



Diseño y comercialización de una experiencia enoturística en la Región de Murcia

Marta De Gea García

Curso 2016/2017

Directora: Noelia Sánchez Casado

*Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de
Graduada en Turismo*

INDICE

Introducción.....	2
1. El enoturismo como actividad turística en España.....	3
2. España como destino enoturístico	6
2.1. Enoturismo en España: historia y actualidad	6
2.2. Principales destinos enoturísticos	8
3. La Región de Murcia como destino enoturístico.....	17
3.1. Denominaciones de origen.....	18
3.2. Bodegas.....	20
3.3. Museos	24
3.4. Alojamientos	25
4. Diseño de una experiencia enoturística en la Región de Murcia	29
4.1 El producto: experiencia enoturística por la Región de Murcia	29
4.2 Precio de la experiencia	38
4.3 Promoción de la experiencia.....	40
4.4. Distribución del producto	44
Conclusiones.....	47
Referencias	52

Introducción

El enoturismo es un tipo de turismo experiencial que va adquiriendo cada vez más auge en nuestra sociedad para aquellos que sienten la motivación de viajar con la finalidad de sentir y vivir nuevas experiencias alejadas de lo cotidiano, conocer nuevos lugares a través de sus paisajes, de su historia, de sus olores y sabores. La Región de Murcia se considera un destino en el que es posible desarrollar actividades enoturísticas, ya que cuenta con tres denominaciones de origen y forma parte de la red de rutas del vino de España.

Debido a ello, en este trabajo se plantea el diseño de una experiencia enoturística que se desarrolle en la Región de Murcia, junto con su comercialización.

Para ello, en primer lugar, se plantea lo que representa el enoturismo como actividad turística, su historia y actualidad, así como sus principales destinos dentro de España. De hecho, nuestro país cuenta con una red de rutas del vino que se extiende por todo su territorio, dándole la posibilidad a sus visitantes de disfrutar del viaje y al mismo tiempo desarrollar su pasión por el vino, pudiendo viajar y conocer nuevos lugares de una forma diferente.

A continuación, se identifican los recursos con los que cuenta la Región de Murcia como destino enoturístico, entre los que cabe destacar sus denominaciones de origen y bodegas.

Una vez realizado este análisis y con el objetivo de aportar una oferta diferente a la ya existente en la Región, se plantea el diseño de una experiencia enoturística que englobe las tres Denominaciones de Origen existentes. Finalmente, se desarrollan las diferentes herramientas del marketing mix que permitirán realizar la comercialización de la experiencia diseñada.

1. El enoturismo como actividad turística en España

La definición de enoturismo, propuesta para la Real Academia Española (RAE) desde la Asociación Española de Enoturismo (AEE), considera esta actividad como: “una modalidad de turismo basada en desplazamientos a entornos vinícolas, con el propósito de conocer, disfrutar y compartir experiencias en torno a la cultura del vino”.

Teniendo en cuenta esta definición, el enoturismo no se basa simplemente en la visita de bodegas, sino que se centra en la realización de muchas y diversas actividades que envuelven el mundo del vino; tales como: degustaciones, maridajes con platos típicos de cada lugar, talleres, cursos, visitas a museos y a las poblaciones que son parte de las Denominaciones de Origen, etc.

Según Vivanco (2013), el enoturismo es la perfecta combinación de cuatro elementos:

- Turismo rural: actividad que se desarrolla en áreas rurales, en pequeñas localidades fuera del casco urbano. Donde se desarrollan actividades de campo acompañadas de otro tipo de actividades como ser las deportivas o gastronómicas.
- Cultura: el enoturismo se relaciona con el cultural dependiendo del carácter histórico o artístico de la industria vinícola en la zona como patrimonio industrial.
- Gastronomía: consiste en probar diferentes variedades, maridadas con alimentos de cada zona vinícola.
- Vino: en esta actividad se va a conocer la historia y el presente del vino, aprender sobre su producción y consumo.

Así, el enoturismo se puede considerar como la respuesta a la combinación del turismo cultural, rural y gastronómico, convirtiéndolo a su vez en una experiencia cultural completa.

Una parte fundamental del enoturismo son las Denominaciones de Origen (D.O.) de los vinos que se producen, ya que éstas garantizan la máxima calidad de los caldos que los clientes van a degustar durante su incursión en el mundo del vino.

Según el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) (2012) el hecho de que un vino pertenezca a una D.O., también llamada Denominación de Origen Protegida (D.O.P), implica que la calidad y características del mismo proceden esencialmente de su origen geográfico, con sus factores humanos y culturales inherentes. Esto se debe a que el 100% de las uvas con las que se elabora proceden exclusivamente de la zona geográfica de producción, su elaboración tiene lugar dentro de la misma zona geográfica y se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a *Vitis Vinífera* (nombre científico que se le otorga a la vid o parra). Además, según el Reglamento (CE) 479/2008, en el que se regulan los nombres geográficos de los vinos, existe otra clasificación para los vinos que no cumplen con todas las características anteriormente indicadas, que es la denominada Indicación Geográfica Protegida (I.G.P). De este modo, un vino pertenecerá a una I.G.P. si posee una calidad, reputación u otras características específicas atribuibles a su origen geográfico, y al menos el 85% de las uvas con las que se produce procederán exclusivamente de la zona geográfica. Además, su elaboración tendrá lugar en el área geográfica y se obtendrá de variedades vnicas pertenecientes a *Vitis vinífera* y otras especies del género *Vitis*.

Por otra parte, la pertenencia de un vino a una D.O. o a una I.G.P viene regulada por la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supra-autonómico.

