

**Asociación Española
de Enoturismo
y Turismo Gastronómico**



Dossier Informativo

Enero 2013

La Asociación

El 17 de febrero del 2009 se crea la **Asociación Española de Enoturismo y Turismo Gastronómico**, asociación profesional sin ánimo de lucro.

El domicilio social se fija en Pamplona, Plaza de Félix Huarte, 5-1ºB, sin perjuicio de poder ser trasladado a cualquier lugar dentro de su ámbito territorial (España).

Página web: www.enoturismoygastronomia.com

Email: info@enoturismoygastronomia.com

Los siguientes son sus fines:

1. La representación, defensa y promoción de los intereses económicos, sociales y profesionales de sus miembros, siendo el interlocutor adecuado para ello.
2. La lucha contra el intrusismo profesional.
3. La administración y disposición de recursos propios y su aplicación a los fines y actividades propias de la Asociación.
4. El impulso, organización y gestión de proyectos profesionales de interés común de los asociados.
5. El fomento de la colaboración con las diferentes entidades locales, regionales, nacionales e internacionales para el desarrollo del Enoturismo y del Turismo Gastronómico.
6. El establecimiento de todo tipo de relaciones de colaboración, con entidades similares de otros países con el objetivo de intercambiar experiencias.
7. La búsqueda y administración de la financiación pública y privada necesaria para la consecución de estos fines.

Tipología de socios de acuerdo a sus Estatutos: Integran la Asociación, como miembros de pleno derecho, las empresas de intermediación dedicadas al enoturismo y al turismo gastronómico, con sede social y domicilio fiscal en España, que estén legalmente constituidas para operar, y que estén al corriente del pago de las cuotas decididas por los órganos competentes.

Excepcionalmente podrán integrarse en la Asociación aquellas empresas dedicadas al enoturismo y al turismo gastronómico que, no teniendo como fin principal la intermediación, soliciten su admisión y sea aprobada por los órganos competentes.

Personas de contacto:

Cristina Alonso / Presidente (Tel. 947 310 126)
Gabiella Ranelli / Vicepresidenta (Tel. 609467381)
Jose Manuel Calleja / Tesorero (Tel. 676 925 746)
Jaime Baeza / Secretario (Tel 606 442 868)

Datos del Sector

Es una definición comúnmente admitida en el entorno internacional que el enoturismo y turismo gastronómico (denominados también Food and Wine Tourism, Gastronomic Tourism, Wine and Culinary Tourism...) se refieren a aquellos viajes en los que el vino y la gastronomía local son la motivación y ejes fundamentales del viaje o al menos una parte importante de él.



La gastronomía y el vino de un país forman parte de su cultura, y así este tipo de viajes son considerados en algunas clasificaciones como una parte más de los viajes de motivación cultural. Asimismo, consideran algunos que una cierta atención a la parte enogastronómica en algunos tours, especialmente a los restaurantes seleccionados y a los vinos a degustar, lo convierte ya en un viaje enogastronómico. En aras de una adecuada segmentación que facilite la formulación de las adecuadas políticas de estímulo, esta Asociación propugna que se haga **una correcta definición de lo que debe denominarse ENOTURISMO Y**

TURISMO GASTRONÓMICO: se trata de aquellos viajes y servicios turísticos en los que el vino y la gastronomía y productos agroalimentarios locales constituyen el eje fundamental del viaje y son sus protagonistas principales o, al menos, representan una parte importante y diferenciada del mismo.



Actualmente en España hay más enoturistas nacionales que extranjeros, aunque posiblemente el turismo gastronómico, en su sentido más estricto, esté menos extendido entre el turismo nacional.

Perfil del enoturista y turista gastronómico internacional: Se trata de un turista selecto de poder adquisitivo medio-alto (por encima de la media), edades comprendidas mayoritariamente entre los 35 y los 60 años, profesionales, de nivel cultural alto, acostumbrados a viajar y, concretamente, a hacer enoturismo y turismo gastronómico, frecuentemente son aficionados a la cocina. Conocedores del mundo del vino y la gastronomía y productos gourmet de los principales destinos del mundo.

