



RESUMEN AMPLIADO

Sistemas productivos locales y diversificación económica. Denominaciones de origen y enoturismo en España.

Autores y e-mail de todos ellos: Juan José Juste Carrión; juste@eco.uva.es

Departamento: Economía Aplicada

Universidad: Valladolid

Área Temática: *Localización de la actividad económica y análisis cluster*

Resumen ampliado:

Uno de los subsectores estratégicos de la industria agroalimentaria española es, sin duda, la rama del vino, cuyo notable dinamismo en los últimos años, a nivel regional y nacional, ha colocado a España a la cabeza del ranking de los países exportadores, por delante de Francia e Italia, incluso, en volumen. A ello viene contribuyendo de manera notable, pese a la importancia del vino a granel, la producción y comercialización de vinos de calidad vinculados a las diferentes Denominaciones de Origen repartidas por toda la geografía nacional. Estas zonas rurales configuran en bastantes casos sistemas productivos locales cuya actividad no se limita exclusivamente a la elaboración de caldos, sino que también engloba otras actividades complementarias, como el enoturismo, cuyo reciente auge le coloca como un potencial activo de desarrollo territorial. En este sentido, en algunas regiones como Andalucía, La Rioja, Cataluña, Aragón, el País Vasco o Castilla y León se viene manifestando este fenómeno de una manera particularmente visible, con una creciente relevancia del número de visitantes y de la oferta enoturística.

El objetivo principal de este trabajo es reflejar los rasgos fundamentales del enoturismo España, haciendo hincapié en la realidad concreta de las Denominaciones de Origen más directamente vinculadas a dicha actividad. Así, resulta interesante analizar el

comportamiento general de dicha actividad en la última década, considerando la concurrencia de dos diferentes etapas: una inicial de crisis económica y la subsiguiente de recuperación.

Para ello, el trabajo se ha dividido en tres secciones. La primera sección destaca, como telón de fondo, la relevancia de la industria vinícola española en el contexto internacional. En este sentido, se ofrece una breve caracterización del sector desde la óptica de la producción y la exportación.

La segunda sección se centra en los rasgos fundamentales y en la reciente evolución de las Denominaciones de Origen españolas, en lo concerniente a variables como la superficie, el número de bodegas y de viticultores, producción y comercialización, haciendo especial hincapié en aquellas particularmente ligadas al enoturismo.

La tercera sección está dedicada al análisis del enoturismo, tomando como base los datos suministrados por el Observatorio Turístico Rutas del Vino de España sobre visitantes a bodegas y museos del vino adheridos a los itinerarios integrados en el Club de Producto *Rutas del Vino de España* (RVE); un proyecto promovido por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) que, con el apoyo del Ministerio de Industria Comercio y Turismo, actualmente constituye la principal iniciativa enoturística estatal.

En relación con el primer apartado, los datos de la Estadística Estructural de Empresas del Sector Industrial elaborados por el Instituto Nacional de Estadística, permiten observar la importancia del sector vinícola en España dentro de la industria agroalimentaria (IAA) nacional. Así, tal y como se recoge en el Cuadro 1, un colectivo compuesto por algo más de 4.000 empresas viene a generar más de 24.000 puestos de trabajo y un volumen de facturación cercano a los 6.000 millones de euros, a la vez que registra una ratio de valor añadido por empleado y un nivel de coste laboral unitario más favorables que la media de la industria agroalimentaria. Y ello pese al reducido tamaño medio de las empresas vinícolas, en torno a 6 trabajadores, el más bajo del conjunto de las ramas del sector.

En el contexto internacional, entre los diversos aspectos que confirman la relevancia de la industria vinícola española, cabe señalar los siguientes:

- España es el primer país del mundo en superficie de viñedo, con aproximadamente un millón de hectáreas cultivadas.

- Es el segundo país en cuanto a producción, después de Italia y Francia, concentrando, en 2018, en torno al 15% de la producción de vino a escala mundial.
- Es el primer país exportador de vino en volumen, representando alrededor de un 20% de las exportaciones mundiales en dichos términos.

