

Ruta del Vino  
Tacoronte-Acentejo

**Enoturismo**

Rutas

Restaurantes Bodegas Alojamientos Otros centros

ASOCIACIÓN RUTA DEL VINO TACORONTE-ACENTEJO  
Plaza del Cristo, 1 (Ayuntamiento de Tacoronte), 38350 Tacoronte, Tenerife (Islas Canarias)  
Telf 922 564 066 / 922 570 015 Fax 922 562 590 web: www.rutasyvinos.com e-mail: info@rutasyvinos.com

# ENOTURISMO NUEVA OPCION DE NEGOCIO PARA BODEGAS Y TERRITORIO

arseniogomez@telefonica.net

Ruta del Vino  
Tacoronte-Acentejo

**Enoturismo**

Rutas

Restaurantes Bodegas Alojamientos Otros centros

ASOCIACIÓN RUTA DEL VINO TACORONTE-ACENTEJO  
Plaza del Cristo, 1 (Ayuntamiento de Tacoronte), 38350 Tacoronte, Tenerife (Islas Canarias)  
Telf 922 564 066 / 922 570 015 Fax 922 562 590 web: www.rutasyvinos.com e-mail: info@rutasyvinos.com

arseniogomez@telefonica.net



- **ENOTURISMO** consiste en la integración bajo un mismo concepto temático de los **recursos y servicios turísticos de interés, existentes y potenciales, de una zona vitivinícola.**
- El principal objetivo de **VINTUR** es la elaboración de una **carta europea del enoturismo**, como instrumento primordial para la cohesión y coordinación de las actividades existentes y futuras del turismo del vino en Europa. La carta deberá ser un documento de referencia para todos los agentes implicados en el enoturismo

arseniogomez@telefonica.net



- **LA FINALIDAD DE VINTUR ES DESARROLLAR ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS PARA EL TURISMO Y LA CULTURA DEL VINO COMUNES A LAS CIUDADES Y LAS REGIONES DEL VINO DE EUROPA** a través de la fundación, el desarrollo y la consolidación de un marco de trabajo y una estrategia común que se concrete en:
  - **una plataforma de trabajo**
  - **una intensa cooperación entre las ciudades y las regiones del vino**
  - **el desarrollo y la valoración de las buenas prácticas en los servicios y los productos**

arseniogomez@telefonica.net

# OBJETIVOS

- **LA MEJORA DE LA COORDINACIÓN OPERATIVA DE LA RED DE CIUDADES Y REGIONES DEL VINO A TRAVÉS DE NUEVOS INSTRUMENTOS DE COOPERACIÓN E INTERCAMBIO**
- **EL INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS Y TECNOLOGÍA A TRAVÉS DE PROCESOS ÓPTIMOS DE GESTIÓN Y TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN**
- **EL DESARROLLO Y PUESTA EN COMÚN DE ACCIONES Y METODOLOGÍAS ORIENTADAS AL DESARROLLO DE UNA OFERTA DE CALIDAD EN EL TURISMO Y LA CULTURA DEL VINO**

arseniogomez@telefonica.net

# RESULTADOS BUSCADOS

- **1. UNA PLATAFORMA VIRTUAL DE TRABAJO:** COMO ESPACIO INTERACTIVO PARA EL ENCUENTRO Y EL CONOCIMIENTO ENTRE LOS AGENTES DEL ENOTURISMO EN EUROPA.
- **2. LA CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO:** UN DOCUMENTO DE CONSENSO E IMPLICACIÓN DE LOS AGENTES PARA AUTORREGULAR EL ENOTURISMO EUROPEO. **YA PUBLICADA.**
- **3. MARCA EUROPEA DEL ENOTURISMO:**
- **SISTEMA DE GESTIÓN Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS**

arseniogomez@telefonica.net

# SOCIOS DEL PROYECTO



- **RECEVIN** participa en **VINTUR** en calidad de líder (chef de file) a través de su actual presidencia: **el Ayuntamiento de Vilafranca del Penedés.**

## **(Interreg III C zona Sur)**

Socios de **VINTUR** son los socios de **RECEVIN** participan las asociaciones de **Ciudades del Vino de Italia, España y Francia** y los ayuntamientos de **Rhodos (Grecia) y de Bühl (Alemania)**. La ciudad eslovena de **Dobrovo**,

