorno de viñedos:** Bodegas rodeadas de su propio viñedo con la filosofía de *château*, integradas en el paisaje vitivinícola riojano. Un 47,06% de las bodegas se encuentra dentro de esta tipología.
- **Bodegas centenarias:** Se trata de bodegas con una amplia tradición y prestigio que fueron diseñadas y concebidas única y exclusivamente para elaborar grandes vinos y que están realizando en los últimos años una importante apuesta por el enoturismo, dando a conocer su historia y valores. Estas bodegas cuentan con una historia cercana o superior a los 100 años y representan un 20% de las bodegas analizadas.

Gráfico 3.3. Tipología de bodegas existentes en la DOCa Rioja



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja. Autoclasificación realizada por las propias bodegas de Rioja. Cada bodega puede encuadrarse en un máximo de tres tipologías distintas.

TIPOLOGÍA DE BODEGAS



- **Bodegas familiares:** Estas bodegas ofrecen un servicio de visita guiada y/o degustación, actividades que son desarrolladas por la propia familia propietaria, lo cual supone un gran valor para el visitante. Más de la mitad de las bodegas analizadas se enmarcan en esta tipología (58,82%).
- **Bodegas con calados históricos:** Se trata de bodegas que cuentan con antiguas bodegas subterráneas, excavadas bajo el suelo en unos casos y en otros construidas al aire libre y recubiertas con posterioridad. Los calados poseen tipologías diversas, con muros de roca natural, de piedra de sillería o de ladrillo, y abundan en el subsuelo de los municipios vitivinícolas de tradición centenaria. Esta categoría supone un 20% de las bodegas analizadas.
- **Bodegas con atractivos singulares:** Bodegas que cuentan con otros elementos y atractivos singulares que les confieren un especial valor turístico. Por ejemplo, en Rioja nos podemos encontrar con bodegas situadas junto al Camino de Santiago, bodegas que cuentan con una ermita en su entorno de viñedos e incluso en su propia sala de barricas, bodegas que cuentan con un museo propio y bodegas que cuentan con un jardín ampelográfico. Un 32,94% de las bodegas analizadas pertenece a esta tipología.



Otros elementos que confieren un gran atractivo turístico a las bodegas de la Denominación de Origen Calificada Rioja son las infraestructuras y equipamientos turísticos, que en muchos casos tienen entidad propia como tales y complementan la oferta enoturística clásica de las bodegas (visitas, experiencias, wine-bar, etc.).

Así, encontramos:

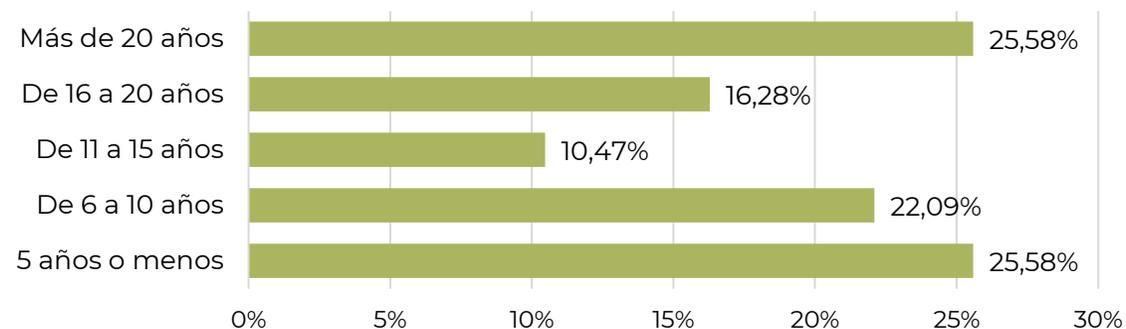
- **Bodegas con hotel.** Se trata de bodegas que cuentan con alojamiento (hotel, casa rural,...) junto a la propia bodega de elaboración, para generar una experiencia singular en un entorno único.
- **Bodegas con restaurante abierto al público.** En este caso, ofrecen la posibilidad de comer en la bodega, con un amplio horario de apertura, oferta gastronómica, etc...
- **Bodegas con espacios para la organización de eventos.** Salas de reuniones, espacios para convenciones, bodas, bautizos, incentivos.
- **Bodegas con museo / espacio cultural.**
- **Bodegas con viñedos y casas de viña** especialmente preparados para realizar eventos e incentivos disfrutando del paisaje de viñedos.

ANTIGÜEDAD ENOTURÍSTICA



En cuanto a la antigüedad de la actividad enoturística de las bodegas de Rioja, se puede observar cómo la mayoría de ellas cuentan con una importante trayectoria en enoturismo. De media, las bodegas tienen **abiertas sus puertas al público desde hace aproximadamente 14,5 años**. Cabe destacar que un 25,58% de las bodegas analizadas abrieron sus puertas al enoturismo hace más de 20 años. Asimismo, es relevante el porcentaje de proyectos enoturísticos de reciente creación (5 años o menos), igualmente un 25,58%. Este dato confirma el **interés creciente de las bodegas de Rioja por la actividad enoturística**.

Gráfico 3.4. Antigüedad (años) proyecto de enoturismo de las bodegas de la DOCa Rioja



N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

OFERTA DE INSTALACIONES Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

Gráfico 3.5. Servicios enoturísticos ofertados por las bodegas DOCa Rioja



N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

La **visita a bodega con degustación** y la **venta de vino** son los servicios enoturísticos más ofertados por las bodegas de la DOCa Rioja, prácticamente por la totalidad de las bodegas analizadas.

Les siguen en orden de importancia las **degustaciones de vinos y otros productos** (85,88%), las **experiencias premium** (63,53%), que crecen en un 8,73% con respecto a 2022, y los **eventos y reuniones de empresa** (55,29%). Las **experiencias singulares** (45,88%) son ofrecidas por un 7,45% más de bodegas que el pasado año.

A pesar de ser servicios ofrecidos por un reducido número de bodegas, cabe destacar el aumento de en torno el 50% de bodegas que ofrecen al enoturista un museo o centro de interpretación del vino, así como la oportunidad de alojarse en sus instalaciones.

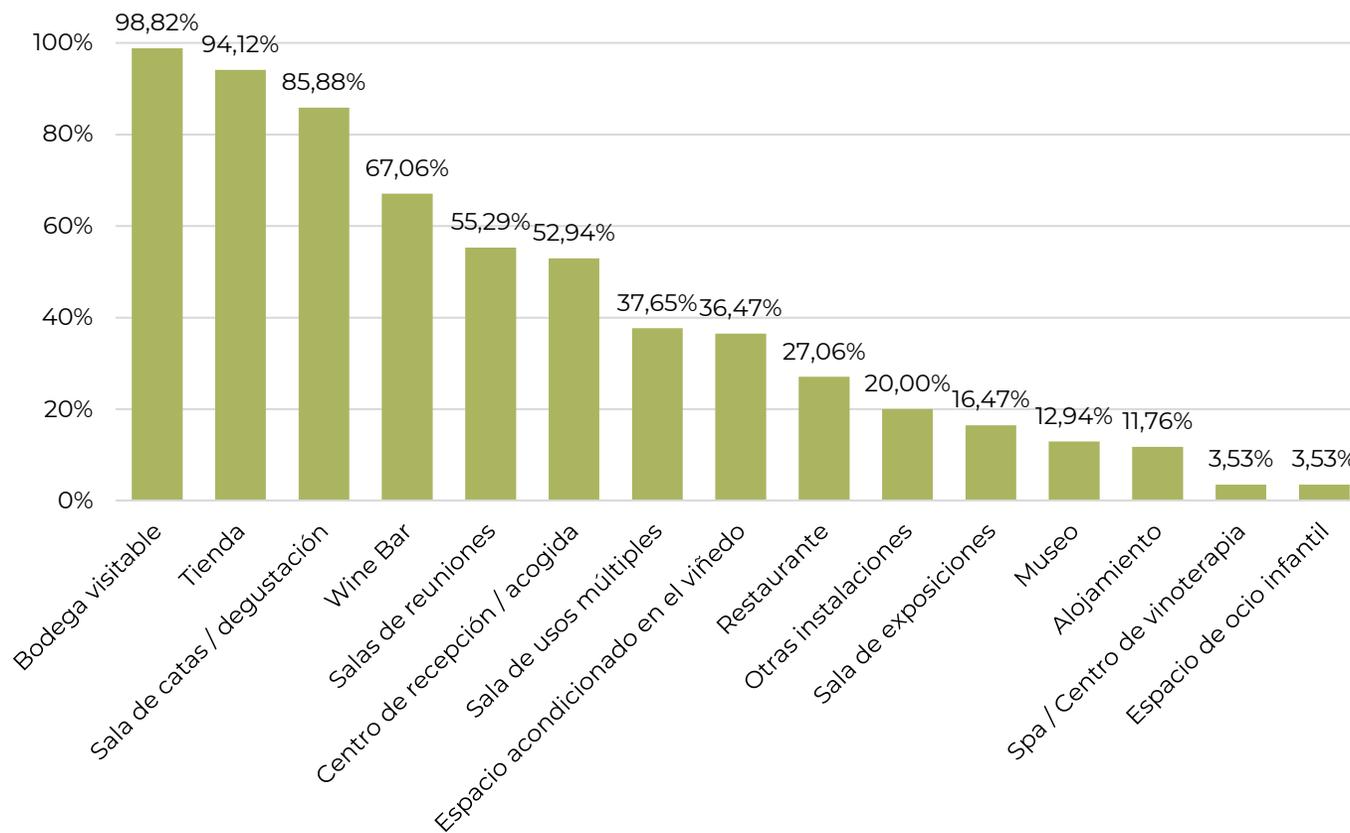
En cuanto a la posibilidad disfrutar del singular binomio vino-gastronomía en la DOCa Rioja, existen diversas opciones en las bodegas: un 42,35% de las bodegas ofrecen **servicio de restauración bajo petición y para grupos**, mientras que un 10,59% cuentan con **restaurante abierto al público general**.

En relación con las **instalaciones para el enoturismo** de las bodegas de Rioja (ver página siguiente), cabe destacar que en torno a un 67% cuentan con **Wine bar** y más del 55% disponen de **espacios habilitados para reuniones de empresa**.

OFERTA DE INSTALACIONES Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS



Gráfico 3.6. Instalaciones para el enoturismo de las bodegas DOCa Rioja

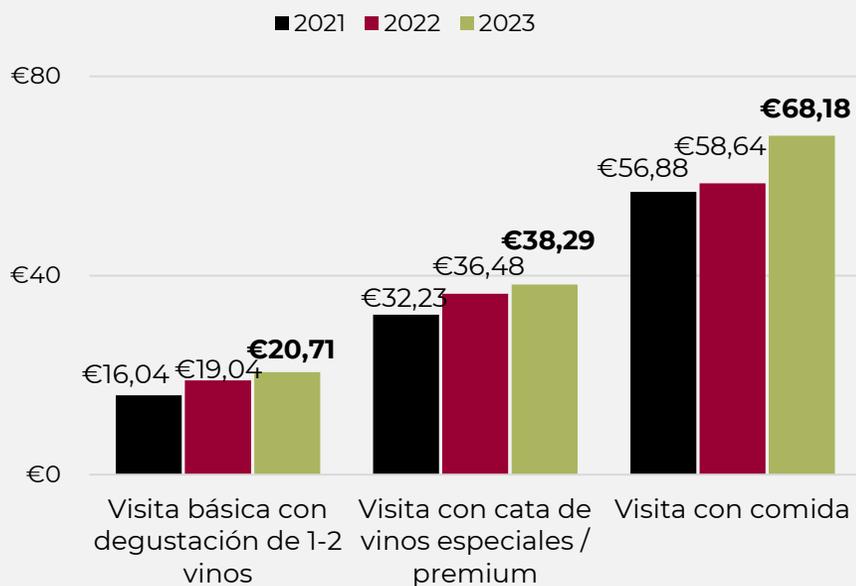


N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PRECIO MEDIO DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

Gráfico 3.7. Precio medio de venta al público (en euros) de los servicios enoturísticos ofertados en bodega



Moda	20 €	40 €	50 €
Mediana	20 €	35 €	62,50 €

N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

Las bodegas de la DOCa Rioja **ofrecen de media 3 propuestas distintas a la hora de visitar la bodega** con el objetivo de satisfacer a distintos tipos de público. Algunas de las más frecuentes son la **visita básica con degustación** de 1 o 2 vinos, la **visita premium** con cata de vinos especiales y la **visita con almuerzo/comida** en la bodega.

- El **precio medio de la visita a bodega básica con degustación de 1 o 2 vinos es de 20,71 €**. Este dato supone un aumento del 8,8% con respecto a 2022, continuando con la tendencia creciente de los últimos años.
- El **precio medio de la visita con cata de vinos especiales o premium es de 38,29 €**, lo que también supone un ligero aumento con respecto al año anterior, de cerca de 2€ en términos absolutos.
- El **precio medio de la visita a bodega con comida es de 68,18 €**. Cabe destacar que el precio de este tipo de visitas ha aumentado en torno a 10 € desde el año anterior, observándose desde 2020 un aumento de más del 36% en el precio de este servicio en las bodegas de Rioja.

Estas cifras muestran una **clara tendencia al crecimiento de los precios de los servicios enoturísticos** de las bodegas de Rioja, confirmando que el sector apuesta cada vez más por competir en valor frente al precio.

