

# Enoturismo en el Marco de Jerez

Jabugo, 4 de abril de 2019



# **Ruta del vino y brandy del Marco de Jerez.**

## **Paisaje, historia y cultura del vino**

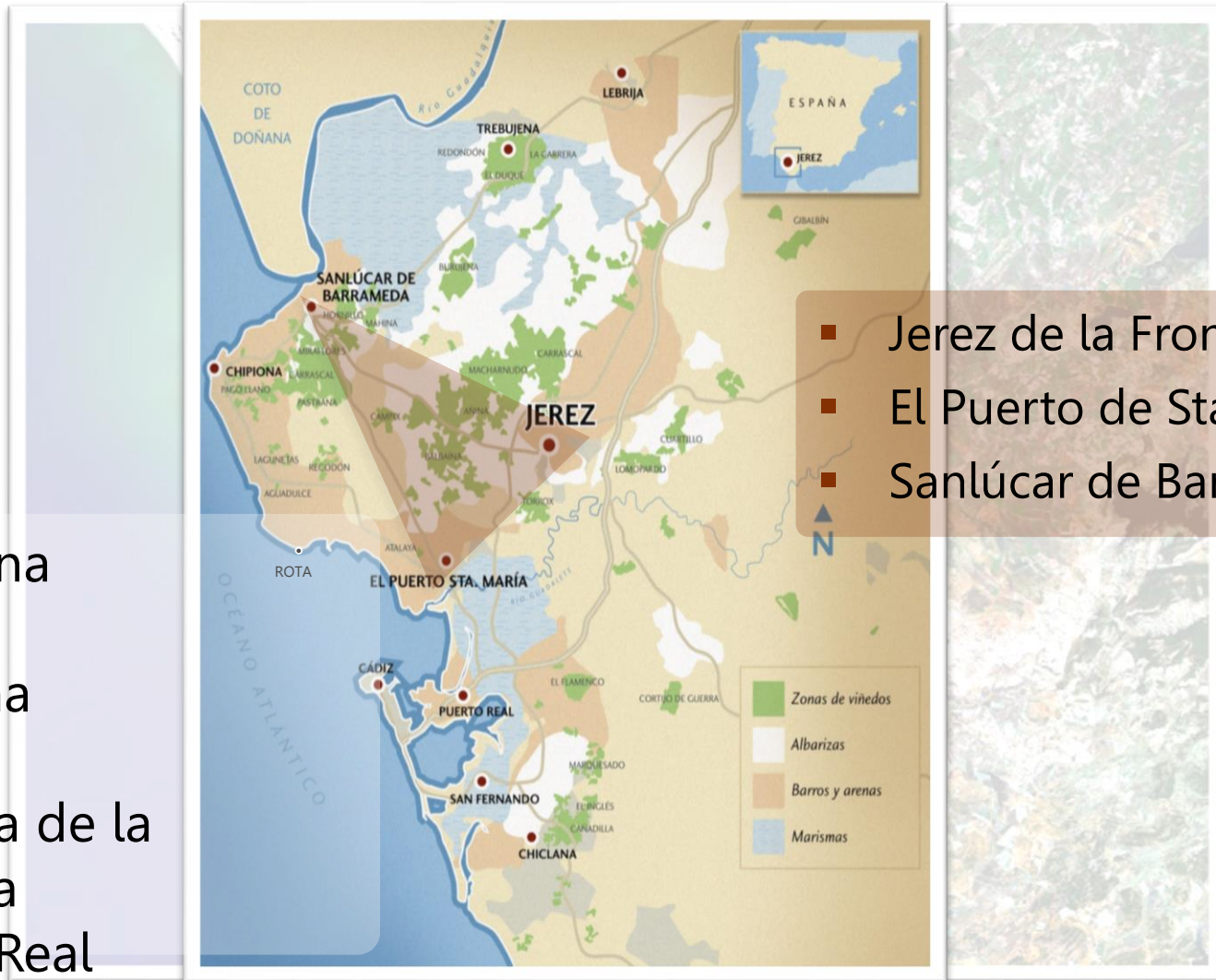
# La región vinícola más meridional de Europa



# La región vinícola más meridional de Europa



# Unas 7.000 hectáreas de viñedo



Trebujena  
Lebrija  
Chipiona  
Rota  
Chiclana de la  
Frontera  
Puerto Real



## La esencia de Andalucía

- 9 términos municipales en el noroeste de la provincia de Cádiz:
- Zona de Crianza: Jerez, Sanlúcar y El Puerto.
- Zona de Producción: Chiclana, Chipiona, Puerto Real, Rota, Trebujena y Lebrija.
- Ciudades que representan la esencia andaluza: cultural, histórica y vivencial.

# Un paisaje único y diverso

- Enclave natural que combina diferentes elementos:
  - Campiña
  - Bahía
  - Bajo Guadalquivir
- Cercanía geográfica con la Sierra, el Coto, La Janda...



# 3.000 años de historia



- Los fenicios introducen el cultivo de la vid en España (fundación de Cádiz en 1000 a.C. y de Xera en 700 a.C.)
- Actividad vinícola ininterrumpida de las civilizaciones posteriores: Griegos, Cartagineses, Romanos...
- Vinos exportados desde Jerez desde los siglos más remotos.