El **AREV** participa en **VINTUR** en calidad de socio del proyecto y como representante de 54 regiones europeas del vino.

arseniogomez@telefonica.net

# 5 FOROS DE TRABAJO

- **PLANIFICION**  
Ente gestor  
Observatorio Turístico  
Sistema de Calidad  
Formación y Profesionalización-RRHH  
Sensibilización  
Competitividad y sostenibilidad
- **PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**  
Plan de Marketing y comercialización  
Producto Estructura diferenciación  
Imagen corporativa del Enoturismo-Logo  
Material de promoción e información  
Servicio post-venta y Fidelización
- **DESTINO**  
Infraestructuras  
Servicios públicos  
Seguridad  
Señalización  
Gestión de recursos turísticos  
Medioambiente
- **SERVICIOS TURÍSTICOS**  
Alojamiento  
Restauración  
Comercios  
Agencias receptoras  
Servicios complementarios
- **ENOLOGÍA**  
Bodegas  
Museos  
Centros de interpretación  
Tiendas especializadas-Enotecas  
Oferta de ocio temática

arseniogomez@telefonica.net

# CASO CATALAN

## Dirección General de Turismo

- Desestacionalización Demanda
- 12 Productos nuevos, (uno es el enoturismo)
- Crecimiento 1er trimestre 2004: 17% (frente a ↓↓ destinos tradicionales Costa Sol, Canarias y Baleares)
- **NO CONSUMO DE TERRITORIO !**

arseniogomez@telefonica.net

## El papel de las ciudades en la organización y gestión de la oferta

- **Marketing estratégico: Vino producto fuerte del territorio**
- Luego otros motivos
- Italia: 4.000.000 enoturistas, 500 rutas
- Definir modelos
  - Modelo Usa: NO historia , Pocas empresas, Disney del vino
  - **Modelo europeo: Muchas empresas, historia, CALIDAD, AUTENTICIDAD, DIVERSIDAD**

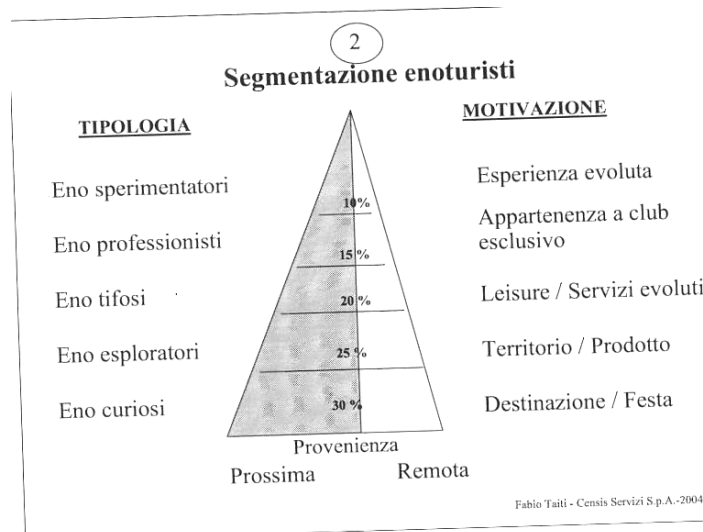
arseniogomez@telefonica.net

# SEGMENTACION ENOTURISTICA

- Lograr masa crítica
- Definir “filosofía” del proyecto
- Identificar los clientes y sus motivaciones
- “**Satisfacción total**”: Vino, territorio, transporte, atención,

arseniogomez@telefonica.net

## PIRAMIDE DE SEGMENTACION



# El turista compra “sueños”



arseniogomez@telefonica.net

## ASPECTOS IMPORTANTES EN LA GESTION Y ORGANIZACION

- Satisfacción total: Equilibrio: Territorio – vino – Turismo.
- Territorio: Paisaje, eventos, servicios, movilidad, otras atracciones (playas...).
- Oferta del vino : Viñas, + Bodegas, ++ Educación, +++ Degustación.
- Turismo: Divertimiento, ++ Restauración, ++ Receptividad (organización).