Figura 1. Regulación de Vinos D.O.P y I.G.P



Fuente: Mora (2013)

España cuenta con 70 Denominaciones de Origen (ver Anexo 1) y en torno a ellas la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), en colaboración con el Ministerio

de Agricultura y Medioambiente, diseña y publica anualmente una guía de las denominadas Rutas del Vino.

El concepto de ruta del vino consiste en la integración bajo un mismo concepto temático de los recursos y servicios turísticos de interés, existentes y potenciales, de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial, con el fin de construir un producto desde la identidad propia del destino, de facilitar la comercialización conjunta de toda la zona y de garantizar el nivel de satisfacción de la demanda, impulsando así el desarrollo económico-social integral de la misma. (Eoi, 2012).

Actualmente ACEVIN colabora con 26 rutas del vino a lo largo de toda la península entre las que se encuentran: las Rutas del Vino de Alicante, Arlanza, El Bierzo, Bullas, Calatayud, Campo de Cariñena, Cigales, Empordà, Garnacha- Campo de Borja, Lleida-Costers del Segre, Jumilla, Marco de Jerez, Montilla-Moriles, Navarra, Penedès, Rías Baixas, Ribera del Duero, Ribera del Guadiana, Rioja Alavesa, Rioja Alta, Rueda, Serranía de Ronda, Somontano, Txakolí, Utiel-Requena y Yecla.

Además de lo que respecta a las rutas del vino, ACEVIN realiza anualmente una entrega de premios, con la que busca posicionar a España como país referente dentro del mundo del enoturismo entregando sus galardones entre trece categorías a diferentes bodegas, restaurantes, alojamientos e incluso municipios basándose en la calidad de su oferta enoturística.

Una vez que se ha identificado en qué consiste la actividad enoturística, se considera relevante determinar en qué medida España, a través de sus Comunidades Autónomas, pone en valor este tipo de actividades. Es por ello que, a continuación, se expone la situación de nuestro país y sus Comunidades Autónomas como destinos enoturísticos.

2. España como destino enoturístico

2.1. Enoturismo en España: historia y actualidad

El amor por el vino en España tiene su origen en la época romana, ya que fueron éstos los pioneros en plantar viñedos por toda la Europa Mediterránea. Después de la caída del Imperio Romano, en Europa el desarrollo de la viticultura y de la enología corrió a cargo de los monjes cristianos, que pusieron mucho empeño en mejorar todos los sistemas de elaboración de vino, aprovechando para ello los viñedos heredados de los romanos. Durante la Edad Media, Francia, Italia y España son los grandes productores y exportadores de vino desde el Medievo (Turismodevino, 2017).

Otro aspecto histórico que confirma el interés por el vino es la existencia de eventos, exposiciones, congresos y reuniones científicas que se realizaban en bodegas españolas. Existen documentos que prueban estos encuentros desde el siglo XIX, en algunos casos de carácter internacional. También es importante reseñar que el número de bodegas que realizaban este tipo de eventos era muy reducido y que el tipo de personas que las visitaban habitualmente pertenecían a las clases sociales más pudientes. Además, hablamos de viajes muy esporádicos con personas muy concretas y no de un tipo de turismo para todo el mundo o en muchas áreas productoras de vino y bodegas, como el que se realiza en la actualidad (Vinetur, 2013).

En el siglo XX, durante las décadas de los 80 y 90, algunas bodegas y denominaciones de origen dan un salto de más calidad y comienzan a ofertar verdaderos paquetes enoturísticos. Varias bodegas reconvierten parte de sus instalaciones (antiguos pabellones de caza, bodegas antiguas, conventos añejos) en lujosos hoteles, integrándose dichos hoteles o apartamentos en el conjunto de las instalaciones de las propias bodegas y en la mayoría de los casos rodeados de los propios viñedos, ofertando así a los visitantes no solo la tradicional visita a las bodegas, sino también la posibilidad de conocer más a fondo los procesos de elaboración y crianza de los vinos y sus características, mediante cursos de catas y otro tipo de actividades relacionadas con la vida de las bodegas y de los viñedos. En esta época también algunas D.O comienzan a poner en valor su patrimonio histórico y museístico.

Ya en el siglo XXI se va mostrando un mayor interés por parte del público en conocer la cultura del vino y es también cuando los vinos de nuestro país comienzan a mostrar sus

cualidades y extraordinarias calidades, capaces de competir con vinos de otros países. Además, el turismo enológico es ya una auténtica y prometedora realidad. Los primeros diez años se constituyeron como la década del despegue del enoturismo en nuestro país, ya que es una especialidad cada vez más atractiva para los turistas tanto extranjeros como nacionales. En 2010, ya el número de visitantes de las bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España ascendió a 1,4 millones de visitantes según datos del Observatorio Turístico de las Rutas del vino en España (Asociación Apoloybaco Los Vinos, 2010).

En 2014 el número total de visitantes registrados por las bodegas de las rutas integradas en Rutas del Vino de España ascendió a 2.124.229, de los que un 82,83% son visitantes de bodegas y un 17,17% son visitantes a museos (sin incluir el volumen de negocio generado, además, por otros establecimientos que también forman parte de las Rutas y de los viajes enoturísticos como alojamientos o restaurantes), el informe revela un volumen de negocio total de 42.542.858 €. Lo que supuso un aumento del 25,75% con respecto al año anterior (Hosteltur, 2015).

Las bodegas y museos del vino adheridos a Rutas del Vino de España generaron un volumen de negocio de 49 millones de euros en 2015, un 15,2% más que el año anterior, según la octava edición del informe que cada año realiza ACEVIN. Además, la cifra de visitantes a estos establecimientos se incrementó un 5,59%, con más de 2,2 millones (Hosteltur, 2016).