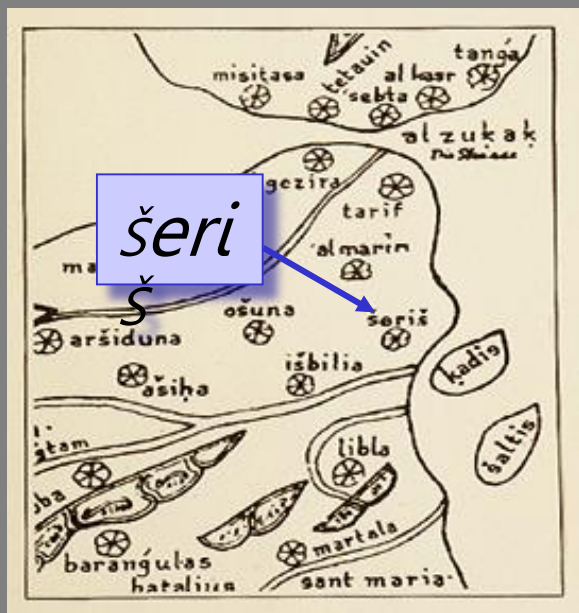




# La tierra de "sherish"



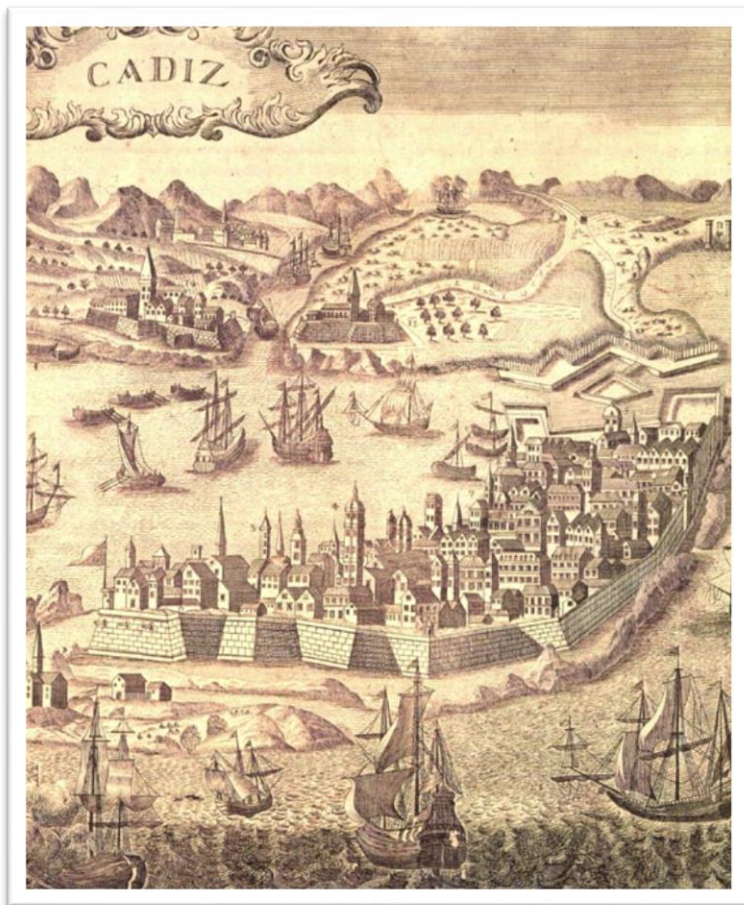
- Más de 500 años de cultura Islámica.
- El cultivo del viñedo continúa, gracias a
  - la producción de pasas.
  - los usos medicinales del vino.
  - la obtención de alcohol.



- Sherish, el Jerez de los moros.



## S. XV al XVII – la expansión exterior



- El vino: una parte esencial en el abastecimiento de buques.
- Los vinos de Jerez participan en algunas de las más épicas expediciones de esos tiempos.
- El comercio con América – el monopolio de la *“Casa de Contratación”*.

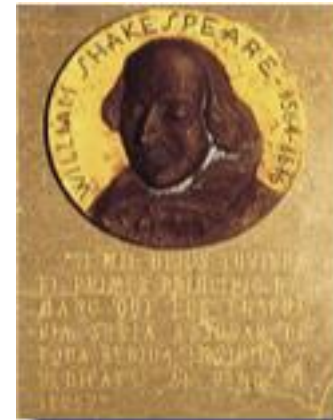
## S. XV al XVII – la expansión europea



- La ventaja del encabezado.
- El rentable negocio de las “holandas”.
- Popularidad creciente del “Sherry Sack” en Inglaterra.
- 1587: Francis Drake ataca Cádiz.

*“Si mil hijos tuviera  
el primer principio humano que les  
enseñaría  
sería hacerles abjurar de toda bebida  
insípida  
y dedicarse por entero al Jerez”*

Enrique IV, parte II



# 1933. Nace la Denominación de Origen



- La Ley de la Viña y el Vino de 1933 establece las primeras Denominaciones de Origen españolas.
- Creación de un instrumento oficial para la representación sectorial: el *Consejo Regulador*. El de Jerez, el primero en constituirse (enero de 1935).

# Principales factores climáticos



300 días de sol al año.



Inviernos suaves (4°C) y veranos calurosos (40°C).



620 litros por m<sup>2</sup> de media anual.



Dos vientos predominantes: el levante (este), seco y caluroso y el poniente (oeste), fresco y húmedo.