PRECIO MEDIO DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS



Las **3 zonas vitivinícolas que conforman la DOCa Rioja** (Rioja Alavesa, Rioja Alta y Rioja Oriental) cuentan con unas características intrínsecas que otorgan a la región unos contrastes únicos de gran atractivo. Por ello, resulta muy interesante analizar las diferencias existentes en los precios medios de los servicios enoturísticos ofrecidos por las bodegas en cada una de ellas.

Los precios medios más elevados los encontramos en Rioja Alavesa, seguidos por los de Rioja Alta y, por último, Rioja Oriental. Si bien las diferencias entre Rioja Alavesa y Rioja Alta no son muy destacables, **en Rioja Oriental las experiencias enoturísticas se ofrecen a precios considerablemente menores**: la visita básica se ofrece a 9 € menos que en Rioja Alavesa, la visita con vinos especiales a 13 € menos y la visita con comida a 18 € menos.

Gráfico 3.8. Precio medio de venta al público (en euros) de los servicios enoturísticos según zonas



N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PRECIO MEDIO DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

Gráfico 3.9. Precio medio de venta al público (en euros) de las experiencias premium



Moda	50 €
Mediana	100 €

Gráfico 3.10. Precio medio de venta al público (en euros) de las experiencias premium según zonas



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

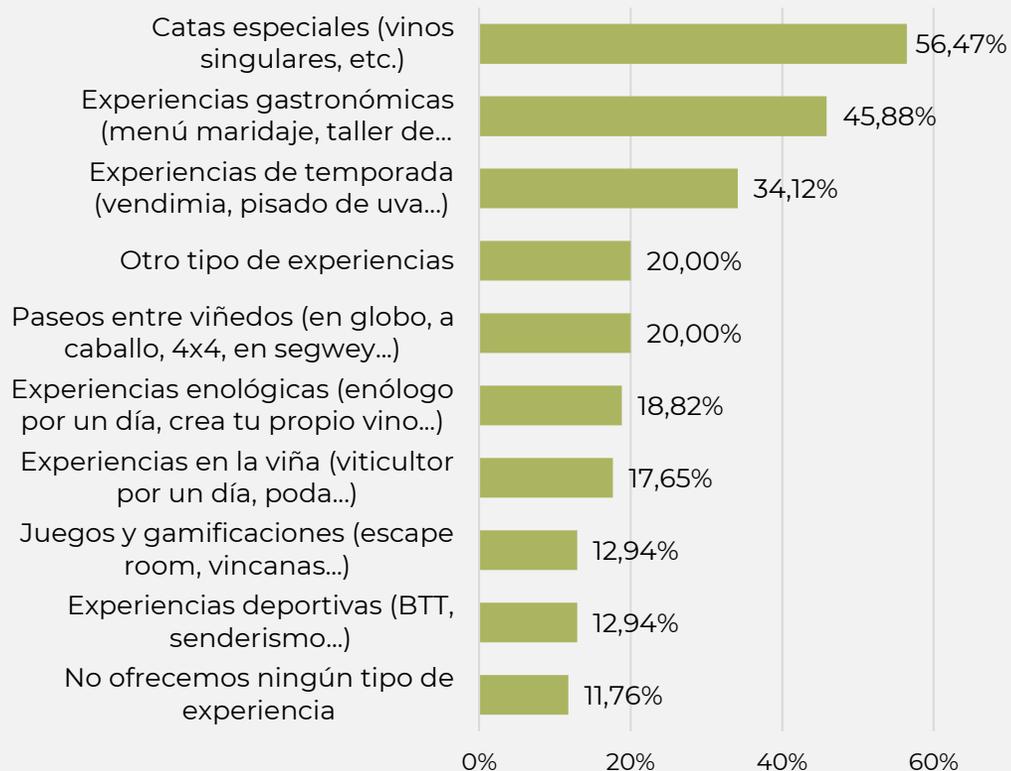
En relación con el **precio medio de la experiencia VIP o luxury**, es decir, la experiencia enoturística más exclusiva ofrecida por cada bodega, se puede observar que **este precio alcanza en 2023 los 163,08 € por persona**, experimentando una subida de más de 22 € con respecto al pasado año.

Como refleja el gráfico 3.9, **este importe varía entre las diferentes zonas de la DOCa Rioja**. Así, mientras en Rioja Alavesa el precio medio de las experiencias VIP se mantiene en torno a los 146 €, en Rioja Alta este importe asciende hasta los 164,50 € y en Rioja Oriental se eleva hasta los 213,33 €. En este sentido, cabe destacar que, a pesar de que Rioja Oriental cuenta con unos precios medios de visitas a bodega inferiores a los de las otras zonas (ver gráfico 3.7 de la página anterior), en el caso de las experiencias VIP sus precios aumentan notablemente, superando el precio medio de las experiencias más exclusivas ofrecidas por las bodegas de las otras dos zonas vitivinícolas de la DOCa Rioja.

Para la correcta interpretación de estos datos es necesario tener en cuenta que el amplio abanico de experiencias VIP ofrecidas por las bodegas de Rioja provoca grandes variaciones en sus precios, pudiendo encontrar algunas experiencias que incluyen servicios turísticos complementarios, como alojamiento en la propia bodega, paseos en globo o el empleo de vehículos especiales, lo que provoca un aumento considerable en su precio.

OFERTA DE EXPERIENCIAS ENOTURÍSTICAS

Gráfico 3.11. Tipo de experiencias enoturísticas ofertadas por las bodegas DOCa Rioja



N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

La oferta enoturística de las bodegas de la DOCa Rioja continúa evolucionando e incorporando **nuevas propuestas de gran valor y con un alto componente experiencial** a sus catálogos.

Además de la gama de visitas ofrecidas a las bodegas, el sector continúa apostando por ofrecer a los enoturistas propuestas más experienciales que permiten disfrutar de las bodegas y los viñedos de una forma más vivencial, involucrando al visitante a través de la gastronomía, la naturaleza, el deporte, la historia o el arte. **De media, las bodegas de Rioja están ofreciendo 3 propuestas** de este tipo dentro de su catálogo enoturístico.

En cuanto a la tipología de experiencias ofertadas, más de la mitad de las bodegas analizadas ofrecen al visitante la oportunidad de disfrutar de **catas especiales** (56,47%), seguidas de **experiencias gastronómicas**, como menús maridaje, talleres de cocina, picnics, etc. (45,88%). Las **experiencias de temporada**, como la participación en labores de vendimia o pisado de la uva, también son ofertadas por más de un tercio de las bodegas (34,12%). En relación con los datos de 2022, cabe destacar que las experiencias deportivas, como tours en bicicleta o actividades de senderismo, han disminuido cerca del 14%.

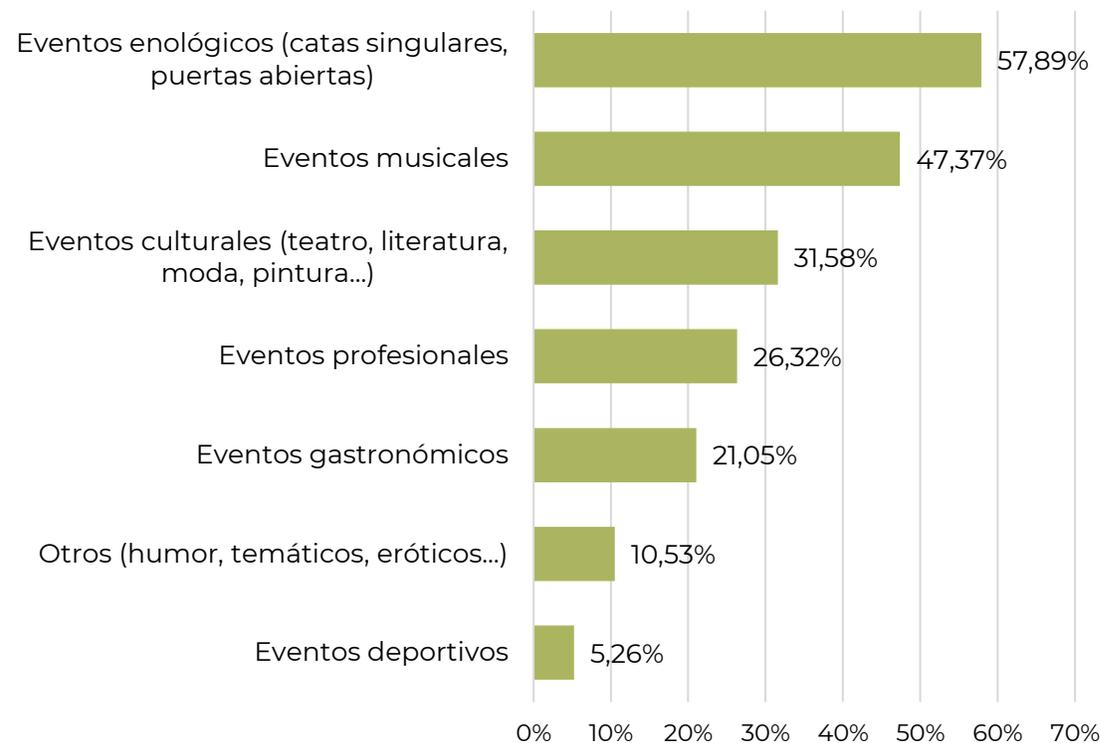
EVENTOS ENOTURÍSTICOS

Dentro del catálogo de experiencias enoturísticas ofrecidas por las bodegas de Rioja, los **eventos en torno al vino y su cultura** tienen cada vez un papel más protagonista.

Como muestra el gráfico 3.11, que refleja los **tipos de eventos enoturísticos que se han celebrado en las bodegas de la DOCa Rioja** en 2023 (con organización propia o de terceros, principalmente de los propios destinos), más de la mitad de las bodegas analizadas (57,89%) manifiestan haber celebrado en sus instalaciones **eventos enológicos**, en los que el vino, junto con su proceso de elaboración, las labores del campo o la cata, ocupa el lugar principal. Asimismo, cabe destacar el elevado porcentaje de bodegas que han celebrado durante 2023 eventos en los que el vino se pone en valor gracias a su **vinculación con la música** (47,37%), **cultura y arte** (31,58%) o **gastronomía** (21,05%). Por su parte, más de un 26% de las bodegas también organizan o participan en **eventos enoturísticos de carácter profesional**.

De acuerdo con las respuestas de las bodegas analizadas, en 2023 se realizaron unos **75 eventos enoturísticos** en las bodegas, que acogieron a **más de 35.000 personas**.

Gráfico 3.12. Tipos de eventos enoturísticos con participación u organización de las bodegas de la DOCa Rioja



N=38

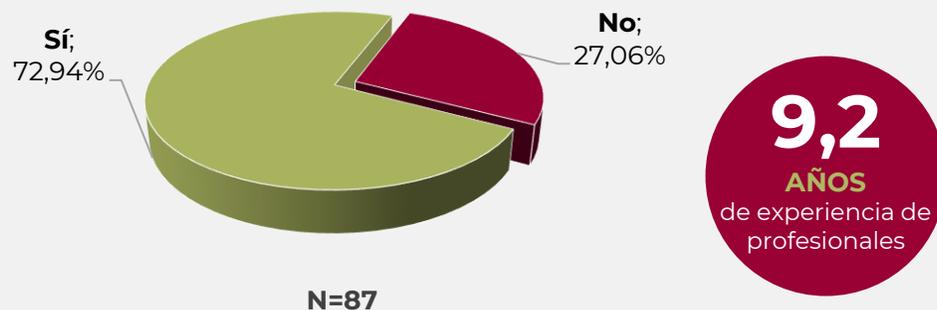
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

NIVEL DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA DE LAS BODEGAS

En cuanto a la gestión del enoturismo en las bodegas de la DOCa Rioja, **en torno a un 73% de las bodegas analizadas manifiestan contar con un área específica dedicada a la actividad enoturística**. Este aspecto refleja que la **importancia estratégica del enoturismo** para las bodegas de la Denominación es cada vez mayor.