Cuadro 1: Principales indicadores de la IAA española por ramas, 2015

SUBSECTORES	Número de Empresas	Empleo	Ventas netas de Producto (millones €)	Consumo Mater. Primas (millones €)	Inversión Activos Mat. (millones €)	Valor Añadido (millones €)	Gastos de Personal (millones €)	Coste Lab. / Empleado (euros)	Valor Añad./ Empleado (euros)	Tamaño Medio de Empresas
Industrias Cárnicas	3.810	84.852	21.897	16.018	645	3.833	2.327	27.424	45.173	22,3
Transformación de Pescado	627	18.628	4.393	3.338	92	733	445	23.889	39.349	29,7
Conservas Vegetales	1.409	32.781	8.567	5.776	366	1.619	869	26.509	49.388	23,3
Grasas y Aceites	1.590	11.446	10.595	9.483	241	823	366	31.976	71.903	7,2
Industrias Lácteas	1.560	24.145	8.063	5.310	229	1.610	857	35.494	66.680	15,5
Productos de Molinería	447	5.927	3.213	2.543	67	446	234	39.480	75.249	13,3
Pan, Pastelería, Pastas aliment.	10.083	78.923	7.187	3.230	407	2.543	1.712	21.692	32.221	7,8
Azúcar, Chocolate y Confitería	940	20.859	5.196	3.021	197	1.289	792	37.969	61.796	22,2
Otros Productos Diversos	1.697	26.402	5.854	3.481	248	1.396	836	31.664	52.875	15,6
Prod. de Alimentación Animal	787	12.144	8.963	7.395	205	887	458	37.714	73.040	15,4
Vinos	4.025	24.432	5.954	3.409	627	1.661	763	31.230	67.985	6,1
Otras Bebidas Alcohólicas	821	11.085	4.203	1.636	194	1.559	647	58.367	140.641	13,5
Aguas y Bebidas Analcohólicas	305	11.330	4.078	2.857	172	913	536	47.308	80.583	37,1
TOTAL IAA ESPAÑA	28.101	362.954	98.163	67.497	3.690	19.312	10.842	29.872	53.208	12,9
TOTAL INDUSTRIA ESPAÑA	195.735	1.984.105	452.921	279.191	20.553	133.162	71.457	36.015	67.114	10,1

FUENTE: Elaboración propia, a partir de INE (2015): *Estadística Estructural de Empresas del Sector Industrial*.

En lo concerniente al segundo apartado, cabe señalar la presencia de un amplio número de territorios, que, merced a una decidida apuesta diferenciadora, y con la implicación de las autoridades regionales y locales, cuentan con el certificado de Denominación de Calidad, totalizando 90 Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y 41 Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), según figura en el registro oficial del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Su proyección territorial abarca todas las CC.AA., configurando en los casos más relevantes áreas de especialización manufacturera catalogables como sistemas productivos locales.

En el Cuadro 2 se ofrecen datos correspondientes a las 20 mayores DOP por número de hectáreas cultivadas, las cuales suponen el 96,9% de la extensión dedicada al viñedo DOP, el 72,6% del número de viticultores, el 69,3% del número de bodegas y más del 80% del comercio total de vinos DOP, tanto en volumen como en términos de valor. Sobresale por su dimensión geográfica la DOP La Mancha, con un 28,7% de la superficie de referencia, que alcanza el 35,2% si se incorporan las otras manchegas de la muestra: Valdepeñas, Ribera del Júcar, Almansa y Manchuela. La Rioja prevalece en número de viticultores y de bodegas, volumen de vino calificado y comercio en volumen, seguida de los productores de cava, que lideran el comercio total en valor. El

mayor grado de internacionalización lo presentan las DOP de Jerez, Almansa y Utiel-Requena, con más del 70% de sus ventas en volumen destinado al exterior; les siguen Cariñena, Valencia, Cava, Jumilla y Ribera del Júcar, con cerca de los dos tercios. En términos de valor, Cariñena se suma al trío anterior; todas superan con creces la media nacional (41%).

Cuadro 2. Principales indicadores de las 20 mayores Denominaciones de Origen españolas por superficie de viñedo, 2017