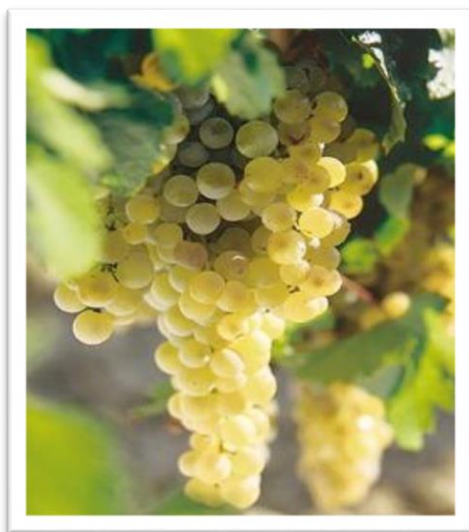
## La tierra "albariza"

Caliza blanca, rica en carbonato cálcico y con gran capacidad retentiva de la humedad

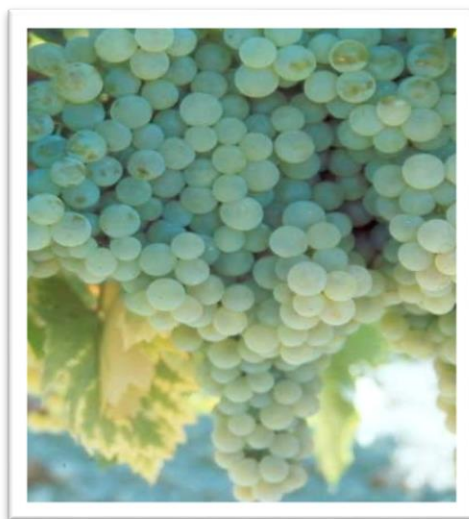


# Tres variedades de vid autorizadas

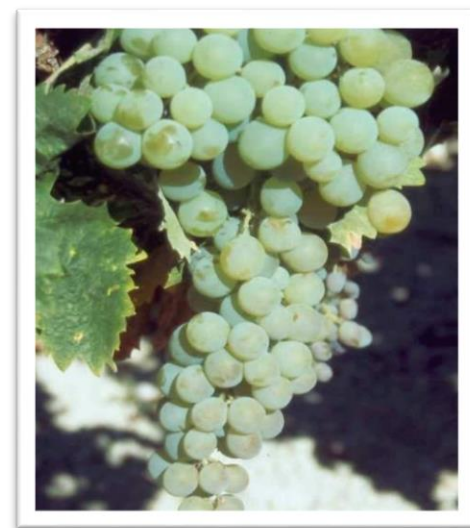
**Palomino**



**Pedro  
Ximénez**

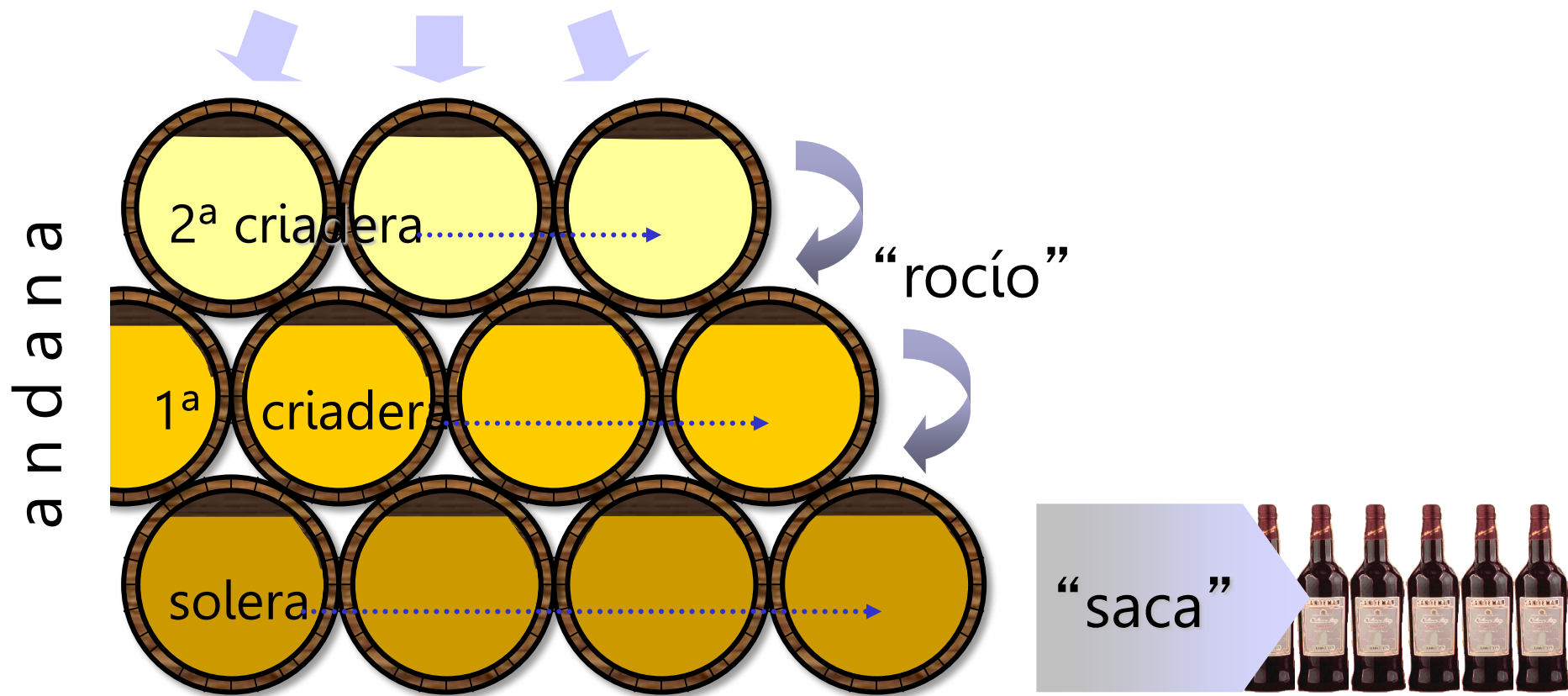


**Moscatel**



# ¿Cómo funciona la solera?

Sobretabla

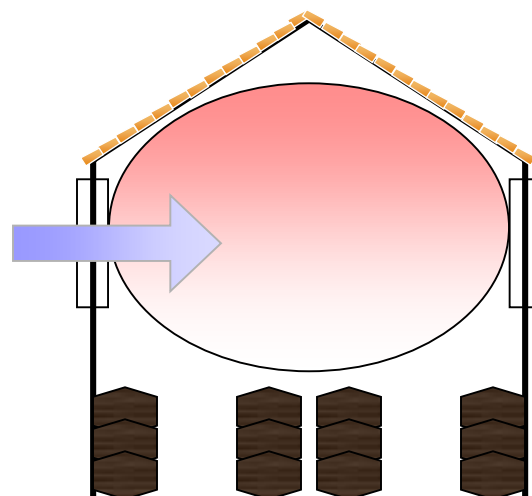




# Las bodegas - catedrales



- Diferentes dimensiones y estilos.
- Elementos comunes: techos altos, orientación al mar, suelo de albero...
- Condiciones microclimáticas razonablemente constantes.



# Brandy de Jerez el Espíritu del Vino



# El vino y el brandy en Jerez. Una historia milenaria

- El cultivo de la uva introducido por los fenicios (1000 a.C.)
- Los árabes traen a Europa el arte de la destilación en el s. VIII.
- Una de las principales industrias locales desde el s. XVI.
- Usos locales del alcohol vínico:
  - encabezado de vinos
  - exportaciones directas
  - elaboración de BRANDY



# ¿Qué es una bebida espirituosa?

Definición legal según la normativa europea:  
(Reglamento (CE) 110/2008)

Bebida Espirituosa es la bebida alcohólica:

- Destinada al consumo humano.
- Con características organolépticas específicas.
- Con una graduación alcohólica mínima de 15% vol.
- Obtenida mediante destilación de productos naturales fermentados.



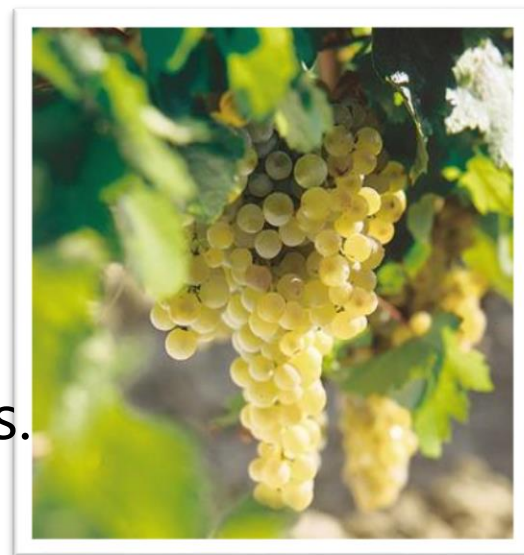
# Principales bebidas espirituosas

De acuerdo con el Reglamento (CE) 110/2008

BEBIDA	ORIGEN	CARACTERES ORGANOLEPTICOS
Brandy	Uva / Vino	Materias primas/Envejec. en madera
Whisky	Cereales	Materias primas/Envejec. en madera
Ron	Caña de azúcar	Materias primas/Envejecido o no