arseniogomez@telefonica.net

## PASOS DEL “MARKETING RELACIONAL”

1. Conocer al cliente
2. Tener información según sus pretensiones
3. Comunicar lo interesante para su segmento
4. Personalizar el servicio
5. Construir relaciones estables y personalizadas
6. Favorecer el boca a boca
7. Buscar subida de nivel en la pirámide

arseniogomez@telefonica.net

## LOS SERVICIOS GENERICOS su papel en la oferta enoturística

- Servicios no específicos: Alojamientos, Restauración, Intermediarios, Comercio, ...
- Pueden aportar: Proyección del territorio, puesta en valor + o -, Dinamización

arseniogomez@telefonica.net

## SU PAPEL

- Ofrecer calidad
- Estrategias comunes de comercialización y cooperación.
- **Economía local: Potenciar productos locales a pesar del precio**
- Distinguirse con un label enoturístico.(calidad y compromiso).
- Darles formación
- Sistema de aseguramiento de la calidad.

arseniogomez@telefonica.net

## ¿qué hacer?

- Trabajo en red de todos.
- Cooperación y estrategias comunes
- El turista sólo se lleva memoria
- Refuerzo mutuo de los sectores
- Compartir conocimientos
- Estrategias sostenibles ( los mercados no sostenibles están en crisis).
- Información accesible: Señalización, visibilidad de marca enoturística ( carta europea del enoturismo).

arseniogomez@telefonica.net

## RUTAS CONOCIDAS

- Rutas Europeas: Mosela, Rhin, Champagne, Alsacia, Valle Loira, Piamonte, Toscana, ..
- España: Penedes Cava, Bodegas otras,

arseniogomez@telefonica.net

## ENOTURISMO MERCADO EMERGENTE

- Robert Mondavi (USA): 300.000 visitantes/año
- González Byass (Jerez): 200.000
- Penedes (Incluido Torres y Codorniu) 200.000
- Borgoña: 210.000
- Bordeaux: 70.000-90.000

arseniogomez@telefonica.net

EN LAS BODEGAS ITALIANAS  
ACOGIDAS A RUTAS EL 40 %  
DE LOS INGRESOS SON  
DEBIDOS AL ENOTURISMO

[arseniogomez@telefonica.net](mailto:arseniogomez@telefonica.net)

SEGÚN ESTUDIOS DEL PROFESOR  
FABIO TAITI POR CADA EURO  
GASTADO EN LA BODEGA EL  
ENOTRISTA GASTA 5 EN EL  
TERRITORIO.

[arseniogomez@telefonica.net](mailto:arseniogomez@telefonica.net)

# BENEFICIOS DE LA RUTA CERTIFICADA

- **ZONA:** Favorece un desarrollo turístico sostenible.
- **TURISTA:** La calidad y el producto ofrecido cubre sus expectativas.
- **EMPRESARIO:** Se le ofrece una guía para ofrecer un producto de calidad y competitivo (también se le promociona).
- **RESIDENTES:** Favorece sus expectativas, se le tiene en cuenta

arseniogomez@telefonica.net

## PRINCIPALES RETOS PARA LAS RUTAS DEL VINO ESPAÑOLAS

### ❖ PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LA RUTA.

✓ **PASAR DE UN MODELO DE INICIATIVAS AISLADAS DE ENOTURISMO A UNA COORDINACIÓN ENTRE LOS DIFERENTES AGENTES (PÚBLICOS Y PRIVADOS, TURÍSTICOS Y DEL SECTOR VITIVINÍCOLA) PARA LA CREACIÓN DE UNA RUTA DEL VINO COMPETITIVA QUE ABARQUE UN TERRITORIO AMPLIO DE LA D.O.**