Perfil del enoturista y turista gastronómico nacional es más amplio que el internacional. Aunque el nivel adquisitivo es medio-alto, cada vez hay más turistas de nivel adquisitivo medio; con edades entre 30 y 50 años (según datos del Segundo Informe del Observatorio de las Rutas del Vino de España), aunque se detecta público más joven que está incorporando el enoturismo a sus vacaciones. El nivel de conocimiento de vino y gastronomía no es tan elevado, en general. En numerosos casos la motivación principal del viaje es el viaje en sí, el ocio, pasarlo bien, y la excusa o la herramienta es el vino y la gastronomía. Tampoco hay que olvidar las empresas que han incorporado este tipo de turismo como parte de sus viajes de incentivo y actividades corporativas de ocio.



Algunos datos de este segmento turístico:

- ✓ La gastronomía y el vino se trata del atributo mejor valorado por los turistas internacionales que visitan España (un total de 57 millones en 2008). Sólo el año pasado, más de seis millones de turistas declararon que la gastronomía y los vinos españoles fueron una de las motivaciones de su viaje a España. (Fuente: Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras - Frontur. Año 2008 Instituto de Estudios Turísticos).
- 
- ✓ Con el 11% de las llegadas se situaron los turistas que realizaron actividades gastronómicas, que se incrementaron un 3,1% respecto al año anterior (Fuente: Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras -Frontur. Año 2008 Instituto de Estudios Turísticos). Si estamos considerando 57 millones de turistas en el 2008, podríamos colegir que el tamaño de este segmento del mercado turístico español, en sentido amplio, ha ascendido a 6,27 millones de turistas durante el anterior ejercicio. Se trata de una cifra meramente orientativa, dado que responde a una pregunta muy generalista sobre la realización o no de actividades gastronómicas.
 - ✓ Un total de 42,8 millones de consumidores de vino de los principales mercados exteriores (Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Holanda, Reino Unido y Suiza) beben con frecuencia vinos españoles, pero todavía hay 103 millones que aún no consumen vino español o lo adquieren de forma testimonial, según un exhaustivo estudio realizado por la consultora Wine Intelligence para el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV). El instrumento del enoturismo es una de las armas que los países productores están utilizando para ganar adeptos al consumo de sus vinos, así el 78% de los encuestados prefiere Francia como destino enoturístico, mientras el 76% cita a Italia, el 63% a Australia, el 62% a España y el 42% a Alemania.
 - ✓ Según la misma fuente, Estados Unidos cuenta, entre los consumidores de vino, con un 87% dispuesto a hacer enoturismo, un 73% hace lo propio en Alemania, un 65% en Bélgica, un 76% en Suiza, un 64% en Reino Unido y un 40% en Holanda.
 - ✓ De acuerdo con la International Culinary Tourism Association, 27 millones de americanos han hecho actividades culinarias como parte de sus viajes en los últimos tres años. Asimismo, predicen un fuerte crecimiento en este segmento de mercado que con creciente frecuencia empieza a combinarse con otros enfocados a actividades como ciclismo, paseos, arquitectura...
 - ✓ La International Culinary Tourism Association señala que de los 1.200 US\$ que gastan de media los viajeros, más o menos un tercio corresponde a vino y comida. Aquellos considerados "food and wine travelers" *deliberados* emplean un porcentaje superior, el 50%, en actividades culinarias.
 - ✓ Según la misma fuente anterior, los principales mercados emisores de este tipo de turistas son: EEUU, Alemania, Reino Unido, Benelux, Italia, Francia y Países Escandinavos. Y consideran como principales mercados receptores en Europa a Italia, Francia y España, y en Asia, a Japón, India y Tailandia.
- 

Consideraciones

- Conviene diferenciar el turista cultural que presta cierta atención a los vinos y gastronomía, **del turista que “deliberadamente” decide su viaje** en función de ellos **o los incorpora como una parte diferenciada e importante de su viaje.**

- **España tiene un fuerte potencial como país receptor de este tipo de turistas**, potencial que conviene desarrollar con una estrategia específica, aprovechando el momento positivo que todavía vive nuestra gastronomía en el entorno internacional, y la creciente notoriedad de nuestros vinos y productos gourmet.