Durante el 2016, el enoturismo ha crecido un 21%, según los datos del último informe de ACEVIN, en el que afirma que el impacto económico generado por las visitas a bodegas y museos del vino adheridos a Rutas del Vino de España ha aumentado casi un 11% y supera los 54 millones de euros. La cifra total de visitantes ascendió a 2.714.409 visitas, lo que representa un crecimiento del 21,02%. Ratificando así, la buena salud del turismo del vino año tras año.

En la actualidad, España es el tercer país del mundo con mayor producción de vino, detrás de Italia y Francia, cuenta con más de 700.000 hectáreas de viñedos, una producción de 37.8 millones de hectolitros y 61 Consejos Reguladores encargados de proteger la calidad de la producción vinícola de su zona (Vinetur, 2016).

2.2. Principales destinos enoturísticos

Tal y como se ha comentado anteriormente ACEVIN publica cada año las rutas del vino de España, las cuales facilitan información sobre los destinos en los que realizar actividades enoturísticas y que, por tanto, es posible asociar a destinos enoturísticos.

Las rutas del vino publicadas más recientemente (2016) suman un total de 26, que es posible localizar en 12 de las 17 Comunidades Autónomas del país. La Tabla 1 incluye la distribución de dichas rutas en función de las Comunidades Autónomas a las que pertenecen.

Tabla 1. Distribución de las Rutas del Vino por Comunidades Autónomas.

Comunidad Autónoma	Ruta
Andalucía	Brandy del Marco de Jerez
	Montilla-Moriles
	Ronda
Aragón	La Garnacha-Campo de Borja
	Campo de Cariñena
	Somontano
Comunidad Valenciana	Alicante
	Utiel-Requena
Cataluña	Lleida-Costers del Segre
	Empordá
	Penedés
Extremadura	Ribera del Guadiana
Galicia	Rías Baixas
La Rioja	Rioja Alavesa
	Rioja Alta
Navarra	Navarra
País Vasco	Txakolí de Airaldea
Castilla y León	El Bierzo
	Ribera del Duero
	Rueda
	Cigales
	Arlanza
Región de Murcia	Bullas
	Jumilla
	Yecla

Fuente: Elaboración propia a partir de ACEVIN (2016)

A continuación, se identifican las principales actividades enoturísticas que se ofertan en algunas de las Comunidades Autónomas planteadas anteriormente.

Andalucía

Las Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez, con 501.783 visitantes durante 2016, se consolida como la segunda ruta más visitada de las rutas del vino de España (ACEVIN, 2017) que colabora con las siguientes bodegas: Bodega Cooperativa Católico-Agrícola de Chipiona, Bodegas Yuste Miraflores, Bodegas Álvaro Domecq, Bodegas Barbadillo, Bodegas Caballero o Bodegas Cortijo de Jara, entre muchas otras. Esta Ruta del Vino ofrece actividades muy variadas, tales como: Ruta en 4x4 por las viñas de la Bodega Luis Pérez; Gastro Golf Jerez, en el que se oferta la práctica del golf junto con el maridaje de vinos y platos típicos de la tierra pudiendo optar por alojarte en el complejo del propio campo de golf o presenciar en directo de un show de cocina, una visita guiada por los mejores monumentos de la ciudad de Jerez, tanto religiosos como civiles, y también se visitaran las bodegas del Grupo Estévez donde los clientes podrán disfrutar de sus vinos y del arte pictórico de los mejores autores de los últimos siglos de la pintura española: Goya, Velázquez, El Greco, Zurbarán... y de la colección de grabados "Suite Bollard", de Pablo Picasso (Las Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez, 2017).

Ruta del Vino Montilla-Moriles, con 19.627 clientes en el año 2015 (RutasVinodEspaña, 2016) ofrece a sus clientes visitas a museos y monumentos, ruta de lagares, visitas a establecimientos de productos artesanales, catas dirigidas, exhibiciones de flamenco, desayunos molineros a base de exquisito aceite con denominación de origen, rutas de senderismo, paseos a caballo... (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Ronda, engloba los municipios de Ronda y Arriate, se integra en la Denominación de Origen “Málaga. Sierras de Málaga”, abrazada por los Parques Naturales de Grazalema, Sierra de las Nieves y Los Alcornocales, los dos primeros declarados por UNESCO “Reserva de la Biosfera”. Los 20.635 visitantes que recibió esta ruta del vino en 2015 (RutasVinodEspaña, 2016) pudieron realizar actividades tales como: espeleología, cicloturismo, piragüismo, barranquismo, senderismo, observación de aves, contacto con el toro bravo, etc. No obstante, los enoturistas también pueden disfrutar la experiencia de pasear entre viñedos, cursos de cata, catas armonizadas con gastronomía local, relajantes tratamientos de vinoterapia, alojamientos con encanto o conciertos de música clásica, jazz, etc. todo ello en las propias bodegas. (Acevin, 2017).

Aragón

Ruta del Vino de la Garnacha-Campo de Borja, en 2015 esta ruta recibió 52.804 visitantes, que pudieron disfrutar de los Senderos de la Garnacha, pequeños recorridos balizados, equitación, alpinismo, escalada, raquetas de nieve, parapente, kitesurf, windsurf... Además, esta ruta del vino cuenta con alojamientos rurales, restaurantes de comida tradicional con toques modernos y bodegas familiares donde degustar los mejores vinos de la zona. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino del Campo de Cariñena, durante 2015 sus 17.473 visitantes (RutasVinodEspaña, 2016) pudieron disfrutar de La Sierra de Algairén, el Arte Mudéjar o el Río Huerva, además cuenta con establecimientos hoteleros, de restauración, alojamientos rurales y comercios especializados. La Ruta colabora con la Fundación Fuendetodos Goya, programando visitas a la Casa Natal del pintor y el Museo del Grabado en Fuendetodos. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Somontano, es la más puntera de las tres rutas del vino que tiene Aragón, con 55.713 visitantes en 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). En ella se pueden visitar bodegas, realizar de todo tipo de actividades en viñedos, hacer cursos de cata. Asimismo, se puede disfrutar en plena naturaleza de su amplia red de itinerarios senderistas y ciclistas, además de visitar los abrigos del arte rupestre o practicar deportes de aventura en la sierra de Guara. (Acevin, 2017).