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA	Superficie hectáreas	Número de viticultores	Número de bodegas	Volumen de vino calificado	Comercio total hectolitros	Exportación n volumen (%)	Comercio total euros	Exportación en valor (%)	Precio medio €/ litro
LA MANCHA	165.470	14.942	269	642.076	800.783	28,3	262.211.123	17,3	3,3
RIOJA	65.326	15.211	801	3.173.106	2.839.558	37,1	1.014.242.083	47,2	3,6
CATALUÑA	42.431	5.549	202	379.736	485.491	48,7	146.011.561	46,4	3,0
RIBERA DEL GUADIANA	35.797	3.336	24	73.795	52.624	29,9	10.199.474	45,8	1,9
UTIEL-REQUENA	34.510	5.515	98	327.842	216.425	71,5	64.450.173	72,7	3,0
CAVA	33.110	6.236	390	1.906.666	1.880.253	65,2	743.302.563	49,5	4,0
RIBERA DEL DUERO	22.395	8.143	310	915.978	721.223	13,6	403.883.122	19,8	5,6
VALDEPEÑAS	21.832	2.450	21	616.017	502.237	40,7	104.438.092	43,0	2,1
JUMILLA	18.682	1.828	48	102.637	216.862	65,0	46.454.779	46,6	2,1
PENEDÉS	16.637	2.400	173	147.157	131.124	31,5	103.120.071	35,7	7,9
RUEDA	14.753	1.493	69	678.889	733.889	6,9	205.488.920	6,9	2,8
CARIÑENA	13.768	1.527	32	642.055	424.833	66,8	72.091.492	73,7	1,7
VALENCIA	13.100	6.150	99	635.432	507.255	66,8	33.716.530	-	0,7
NAVARRA	10.774	2.165	102	511.437	368.123	32,4	76.869.440	38,5	2,1
ALICANTE	10.379	2.100	47	147.206	133.776	26,9	-	-	-
RIBERA DEL JÚCAR	9.000	900	7	5.426	4.987	64,5	1.495.110	64,5	3,0
VINOS DE MADRID	8.860	3.129	49	28.487	28.473	17,5	16.740.761	10,2	5,9
ALMANSA	7.200	760	12	39.841	175.405	74,3	18.685.326	80,6	1,1
JEREZ-MANZANILLA SANLÚCAR	6.989	1.642	90	384.350	335.857	64,5	100.755.612	64,5	3,0
MANCHUELA	6.709	836	32	52.003	14.338	44,1	3.956.035	49,4	2,8
TOTAL 20 PRIMERAS EN SUPERFICIE	557.722	86.312	2.875	11.410.136	10.573.516	43	3.428.112.267	-	-
TOTAL ESPAÑA	575.700	118.937	4.146	13.255.563	12.406.713	41	4.186.186.893	-	-
20 PRIMERAS / TOTAL ESPAÑA (%)	96,88	72,57	69,34	86,08	85,22		81,89		

FUENTE: Elaboración propia, a partir de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2017): *Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos (DOPs)*.

Si ordenásemos las denominaciones por número de bodegas, dentro de las 20 primeras aparecerían otras DOPs como Rías Baixas, Ribeiro, Ribeira Sacra, Priorat, Montsant, Bierzo, Toro, Gran Canaria y Montilla-Moriles. Del elenco señalado, un importante número figura entre los territorios más vinculados al fenómeno del enoturismo, en cuanto integrantes del Club de Producto *Rutas del Vino de España* (RVE).

Los datos disponibles sobre dicho producto turístico innovador constituyen la base informativa que sustenta el tercer apartado del presente trabajo. Esta marca turística de calidad surgió en 2001, de la mano de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), que, con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y TURESPAÑA (organismo autónomo de la Secretaría de Estado de Turismo), constituye la principal iniciativa pública a escala nacional de esta naturaleza.

En aras de reflejar lo mejor posible la realidad enoturística española, el presente apartado se subdivide, en esencia, en dos secciones. En la primera, se realiza un examen por el lado de la oferta centrado en la provisión de servicios enoturísticos asociados a la RVE, a la vez que un análisis de demanda orientado a determinar el perfil básico del

enoturista en España. En la segunda se trata de ofrecer detalle evolutivo a nivel territorial, por Denominaciones de Origen.

Por lo que atañe a la vertiente de la oferta enoturística, es preciso subrayar la implicación en el seno de la red, en calidad de miembros institucionales, de 642 ayuntamientos, 27 Consejos Reguladores y otras 71 entidades públicas o privadas (asociaciones, fundaciones, etc.), en 2018, junto a más de 1.800 empresas asociadas. Dentro de estas últimas, destaca la presencia de casi 600 bodegas, 373 alojamientos (con predominio de los hoteles de 4 y 3 estrellas y de las casas rurales), 306 restaurantes y 82 museos y centros de interpretación (64 dedicados al mundo del vino).