- Existe una **fuerte competencia entre destinos de turismo enogastronómico**. Para el enoturismo compiten los destinos clásicos (Francia, Italia, España, Alemania...) con otros emergentes como Chile, Argentina, Australia... En cuanto al turismo culinario, a los destinos europeos les ha salido una fuerte y creciente competencia procedente de América (Méjico, Brasil, Perú...) y de Asia (Tailandia, Japón, India, Vietnam, China...).
- El turismo enogastronómico se presenta como una potente herramienta no sólo para potenciar la recepción de turismo de calidad, sino para **fidelizar al visitante hacia nuestros vinos y productos gourmet**, una vez de vuelta a sus países de origen. Bajo esta óptica es, pues, **un segmento de particular relevancia para los intereses españoles**, considerando la trascendencia que para España tienen precisamente el sector turístico y el agroalimentario.

- Teniendo en cuenta el punto anterior, se recomienda **coordinar especialmente los esfuerzos para la promoción de este segmento del turismo entre los responsables de Turismo (TURESPAÑA) y los de la Promoción Exterior de Productos Agroalimentarios (ICEX)** contando con asociaciones como la nuestra que aportan la perspectiva de la comercialización del producto turístico enogastronómico.

- Si España ha conseguido ser considerada como la élite de la vanguardia culinaria internacional con varios chefs posicionados entre los más influyentes del mundo y cuatro restaurantes entre los Top Ten, deberíamos igualmente conseguir ser **uno de los países líderes como destino de enoturismo y turismo culinario**. Hay elementos suficientes para intentarlo... Pero está todavía bastante lejos de ser una realidad...



- Sería un error pensar que España va a consagrarse como destino enogastronómico únicamente por el prestigio internacional de alguno de nuestros chefs o por ser el tercer país productor de vino del mundo, el primero en aceite de oliva, etc. Es indudable que son factores enormemente positivos que ayudan a reposicionarse. Sería también erróneo enfocar los esfuerzos simplemente en la restauración. Existen otros **factores de gran trascendencia** que tiene nuestro país a los que debe sacarse el máximo partido:

gran variedad de productos autóctonos y del “terroir”, diversidad de ecosistemas con razas y especies únicas, gran producción vinícola con una amplísima oferta de vinos y bodegas repartida por toda la geografía española, variedad de tradiciones culinarias en cada región junto con una creciente presencia de restaurantes de vanguardia del más alto nivel, extraordinaria oferta de productos gourmet de los que algunos son han sido incluidos ya dentro del elenco de los grandes productos gourmet del mundo (jamón ibérico de bellota), gran riqueza de tradiciones culturales y gastronómicas, apasionante pasado histórico con múltiples vestigios dejados en nuestra cultura y gastronomía por los distintos pueblos que durante siglos poblaron nuestro territorio nacional...

El Papel de la Asociación

La Asociación Española de Enoturismo y Turismo Gastronómico se ha constituido por iniciativa totalmente privada. Las agencias de viaje especializadas e independientes que vienen operando en este sector en España en los últimos años han decidido **unir sus esfuerzos y vertebrarse sectorialmente**. La intención es contar con **una voz única ante la Administración y dotarse una capacidad de interlocución** en el momento presente en el que están surgiendo múltiples iniciativas en torno al enoturismo y turismo gastronómico, promovidas la mayor parte desde instancias públicas.



La Asociación ha agrupado inicialmente a un **colectivo de 19 pequeñas empresas de las denominadas en el sector turístico agencias “boutique”**, con clientes nacionales e internacionales de procedencias diversas que cubren un amplio abanico de servicios enogastronómicos. Algunos ejemplos de los productos que se comercializan serían los tours personalizados a zonas vitivinícolas, con visitas y catas en bodegas, las clases de cocina, catas de aceites, quesos, chocolates... tours gourmet enfocados hacia

determinados productos, actividades corporativas de contenido culinario y un largo etcétera. Estas agencias proporcionan una atención personalizada y exclusiva a sus clientes, con una gran atención al detalle. El tipo de negocio que desarrollan no suele ser del interés de los grandes grupos empresariales que operan en el sector, por su elevada exigencia de personalización y atención especializada, además de precisar de profesionales muy formados y, en muchos casos, con una fuerte orientación internacional. Las agencias de la Asociación operan mayormente en **el segmento medio-alto del turismo receptivo de nuestro país**, con especialización en enología y gastronomía. Los profesionales que las dirigen están altamente cualificados y conocen bien el entorno nacional e internacional y las tendencias del sector.