Gin	Melazas de remolacha	Maceración de enebro
Vodka	Cereales/patata/remolacha	Sin recuerdo de materias primas
Anís	"	Maceración de Anís / Hinojo
Liqueurs	"	Frutas / Dulce ( > 100 gr/l azúcar)

# La uva: el origen del Brandy de Jerez

- 95% del Brandy de Jerez, producido a partir de uvas de la variedad "airén":
  - 12 – 13 ° Baumé
  - baja acidez
- Vinos limpios (sin lías), jóvenes y sanos.
- Aptos para consumo directo.
- Aproximadamente 50.000 hectáreas, principalmente en Castilla-La Mancha.



# Diferentes técnicas de Destilación



## Alquitaras

- Destilación tradicional
- Fuego directo (leña)
- Proceso discontinuo
- Producción de *Holandas* (entre 60 – 70% vol.)



## Columnas de destilación

- Sistema de destilación moderno
- Vapor como fuente de calor
- Proceso continuo
- Producción tanto de "Holandas" como de destilados

# El envejecimiento: factores clave

- Envejecimiento dentro de la “Zona de Crianza”.
- Uso de “botas” de roble de 500/600 lts.
- Vasijas previamente usadas para criar vinos de Jerez: fino / oloroso / PX...
- Sistema (dinámico) tradicional de “criaderas y solera”.
- Períodos mínimos de crianza para cada categoría de Brandy.







# **Turismo Enológico.**

## **Las Rutas del Vino de España**

## Introducción: ¿Qué es el Enoturismo?

- Se trata de situar el vino como centro de la experiencia turística.
- Todas las facetas de esa experiencia deben de ser coherentes: visitas, actividades, hospedaje, gastronomía...
- El enoturista genera un mayor valor añadido, pero demanda una mayor profesionalidad y unas ofertas específicas.
- Perfil del enoturista: de clase económica desahogada, mayor de 40 años, universitario y principalmente viajando en pareja.
- Gran importancia del turismo de proximidad.