Comunidad Valenciana

Ruta del Vino de Alicante, con 39.794 visitantes en el 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). En esta ruta los enoturistas tienen la posibilidad de visitar lugares de gran valor cultural, así como contemplar un amplio patrimonio histórico artístico. Además, permite disfrutar del atractivo de sus fiestas y eventos de carácter turístico y cultural, así como de la elaborada, tradicional e innovadora gastronomía. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Utiel-Requena, en esta ruta los visitantes podrán conocer cómo se realizan los vinos y cavas de esta región visitando sus bodegas centenarias y los museos creados en torno al mundo del vino, pasear por sus parajes naturales o recorrer las calles de sus municipios llenos de historia. También tendrán la posibilidad de practicar todo tipo

de actividades relacionadas con el turismo activo en el parque natural de las Hoces del Cabriel (Acevin, 2017). Dicha ruta recibió 35.830 visitantes durante 2015.

Cataluña

Ruta del Vino de Lleida-Costers del Segre, 37.020 fueron los visitantes que asistieron a esta ruta durante 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). Entre las numerosas actividades que el visitante puede realizar están la visita guiada a bodegas, monumentos, museos y centros de interpretación, también puede disfrutar de los cursos de cata de vino y aceite, los maridajes, la compra de productos delicatessen, las rutas BTT, rutas de senderismo, deportes de aventura, actividades acuáticas o actividades relacionadas con la observación de aves (ornitología). Además, en octubre se celebra la fiesta del Vino de Lleida donde la ciudad se vuelca para ofrecer al visitante lo mejor de su tierra en una fiesta que reúne a más de 5000 personas cada año (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Empordá, con 92.092 visitantes durante 2015. El Empordà ofrece impresionantes paisajes de viñedos, una cultura gastronómica reconocida en todo el mundo y una oferta ilimitada de cocina familiar, muy arraigada a la tierra y a los productos locales. Además, cuenta con una de las infraestructuras hoteleras y turísticas más importantes del Mediterráneo, vinculadas al turismo de sol y playa, al turismo rural, al turismo activo y al turismo enogastronómico. Durante todo el año se ofrecen servicios y actividades que incluyen comidas y estancias en bodegas situadas en lugares con encanto y bellos parajes naturales, conciertos en salas de botas, picnics en el campo, paseos con trencito y a caballo, salidas a bordo de un velero o catamarán, con degustación de vino, recorridos de cicloturismo con visitas en bodegas, cooperativas, visitas teatralizadas para familias, cocina en directo, tratamientos de vinoterapia, etc. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino del Penedés, se trata de la ruta que más visitantes recibió durante 2015 en toda España, con un récord de 464.825 visitantes. En esta ruta del vino los visitantes pueden realizar diferentes actividades, como montar en globo, en bicicleta, a caballo o recorrer a pie sus diferentes rutas temáticas. También pueden conocer las fiestas y el patrimonio cultural y natural de la zona mediante las rutas de modernismo, la Ruta de los Castillos o las rutas guiadas a los parques naturales y comarcales. Vivir una experiencia enoturística en bodegas y cavas, pudiendo hacer su propio cava, realizar talleres que se

realizan alrededor de los vinos y la vendimia, etc. Además de disfrutar de la deliciosa gastronomía de la zona como una enocalçotada, el gall del Penedès, el xató (Acevin, 2017).

Extremadura

Ruta del Vino de la Ribera del Guadiana, es la única ruta enoturística de Extremadura que permite a sus visitantes practicar el turismo activo. Otra opción es tomar parte en cursos de cata, así como disfrutar de paseos entre viñedos, rutas en burro, circuitos de aguas termales o tratamientos de vinoterapia. Asimismo, la ruta ofrece una larga lista de actividades culturales, que van desde visitas guiadas y exposiciones de pintura, hasta el famoso Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida, que tiene lugar durante el verano en el histórico Teatro Romano de la ciudad (Acevin, 2017). Un total de 38.553 visitantes realizó esta ruta durante 2015.

Galicia

Ruta del vino de las Rías Baixas, es la única ruta enoturística de Galicia. Sus 88.679 visitantes durante 2015 (RutasVinodEspaña, 2016) pudieron disfrutar de las actividades más puramente enoturísticas, aunque también destacan: los paseos a pie, en bicicleta, a caballo, el senderismo o el golf. Del mismo modo, las costas de las rías y sus ríos permiten practicar vela, piragüismo, surf, windsurf, submarinismo o la pesca deportiva. Todo ello se complementa con actividades culturales y con tratamientos que ofrecen sus talasos y spa (Acevin, 2017).

La Rioja

Ruta del Vino Rioja Alavesa, es la ruta del vino más visitada en el País Vasco con 150.992 visitantes en 2015, los visitantes de esta ruta pueden disfrutar de un importante patrimonio cultural, natural, arqueológico y artístico íntimamente ligado a la cultura vitivinícola. Como principales propuestas, destacan los cursos de cata, recorridos por poblados de la edad de Bronce, actividades de ocio en la naturaleza y paseos entre villas amuralladas, viñedos y dólmenes (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de la Rioja Alta, esta ruta del vino dispone de un total de 15 rutas de senderismo de los que sus visitantes podrán disfrutar. Además de diversos museos y

centros de interpretación o participar en catas de vino, jornadas gastronómicas y degustaciones de productos típicos de la zona (Acevin, 2017). 264.591 personas realizaron esta ruta del vino durante 2015.