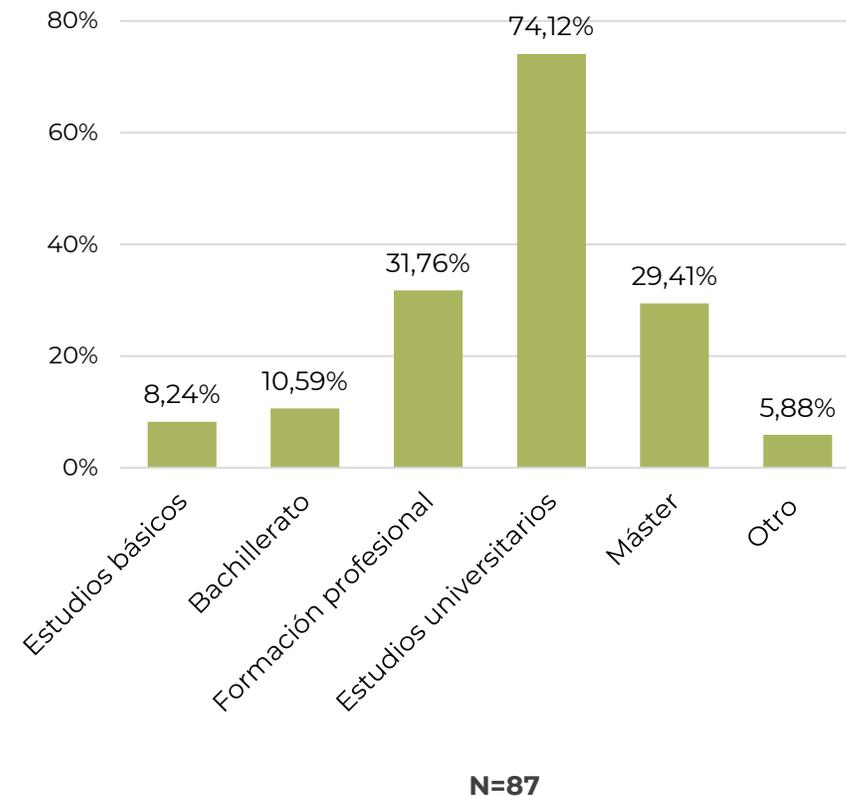
Los profesionales que trabajan en enoturismo en las bodegas de Rioja cuentan, de media, con más de **9 años de experiencia** en este ámbito. En cuanto a su nivel formativo, **tres cuartos tienen estudios universitarios** (74,12%), mientras que cerca de un 30% tiene **estudios de máster** y otro 30% **formación profesional**.

Gráfico 3.14. Bodegas que cuentan con departamento de enoturismo / relaciones públicas



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

Gráfico 3.15. Nivel de estudios de las personas que trabajan en enoturismo



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

NIVEL DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA DE LAS BODEGAS

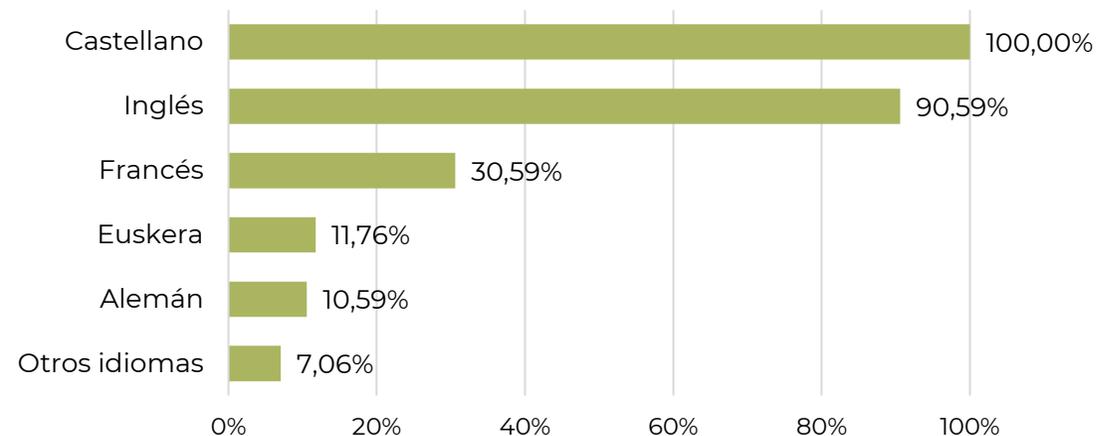


En relación con los idiomas, **la gran mayoría de los equipos de enoturismo de las bodegas hablan inglés** (90,59% de las bodegas). **El francés es la segunda lengua extranjera**, utilizada en el 30,59% de las bodegas.

Otras lenguas, como el **euskera** o el **alemán** se hablan en el 11,76% y el 10,59% de las bodegas, respectivamente. En menor medida, también encontramos bodegas que hablan italiano, ruso o portugués.

28

Gráfico 3.16. Idiomas que se hablan en el área de enoturismo de la bodega

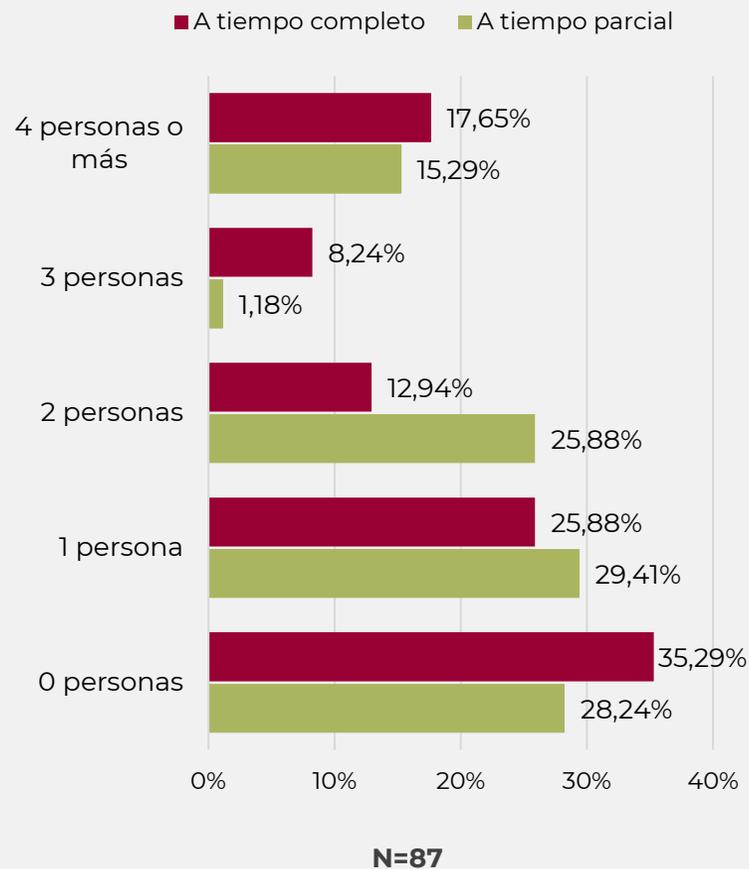


N=87

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

EMPLEO ENOTURÍSTICO EN LAS BODEGAS

Gráfico 3.17. Porcentaje de bodegas según el número de personas empleadas en el área de enoturismo



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

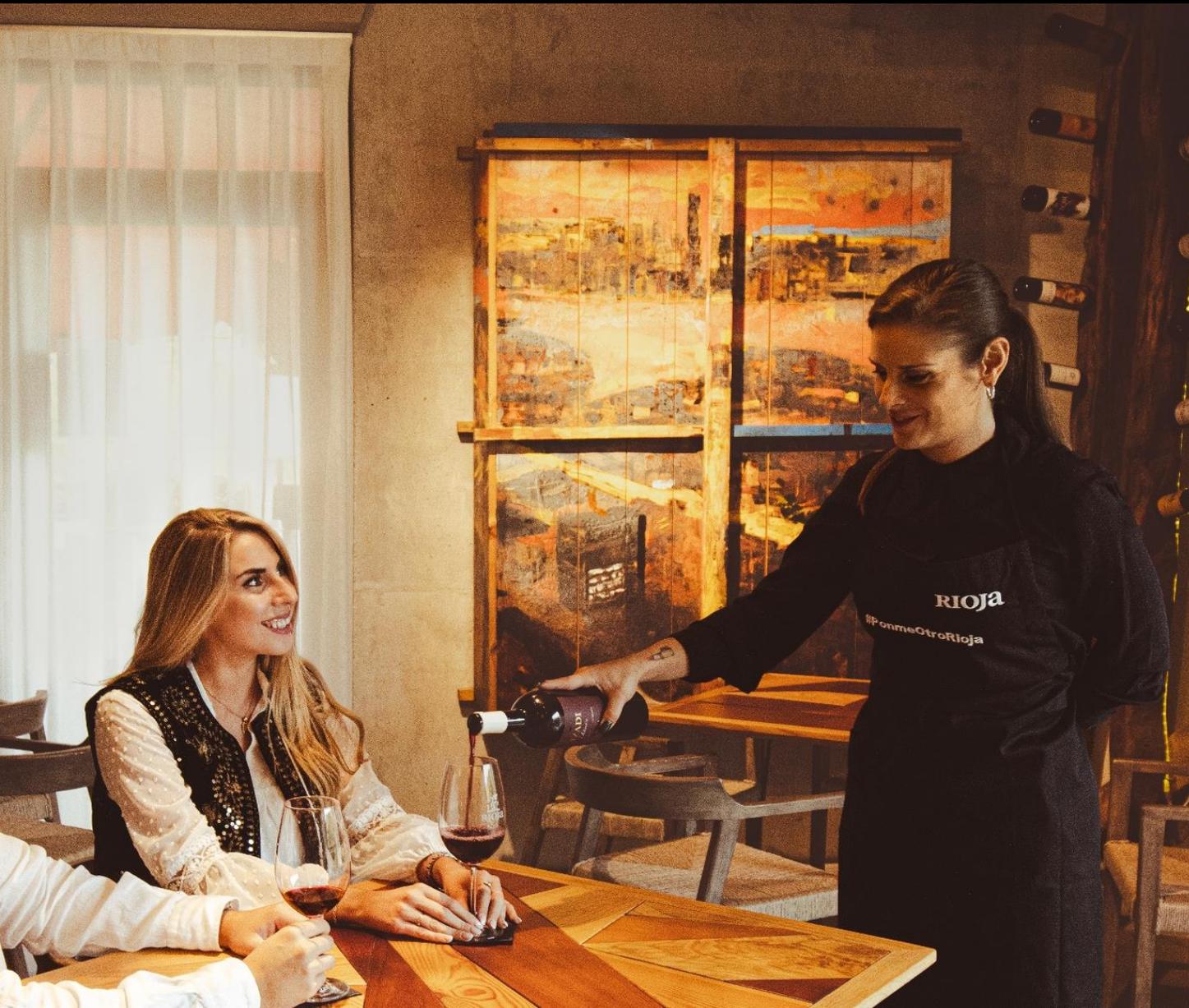
De media, **las bodegas de la DOCa Rioja cuentan con 2 empleados a tiempo parcial y 2,2 empleados a tiempo completo en el área de enoturismo.** Estos datos, en comparación con los de años anteriores, reflejan que el sector está apostando en mayor medida por incorporar trabajadores a tiempo completo en sus equipos.

No obstante, como se puede observar en el gráfico, existen diferencias sustanciales entre las diferentes bodegas de la Denominación, encontrando **bodegas sin ningún empleado** a tiempo completo (35,29%) o parcial (28,24%) **dedicado a esta actividad**, mientras que otras bodegas cuentan con **equipos de varios profesionales encargados de gestionar el enoturismo**, siendo un 17,65% las bodegas que cuentan con **equipos de 4 personas o más** a tiempo completo y un 15,29% a tiempo parcial.

En términos absolutos, actualmente se encuentran empleadas en las bodegas analizadas **354 personas**, contando con **188 trabajadores a tiempo completo y 166 a tiempo parcial**, así como **un total de 122 colaboradores externos** Extrapolado al conjunto de las bodegas abiertas al turismo de la Denominación de Origen, supondría **cerca de 700 puestos de trabajo.**

En cuanto a los puestos que desempeñan estos trabajadores, el **22,3%** ejercen como **responsables del área de enoturismo**, un **40,3%** realizan la labor de **guía enoturístico** en las bodegas y un **37,3%** se consideran **personal de apoyo** de la actividad enoturística.

NECESIDADES FORMATIVAS



Cabe destacar la **importancia de los colaboradores externos**, personas que colaboran habitualmente con el área de enoturismo de la bodega, aunque no formen parte de la plantilla (guías de apoyo, camareros, sumilleres, limpieza, etc.).

En cuanto a las **necesidades formativas identificadas en el área de enoturismo** de las bodegas de la DOCa Rioja, las bodegas destacan especialmente el margen de mejora existente en algunas materias, como **idiomas, marketing digital** (redes sociales, concretamente), **conocimientos enológicos, experiencia de cliente** o **dotes comerciales** para aumentar las ventas de vino en la propia bodega.

Asimismo, destacan las necesidades formativas en materia de **eventos y MICE**, lo que refleja la creciente apuesta del sector por estos servicios, o la faceta más **estratégica y de negocio enoturístico**, sobre todo para los responsables de los departamentos de enoturismo.

CLIMA EMPRESARIAL



Una gran mayoría de las bodegas de la DOCa Rioja (Un 94,74%) consideran que el enoturismo les está ayudando a conseguir sus objetivos en mayor o menor medida.

Concretamente, el 21,05% afirman que su proyecto enoturístico está cumpliendo totalmente los objetivos fijados, mientras que un 51,32%, piensan que su proyecto cumple en gran parte los objetivos, aunque todavía existe un cierto margen de mejora. El 22,37% afirman que sus objetivos se están cumpliendo en parte y tan sólo el 5,26% consideran que no está cumpliendo las expectativas que había generado el enoturismo en la bodega.

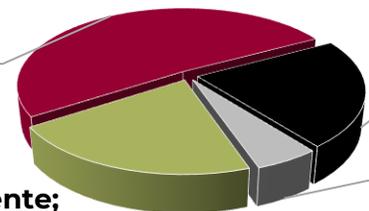
En este sentido, cabe destacar que las bodegas de la DOCa Rioja **venden en torno a un 9,5% de su vino a través del enoturismo**, según manifiestan las bodegas encuestadas. Sin embargo, la variación en relación con este dato es muy significativa, dadas las diferencias de tamaño de las bodegas y de sus proyectos enoturísticos, superando algunas bodegas el 75-80% de ventas por esta vía.