La Asociación nace con voluntad de ser un interlocutor sectorial en todo lo referido a la promoción de España como destino del turismo del vino y la gastronomía, tanto fuera como dentro de nuestro país. Sus asociados son, en su mayor parte, **intermediarios turísticos especializados**, como corresponde a su perfil de organizadores y prestadores de este tipo de servicio. Este tipo de pequeños operadores está muy extendido desde hace tiempo en países europeos tradicionalmente receptores de este turismo, Italia y Francia, fundamentalmente. En esos países han sido un fuerte elemento de dinamización sectorial. Son los que transforman la oferta enoculinaria del país- sus hoteles con encanto, sus bodegas y vinos, sus productores, sus productos gourmet, sus restaurantes de distintos tipos, sus mercados, sus museos temáticos, sus escuelas de cocina y un largo etcétera- **en la oferta de servicios turísticos** especializados que busca el “target” nacional e internacional ya mencionado.



Si bien la desde la Administración e Instituciones Oficiales se ha hecho una gran labor en promocionar el turismo del vino y gastronómico en España, y en dar a conocer su oferta, son necesarias empresas como las que integran esta Asociación que creen un producto determinado, con programas y actividades concretas que haga tangible la oferta y que, además, comercialicen este producto. **Solo así se ofrece un camino fácil al**

potencial turista. Si no, se corre el riesgo de crear frustración en la persona o colectivo que queriendo realizar un viaje de enoturístico no encuentre quien se lo venda o se lo organice.

Debe remarcarse su capacidad de captación de turistas, digamos que son **el principal canal de venta de este segmento de servicios turísticos** a los que nos estamos refiriendo. No sólo se venden los tours y otros servicios a grupos e individuales, sino que, especialmente, se diseñan productos a la medida para grupos desde muy pequeños y exclusivos a grandes grupos, además de comercializar servicios puntuales para viajeros independientes, categoría de creciente peso. Debe ser resaltado también **su alto grado de operatividad a través de internet**, red de redes, que conocen bien y de la que obtienen la mayor parte de su clientela. Los asociados operan en muchos casos con otros touroperadores o agencias nacionales e internacionales. También se dan frecuentes sinergias y colaboraciones entre los asociados, a pesar de ser competidores.

La Asociación ha nacido con espíritu de continuidad en el tiempo y con vocación de aglutinadora de las agencias nacionales que operan en este sector. Sus 19 iniciales asociados irán incrementándose con el paso de los meses. Como ya hemos comentado en otro capítulo, uno de sus objetivos fundamentales es el de **constituirse en interlocutor sectorial para las**

distintas administraciones.



Asimismo, es voluntad de la Asociación explorar todas las sinergias que puedan derivarse de su actividad en este segmento de mercado. La colaboración empresarial, la puesta en valor de la oferta local/regional/nacional, la apuesta por calidad, la vocación internacional y la sostenibilidad de la oferta turística ofrecida **son valores fundamentales** de esta Asociación.

El Momento

La propia toma de conciencia por parte de las distintas Administraciones de la importancia del enoturismo y del turismo gastronómico como factores de desarrollo, y las frecuentes iniciativas que están surgiendo en el último ejercicio, han impulsado a las agencias que operan en esta segmento a unir sus fuerzas y constituirse como interlocutor válido. Estamos asistiendo actualmente a claros intentos de dinamización del sector con iniciativas de todo tipo, la mayor parte de origen público. La Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, las Administraciones autonómicas, los grupos hoteleros, los chefs de prestigio y restaurantes, la Academia Española de Gastronomía y un amplio elenco de instituciones de variado signo están recabando protagonismo y atención mediática en torno al turismo del vino y la gastronomía.



Las agencias especializadas han considerado que deberían participar también en las estrategias de dinamización sectorial que estamos viviendo, a la que pueden aportar mucho en base a su experiencia práctica en este segmento del mercado. Ello ha empujado a la unión sectorial. Los



asociados son conscientes de la importancia del momento actual y muestran su disposición absoluta a colaborar con la Administración al planificar la promoción del segmento. Porque consideran que son un *player* imprescindible, porque conocen el mercado, porque son canal de venta, porque conocen lo que espera el cliente nacional e internacional, porque con frecuencia han sido pioneros en un segmento poco considerado hasta hace poco, porque cuentan con interesantes conexiones internacionales de distinto signo, porque contribuyen a mejorar la imagen del vino y la gastronomía españoles...