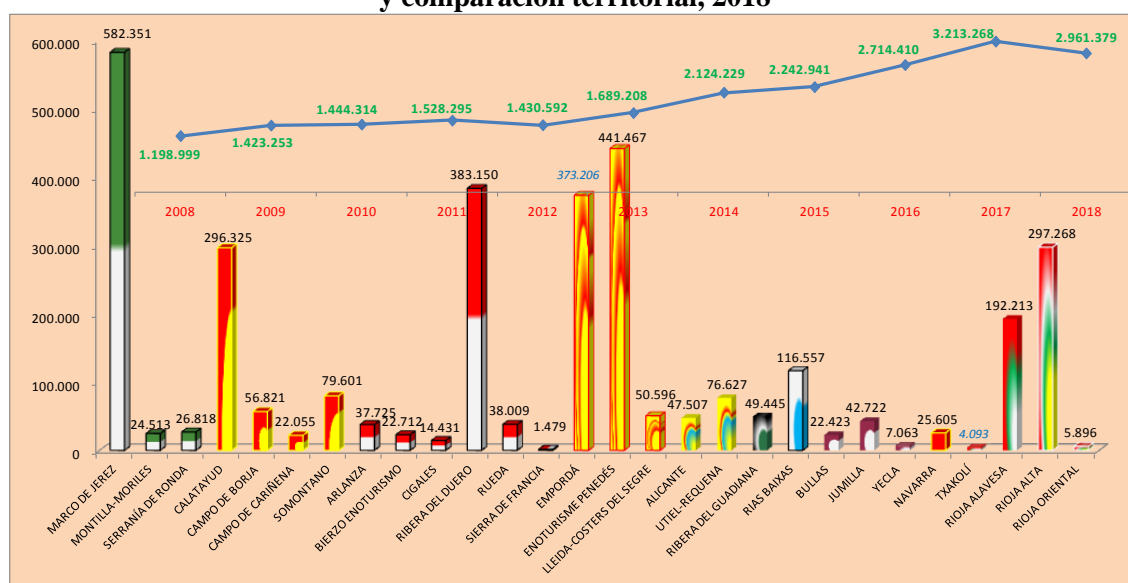
Respecto al perfil del enoturista en España, a tenor de los datos más recientes, cabe señalar los siguientes rasgos:

- El 67% de los enoturistas encuestados tiene una edad comprendida entre los 36 y los 65 años (siendo dominante el estrato entre 46 y 65. Respecto a la edad, un 55% son mujeres.
- Los visitantes son en su mayoría españoles (74%), aunque ha ido creciendo la presencia de extranjeros (especialmente alemanes y británicos). Casi la mitad (46%) se declaran aficionados al vino y un 22% principiantes.
- Predominan los viajes en pareja (43%), aunque los viajes de amigos y grupos organizados también resultan significativos (35,6%). El tamaño medio de la unidad de viaje es de 7,5 personas (3,7 para los grupos reducidos de hasta 12 individuos y 31,7 para los organizados).
- El medio de transporte preferido es el coche (83%) y la principal vía de contacto para la realización de reservas es internet (53,5%).
- Casi un 60% pernocta, destacando los hoteles de 4 y 3 estrellas, que aglutinan un 42% de las pernoctaciones. La estancia media es de 2,43 días, preferiblemente en primavera y otoño, con un promedio de 2 bodegas visitadas.
- El gasto total por estancia asciende a 393 euros, con un gasto per cápita diario de casi 162 euros, concentrado principalmente en bares y restaurantes, alojamiento, compras de vino y visitas a bodegas.
- El grado de satisfacción de los visitantes es muy elevado, 8,47 sobre 10, de suerte que un 99,6% recomendaría la visita a otras personas.

En cuanto a la proyección geográfica, desde la aparición del primer informe de ACEVIN sobre las Rutas del Vino, en 2008, que recogía datos para 18 itinerarios, ha ido aumentando progresivamente el número de Denominaciones de Origen y territorios integrados en la red, hasta un total de 30 en el momento actual.

En 2008, tal y como se refleja en el Gráfico 1, el club RVE alcanzó una cifra de casi 1.200.000 visitas. Desde entonces, la tendencia general ha sido ascendente, debido en parte a la ampliación territorial mencionada, hasta alcanzar los 3.000.000 de visitantes. Las rutas con mayor afluencia son Marco de Jerez, Enoturisme Penedés y Ribera del Duero, seguidas de Empordà (que ha causado baja en 2018), Rioja Alta y Calatayud, todas ellas con un número de visitantes de en torno a un mínimo de 300.000 o más.

Gráfico 1. Rutas del vino de España: número de visitantes 2008-2018 y comparación territorial, 2018



FUENTE: Elaboración propia, a partir de ACEVIN (varios años): *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España*.