31

Gráfico 3.18. ¿Su proyecto enoturístico está cumpliendo los objetivos?

Sí, en gran parte, aunque tenemos que mejorar los resultados;
51,32%

Sí, totalmente;
21,05%



En parte;
22,37%

No, no está cumpliendo nuestras expectativas;
5,26%

N=78

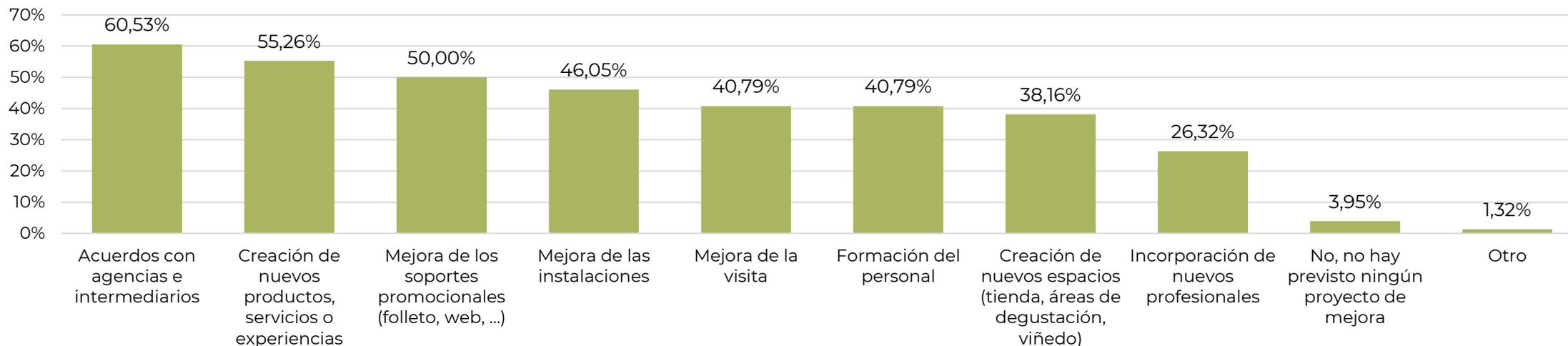
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

INTENCIÓN DE MEJORA DEL PROYECTO ENOTURÍSTICO

La mayor parte de las bodegas analizadas tienen previstas mejoras en su ámbito enoturístico (96,05%), destacando el establecimiento de acuerdos con agencias e intermediarios (60,53%), la creación de nuevos productos, servicios o experiencias (55,26%) y la mejora de soportes promocionales, como folletos, páginas web, canales de reserva, etc. (50%), como proyectos de mejora previstos por más de la mitad de las bodegas encuestadas. Concretamente, este último ámbito de mejora coge fuerza con respecto al año 2022, aumentando en un 14%.

Destaca también la intención de las bodegas de mejorar sus instalaciones (46,05%), así como las propias visitas a la bodega (40,79%). La formación del personal es un proyecto de mejora previsto por más del 40% de las bodegas analizadas, lo que supone un incremento del 19% con respecto al año 2022, y refleja que cada vez son más las bodegas que apuestan por la profesionalización de sus equipos para mejorar su actividad enoturística.

Gráfico 3.19. Proyectos de mejora previstos en enoturismo por parte de las bodegas de la DOCa Rioja



N=78

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

INVERSIONES REALIZADAS EN ENOTURISMO



Como refleja el gráfico 3.20, en los últimos tres años **el sector ha hecho una gran apuesta por el enoturismo**, no sólo acometiendo importantes inversiones en esta faceta sino **aumentando año tras año el volumen de inversión** para mejorar su negocio y adaptarlo a las necesidades del enoturista.

Concretamente, en el año 2023, las inversiones en enoturismo realizadas por parte de las bodegas de Rioja participantes en el Monitor ascienden a **más de 2 millones de €**. Esta cifra supone un aumento del 83,78% con respecto a la cifra del año anterior y más de un 264% con respecto a 2021, lo que refleja una clara tendencia por parte de las bodegas de la DOCa hacia la mejora de su actividad enoturística.

33

Gráfico 3.20. Inversiones realizadas por las bodegas de la DOCa Rioja en enoturismo



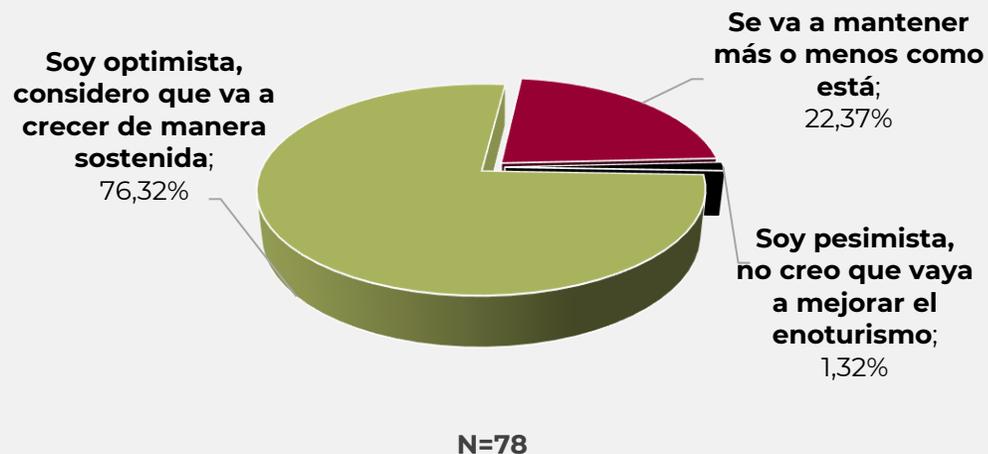
N=78

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL ENOTURISMO

En general, **las bodegas son optimistas de cara al futuro**, considerando una gran parte de ellas (76,32%) **que la demanda enoturística continuará creciendo de forma sostenida en los próximos años**. En menor medida, un 22,37% consideran que el sector se mantendrá más o menos como está en la actualidad y, tan sólo un 1,32%, se muestran pesimistas y opinan que no va a mejorar.

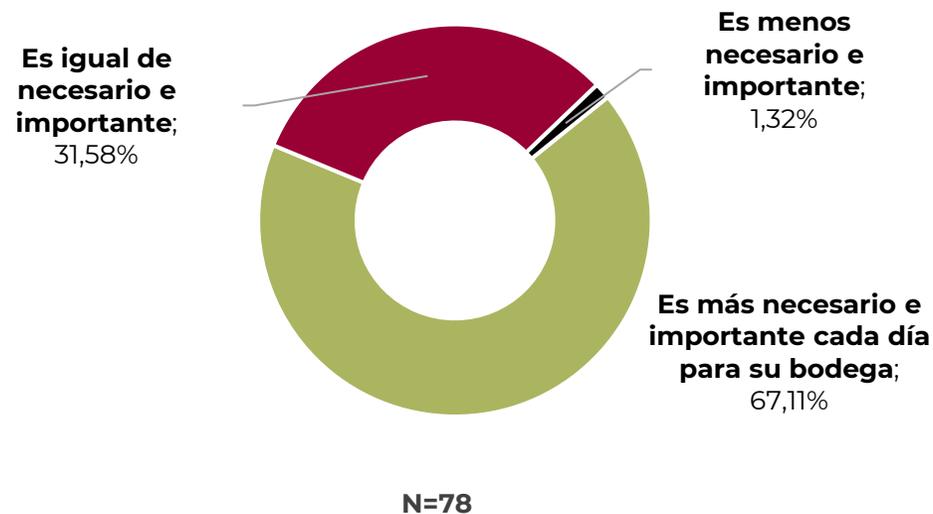
Gráfico 3.21. Previsión de la recuperación del sector



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

La importancia otorgada por las bodegas de Rioja al enoturismo ha crecido considerablemente. Más de un 67% afirman que **el enoturismo es cada día más necesario e importante**, mientras que cerca de un 32% opinan que su importancia es la misma que en estos últimos años.

Gráfico 3.22. Importancia otorgada por las bodegas al enoturismo



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA

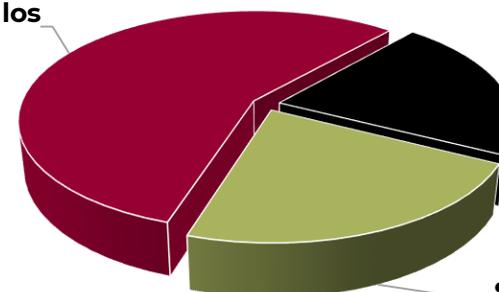


En cuanto a la rentabilidad del enoturismo, **más de la mitad de las bodegas consideran que su actividad enoturística es rentable** a día de hoy, aunque esperan obtener mejores resultados en los próximos años (56,58%). Un 22,37% afirman que **el enoturismo es totalmente rentable** para su bodega, mientras que un 21,05% reconocen que sus resultados económicos aún no son los esperados. Por tanto, **cerca de un 80% de las bodegas de Rioja consideran que el enoturismo es una actividad rentable**.

Gráfico 3.23. Rentabilidad de la actividad enoturística

35

Sí, aunque esperamos obtener un mayor beneficio en los próximos años;
56,58%



No, todavía no estamos obteniendo los resultados previstos;
21,05%

Sí, totalmente;
22,37%

N=78

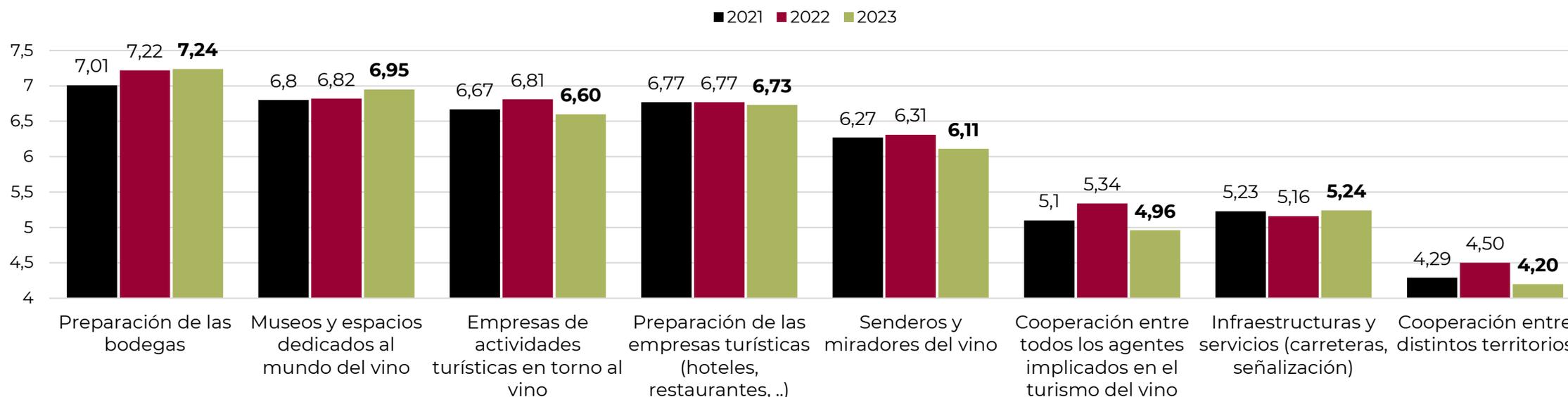
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

VALORACIÓN DEL GRADO DE ADECUACIÓN Y DESARROLLO

Las bodegas de la DOCa Rioja han valorado el **grado de adecuación y desarrollo de distintos aspectos del destino enoturístico “Rioja”**, pudiéndose observar un leve descenso general en las valoraciones de los distintos ítems **con respecto al análisis realizado el pasado año**.

Cabe destacar la mejor valoración de **la preparación de las bodegas** y los **museos y espacios dedicados al mundo del vino**, superando estas su puntuación en el año 2022. Sin embargo, se puede observar cómo los ámbitos relativos a la **cooperación entre los agentes enoturísticos y entre los propios territorios** empeoran su puntuación en cerca de 3 décimas.

Gráfico 3.24. Valoración del grado de adecuación y desarrollo de la DOCa Rioja como destino enoturístico



N=83

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

4. ANÁLISIS
CUANTITATIVO DE LA
DEMANDA DE
ENOTURISMO
EN LAS BODEGAS



ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA DEMANDA ENOTURÍSTICA



Con el objetivo de conocer la **situación actual del enoturismo en la DOCa Rioja**, otro de los grandes ámbitos de estudio del presente informe es el **análisis cuantitativo de la demanda enoturística desde la perspectiva de la oferta**.

En base a las respuestas obtenidas de las bodegas de Rioja, en este apartado se presentan los resultados relativos a distintos conceptos que, en conjunto, nos permiten hacernos a la idea de cómo ha sido la demanda de enoturismo en el territorio durante el año 2023 (número de visitas, estacionalidad, procedencia, mercados emisores, etc.), lo que permite obtener conclusiones de gran valor para poder adaptar las estrategias de promoción y desarrollo del enoturismo en la región a futuro.