## El Plan de Calidad Turística

- El **PICTE** define las estrategias de la política turística a través de diez programas con objetivos comunes: la **diversificación** y la **desestacionalización**.
- Se trata de responder a unas condiciones cambiantes en el mercado turístico para lograr la excelencia:



## Productos del PICTE

privilegespain



Asociación Española de  
**Estaciones Náuticas**



vinod~RUTAS  
españa

## España y el Vino

- España, el país con mayor extensión de viñedo del mundo.
- Tercer país productor de Vino.
- Enorme peso en el sector agrario / economía.
- Capacidad para fijar la población en el medio rural.
- Mantenimiento y creación de empleo.
- Mantenimiento y potenciación de la cultura y las costumbres.
- Protección del medio ambiente.
- Contribuye al prestigio de la imagen de España asociada a la calidad de los vinos.

## Turismo y Vino: el eno-turista

- **Perfil** del turista del vino:
  - residente en un núcleo de población medio-grande
  - viaja en grupos pequeños, en periodos cortos
  - organiza personalmente su viaje
  - realiza un gasto situado por encima de la media nacional
  - presenta un índice de satisfacción muy elevado
- Las **motivaciones** del enoturista son dobles: el interés por conocer un destino ligado al vino y su patrimonio y la posibilidad de realizar actividades en torno a este producto de gran valor.

## Turismo y Vino: el eno-turista (2)

- No es un turista “espectador” que mira el mundo del vino a través de un escaparate, sino que busca participar e integrarse. Además está dispuesto a implicar todos sus sentidos, buscando una experiencia y una comprensión sensorial completa de todo lo que significa el mundo del vino.
- Dentro de España el mayor consumidor es el turista catalán, y por municipios Madrid, seguido de Barcelona, Zaragoza, Bilbao, Sevilla, Valladolid y Valencia.

# ¿Qué es una Ruta del Vino?

Una Ruta del Vino certificada es aquella que acredita periódicamente el cumplimiento de los criterios de calidad que ACEVIN y la Secretaría de Estado de Turismo han establecido en el **Manual de Producto** Turístico Rutas del Vino de España.

La marca Rutas del Vino de España establece unos criterios de calidad y diferencia a estas rutas frente a otras propuestas enoturísticas, lo cual proporciona confianza a quien las elige.





# Objetivos de las Rutas del Vino

- Crear un instrumento de desarrollo turístico dinamizador de zonas ligadas económicamente a la producción de vino.
- Coordinar el desarrollo de un producto de calidad (“Club de Producto”).
- Establecer un procedimiento armonizado y homogéneo para su desarrollo.
- Crear un producto de calidad que sea elemento diferenciador de la oferta



# El sistema turístico "Ruta del Vino"

Las normas de producto se estructuran en **5 ámbitos de actuación**



## La Certificación de las Rutas del Vino

Cumplimiento del  
Manual de Producto  
por parte de todos los agentes



Auditoría  
(entidad independiente)



Certificación de la Ruta  
(inicial o de renovación)

# Las Rutas del Vino de España



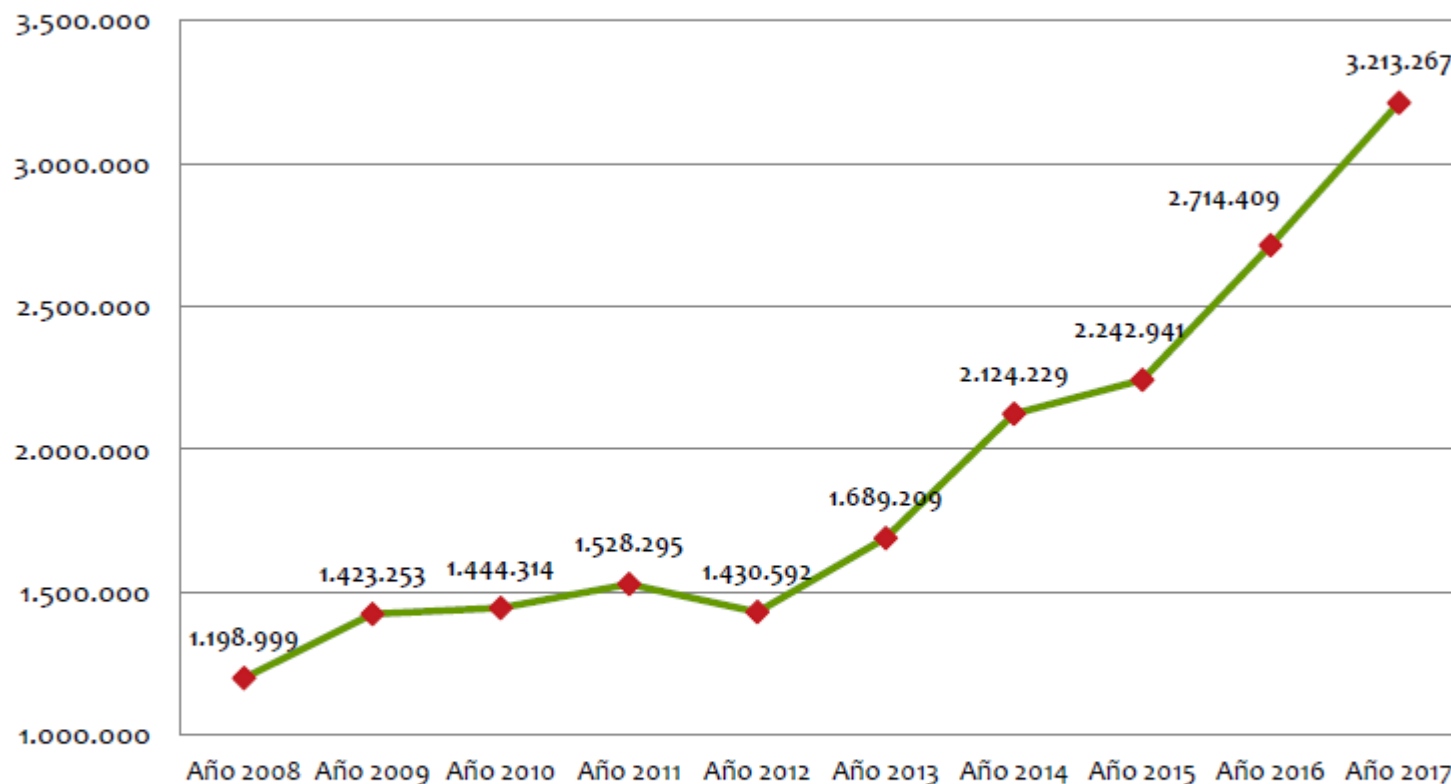
[www.wineroutesofspain.com](http://www.wineroutesofspain.com)