### ❖ GESTIÓN DE LA RUTA.

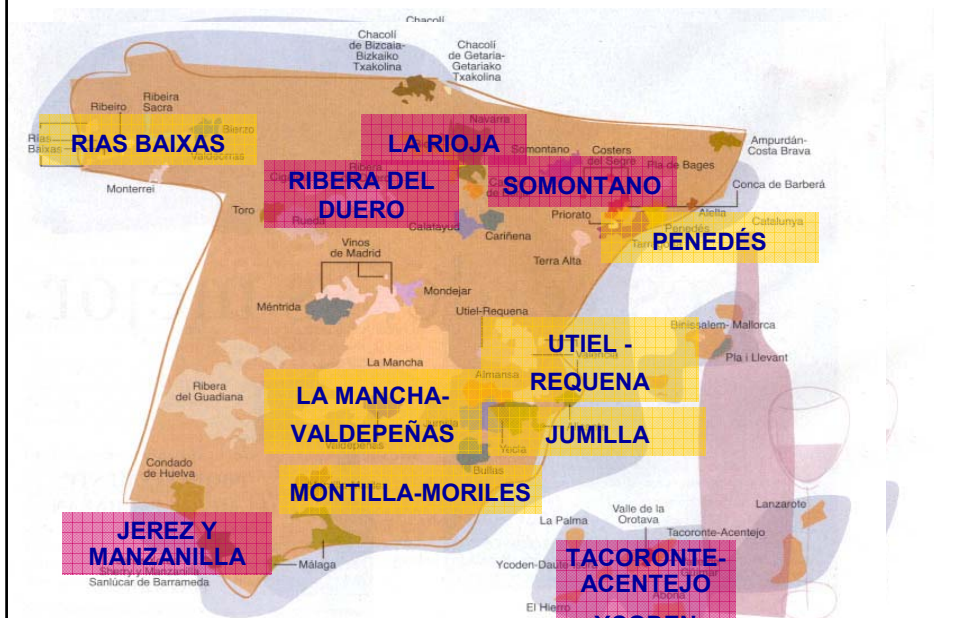
✓ **RR.HH.**

✓ **PRESUPUESTO.**

✓ **CALIDAD Y PROMOCIÓN.**

arseniogomez@telefonica.net

## DESTINOS ENOTURÍSTICOS ESPAÑOLES QUE HAN PARTICIPADO EN EL PROYECTO



## CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

### BODEGAS:

Destinos con +50 en el Consejo Regulador:  
10 bodegas mínimo

Destinos con <50 en el Consejo Regulador:  
5 bodegas

Destinos de 1 solo municipio

Restauración: 3  
Alojamiento: 1  
Comercio espec.: 1

Entre 1 y 4 municipios

Restauración: 4  
Alojamiento: 2  
Comercio espec.: 1

5 ó más municipios

Restauración: 5  
Alojamiento: 3  
Comercio espec.: 2

## CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

### • **SUBSISTEMA 1: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN**

- Creación del Ente Gestor
- Reglamento de gestión de la ruta
- Nombramiento de un gerente de la ruta
- Plan de trabajo a 1 año:
  - Acciones de creación y mejora del producto
  - Promoción y comercialización
  - Sensibilización
  - Formación y profesionalización
  - Aseguramiento de la Calidad

arseniogomez@telefonica.net

## CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

### • **SUBSISTEMA 1: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN**

- Ente Gestor
  - Constituido como mínimo por un municipio con el respaldo de la D.O. o varios municipios.
  - Abierto a demás integrantes y representantes de los diferentes colectivos privados (turístico y vitivinícola) y entes institucionales del o los territorios de las D.O.s correspondientes que son competentes en la gestión del producto turístico.
  - Definición de los fines y competencias del Ente Gestor.
  - Definición del modelo de funcionamiento, los órganos de dirección y representatividad, así como de su figura legal.
  - Definición del modelo de financiación.
  - Existe un Gerente de la Ruta del Vino, con formación y/o experiencia suficientes.
  - El Gerente de la Ruta tiene una dedicación suficiente a la Ruta del Vino.
  - El Gerente de la Ruta tiene capacidad decisiva y ejecutiva.