Navarra

Ruta del Vino Navarra, la única ruta del vino de Navarra complementa las actividades desarrolladas entorno al vino con propuestas de conocimiento de los paisajes y los ciclos de la vid desde la propia viña, mediante los miradores interpretativos y senderos por viñedos. Estos lugares se encuentran señalizados y contienen información impresa y audiovisual sobre el entorno y los elementos de especial relevancia histórica, cultural y natural relacionados con el vino y su apasionante cultura. (Acevin, 2017). Esta ruta del vino recibió 38.748 visitantes durante 2015 (RutasVinodEspaña, 2016).

País Vasco

Ruta del Vino Txakolí de Aiaraldea, la única ruta del vino del País Vasco recibió 5.679 visitantes durante 2015. Sus visitantes pudieron disfrutar de un paseo entre las viñas, conocer los procesos de elaboración del Txakolí, aprender el proceso de elaboración del queso y la miel. También pudieron divisar sus viñedos en globo o en parapente, caminar por el Parque Lineal del Nervión, el Camino Real de la Sopeña o el Cinturón de Hierro, o a lomos de un caballo. Visitar los cascos históricos de Artziniega y Orduña, el Conjunto Monumental de Quejana y los diferentes museos de Aiaraldea. Además de disfrutar de la gastronomía típica del País Vasco realizando la “ruta del Txakolí”. Esta ruta también permite a sus visitantes hacer su propio Txakoli y es que durante la vendimia estos pueden participar en el proceso de elaboración y cuando el vino esté listo lo envían a la casa de los nuevos viticultores. (Acevin, 2017).

Castilla y León

Ruta del Vino El Bierzo, esta ruta ofrece una amplia oferta enoturística: visitas guiadas a bodegas y viñedos, cursos de cata, degustación de caldos y productos autóctono, aunque también dispone de un gran patrimonio cultural y natural, entre el que destaca el famoso Camino de Santiago. Y la Mirada Circular, una iniciativa de turismo inteligente y sostenible que gira en torno a la comarca de El Bierzo, con una extensión total de 330 km

repartidos en 15 rutas de senderismo diferentes (Acevin, 2017). De todo este patrimonio pudieron disfrutar sus 23.213 visitantes durante el 2015. (RutasVinodEspaña, 2016).

Ruta del Vino Ribera del Duero, es una de las tres rutas más visitadas en nuestro país con 269.909 visitantes en 2015. En esta ruta del vino se puede encontrar cultura, gastronomía, patrimonio, naturaleza o artesanía. Desde una cata en una bodega a la visita a un museo, degustaciones culinarias, paseos entre viñedos o tratamientos de salud y belleza a través de la vinoterapia. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino Rueda, 26.896 visitantes disfrutaron en 2015 de esta ruta del vino que ofrece a sus visitantes la oportunidad de sumergirse en la cultura del vino, desde dentro, realizando visitas guiadas a bodegas y viñedos, degustaciones o maridajes, entre otras. Además, sus visitantes podrán disfrutar de su riqueza cultural y patrimonial siguiendo el Camino de la Reina Isabel La Católica y recorriendo la huella de Juana la Loca. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino Cigales, es la menos visitada de Castilla y León según los últimos datos registrados, con 4.931 visitantes durante 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). Esta ruta permite a sus visitantes realizar actividades complementarias a la visita de bodegas tales como conocer los animales de una granja, realizar paseos a caballo entre viñedos, realizar cerámica en una bodega tradicional, recoger miel en las colmenas, aprender a realizar fotografías de paisajes, conocer la realización de chocolate o realizar una visita guiada sumando actividades. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Arlanza, recientemente añadida a las rutas del vino de España esta ruta ofrece a sus visitantes la experiencia única de atravesar el Desfiladero de la Yecla, los distintos recorridos a través de las tres comarcas naturales que baña el río Arlanza: El Cerrato, Arlanza y la Sierra de la Demanda. Cada una de ellas aporta al territorio de la D.O. Arlanza sus propias peculiaridades paisajísticas y recursos naturales. (Acevin, 2017).

Además de las rutas y actividades enoturísticas comentadas anteriormente, que configuran una serie de destinos enoturísticos en España, se ha identificado que en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia existen tres rutas del vino que se

relacionan directamente con las tres Denominaciones de Origen que conviven en dicha comunidad: Bullas, Jumilla y Yecla.

Región de Murcia

Ruta del Vino de Bullas, esta ruta lidera el ranking de las rutas del vino en esta Comunidad Autónoma con 21.104 visitantes durante 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). Los visitantes de esta ruta pueden empaparse de la vitivinicultura que caracteriza a esta tierra desde la época romana, hecho que deja constancia el Niño de las Uvas (escultura encontrada en la villa romana de Los Cantos), solo en su casco urbano se conservan más de 200 bodegas tradicionales que datan de los siglos XVIII y XIX. Además de contar con un Museo del Vino, el primer domingo de cada mes se celebra un mercadillo de productos tradicionales, llamado “El Zacatín”. También hay que destacar que octubre es el mes dedicado al vino. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Jumilla, esta ruta recibió 20.927 visitantes durante el año 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). Este municipio está surcado por alineaciones montañosas entre las que destaca la Sierra del Carche en la que los visitantes de esta ruta pueden disfrutar de una serie de actividades deportivas como: parapente, escalda, ala delta, espeleología y el sendero GR7 (proveniente del norte de España). Como puntos fuertes a destacar para los enoturistas que visitan esta ruta están las actividades “Música entre Vinos” cada fin de semana entre mayo y julio, una de las bodegas de la ruta ofrece conciertos de tipo de música y “Jornadas Gastronómicas” celebradas en los fines de semana de noviembre donde se pueden degustar menús típicos jumillanos en los restaurantes de la ruta. (Acevin, 2017).