ANÁLISIS
CUANTITATIVO DE
LA DEMANDA
ENOTURÍSTICA

ESTACIONALIDAD
DE LA DEMANDA

PROCEDENCIA

PRINCIPALES
MERCADOS
EMISORES

INTERMEDIACIÓN

RESERVA PREVIA

PERFIL DEL
VISITANTE DESDE
LA PERSPECTIVA
DE LAS BODEGAS

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA DEMANDA ENOTURÍSTICA

Gráfico 4.1. Evolución del número de visitas anuales en bodegas

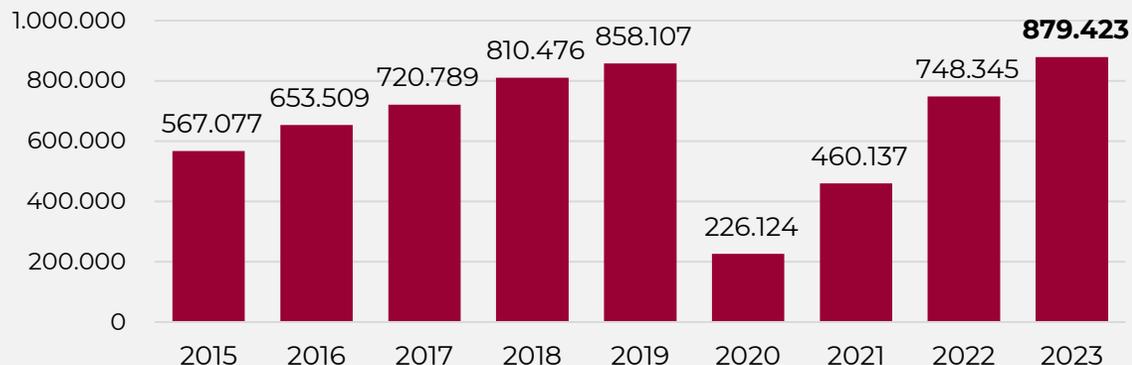


Tabla 4.1. Variación interanual del número de visitas en bodegas (%)

	2019	2020	2021	2022	2023
DOCa Rioja	5,9%	-73,6%	103,50%	62,64%	17,52%
Rioja Alta	12,2%	-74,3%	101,09%	70,62%	14,76%
Rioja Alavesa	2,6%	-71,9%	102,86%	40,15%	34,83%
Rioja Oriental	70,1%	-81,0%	184,12%	11,38%	-9,70%

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

Las bodegas de Rioja recibieron en 2023 un total de **879.423 visitas**, lo que supone un incremento del 17,52% respecto a los datos del año anterior.

En relación con 2019, año en el que las bodegas de la DOCa alcanzaron la cifra récord de casi 860.000 visitas, **en 2023 se ha alcanzado e incluso superado ligeramente este dato**, concretamente en un 2,48%. Esto supone que en 2023 las bodegas han recibido 21.316 visitas más que en dicho año. Por tanto, podemos afirmar que se ha producido una **completa recuperación de la demanda enoturística** en el territorio.

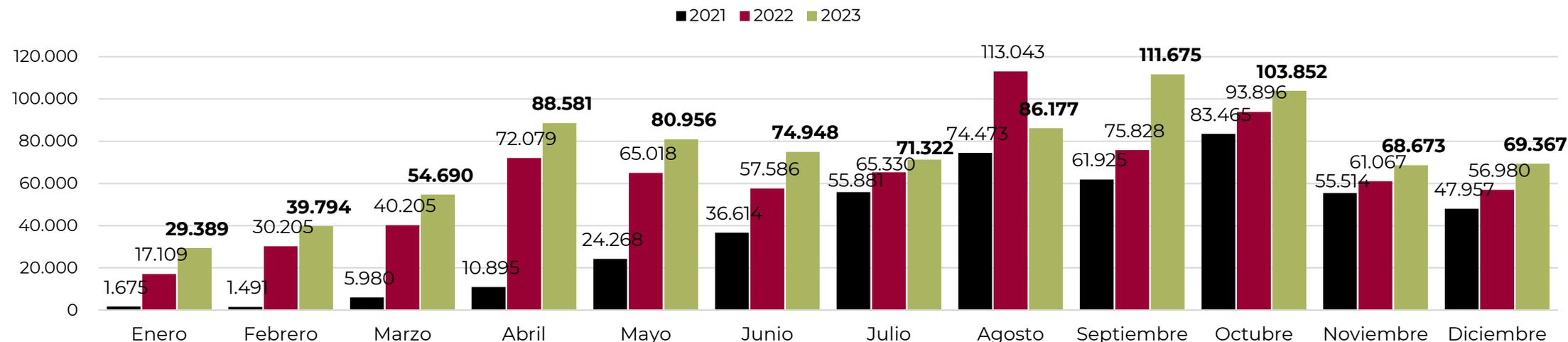
El crecimiento interanual con respecto al pasado año se ha dejado notar en mayor medida en la zona de Rioja Alavesa, con un 34,83% más de visitas que en 2022. Rioja Alta también presenta una variación significativa, aunque algo más leve (14,76%).

En el caso de **Rioja Oriental**, sin embargo, el número de visitas recibidas en las bodegas en 2023 ha disminuido en casi un 10% con respecto al año anterior.

ESTACIONALIDAD

En cuanto a la distribución mensual del número de visitas recibidas en las bodegas de la DOCa Rioja en este último año, se puede observar cómo **la estacionalidad de la actividad enoturística ha mantenido en gran parte la tendencia habitual**, si bien se presentan ciertas variaciones con respecto a la estacionalidad registrada durante 2022. La mayor parte de las visitas a Rioja en 2023 se ha concentrado en los meses de septiembre (111.675) y octubre (103.852), que tradicionalmente atraen el mayor número de visitas a la región, así como en abril (88.581). El mes de agosto ha reunido el 9,80% de las visitas anuales, mientras que en 2022 este porcentaje era superior al 15%. Además, la demanda enoturística en los meses de temporada baja (enero-marzo) ha incrementado en más de un 41% con respecto a la demanda del año 2022 para este mismo período, aunque sigue siendo necesario mejorar estos datos para favorecer la desestacionalización de la actividad enoturística.

Gráfico 4.3. Evolución del número de visitas mensuales en bodegas de la DOCa Rioja



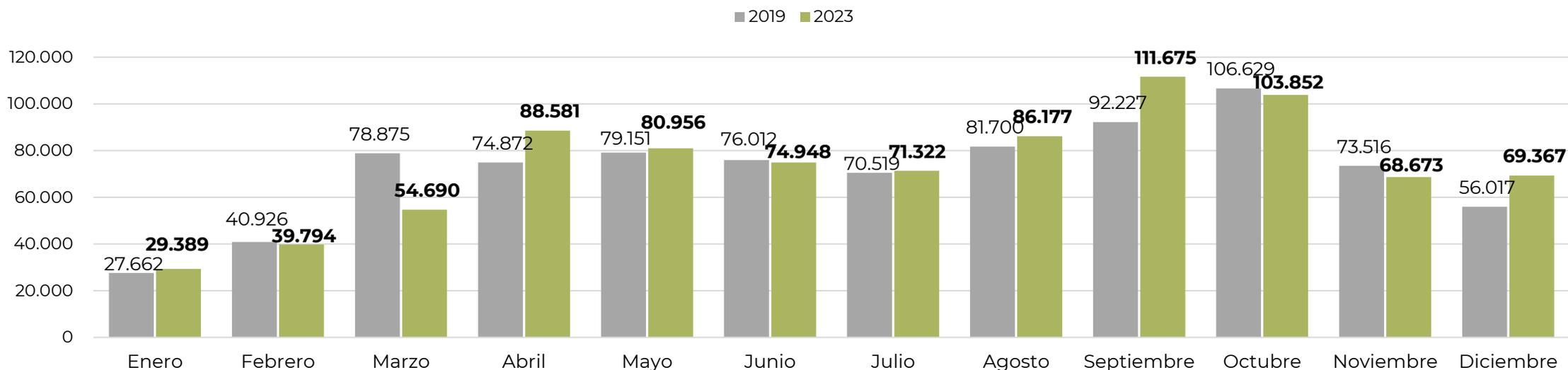
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

ESTACIONALIDAD

Desde la pandemia se viene realizando un análisis de la estacionalidad de la actividad enoturística en la DOCa Rioja tomando como referencia los datos del año 2019, por considerarlos los últimos datos representativos de la estacionalidad tradicional del enoturismo.

En este sentido, y como se puede observar en el gráfico 4.4, **la distribución mensual de visitas a las bodegas de Rioja recupera su normalidad en 2023**, encontrando los mayores picos de actividad en los meses otoñales (septiembre y octubre), así como en la primavera (abril y mayo). Resulta, sin embargo, destacable la mayor concentración de la demanda en el mes de septiembre de 2023, mientras que el mes de marzo no recupera aún las cifras prepandemia.

Gráfico 4.4. Comparación del número de visitas mensuales en bodegas de la DOCa Rioja en 2019 vs 2023



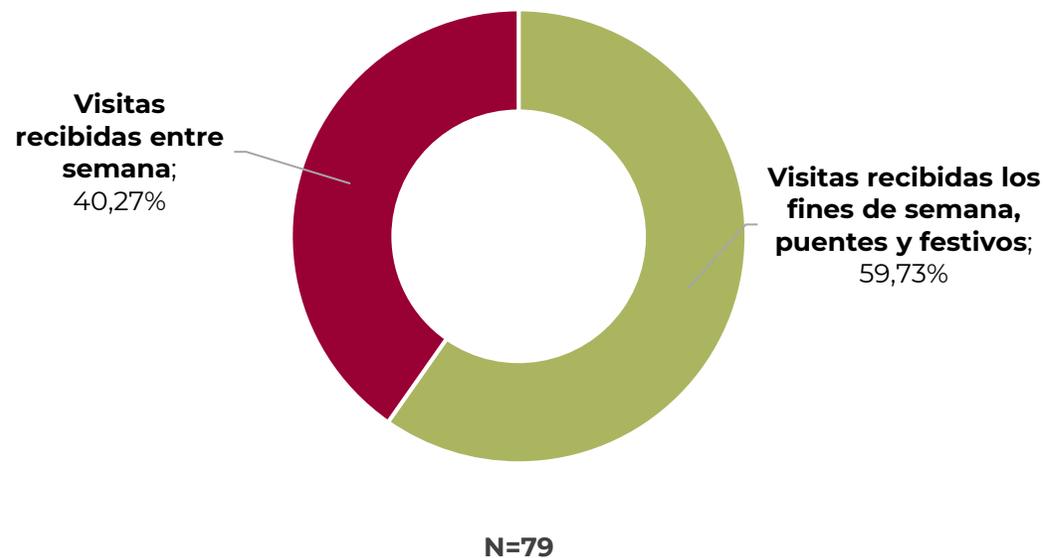
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

ESTACIONALIDAD



En cuanto a la estacionalidad semanal de la actividad enoturística en Rioja, cabe destacar que durante 2023, **el 59,73% de las visitas a bodegas se concentraron en fines de semana, puentes y días festivos**. La proporción de visitas recibidas durante la semana y durante los fines de semana o festivos se mantiene con respecto a 2022.

Gráfico 4.5. Porcentaje de visitas recibidas en fines de semana, puentes y días festivos



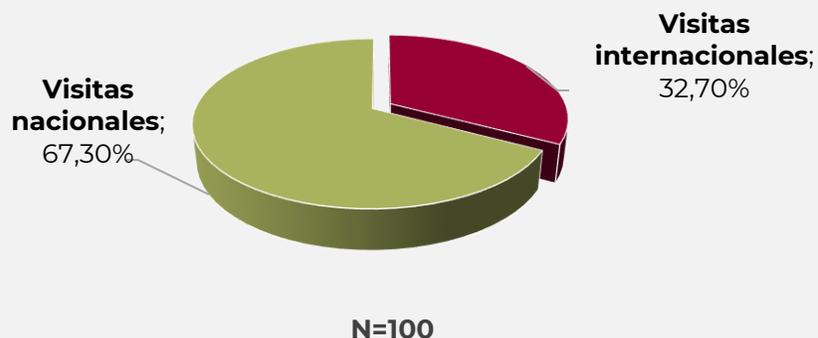
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PROCEDENCIA

A pesar de que el **mercado nacional** sigue representando la mayor parte de la demanda turística en las bodegas de Rioja, concretamente el **67,30% de las visitas recibidas en 2023**, durante este año se puede observar un **nuevo crecimiento de la demanda internacional**, de más de 3,5 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

Aunque esta cifra aún se encuentra a 4 puntos porcentuales de la demanda internacional de 2019, estos datos confirman la **fuerte tendencia hacia la recuperación del número de visitas internacionales** en la DOCa Rioja.

