

Artículo de la Web [www.agrifuturo.net](http://www.agrifuturo.net)

Día 7 de mayo 2008

## El enoturismo español carece de profesionalización y falta de unión turismo-vino

El enoturismo en España, una actividad turística en auge y con un gran potencial de crecimiento, carece de profesionalización y de una correcta comunicación, que se deben, en líneas generales, a una falta de unión de los especialistas en turismo y de los bodegueros.

Así se ha puesto hoy de manifiesto en el V Congreso Nacional de Enoturismo que se celebra hoy y mañana en Madrid, donde la conocida enóloga, María Isabel Mijares ha reivindicado una mayor atención, por parte de las bodegas a los profesionales del mundo de turismo para lograr un enoturismo español de éxito.

El presidente de la Asociación de Mayoristas Viajes Españoles (AMAVE), Carmelo Hernández, ha resaltado a Efeagro que es necesario unir al mundo del turismo y al del vino para poner en marcha un enoturismo racional y coordinado con ambas partes.

La Administración Pública debe propiciar un encuentro entre ambos segmentos, en el que AMAVE tiene gran interés, para desarrollar un proyecto enoturístico serio, a largo plazo y bien diseñado.

"La mentalidad del agricultor tiene que cambiar y convertirse en empresario", ha asegurado Mijares, quien ha reivindicado un enoturismo libre de tantos tecnicismos y capaz de transmitir emoción y placer al turista, "hay que dejarse de explicar tanta fermentación maloláctica" y adoptar un mensaje más sencillo, contado de forma amena, que el turista sepa comprender.

Raquel Latre, socia fundadora de Enodestino, una de las pioneras en ofertar turismo vinícola, ha explicado a Efeagro que el enoturismo no son sólo las bodegas, ya que para que funcione con éxito debe tenerse en cuenta el entorno y los equipamientos de la zona como restaurantes, museos, centros de interpretación u hoteles.

El mundo del vino ha estado más centrado en el sector primario y ahora debe volcarse también en el sector terciario, ha resaltado Latre, quien ha añadido que el turista que muestra interés por el enoturismo quiere estancias cortas, con combinación de elementos turísticos, culturales y gastronómicos, y está dispuesto a gastar algo más.

Esa profesionalización es necesaria para que el enoturismo español deje de improvisar y construya un sector especializado, que no cuente en su desarrollo con el mundo del vino, sino también con el de los conocedores del mundo del turismo.

En este sentido, la directora de Planeta Vino, la estadounidense Mary O'Connor, ha destacado a Efeagro que "el enoturismo tiene grandes oportunidades en toda España y es una fuente inagotable para aprender, saber y comunicar sobre el mundo del vino".

Ha demandado también una cualificación adecuada del personal que guía en bodega y discrepó del comentario de Mijares de que hay que dejarse de tanto tecnicismo, porque "hay aficionados al mundo del vino, sobre todo de Estados Unidos y del Reino Unido, que quieren precisamente esa explicación tan detallada".

Aunque ha reconocido que hay otro tipo de turistas que sólo quieren una visita más ligera y más emocional de la bodega, si bien es necesario una mayor flexibilización por

parte de las bodegas, porque es inaudito que cierren, por ejemplo, el domingo o que no ofrezcan visitas en horario de comida.

Es necesario que se diseñen viajes enoturísticos para todos los bolsillos y ha citado tres ejemplos californianos, pioneros en el desarrollo de un modelo turístico del vino de éxito, porque "no sólo las grandes bodegas o las más prestigiosas pueden darse a conocer y sacar provecho de sus estrategias de comunicación".

Así, por ejemplo, el visitante elitista, el que está dispuesto a desembolsar gran cantidad de dinero, acudirá a Opus Wine; la gran bodega Robert Mondavi ofrece distintos planes que van desde los 15 a los 350 dólares; mientras que la pequeña bodega Cline Cellers, ofrece degustaciones gratuitas de sus vinos básicos, aunque para catar los especiales el cliente debe abonarlos.

La jornada continuará mañana en Madrid y tratará, desde una visión crítica, de ofrecer soluciones al incipiente enoturismo español como una fórmula más, no sólo para dar a conocer los vinos de España, sino como una fuente más de ingresos económicos tanto para la bodega como para el entorno en el que se ubica.

Efe-Tierras

**arriba**