Ruta del Vino de Yecla, esta joven ruta fue visitada por tan solo 3.580 enoturistas durante el año 2015 (RutasVinodEspaña, 2016). Las actividades a destacar de esta ruta del vino según el calendario del municipio son: “La Ruta del Vino y la Tapa” celebrado en Abril, la “Gala Enoturista del Año” en el mes de Mayo, en la que se hace entrega de los premios del “Certamen Vinos DO Yecla del Consejo Regulador”, “La Fiesta de la Vendimia” durante Septiembre en la que se representa la pisa de la uva y se degustan los primeros vinos de la temporada, todo ello amenizado con conciertos populares y “La Noche Tinta” celebrada en el Día Europeo del Enoturismo (Noviembre) donde se celebra un “Maratón Enoturístico donde se catan los primeros vinos Monastrell, se visitan bodegas y se

degustan los platos tradicionales de la zona elaborados por las empresas asociadas a esta ruta. (Acevin, 2017).

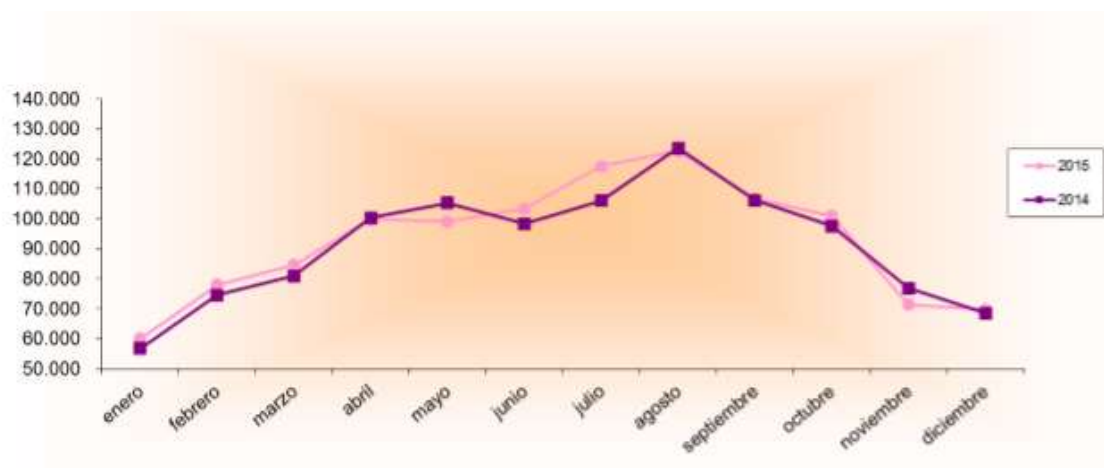
Estas tres rutas del vino suponen una oportunidad a la hora de diseñar actividades o experiencias paralelas basadas en el enoturismo que permitan generar nuevas ofertas y alternativas turísticas diferentes a las ya existentes en esta Comunidad Autónoma. Es por ello que, para cumplir el objetivo anterior, a continuación, se analiza en mayor medida qué productos enoturísticos se ofrecen en cada una de estas rutas.

3. La Región de Murcia como destino enoturístico

Según Murciaturística (2017), entre su oferta de productos turísticos se incluyen 14 tipos de actividades turísticas, pudiendo diferenciar los siguientes: sol y playa, religioso, cultura/mice/ciudades, senior, náutico-buceo, fútbol, golf, naturaleza y activo, salud y belleza, gastronómico, enoturismo, camping, cruceros e idiomático. Sin embargo, a nivel nacional la Región de Murcia es conocida principalmente por la explotación del turismo de sol y playa, que destaca por su masividad, pero también por su elevada estacionalidad.

La figura 2 muestra la elevada estacionalidad que sufre la Región, ya que la afluencia de turistas es mucho mayor entre los meses de abril y Septiembre/Octubre coincidiendo con la Semana Santa española y la época de verano que debido al buen tiempo del que disfruta la región permite alargar la temporada estival hasta estos meses más otoñales, ofertando casi en exclusividad el turismo de sol y playa. Mientras que desde noviembre hasta marzo la afluencia de turistas decrece.

Figura 2: Evolución del número de viajeros de la Región de Murcia



Fuente: INSTITUTO DE TURISMO Unidad de Estadística. Región de Murcia, 2016

El turismo de sol y playa y la motivación de consumo de estos dos elementos influye inevitablemente en la estacionalidad del turismo, que es eminentemente tradicionalista debido a que tanto las vacaciones de la mayor parte del segmento trabajador, como las de los escolares tienen lugar durante los meses de verano (Rossel, 2005).

Y, para afrontar la estacionalidad del turismo, los destinos se ven obligados a trabajar con dos factores (Rossel, 2005):

- Mantener una elevada tasa de repetición del destino, que incite a repetir varias veces al año o segmentar la temporada larga de verano en estancias más cortas a lo largo del año, siendo la clave del éxito la calidad.
- Crear productos nuevos basados en los recursos disponibles de la zona afín de captar nuevos segmentos de mercado, siendo la clave del éxito la imaginación.

En línea con lo que establece este segundo factor, la oferta de productos enoturísticos en la Región de Murcia podría paliar los inconvenientes que plantean las actividades asociadas al turismo de sol y playa.

Con la intención de analizar a la Región de Murcia como destino enoturístico, en primer lugar, es necesario identificar los recursos con los que cuenta a la hora de orientarse hacia el sector del enoturismo. En los siguientes apartados se detallarán las denominaciones de origen, bodegas, museos y alojamientos que configuran la oferta enoturística de la Región de Murcia.