# Número de bodegas visitables y museos

RUTA DEL VINO	TOTAL BODEGAS	TOTAL MUSEOS
Alicante	16	4
Bierzo	19	3
Bullas	6	4
Calatayud	6	4
Campo de Cariñena	12	4
Cigales	15	1
DO Empordà	26	3
Enoturisme Penedès	80	3
Garnacha - Campo de Borja	6	1
Jumilla	11	1
Lleida	18	
Marco de Jerez	32	3
Montilla-Moriles	18	2
Navarra	11	1
Rías Baixas	52	3
Ribera del Duero	57	5
Ribera del Guadiana	24	2
Rioja Alavesa	55	1
Rioja Alta	40	1
Ronda	16	
Rueda	23	1
Somontano	15	
Txakolí	5	
Yecla	4	
<b>TOTAL</b>	<b>567</b>	<b>47</b>

## COMPARATIVA NÚMERO DE VISITANTES A BODEGAS Y MUSEOS DEL VINO EN LAS RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA (AÑO 2008 a AÑO 2017)

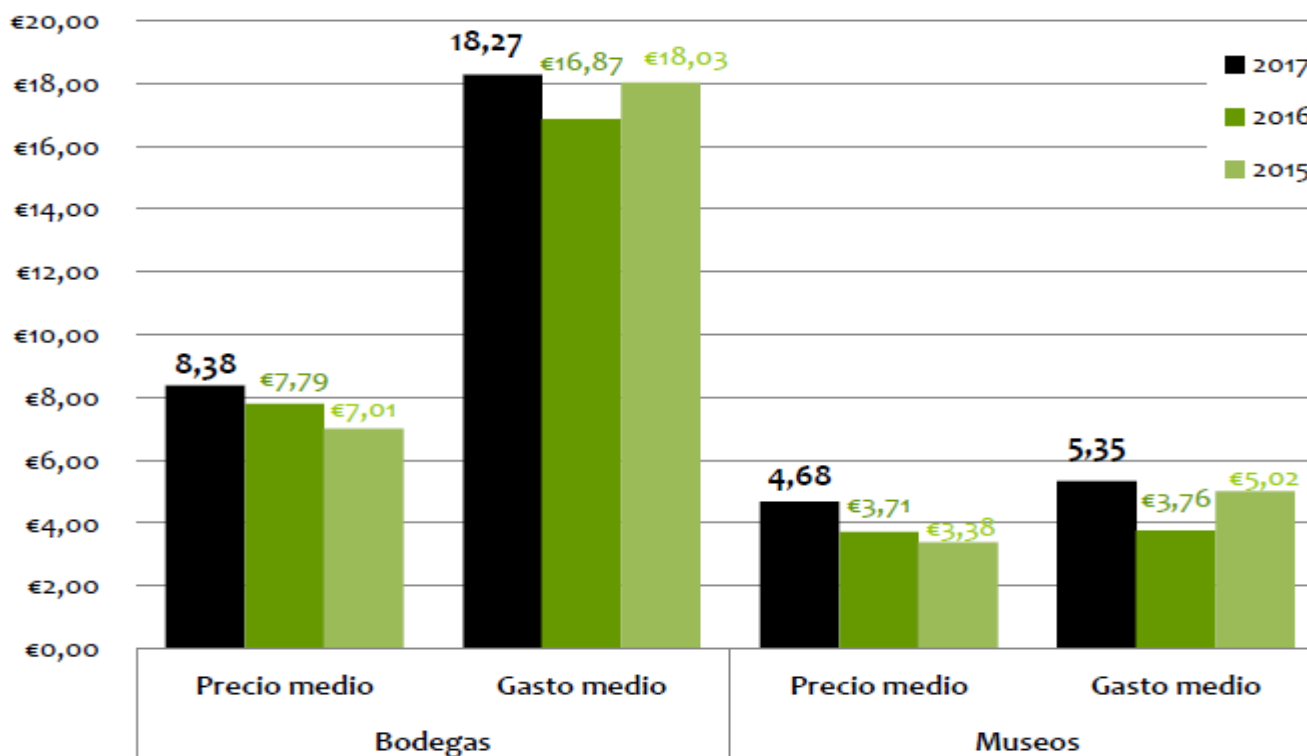


### VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL

Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
18,70%	1,48%	5,81%	-6,39%	18,08%	25,75%	5,59%	21,02%	18,38%