Los Miembros

(En orden alfabético)

A TASTE OF SPAIN TRAVELS

Nombre oficial empresa	A Taste of Spain Travels, S.L.
Dirección	C/Alonso Cano 8 11010 Cádiz
Persona de contacto	Marta Angulo
Tel	+34 956 232 880 / +34 856 079 626
Email	culinary@atasteofspain.com
Web	www.atasteofspain.com
Actividad	Agencia de viajes Mayorista-Minorista especializada en el diseño de experiencias culinarias en España para profesionales de la gastronomía y viajeros gourmet procedentes de otros países. C.I.A.N.: 111896-3

ALACARTA - LUXURY WINE AND GOURMET TOURS

Nombre oficial empresa	Carlotta Casciola
Dirección	C/ Corral de Guevara 3, Bajo A 37008 Salamanca
Persona de contacto	Carlotta Casciola
Tel	+34 923 100 718
Email	casciola@alacarta.es
Web	www.alacarta.es
Actividad	Agencia boutique especialista en la organización a medida de rutas y eventos relacionados con el vino y gastronomía en las más prestigiosas regiones de España. Licencia C.I.C.L. 37-50.

CELLAR TOURS

Nombre oficial empresa	CELLAR TASTINGS S.L.
Dirección	CALLE ZURBANO 45, 1. 28010 MADRID
Persona de contacto	Genevieve McCarthy
Tel	+34 911 829 790 Fax: +34 911 817 628
Email	info@cellartours.com
Web	www.CellarTours.Com
Actividad	Agencia de viajes Mayorista-Minorista especializada en turismo de vino y gastronómico de lujo. CICMA 1721

CITY TOURS BARCELONA

Nombre oficial empresa	CITY TOURS BARCELONA TRAVELS, S.L.
Dirección	Carrer Consell de Cent, 245 Bis, 5, 2A. 08011 Barcelona
Persona de contacto	Bettina Valdivieso
Tel	T +34 931 252 082 M.: +34 695 975 385
Email	info@citytoursbarcelona.com
Web	www.citytoursbarcelona.com
Actividad	Agencia de viajes ubicada en Barcelona que ofrece tours de vino, transporte y reserva de hoteles para grupos privados de 8 a 200 personas. GC002681

CULINARY SPAIN TOURS

Nombre oficial empresa	Culinary Spain Tours S.L.
Dirección	Bravo Murillo 53. Local D. 28003 Madrid
Persona de contacto	Mireia Alum
Tel	+34 915 342 294
Email	mireia@culinaryspain.com
Web	www.culinaryspain.com
Actividad	Agencia de Viajes y Eventos, especializada en actividades Gourmet y Rutas enogastronómicas por toda España, dirigidas a empresas y a grupos individuales, tanto nacionales como extranjeros. CICMA 1795.

EVENTOS DE CATA – PASEOS DIVINOS

Nombre oficial empresa	Eventos de Cata S.C.
Dirección	Avda. Diputación 19 1º D C.P.: 01330 Labastida (Álava)
Persona de contacto	José Manuel Calleja
Tel	+34 945 33 15 02 / 676 92 57 46
Email	info@paseosdivinos.com
Web	www.paseosdivinos.com
Actividad	Agencia de viajes ubicada en La Rioja, especializada en Enoturismo y Turismo Gastronómico español. Licencia C.A.L.R.-046

GOURMET MADRID

Nombre oficial empresa	Jaime Baeza
Dirección	C/ Pío Baroja 2 - 7ªA 28009 Madrid
Persona de contacto	Jaime Baeza
Tel	+34 606 442 868
Email	info@gourmetmadrid.com
Web	www.gourmetmadrid.com
Actividad	Realización de actividades gourmet en la Comunidad de Madrid, como rutas de tapas, clases de cocina, cursos de cata y tours de vino. Desarrollo de productos enoturísticos a la medida en la Comunidad de Madrid, servicios de guía intérprete especializados en cultura vinícola, organización de catas y eventos gastronómicos singulares en torno al vino y otras actividades relacionadas.