3.1. Denominaciones de origen

En la Región de Murcia conviven tres Denominaciones de Origen: Bullas, Jumilla y Yecla, que a continuación se detallan.

Denominación de Origen de Bullas

Los vinos de la Denominación de Origen de *Bullas* se elaboran con uvas procedentes de viñedos situados en los términos municipales de Bullas, Cehegín, Mula, Pliego y Ricote y en parte de los términos de Calasparra, Caravaca, Lorca y Moratalla. (Carm.es, 2017). Los tintos son elaborados principalmente con la variedad Monastrell, al igual que los rosados, lo que les confiere un carácter alegre y mediterráneo. Los blancos se elaboran principalmente con la variedad Macabeo. (Carm, 2017).

Actualmente, las variedades autorizadas en el Reglamento de la D.O. Bullas para complementar las anteriores, son:

- Tintas: Cabernet Sauvignon, Garnacha Tintorera, Merlot, Petit Verdot, Syrah y Tempranillo. (Carm.es, 2017).
- Blancas: Airén, Chardonnay, Malvasía, Moscatel, Moscatel de Grano Menudo y Sauvignon Blanc. (Carm.es, 2017).

Figura 3: Logo Denominación de Origen de Bullas.



Fuente: www.vinosdebullas.es (2017)

Denominación de Origen de Jumilla

La Denominación de Origen *Jumilla* se extiende por el término municipal de Jumilla y 6 municipios de la provincia de Albacete. La variedad predominante es Monastrell para los tintos y Airen, Macabeo y Pedro Ximénez para los blancos. La introducción de otras cepas, principalmente Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah en las tintas, están teniendo excelentes resultados, dando lugar a lo que la crítica especializada ha denominado “nuevos Jumillas”, que conservan los aromas frutales típicos de la Monastrell con la carnosidad y plenitud de las nuevas variedades. Los vinos de Jumilla han alcanzado un alto nivel de reconocimiento dentro del panorama vinícola español. (Carm.es, 2017).

Figura 4: Logo Denominación de Origen de Jumilla



Fuente: Consejo Regulador DOP Vinos de Jumilla (2017)

Denominación de Origen de Yecla

Esta Denominación de Origen comprende exclusivamente el término municipal de *Yecla*. Se cultiva Monastrell para tintos y Macabeo para blancos, aunque se ha evolucionado introduciendo nuevas variedades que se adaptan perfectamente al suelo y clima. Los vinos de Yecla son fundamentalmente jóvenes, afrutados y con carácter propio. Sus vinos de crianza, en barricas de roble americano y francés poseen tonos teja y matices de vainilla. Se trata de una Denominación de Origen en plena expansión y con un brillante futuro. (Carm.es, 2017).

Figura 5: Logo Denominación de Origen de Yecla



Fuente: (Yeclavino.com, 2017)

3.2. Bodegas

Otro recurso clave a la hora de definir actividades enoturísticas son las bodegas. La Región de Murcia cuenta con un total de 48 bodegas que colaboran con las tres D.O, de las cuales 36 se pueden visitar. Las tablas 2, 3 y 4 incluyen el nombre de cada una de ellas, así como su horario y las actividades que en ellas se realizan. Un total de 11 bodegas se encuentran localizadas en Bullas, 28 en Jumilla y 9 en Yecla, las cuales se encuentran recogidas en las Tablas 2, 3 y 4, respectivamente.

Tabla 2. Bodegas colaboradoras con la D.O. de Bullas

Bodegas	Horario	Actividades
Balcona S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visitas guiadas y catas comentadas
Carrascalejo S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visitas guiadas y catas comentadas
Cepa Mundi, S.L.	-	-
Contreras, S.L.	Sábados 12:00-14:00, 5€ por persona.	Visitas guiadas, catas comentadas y cursos de catas
Fernando Carreño Peñalver	Flexible (contactar previamente)	Visitas guiadas y catas comentadas
Molino y Lagares de Bullas (Bodegas LAVIA)	Miércoles, jueves y viernes de 10:00 a 14:00 Fin de semana: Es necesario reservar por teléfono. 10, 15 y 30 € por persona.	Visitas guiadas, catas comentadas y la posibilidad de visitar la Sierra de Bullas
Monastrell	Flexible (contactar previamente) Domingos cerrada	Visita guiada y catas comentadas
Tercia de Ulea	Sábados, Domingos y Festivos. 9:00 a 14:00 Hrs.	Visita guiada y catas comentadas
El Rosario	Lunes y miércoles de 10.00 a 14.00h / 16.00 a 18.00h (Recomendable concertar visita) Resto de semana (Incluido sábados y domingos): Visitas concertadas	Visita guiada y catas comentadas
San Isidro de Bullas	De lunes a viernes, de 10:00 a 13:30 y de 16:00 a 19:00 h 4€/persona	Visita guiada y catas comentadas
M. Pilar Quesada Gil (Mundo Enológico Q&M)	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de CARM