Gráfico 4.6. Porcentaje de visitas nacionales e internacionales



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

Gráfico 4.7. Evolución del porcentaje de visitas según su procedencia



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

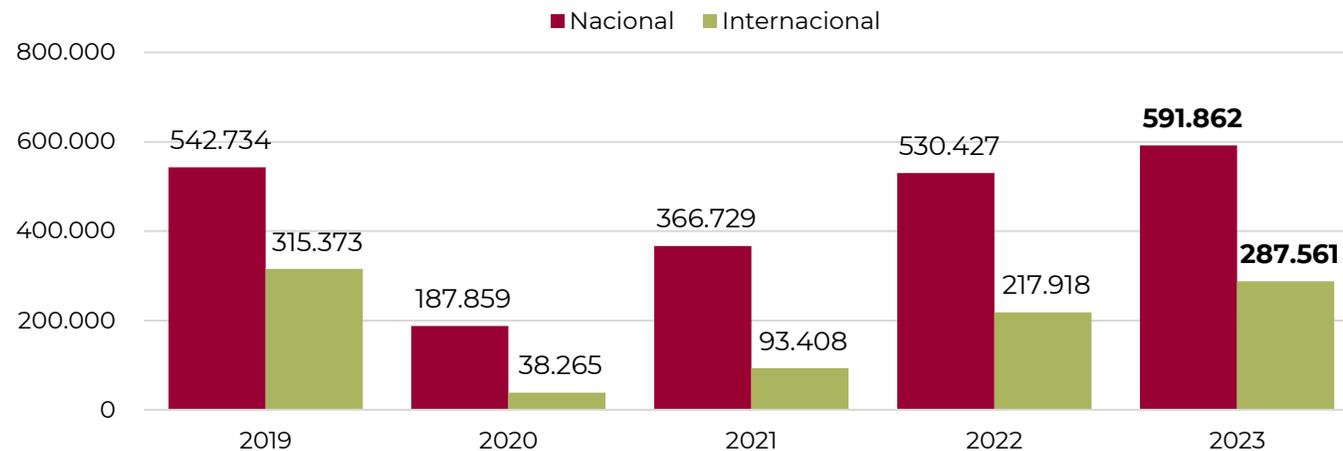
PROCEDENCIA



En el gráfico 3.7 (ver página anterior) se muestra la variación porcentual de visitas nacionales e internacionales a lo largo de los años, pudiéndose observar que **en 2023 la demanda internacional se sitúa cada vez más cerca de la recuperación.**

Las variaciones que han experimentado los números absolutos de visitantes nacionales e internacionales a la DOCa Rioja pueden observarse en el gráfico inferior. Los datos presentan cómo en los años 2020 y 2021 los visitantes nacionales fueron los que sostuvieron la demanda enoturística de la región, mientras que en los dos últimos años se percibe una recuperación paulatina de los visitantes internacionales.

4.8. Evolución del número de visitas según su procedencia



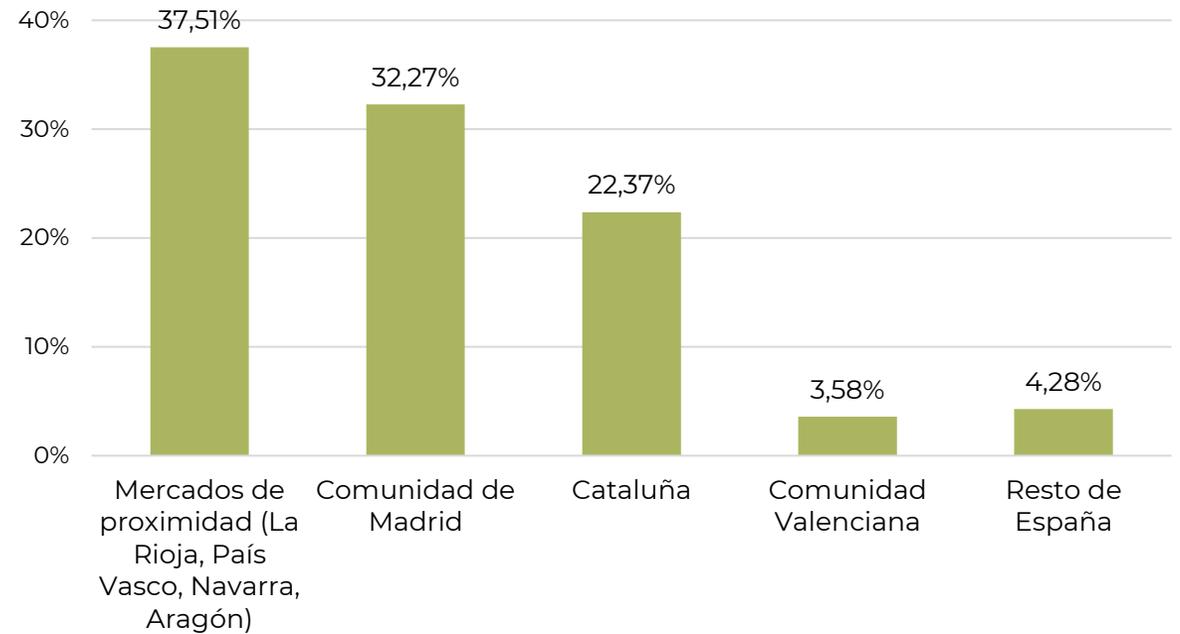
Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja y anteriores informes del Monitor de Enoturismo de la DOCa Rioja

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



Los principales emisores de viajeros hacia las bodegas de Rioja **son mayoritariamente los mercados de proximidad** (La Rioja, País Vasco, Navarra, Aragón) y los **principales mercados emisores nacionales** (Comunidad de Madrid y Cataluña).

Gráfico 4.9. Principales mercados nacionales



N=79

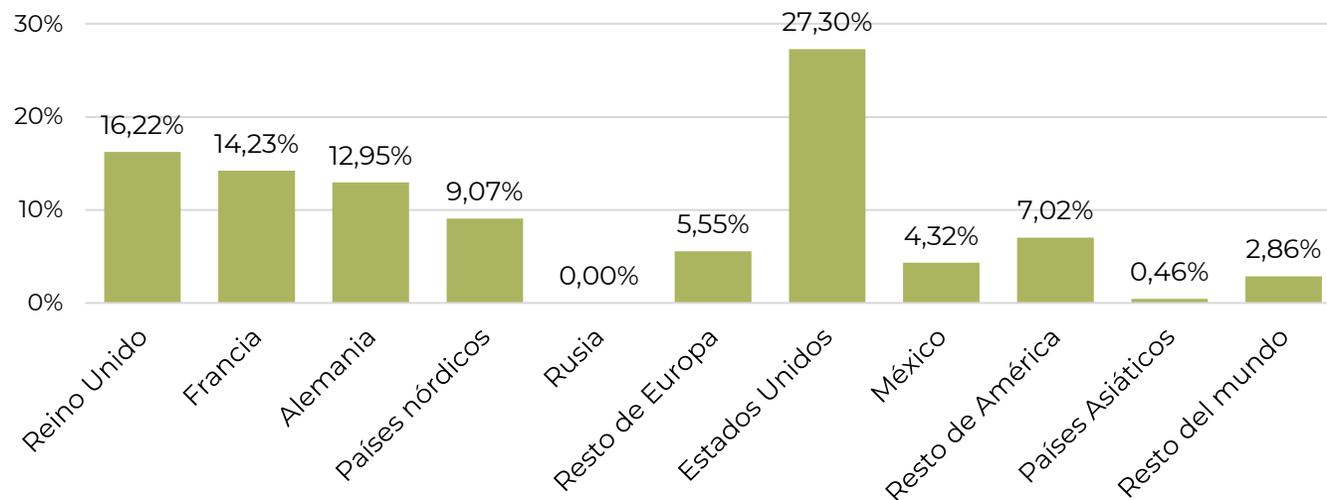
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



Las visitas internacionales suponen un 32,70% de la demanda de las bodegas de Rioja en 2023 (casi un tercio de la demanda total). Los **principales mercados emisores a nivel internacional** en este año han sido **Estados Unidos** (27,30%), **Reino Unido** (16,22%) y **Francia** (14,23%) según manifiestan las propias bodegas. Sin embargo, estos tres mercados han perdido importancia con respecto a los datos de 2022, en pro de otros como Alemania, los Países Nórdicos y el Resto de América, que crecen entre 4 y 7 puntos porcentuales.

Gráfico 4.10. Principales mercados internacionales



N=79

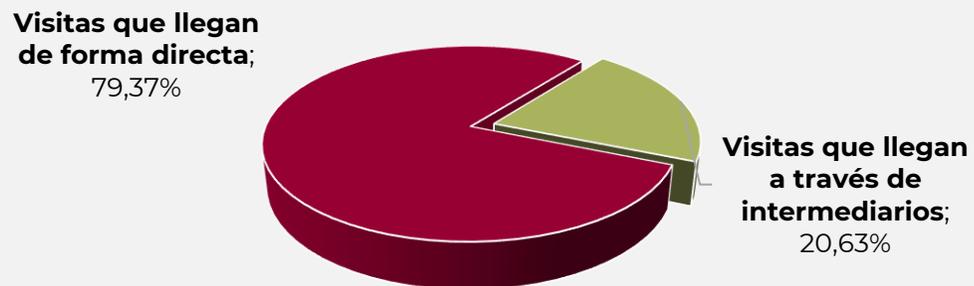
Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

INTERMEDIACIÓN Y RESERVA PREVIA

Teniendo en cuenta las cifras aportadas por las bodegas encuestadas, **el 20,63% de las visitas a las bodegas de la DOCa Rioja en 2023 han llegado a través de intermediarios**, mientras que la mayoría (79,37%) son visitas que llegan de forma directa.

La intermediación apenas ha crecido en relación con el pasado año, manteniéndose aún lejana al dato prepandemia, que suponía el 33,50% de la demanda total, según datos de las propias bodegas.

Gráfico 4.11. Porcentaje de visitas que llegan a las bodegas a través de intermediarios



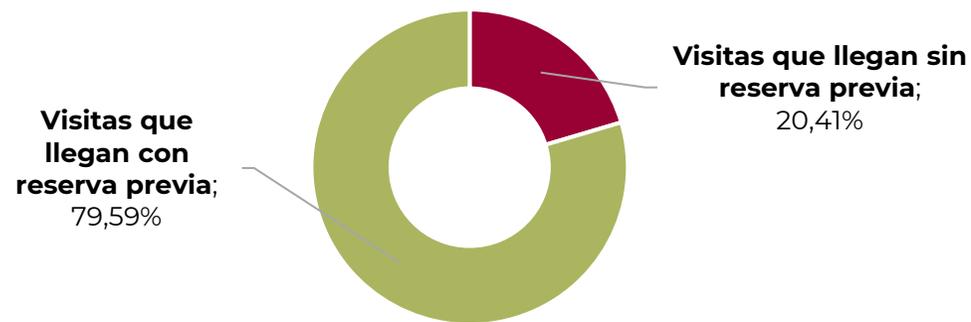
N=79

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

Una de las principales tendencias del turismo es el **auge de las reservas previas en los servicios turísticos**. Cada vez son más los turistas que planifican y reservan sus viajes y experiencias con antelación, lo que también se traslada a la oferta, que con el fin de controlar aforos y organizar recursos requieren la reserva anticipada de muchos de sus servicios.

Las bodegas de Rioja son un fiel reflejo de esta situación. En 2023 **casi el 80% de las visitas llegaron a la bodega con reserva previa.**

Gráfico 4.12. Porcentaje de visitas que llegan a las bodegas con o sin reserva previa



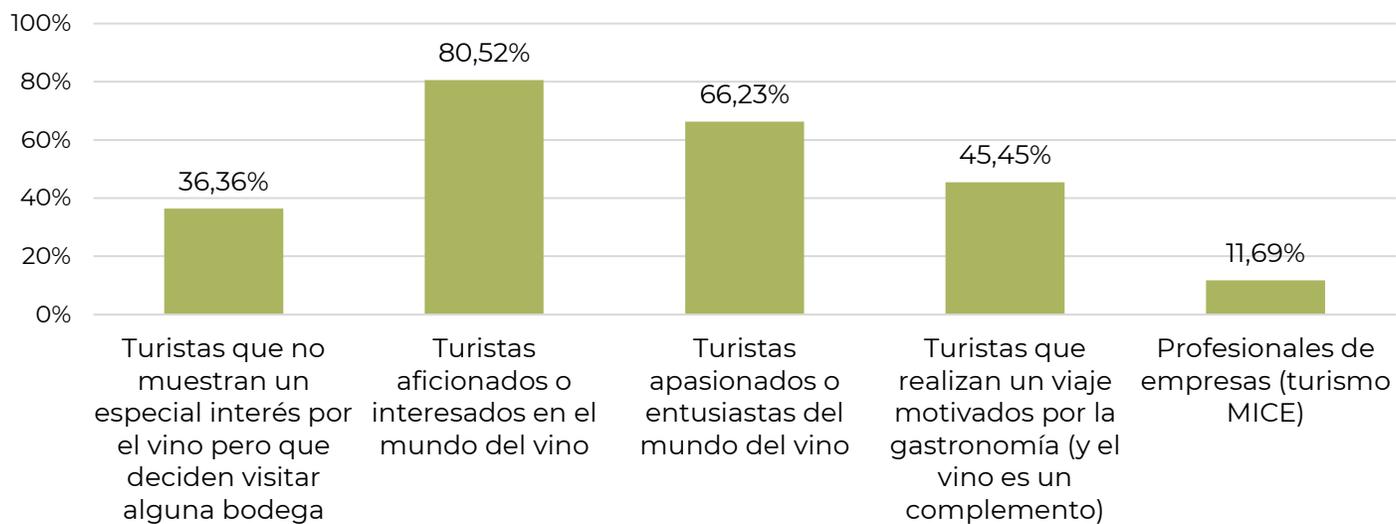
N=79

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

PERFIL DEL VISITANTE DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS BODEGAS

Una gran mayoría de las bodegas analizadas manifiestan que sus visitantes son principalmente **personas aficionadas o interesadas en el mundo del vino** (80,52%). Le sigue en segundo lugar un perfil de visitante con un mayor grado de vinculación con el mundo del vino, que podría denominarse como **winelover o apasionado del vino** (66,23%) y un tercer perfil de **turista gastronómico**, que es identificado por el 45,45% de las bodegas.