Tal y como se observa en el Cuadro 3, dicho predominio ha sido una constante a lo largo de la presente década, con Marco de Jerez y Enoturisme Penedés alternándose en la cabeza del ranking, aunque su progresión en términos relativos resulta bastante modesta en comparación con otros territorios. En este sentido, llama claramente la atención la progresión del número de visitantes en la Ribera del Duero, hasta alcanzar casi los 400.000, con una tasa de crecimiento del 241% entre 2011 y 2018, así como en la Rioja Alta, con casi 300.000 y una tasa de expansión del 323%. Incrementos porcentuales muy notables se registran asimismo en otras Denominaciones de Origen Protegidas menos visitadas, como Campo de Borja (1.670%), Bullas (1.460%), Alicante (245%), Ribera del Guadiana (225%), Jumilla (156%), Navarra (149%) o Rías Baixas (134%).

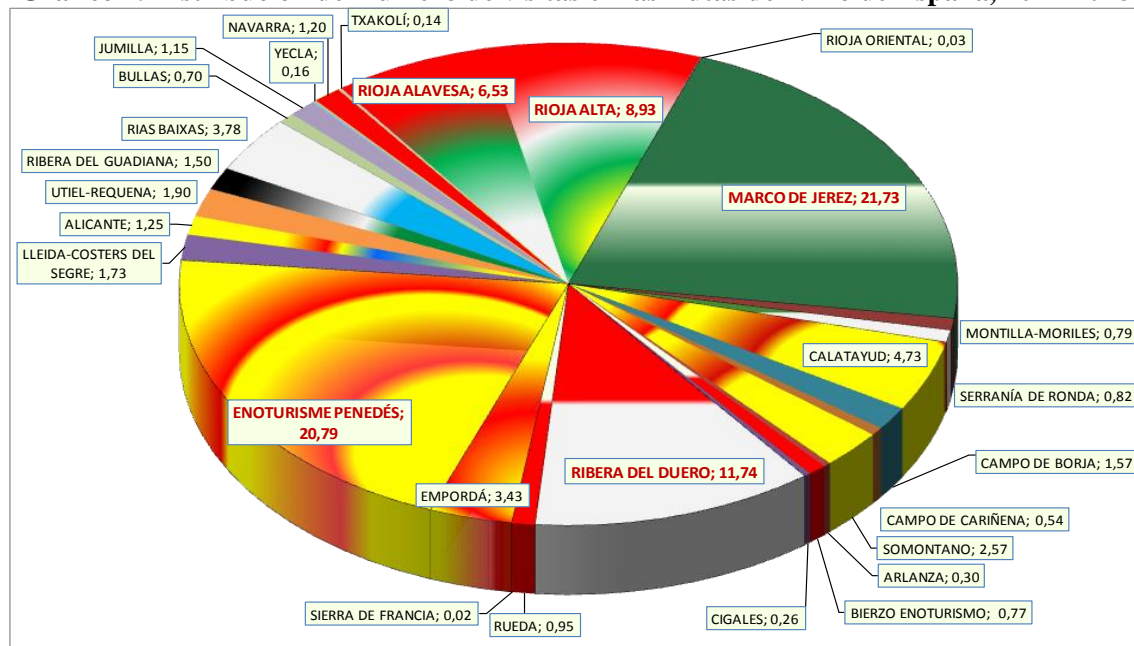
Cuadro 3. Evolución del número de visitantes en las Rutas del Vino de España, 2011-2018