arseniogomez@telefonica.net

## CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

- **SUBSISTEMA 3: PROMOCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN**
- Parte del Plan de Trabajo a 1 año (Subsistema 1)
- LOGO de la ruta
- Soporte comunicacional en papel y web

arseniogomez@telefonica.net

## CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

- **SUBSISTEMA 4: SERVICIOS  
TURÍSTICOS**
- Alojamiento
- Restaurante
- Comercios
- AAVV locales, receptoras
- Servicios complementarios

arseniogomez@telefonica.net

# OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

## • **SUBSISTEMA: SERVICIOS TURÍSTICOS**

- Alojamiento
  - ✓ **Cumple normativa correspondiente a su actividad.**
  - ✓ **Higiene y limpieza**
  - ✓ **Dentro del territorio de la D.O.**
  - ✓ **Personal mínimamente formado en vino, turismo y territorio.**
  - ✓ **Ofrece información sobre la Ruta y los establecimientos adheridos**
  - ✓ [cuestionario alojamientos.doc](#)

arseniogomez@telefonica.net

# CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

## • **SUBSISTEMA: SERVICIOS TURÍSTICOS**

- Restaurante
  - ✓ **Cumple normativa correspondiente a su actividad.**
  - ✓ **Higiene y limpieza**
  - ✓ **Dentro del territorio de la D.O.**
  - ✓ **Potencia el patrimonio vitivinícola de la D.O. Carta de vinos con amplia presencia de vinos de la D.O.**
  - ✓ **El vino de la casa o el vino propuesto es de la D.O.**
  - ✓ **Personal adecuadamente formado sobre los vinos de la D.O.**
  - ✓ **El personal manipula correctamente el vino.**
  - ✓ [Cuestionario Restaurantes .doc](#)

arseniogomez@telefonica.net

# CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

## • **SUBSISTEMA: ENOLOGÍA**

- Bodegas
- Museos del Vino
- Centros de interpretación del Vino
- Tiendas especializadas - Enotecas
- Cursos de Cata
- Oferta de ocio temática

arseniogomez@telefonica.net

# CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

## • **SUBSISTEMA: ENOLOGÍA**

- Bodega (1/2)
  - ✓ **Dentro del territorio de la D.O. y de la Ruta**
  - ✓ **Bodega adscrita al Consejo Regulador de la D.O. correspondiente**
  - ✓ **La bodega dispone de personal capacitado para la realización de visitas guiadas a sus instalaciones y las diferentes actividades propuestas.**
  - ✓ **La bodega está abierta a visitas un mínimo de 12 horas a la semana.**
  - ✓ **La bodega está abierta a visitas un mínimo de 2 días a la semana.**
  - ✓ **El horario de atención al público se sitúa entre las 9.00 h y las 20.00 h.**
  - ✓ **Durante el periodo en que la bodega está abierta a visitas, hay personal de atención al público disponible.**

arseniogomez@telefonica.net

# CRITERIOS OBLIGATORIOS PARA LA CERTIFICACIÓN

- **SUBSISTEMA: ENOLOGÍA**

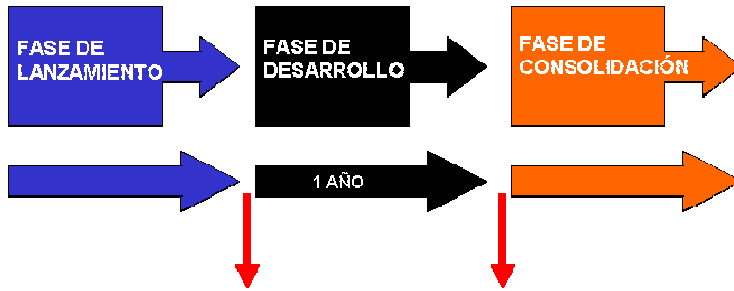
- Bodega (2/2)

- ✓ Existe un panel informativo en el exterior de la bodega que indica los horarios de apertura al público y un teléfono de contacto.
- ✓ La bodega cuenta con un número de teléfono a través del cual realizar las reservas para visitas.
- ✓ La bodega ofrece a sus visitantes la posibilidad de degustar al menos uno de sus vinos.
- ✓ El establecimiento cuenta con una placa identificativa en la entrada que le distingue como establecimiento adherido a la Ruta del Vino.
- ✓ La bodega dispone de una sala o zona específica para la degustación.
- ✓ Existe la posibilidad de adquirir vino embotellado de la propia bodega.
- ✓ La bodega dispone de aseos para el uso de los visitantes.
- ✓ [cuestionario bodegas .doc](#)