Gráfico 4.13. ¿Cuáles considera que son los principales perfiles de los visitantes de su bodega?



N=79

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

5. APROXIMACIÓN AL
IMPACTO
ECONÓMICO
DEL ENOTURISMO



APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO



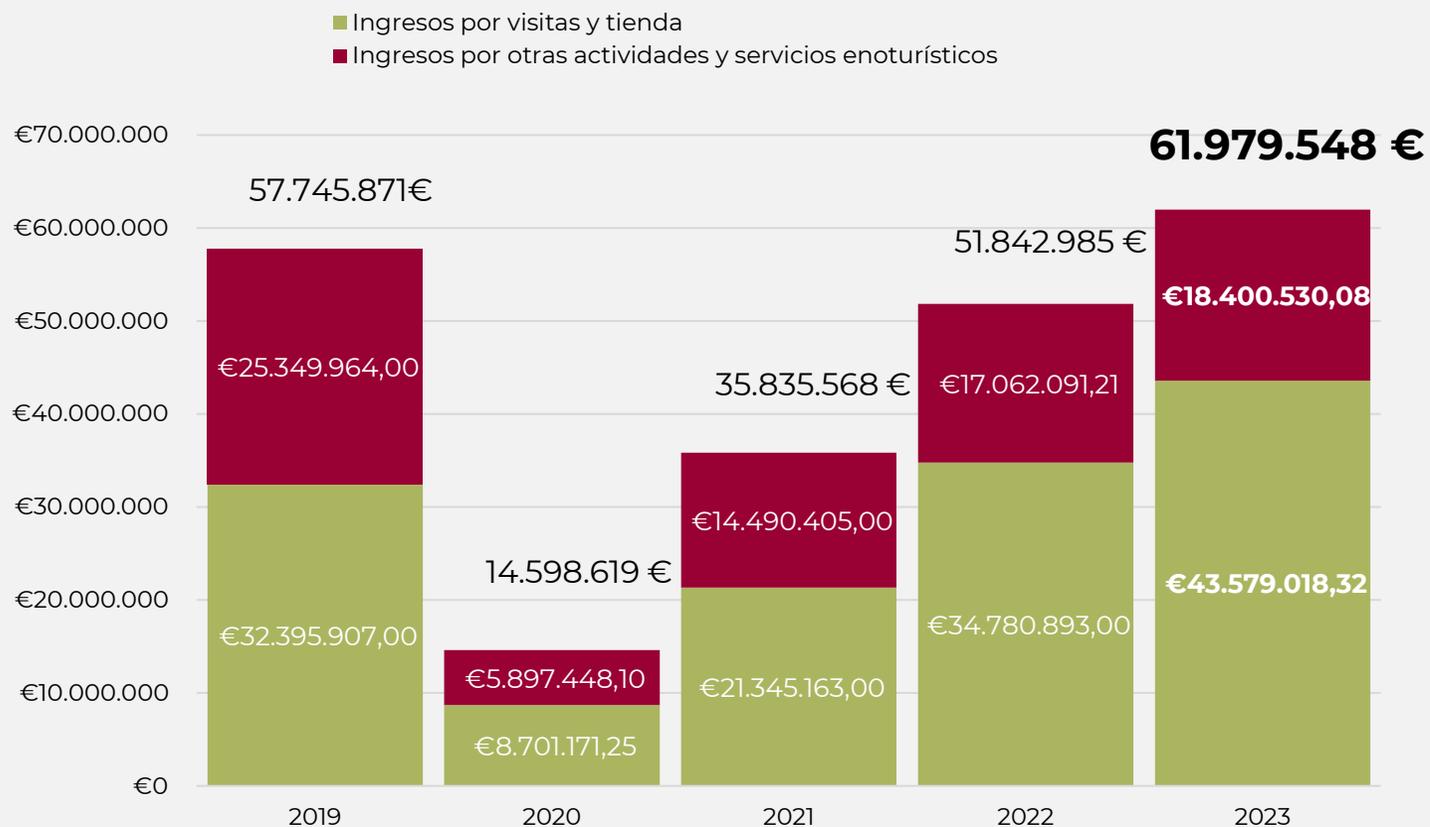
Por último, el presente apartado pretende realizar una **aproximación al impacto económico del enoturismo en la DOCa Rioja** durante el año 2023.

Teniendo en cuenta la afluencia de visitantes a las bodegas, el precio de los servicios y el gasto medio en su tienda, así como la importancia de otros servicios ofrecidos en la bodega (prestando especial atención a las actividades y eventos MICE organizados por la bodega para empresas y otras entidades), a continuación, se presenta la **estimación de los ingresos que la actividad enoturística ha generado en la DOCa Rioja durante el pasado año**, tanto en las propias bodegas como en el conjunto del destino, ya que la bodega sólo supone una parte de la actividad económica enoturística.

Igualmente, se han comparado los datos de impacto económico de 2023 con los de 2019, año de mayor actividad enoturística en Rioja según la serie histórica, de forma que se pueda analizar la capacidad de recuperación de las bodegas tras el fuerte impacto sufrido por la pandemia.

APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO

Gráfico 5.1. Impacto económico del enoturismo en las bodegas de la DOCa Rioja



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

El impacto económico que suponen las visitas a las bodegas de la DOCa Rioja se ha calculado recabando los datos de los precios de las visitas que oferta cada bodega y el gasto medio por visitante en la tienda, para posteriormente multiplicarlo por el número de visitas recibidas en cada una de ellas.

Realizando el sumatorio del gasto en el conjunto de bodegas, **el total de ingresos por visitas y gasto en tienda de los visitantes en las bodegas de la DOCa Rioja alcanza en 2023 un total de 43.579.018 €,** lo que supone un aumento del 25,30% con respecto a la cifra del año 2022 y un incremento del 34,52% en relación con el dato de 2019.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que muchas bodegas no sólo ofrecen estos dos servicios (visita y tienda), sino que cada vez son más las bodegas que ofrecen otro tipo de experiencias y servicios enoturísticos (restauración, eventos, incentivos, etc.).

APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO



Por ello, de cara a conocer el impacto total que la actividad enoturística tiene en las bodegas de Rioja debemos basarnos en la importancia relativa que le otorga cada bodega a las visitas y la tienda respecto al total de su negocio enoturístico.

De acuerdo con estos datos, las bodegas de la DOCa han ingresado en el año 2023 en torno a **18,4 millones de € que provienen de actividades y servicios enoturísticos** distintos a las visitas y la tienda de la bodega. Dentro de esta cifra, las **actividades MICE** tienen un importante peso, suponiendo **más de 2,3 millones de €**.

Si agregamos los ingresos generados por las visitas y la tienda en las bodegas a los ingresos provenientes de otros servicios enoturísticos, podemos afirmar que **el volumen de ventas por enoturismo en las bodegas de la DOCa Rioja asciende a 61,98 millones de € en 2023**. Esto ha supuesto un aumento del 19,55% con respecto a la cifra registrada en 2022, habiendo ingresado las bodegas en términos absolutos 10 millones de euros más que el año anterior gracias al enoturismo.

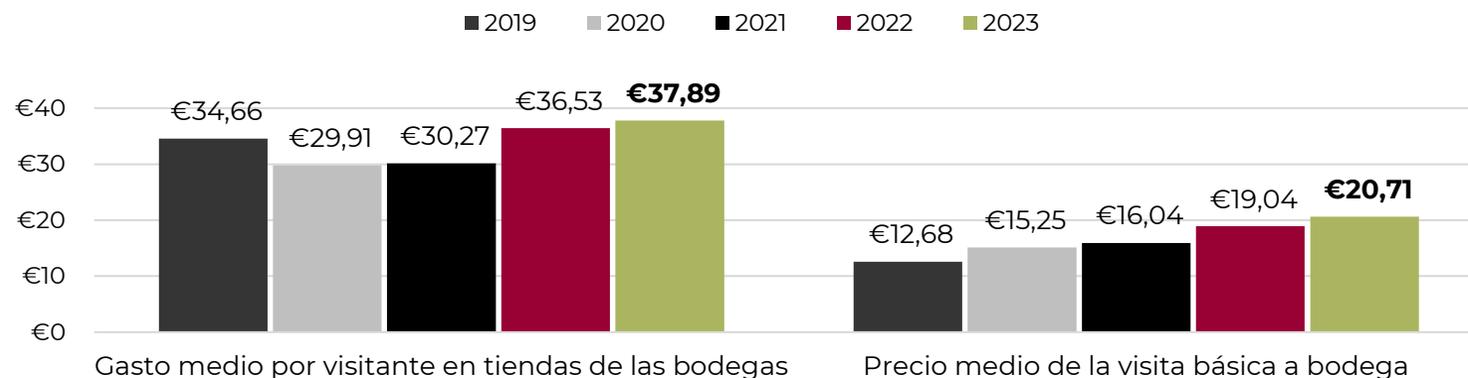
Asimismo, los datos de 2023 permiten observar un **crecimiento del 7,33% en el impacto del enoturismo en las bodegas de Rioja en relación con 2019**. Este incremento se deriva no sólo del ligero aumento en el número de visitas en este período 2019-2023 (+2,48%), sino también del incremento en el gasto medio del visitante en la tienda de la bodega y, sobre todo, en los precios de la visita (ver siguiente página); lo que en conjunto ha permitido a las bodegas aumentar el valor que el enoturismo le reporta a su negocio.

APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO

Al analizar la evolución de las variables consideradas para calcular el impacto económico del enoturismo (gasto medio en la tienda de la bodega y precio medio de la visita), podemos observar que ambas han experimentado cierto crecimiento con respecto al pasado año (+3,72% y +8,79%, respectivamente). El **gasto medio por visitante en tienda ha ascendido hasta los 37,89 €**, mientras que el **precio medio de la visita básica a bodega ha sido de 20,71 €**, marcando ambos datos su máximo en la serie histórica. Ambas cifras han superado, además, los datos del año 2019 (34,66 € y 12,68 €, respectivamente). Estos datos confirman una tendencia hacia el incremento del valor de los servicios (*premiumización*), acorde a la mayor disposición al gasto por parte de la demanda.

53

Gráfico 5.2. Evolución gasto medio en tienda por visitante y precio medio de la visita básica



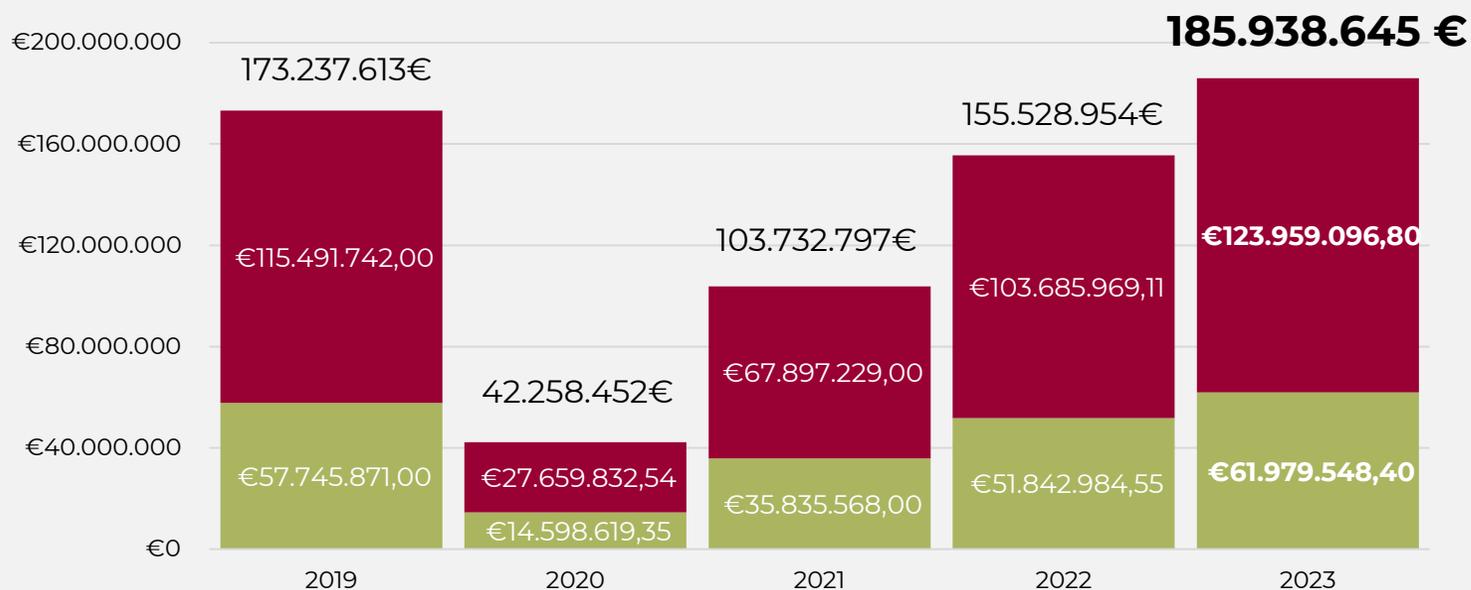
N=104

Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DEL ENOTURISMO

Gráfico 5.3. Evolución del impacto económico del enoturismo en la DOCa Rioja

■ Impacto económico del enoturismo en otros sectores
■ Impacto económico del enoturismo en las bodegas



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

(*) El gasto en visitas a bodegas y compras de vino representa un 34,5% del gasto medio diario realizado por el visitante en la DOCa Rioja (Datos Monitor Enoturismo DOCa Rioja 2020).