RUTAS DEL VINO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MARCO DE JEREZ	480.767	416.569	431.472	444.427	449.326	501.783	574.242	582.351
MONTILLA-MORILES	19.785	16.199	12.353	12.936	19.627	18.341	17.249	24.513
SERRANÍA DE RONDA			10.183	12.404	20.635	37.132	38.686	26.818
CALATAYUD						251.395	296.597	296.325
CAMPO DE BORJA	3.211	4.448	4.627	52.469	52.804	50.117	56.645	56.821
CAMPO DE CARIÑENA				17.277	17.473	18.825	20.636	22.055
SOMONTANO	45.144	45.504	40.903	43.514	55.713	70.621	77.541	79.601
ARLANZA							16.028	37.725
BIERZO ENOTURISMO	10.129	9.703	9.703	10.828	23.214	24.422	27.027	22.712
CIGALES					4.931	13.452	13.990	14.431
RIBERA DEL DUERO	112.297	132.470	179.938	288.337	269.909	351.389	378.663	383.150
RUEDA			20.440	22.723	26.896	29.665	32.372	38.009
SIERRA DE FRANCIA							1.388	1.479
EMPORDÁ				37.200	92.092	110.573	373.206	
ENOTURISME Penedés	470.276	479.499	435.358	497.310	464.825	486.388	438.112	441.467
LLEIDA-COSTERS DEL SEGRE	25.800	35.642	36.079	36.123	37.020	35.057	52.116	50.596
ALICANTE	13.761			35.080	39.794	45.750	41.662	47.507
UTIEL-REQUENA	36.191	43.190	43.321	32.150	35.830		71.295	76.627
RIBERA DEL GUADIANA	15.205	17.109	23.880	32.909	38.553	44.898	46.704	49.445
RIAS BAIXAS	49.698	59.096	66.908	77.690	88.679	101.907	115.459	116.557
BULLAS	1.437	12.011	11.507	13.003	21.104	22.016	21.612	22.423
JUMILLA	16.694	19.001	22.857	20.722	20.927	26.515	36.773	42.722
YECLA		1.626	2.268	3.469	3.580	4.546	5.537	7.063
NAVARRA	10.283	12.436	23.610	34.244	38.748	39.540	29.444	25.605
TXAKOLÍ			4.635	5.150	5.679	4.786	4.093	
RIOJA ALAVESA	119.842	110.869	121.124	142.435	150.992	158.234	169.888	192.213
RIOJA ALTA	70.236		188.042	251.829	264.591	267.058	256.303	297.268
RIOJA ORIENTAL								5.896
TOTAL SPAIN	1.500.756	1.415.372	1.689.208	2.124.229	2.242.942	2.714.410	3.213.268	2.961.379

FUENTE: Elaboración propia, a partir de ACEVIN (varios años): *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España.*

Esa evolución da como resultado un dispar reparto geográfico del número de visitantes durante el mencionado periodo. Así, el Gráfico 2 muestra una alta concentración de las visitas, aglutinando casi los dos tercios tan sólo 4 de las 28 rutas consideradas: Jerez (21,7%), Penedés (20,8%), Ribera del Duero (11,7%) y Rioja Alta (8,9%)

Gráfico 2. Distribución del número de visitas en las Rutas del Vino de España, 2011-2018



FUENTE: Elaboración propia, a partir de ACEVIN (varios años): *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España.*

Ello contrasta con el escaso peso de otras rutas como la recién incorporada Sierra de Francia, Arlanza, Cigales, Yecla o Txakolí, todas ellas con porcentajes que no alcanzan el 0,5%.

Tales diferencias están asociadas a las preferencias de los visitantes, cuya elección depende de factores como la calidad de los vinos, la gastronomía y tradición locales, la singularidad de las bodegas, el prestigio de la zona enoturística y su localización geográfica (accesibilidad, cercanía al domicilio, proximidad a la costa, atractivo,...).

No hay duda de que la creciente implicación de bodegas, museos y establecimientos hoteleros (a menudo emblemáticos) resulta crucial, al poner de manifiesto las sinergias existentes entre el mundo del vino, el turismo y la gastronomía, en aras del desarrollo local, especialmente visibles en aquellas zonas catalogadas como DOP, que configuran sistemas productivos locales especializados. Su impacto económico conjunto puede contribuir, vía creación de empleo, a la fijación de población en áreas rurales y a paliar, al menos, el alto grado de envejecimiento demográfico y la tendencia a la despoblación que, de manera preocupante y, especialmente en regiones como Castilla y León, Galicia o Aragón.

Con todo, dicha circunstancia pasa necesariamente por la superación de algunas de las debilidades que atenazan tanto al enoturismo, obligando a su continua reinención (mediante una mejora de infraestructuras y señalización, una más eficaz promoción en los medios de comunicación con un mensaje más personalizado, una mayor desestacionalización o innovaciones a fin de evitar el riesgo de madurez en algunas zonas), como, sobre todo, a la actividad vitivinícola, sin la cual la enoturística no es posible. En este sentido, cabe señalar los retos que para el sector supone su atomización y baja productividad, el reducido consumo per cápita de vino en España, la conveniencia de una mayor internacionalización en un contexto crecientemente competitivo de la mano de países emergentes, el envejecimiento de los viticultores y la falta de relevo generacional, la dependencia de la gran distribución o los potenciales efectos asociados al cambio climático, cuya consideración implicará la realización de un importante esfuerzo inversor en los años venideros.

Palabras Clave: Industria vinícola, Enoturismo, Territorio, Desarrollo local/rural

Clasificación JEL: L83, L66, O18, R10, R50