# Evolución del gasto medio

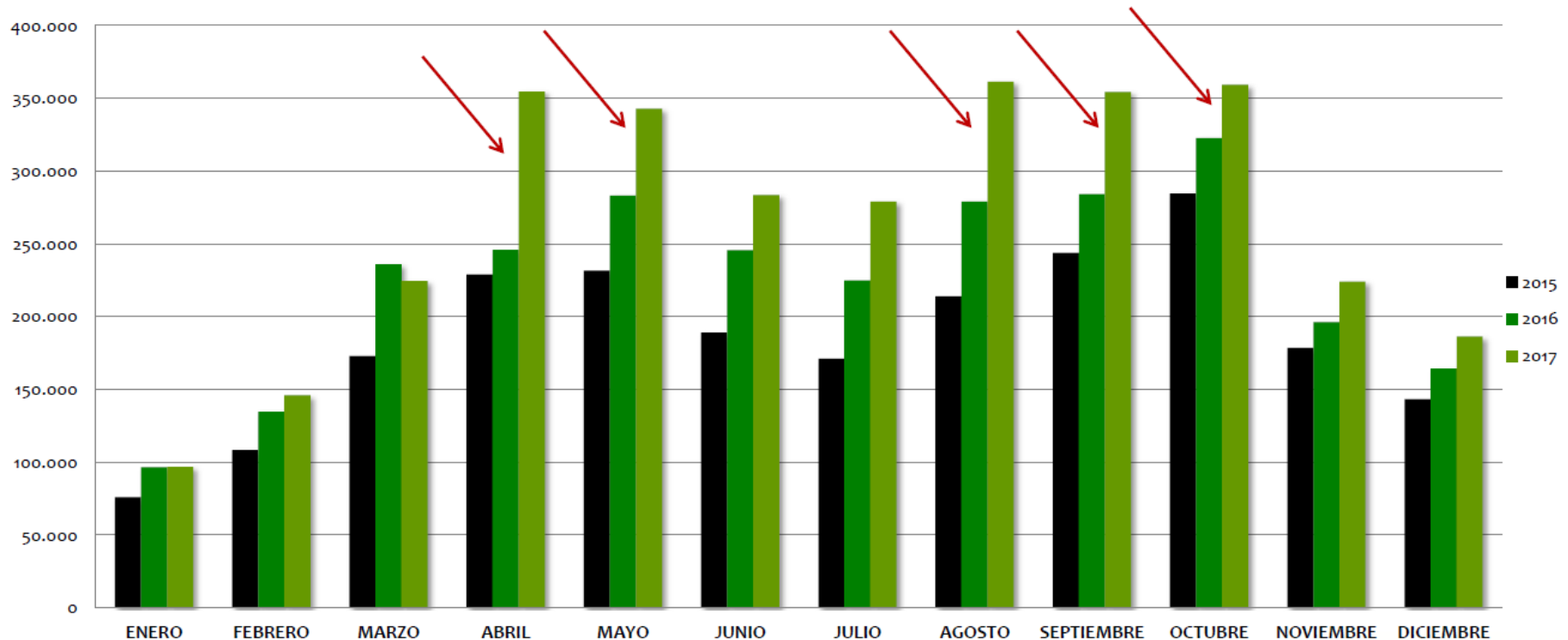
PRECIO MEDIO DE LA VISITA Y GASTO MEDIO POR VISITANTE EN LAS RUTAS DEL VINO. COMPARATIVA AÑOS 2015, 2016 Y 2017



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2018

## Un elemento de desestacionalización

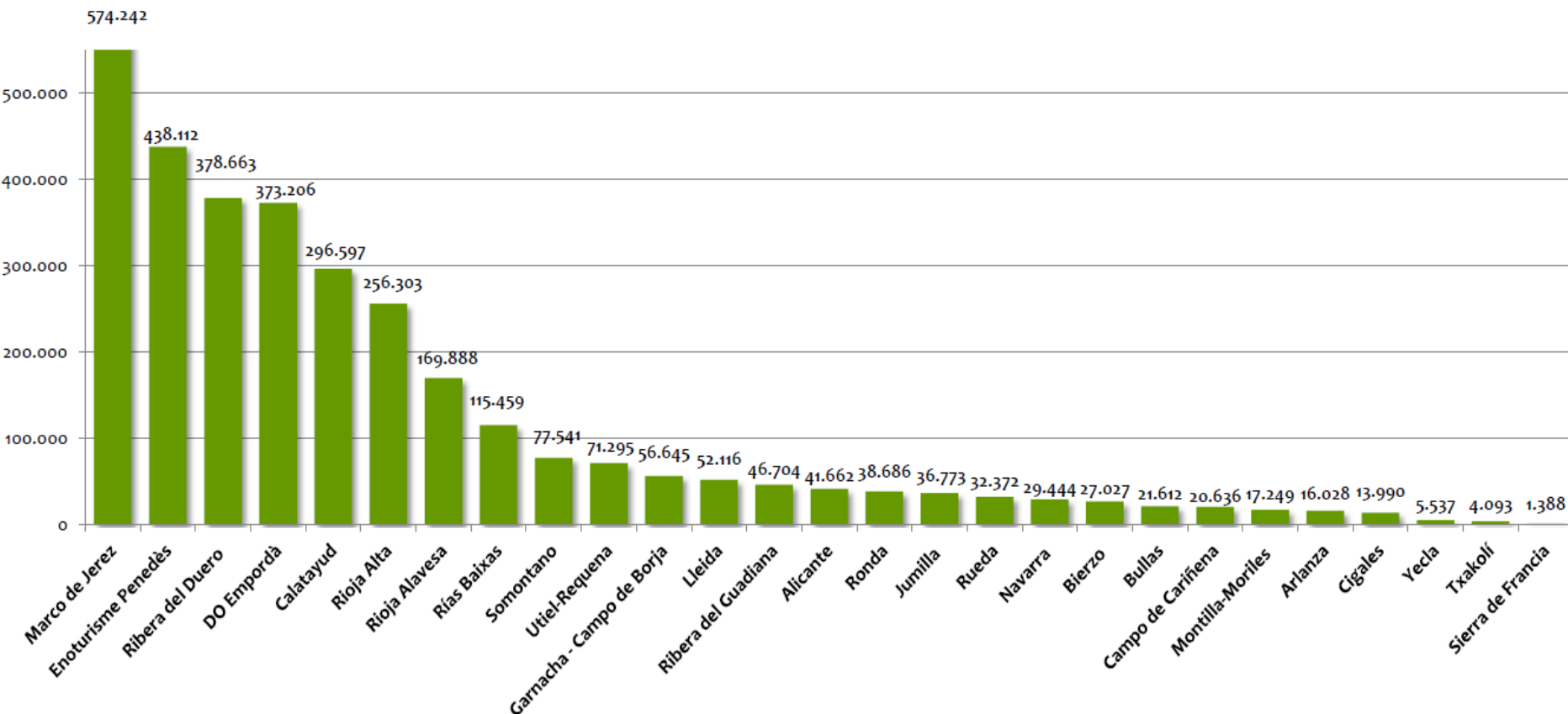
Evolución de la distribución mensual de visitantes en las Rutas del Vino de España.  
Comparativa años 2015, 2016 y 2017