(**) Por región vitivinícola se considera todo el territorio vitivinícola que abarca la DOCa Rioja, que incluye parte de las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra.

Según la demanda turística de la DOCa Rioja, el **gasto en visitas y compras de vino en las bodegas representa en torno a una tercera parte del gasto que el visitante realiza en el destino(*)**. Los dos tercios restantes se dedican a conceptos como alojamiento, restauración, actividades, etc. y otros sectores relacionados de forma indirecta con el turismo (combustible, comercio, servicios, etc.).

Teniendo en cuenta estos datos, se estima que **el impacto global del enoturismo en 2023 en el destino vitivinícola DOCa Rioja (**)** se situaría en torno a los **185,94 millones de €**. En términos absolutos, esto supone un aumento de 30,41 millones de € en la economía territorial respecto a 2022, teniendo en cuenta el impacto directo (ingresos generados en las bodegas) e indirecto (ingresos generados en otros sectores). En relación con 2019, el impacto económico total del enoturismo aumenta en un 7,33%.

NIVEL DE NEGOCIO ACTUAL VS PREPANDEMIA

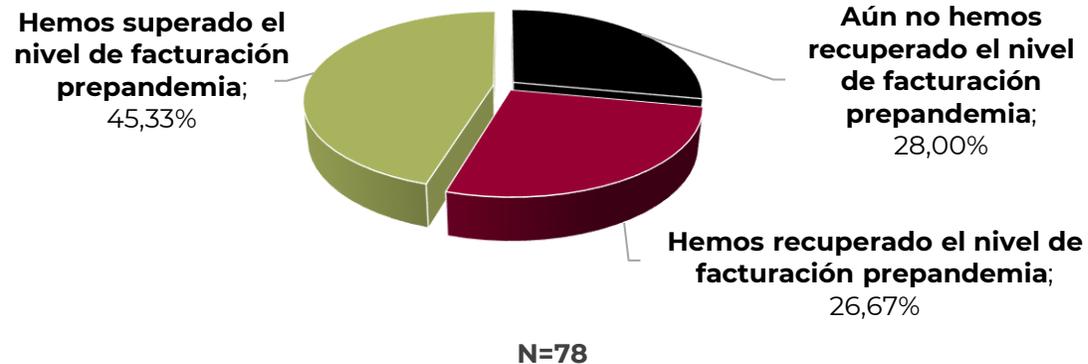


El pasado año 2023 se consideraba un año determinante para el turismo en nuestro país, habiéndose vaticinado como el año de la recuperación. En este sentido, en el caso de la DOCa Rioja, un **72% de las bodegas afirman haber recuperado su nivel de negocio previo a la pandemia**, habiéndolo incluso superado más de un 45% de las mismas.

El 28% restante aún no han recuperado su nivel de facturación, aunque cabe destacar que muchas de ellas se encuentran en torno a un 80-90% del nivel de negocio anterior a la pandemia, teniendo la recuperación total muy cercana.

55

Gráfico 5.4. Nivel de negocio de las bodegas de la DOCa Rioja en relación con los datos prepandemia



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a las bodegas de la DOCa Rioja.

6. PRINCIPALES CONCLUSIONES





El enoturismo de Rioja demuestra su fortaleza y continúa su crecimiento sostenido

RECUPERACIÓN TOTAL DE LA ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA EN LAS BODEGAS DE RIOJA

Las bodegas de Rioja han recibido en 2023 un total de 879.423 visitas, lo que supone un incremento del 17,52% respecto a los datos del año anterior y del 2,48% respecto a 2019, año en el que se registró el máximo histórico de visitas a las bodegas del territorio.

MAYOR IMPACTO DEL ENOTURISMO EN LA ECONOMÍA DE LA REGIÓN

El impacto económico de la actividad enoturística en la Denominación de Origen sube hasta los 185,94 millones de € (+19,55% respecto a 2022 y +7,33% en relación con 2019) y alcanza su máximo en la serie histórica desde el inicio de la elaboración del Monitor de Enoturismo (2018). Este aumento viene motivado por el mayor número de visitas recibidas, el incremento del gasto del visitante en la tienda de la bodega y la subida del precio medio de las visitas enoturísticas (+ 3,72% y +8,79%, respectivamente).

EL ENOTURISMO SE CONSOLIDA COMO DINAMIZADOR DEL EMPLEO EN RIOJA

Los datos presentados en este informe permiten observar cómo el enoturismo recupera su capacidad de dinamización del empleo en el territorio, acercándose a las cifras de los años de mayor actividad, con cerca de 700 puestos de trabajo enoturísticos en las bodegas, entre empleados en plantilla y colaboradores externos.



Las bodegas de Rioja siguen realizando una gran apuesta por el enoturismo

EL SECTOR PERCIBE UN GRAN VALOR EN LA ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA Y ES OPTIMISTA RESPECTO AL FUTURO

La visión del sector sobre el enoturismo es muy positiva, afirmando una gran parte de las bodegas (94,74%) que su actividad enoturística está ayudando a conseguir sus objetivos en mayor o menor medida, así como considerando más de un 67% que el enoturismo es cada día más importante para su negocio. Además, un 76% son optimistas sobre el futuro, considerando que la demanda enoturística continuará creciendo de forma sostenida en los próximos años.

LAS BODEGAS DE RIOJA AUMENTAN CADA AÑO SUS INVERSIONES EN ENOTURISMO

En los últimos años las bodegas de Rioja han realizado importantes inversiones para mejorar sus instalaciones y su negocio enoturístico, experimentando las mismas un importante crecimiento, multiplicándose año tras año, lo que demuestra que el enoturismo es un pilar fundamental de su actividad.

UNA GRAN MAYORÍA DE LAS BODEGAS PREVÉN MEJORAS EN SU ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA

De cara a futuro, una gran mayoría de las bodegas (96%) tienen proyectadas mejoras en su ámbito enoturístico, destacando el establecimiento de acuerdos con agencias e intermediarios, la creación de nuevos productos, servicios o experiencias y la mejora de soportes promocionales.

LA DIGITALIZACIÓN, UNA VÍA FUNDAMENTAL DE INTERACCIÓN CON EL VIAJERO HIPERCONECTADO

Los canales y herramientas digitales son una herramienta imprescindible para las bodegas. En un mundo cada vez más digital, es necesario apostar por estas vías para estar conectado con el enoturista durante todo el ciclo del viaje.

CONCLUSIONES

La oferta aumenta su valor, se diversifica y mejora de manera continua

PREMIUMIZACIÓN DE LA OFERTA ENOTURÍSTICA

De acuerdo con los datos de los últimos años, continúa la tendencia creciente en el precio de los servicios y experiencias enoturísticas, lo que refleja una *premiumización* de la oferta de las bodegas. Sin embargo, es necesario que este mayor precio vaya acompañado de un mayor valor en el producto ofrecido, diseñando experiencias de mayor calidad, más personalizadas, con mejores vinos, mejor servicio, etc. que justifiquen el mayor gasto del visitante.

BINOMIO VINO-GASTRONOMÍA, UNA COMBINACIÓN GANADORA PARA LAS BODEGAS

Otro factor que permite observar la diversificación de la oferta enoturística de Rioja es el mayor peso de la gastronomía en la misma. Cada vez son más las bodegas que ofrecen experiencias enogastronómicas al visitante (45,88%), permitiéndole degustar los mejores productos locales en forma de tapas, pintxos, menús degustación, etc. maridados con vinos de Rioja. La inclusión de la gastronomía en las experiencias enoturísticas supone también un aumento del valor percibido por el visitante.

TURISMO MICE Y EVENTOS ENOTURÍSTICOS, GRANDES ALIADOS DE LA DESESTACIONALIZACIÓN

El presente informe confirma la recuperación del sector y también la estacionalidad habitual de la demanda, presentándose por tanto la necesidad de crear nuevas propuestas de enoturismo que ayuden a distribuir los flujos de visitantes a lo largo del año. En este sentido, cobra especial importancia el impulso del turismo MICE, un gran aliado de la atracción de flujos turísticos en temporada baja, y que en 2023 supuso unos ingresos de 2,3 millones de € para las bodegas de la DOCa Rioja.

LOS EVENTOS EN BODEGA, UNA FÓRMULA DE ÉXITO PARA FIDELIZAR AL VISITANTE

Cabe destacar la importancia de la creación de eventos en torno al vino y su cultura como un modo de complementar la oferta enoturística de las bodegas y atraer nuevos turistas, pero sobre todo para fidelizarlos, fomentando la repetición y recurrencia del consumo enoturístico en las bodegas.

En 2023, sólo las bodegas participantes en el Monitor celebraron en torno a 75 eventos enoturísticos, a los que asistieron más de 35.000 personas que pudieron disfrutar de los vinos Rioja en combinación con música, arte, literatura, humor y, por supuesto, gastronomía.

EL PAISAJE DE VIÑEDOS Y LA CULTURA LOCAL COMO PILARES DEL ENOTURISMO SOSTENIBLE

El paisaje de viñedos es uno de los principales valores de Rioja. Hace unos años, las circunstancias obligaron a las bodegas a desarrollar actividades al aire libre y en espacios abiertos. Esta situación favoreció el desarrollo de singulares y variadas experiencias en el viñedo, una faceta que fue muy valorada y acogida por la demanda, al disfrutar de vivencias enoturísticas en contacto con la naturaleza y sostenibles medioambientalmente.

Asimismo, el visitante cada vez valora en mayor medida las experiencias enoturísticas que permiten conectar con la cultura local, costumbres, tradiciones y oficios de las gentes que durante generaciones han sido verdaderos guardianes del vino. Impulsar propuestas en este sentido favorece en gran medida la sostenibilidad social y cultural del enoturismo.

En definitiva, la integración de atributos tan característicos de Rioja como su paisaje de viñedos y su cultura local en las propuestas enoturísticas de las bodegas es necesaria para favorecer un enoturismo sostenible en todas sus dimensiones. Por ello, es muy necesario que las bodegas sigan impulsando este tipo de experiencias enoturísticas en sus catálogos.

CONCLUSIONES



Rioja, un destino de contrastes para descubrir una y otra vez

LA DIVERSIDAD, EL GRAN VALOR DE RIOJA PARA DIFERENCIARSE

La diferenciación es imprescindible en un momento en el que la demanda cada vez siente una mayor curiosidad por descubrir nuevos destinos enoturísticos, con nuevas propuestas y experiencias por disfrutar.

En este sentido, Rioja cuenta con una gran ventaja competitiva para atraer a los enoturistas ávidos de disfrutar innovadoras experiencias: su diversidad de vinos, bodegas, paisajes, pueblos y recursos de distinta naturaleza, lo cual permite desarrollar diferentes propuestas, viajes temáticos, campañas de promoción... ofreciendo siempre interesantes argumentos para ser visitada.

MÁS DE 200 BODEGAS ÚNICAS ABREN SUS PUERTAS AL PÚBLICO

Sus 204 bodegas abiertas al público, ubicadas en más de 100 km de contrastes, hacen que Rioja sea incomparable con cualquier otra región vitivinícola y el destino enoturístico que registra un mayor número de visitas anualmente.

PROPUESTAS ENOTURÍSTICAS PARA TODOS LOS GUSTOS Y BOLSILLOS

Pero el valor de la diversidad de Rioja no reside únicamente en las características de sus bodegas, sino también en la variedad de propuestas enoturísticas que se ofrecen al visitante y que permiten descubrir una nueva Rioja siempre que se visita el territorio.

Existe un buen número de bodegas que apuestan por experiencias muy exclusivas con un elevado precio debido a la calidad de los servicios prestados, la atención personalizada, el acceso a elementos o espacios exclusivos... Pero también existen propuestas más accesibles que trabajan con una filosofía de “lujo asequible”, ofreciendo un gran valor a un precio competitivo.

Por otro lado, encontramos propuestas familiares, en las que el enoturista puede descubrir la bodega de la mano del propietario o el enólogo, lo que hace la experiencia mucho más cercana y auténtica.

En definitiva, Rioja y sus bodegas ofrecen la oportunidad de vivir experiencias enoturísticas para todos los gustos y bolsillos, con un catálogo en el que la cultura, la tradición, la innovación, los paisajes y muchos otros elementos tangibles e intangibles que caracterizan el territorio conviven en armonía para que el enoturista pueda elegir la versión de Rioja que desea conocer.

RIOJA

Denominación de
Origen Calificada

INFORME

MONITOR DE ENOTURISMO

de la Denominación de Origen Calificada Rioja

AÑO 2023

Asistencia técnica: DINAMIZA ASESORES