arseniogomez@telefonica.net

**REVISIÓN del  
PROCESO de  
CERTIFICACIÓN**

# REVISIÓN DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN

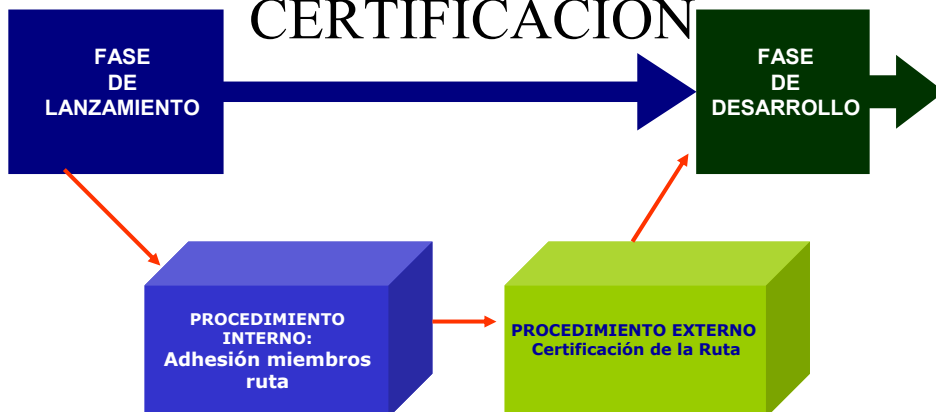


	Nivel de cumplimiento exigido	
	Requisitos Obligatorios	Requisitos Complementarios
Subsistema 1: Planificación y Gestión	100%	0%
Subsistema 2: Destino	100%	0%
Subsistema 3: Promoción y Comercialización	100%	0%
Subsistema 4: Servicios Turísticos	100%	60%
Subsistema 5: Ecología	100%	60%

	Nivel de cumplimiento exigido	
	Requisitos Obligatorios	Requisitos Complementarios
Subsistema 1: Planificación y Gestión	100%	30%
Subsistema 2: Destino	100%	30%
Subsistema 3: Promoción y Comercialización	100%	30%
Subsistema 4: Servicios Turísticos	100%	60%
Subsistema 5: Ecología	100%	60%

arseniogomez@telefonica.net

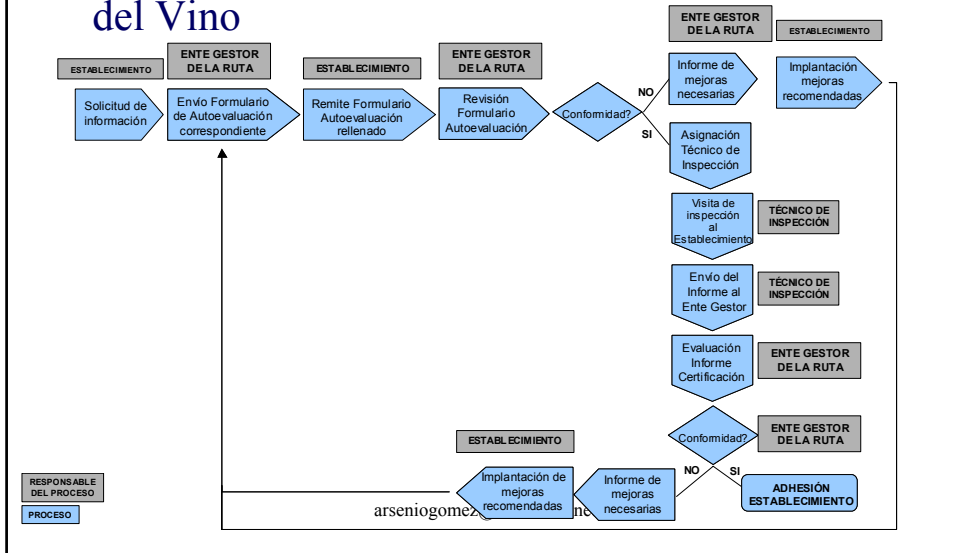
# REVISIÓN DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN



arseniogomez@telefonica.net

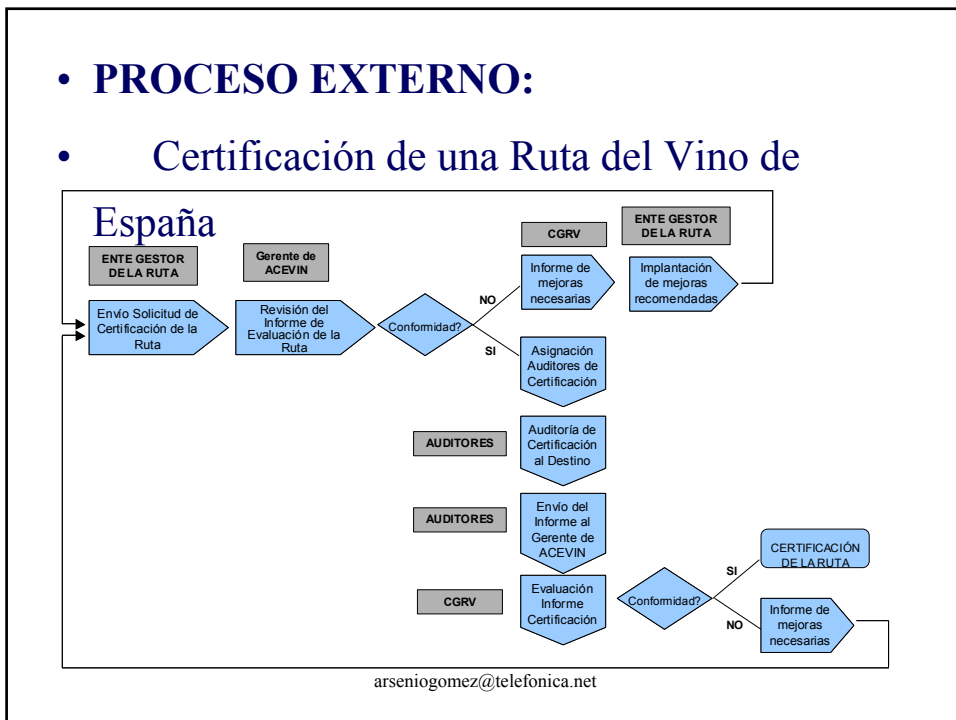
- **PROCESO INTERNO:**

- adhesión de un establecimiento a su Ruta del Vino



- **PROCESO EXTERNO:**

- Certificación de una Ruta del Vino de



## • PROCESO EXTERNO: Certificación de una Ruta del Vino de España

En el momento de solicitar su certificación como Ruta del Vino de España, el Ente Gestor del destino interesado deberá presentar la siguiente documentación al Comité de Gestión de las Rutas del Vino:

**Datos básicos de la Ruta: número de establecimientos que la componen**

**Carta de solicitud de certificación cumplimentada**

**Lista de miembros que constituyen el Ente Gestor, y sus cargos.**

**Reglamento de funcionamiento interno y / o estatutos del Ente Gestor.**

**Descripción del perfil del Gerente de la Ruta del Vino**

**Plan de Trabajo a 1 año, que detallará como mínimo acciones de:**

**Sensibilización**

**Creación y mejora de producto**

**Promoción y comercialización**

**Profesionalización**

**Aseguramiento de la calidad**  
arseniogomez@telefonica.net

**Calendario de trabajo**

## • PROCESO EXTERNO: Certificación de una Ruta del Vino de España

**Listado de bodegas inscritas en el Consejo Regulador de la Denominación de Origen.**

**Listado de todos los establecimientos adheridos a la ruta**

**Logo de la ruta, en formato papel o electrónico.**

**Un ejemplo de cada tipo de soporte comunicacional desarrollado: folletos, catálogos, dirección de la página web, etc..**

**Resumen del informe del técnico de inspección para cada uno de los establecimientos adheridos (cumplimentar anexos 3 y 4).**

**Descripción de la señalización de la ruta en destino, junto con al menos 1 ejemplo de cada tipología de señalización (fotografía en formato papel o electrónico).**

**Descripción de las infraestructuras relacionadas con la ruta del vino, mediante un inventario de accesos, infraestructura viaria y de tráfico, y gestión de residuos sólidos, junto con 1 ejemplo de petición de mejoras al organismo competente (en su defecto, un documento- modelo de petición de mejoras).**  
arseniogomez@telefonica.net