## Estadísticas de visitas a bodegas en España

DATOS DE VISITANTES EN BODEGAS Y MUSEOS DE LAS RUTAS DEL VINO. AÑO 2017



# La Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez



## La Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez

- Instrumento creado por las administraciones locales en 2006, en el marco de las RVE.
- Objetivo: maximizar el enorme potencial turístico de la cultura del vino en el Marco de Jerez y su capacidad de generar riqueza para nuestro territorio.
- Pretende ser un distintivo de calidad para aquellas empresas que sitúan el vino como uno de sus argumentos clave para la captación y fidelización de clientes.

Rutas del Vino y Brandy  
del Marco de Jerez  
Sherry Wine and  
Brandy de Jerez Routes



## ¿Con qué partimos?

- Unos atractivos enoturísticos fuera de lo común: riqueza paisajística, arquitectura bodeguera singular, gastronomía, fiestas y, en general, numerosos elementos culturales asociados a la industria vitivinícola.
- Empresas que son referencia mundial en la gestión de estos atractivos, abiertas al turismo desde el siglo XIX.
- Una potente industria turística, basada en otros elementos –sol y playa, interior, monumental, festivo, deportivo, etc.– que cuenta con infraestructuras, instalaciones y personas capaces.



## ¿Porqué es importante el enoturismo en el Marco de Jerez?

1. Por la calidad económica del enoturista, frente a otros tipos de turistas (genera más valor añadido).
2. Porque ayuda a desestacionalizar nuestra actividad turística.
3. Porque las bodegas siguen siendo uno de los principales puntos de interés de nuestros municipios (más de 570.000 visitas en 2017).
4. Porque los otros atractivos de la zona proporcionan un importante yacimiento de potenciales enoturistas.



## ¿Quiénes forman la Ruta?

- Siete municipios (los del Marco de Jerez) con unos atractivos enoturísticos fuera de lo común: riqueza paisajística (viñas), arquitectura bodeguera, gastro-nomía, fiestas y, en general, numerosos elementos culturales asociados a la industria vitivinícola.
- Territorio con una potente industria turística, basada en otros elementos –sol y playa, interior, monumental, festivo, deportivo, etc.– con infraestructuras, instalaciones y personas
- Más de 90 empresas e instituciones, con distintos tamaños y capacidades: desde auténticas referencias mundiales en la gestión eno-turística a empresas de reciente creación.
- Sectores diversos: bodegas, restaurantes, hoteles, establecimientos rurales, enotecas, agencias turísticas, etc.



## ¿Qué se pretende con la Ruta?

### Nuestra misión:

maximizar el potencial turístico que tiene la cultura del vino en el Marco de Jerez y por tanto su capacidad de generar riqueza para nuestro territorio

### **¿Cómo?**

1. Ayudando a transformar los numerosos recursos de la zona en productos vendibles.
2. Trabajando desde lo colectivo para favorecer las iniciativas individuales.
3. Creando una "marca" que pueda beneficiar a todos.

## Principales actividades de la Ruta

- Promoción genérica del destino.
- Colaborar en la promoción específica y en la comercialización de las empresas asociadas.
- Desarrollo de planes de formación y de mejora del producto.
- Canal de información.
- Impulso de la colaboración institucional y entre los asociados.
- Búsqueda de subvenciones y ayudas.





## Estructura y financiación

- De acuerdo con sus Estatutos, el máximo órgano de decisión de la Asociación es la Asamblea General. Además, cuenta con una Junta Directiva y un Comité de Gerencia.
- Como Club de Producto, los estatutos de la Asociación exigen la contribución de los socios a los gastos de la Ruta mediante unas cuotas.
- En el caso de las empresas asociadas la cuota (única) actual está fijada en 200 euros anuales.



## Elementos de mejora del producto

- Mejora de la oferta relacionada con el viñedo.
- Identificación y potenciación de oportunidades de integración de oferta complementaria.
- Integración con otras iniciativas turísticas del territorio.
- Actividades de formación y de mejora de la calidad.



RUTA DEL VINO Y EL BRANDY  
MARCO DE JEREZ