MADRID EXPERIENCE

Nombre oficial empresa	ME Servicios y experiencias hedonistas S.L. (Madrid)
Dirección	PASEO REY 24 - PISO 8 B, MADRID
Persona de contacto	Juan José Muñoz Cano Díaz Infante
Tel	+34 915 417 099
Email	vive@madrid-experience.com
Web	www.madrid-experience.com
Actividad	Rreceptivo y agencia especializada para toda España. Viajes y experiencias únicas diseñadas con lugares selectos y de difícil acceso. De la mano de especialistas locales –cuidadosamente elegidos- te haremos disfrutar España de una manera diferente, intensa, eficiente y cercana. Licencia C.I.C.M.A.: 2750

RUTAS DE VINO – VINTAGE SPAIN

Nombre oficial empresa	Rutas de Vino S.L.
Dirección	C/ Burgos 9 4º B. 09200. Miranda de Ebro (Burgos)
Persona de contacto	Cristina Alonso
Tel	947310126 – 699246534
Email	cristina@rutasdevino.com
Web	www.rutasdevino.com
Actividad	Agencia de viajes Mayorista–Minorista especializada en Turismo de Vino y Gastronómico en toda España. Licencia CYCL 09-37

RUTAS MEIGAS

Nombre oficial empresa	Rutas Meigas, S.L.
Dirección	Lugar do Barco, 1. 15917 Padrón (A Coruña)
Persona de contacto	Andrés A. Sánchez Besteiro
Tel	+34 659 380 326
Email	enoturismo@rutasmeigas.com / info@rutasmeigas.com
Web	www.rutasmeigas.com
Actividad	Creación y explotación de rutas turísticas en Galicia. Excursiones personalizadas y servicios turísticos relacionados con el vino en la Comunidad Gallega y Portugal, para agencias de viajes y Touroperadores.

SERVICIOS TURISTICOS THABUCA – VINO Y CULTURA

Nombre oficial empresa	Thabuca S.C.
Dirección	Palacio Salazar- Casa de Cultura, Pl. de la Paz, s/n 01330 Labastida (Álava)
Persona de contacto	Carol Gutiérrez
Tel	+34 945 331 060
Email	carol@thabuca.com
Web	www.thabuca.com
Actividad	Empresa de guías turísticas, especializadas en vino y en patrimonio cultural de Rioja Alavesa. Diseño de rutas, programas y visitas guiadas, así como actividades y servicios turísticos relacionados con el mundo del vino y la cultura de la comarca.

TENEDOR TOURS

Nombre oficial empresa	Tenedor Tours, S.L.
Dirección	Bertsolari Xalbador, 4, 2C 20003 San Sebastián
Persona de contacto	Gabriella Ranelli
Tel	+ 34 943 313 929 / 609 467 381
Email	info@tenedortours.com
Web	www.tenedortours.com
Actividad	Agencia especializada en viajes gastronómicos a medida, turismo de vino, clases de cocina y catas en inglés, castellano y francés en el País Vasco y La Rioja.

VERONIA TOURS

Nombre oficial empresa	Veronia Tours, S.L.
Dirección	C/ Papin, 22 – Bajo. 37007 Salamanca
Persona de contacto	Mariló Gómez
Tel	+34 923 282 511 Fax: +34 923 282 610
Email	marilo@veroniatours.com
Web	www.veroniatours.com
Actividad	Agencia de viajes Licencia CICL. 37-40

VIAVINUM – THE WINE TOUR COMPANY OF SPAIN

Nombre oficial empresa	Viavinum, S.L.
Dirección	Calle Luis de la Mata 14-D, Ofic.5. 28042 Madrid
Persona de contacto	Ana Saldaña
Tel	+34 913 717 638 / 607 517 908
Email	anasaldana@viavinum.es
Web	www.viavinum.es
Actividad	Agencia de viajes especializada en turismo enológico y gastronómico. Programas y viajes a medida tanto para particulares como para empresas ofreciendo un servicio integral para sus eventos e incentivos con un toque especial entorno a la cultura del vino y la gastronomía. Licencia C.I.C.MA 1668