Tabla 3. Bodegas colaboradoras con la D.O. de Jumilla

Bodegas	Horario	Actividades
Domecq Wines España S.A.	Días laborables: 10:30 h y 13:00 h Fines de semana y festivos: 10:30 h y 13:00 h 10 € /persona.	Visita guiada y catas comentadas
Asensio Carcelén N.C.R.	-	-
Barón de Solar	-	-
1890, S.A.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Arloren, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Bleda, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas con maridaje de aperitivos
Carchelo, S.L.	Flexible (contactar previamente) 6€/persona.	Visita guiada y catas comentadas
Delampa S.L.	-	-
Fernández, S.A.	-	-
Solana del Mayorazgo, S.L.U.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Huertas, S.A.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Juan Gil, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Luzón, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Olivares S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Salzillo, S.L.	Lunes a jueves. Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
San Isidro - B.S.I.	Lunes a viernes: Mañanas: 08:00-13:30h Tardes: 15:30-19:30h Sábados, Domingos y Festivos: 10:00-14:00h	Visita guiada y catas comentadas. Cursos de cata y maridaje con vinos y aceites. Celebración de eventos. Música Entre Vinos y Vendimia en Familia (eventos que realizan anualmente).
Silvano García	Lunes-viernes: de 8:30 h a 14:00h y de 16:00h a 20:00h. Sábados: de 9:00 a 14:00h y Domingos y festivos: de 10:30h a 14:00h.	Visita guiada y catas comentadas con maridaje de quesos y embutidos de la zona. Cuenta con la sala de “Los Sentidos del Vino” un espacio interactivo donde

		descubrir los aromas ligados al vino.
Viña Elena S.L.	Meses de otoño a primavera. Lunes a viernes: 10 a 13 h.	Visita guiada Bodega y viñedos 6€ Visita guiada Bodega + subida a la finca “El Calvario” 10€. Almuerzo campero 16€.
Bodegas y Viñedos Casa de la Ermita, S.L.	Lunes a sábados: 13:30 a 16:00h. Domingos y Festivos: bajo petición	Visita guiada y catas comentadas
Domus Agrícola, S.L.	-	-
El Nido S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Fermín Gilar Guardiola	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Finca Omblancas, S.A.	-	-
Hacienda del Carche, S.L.	Flexible (contactar previamente)	https://www.haciendadelcarche.com/wp-content/uploads/2015/09/EN OTURISMO.pdf
Lo Nuevo Spain, S.L.	-	-
Pedro Luis Martínez, S.A.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Propiedad Vinícola Casa Castillo	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Viña Campanero S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas

Fuente: Elaboración propia a partir de CARM

Tabla 4. Bodegas colaboradoras con la D.O. de Yecla

Bodegas	Horario	Actividades
Viñedos y Bodegas José María Martínez Verdú, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Castaño, S.L.	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
Enrique Trenor y Lamo de Espinosa	Flexible (contactar previamente)	Visita guiada y catas comentadas
La Purísima, S.C.L.	Lunes a viernes: 9:00 a 14:00 y de 16:00 a 19:00. 10€ por persona.	Visita guiada y catas comentadas
Bodegas y Viñedos Evine, S.R.L.	Flexible (contactar previamente)	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a nuestra Bodega y viñedos • Catas de vino

Bodegas y Viñedos La Casa de las Especias, S.C.L.	-	-
Señorío de Barahonda, S.L.	Lunes: bajo petición Martes a sábado: 11:30 - 12:00h	Visita y cata (10€) Visita, cata y restaurante (5€ más precio del menú) Visita a la carta (bajo presupuesto)
Lázaro del Corso S.L.	-	-
José Jiménez Serrano	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de CARM

3.3. Museos

Por otro lado, en la Región de Murcia existen dos museos dedicados al vino que se encuentran en Bullas y Jumilla.

Museo del Vino de Bullas

Este museo abre sus puertas al público de martes a sábados, por las mañanas de 10.30 a 14.00 horas y durante las tardes de 17.00 a 20.00 horas y los Domingos y festivos de 10.30 a 14.00 horas.

Las entradas tienen un precio de individual de 3€ y para grupos de más de 12 personas el precio es de 2 €.

La exposición presenta, de forma didáctica, todos los procesos seguidos en la elaboración del vino, diferenciando claramente entre procedimientos tradicionales y actuales. La bodega que alberga el Museo del Vino data del siglo XIX y sus más de 1.400 m² ofrecen al visitante amplias posibilidades para recrearse en el ambiente cultural surgido en torno al vino (Museo del Vino de Bullas, 2017)

Museo del Vino de Jumilla

El Museo del Vino Juan Carcelén no tiene horario preestablecido y su entrada es gratuita para grupos reducidos, previa cita telefónica.

Su exposición cuenta la historia y la cultura del vino en Jumilla a través de la recopilación de máquinas y utensilios utilizados en la vitivinicultura a lo largo de la historia de este municipio. (Regmurcia.com, 2017)

3.4. Alojamientos

Otro de los recursos fundamentales en el diseño de una ruta enoturística por la Región de Murcia es el alojamiento, a continuación, se van a citar ejemplos de hoteles localizados en las zonas que van a ser visitadas en el tour (Bullas, Jumilla y Yecla), con una breve descripción de los mismos y la puntuación que obtienen en páginas web referentes para los viajeros como: TripAdvisor y Booking, ya que son estos mismos los que juzgan y puntúan dichos hoteles después de su experiencia en ellos.

Alojamientos en Bullas

Bullas dispone solo de un hotel con capacidad para albergar esta experiencia, el resto de los alojamientos existentes en este municipio son pensiones, casas rurales y un albergue, incompatibles con el buen desarrollo de la misma.

- **Hotel SG Bullas ***:** Este hotel está localizado a escasos kilómetros del corazón del municipio de Bullas, dispone de 20 habitaciones distribuidas en habitación simple, doble, triple y cuádruple. (Hotelsg.net, 2017).
Puntuación en TripAdvisor: 4/5
Puntuación en Booking: 7.7/10

Alojamientos en Jumilla

- **Hotel Enoturismo Spa Maitenes****:** Se encuentra en el Paraje de Maitenes, anexo a la población de Fuente-Álamo (Albacete). Este Hotel-Spa cuenta con 14 habitaciones y su particularidad es que cada una de ellas lleva el nombre de una especie de uva: Merlot, Monastrell, Tempranillo, Garnacha... Entre sus servicios dispone de su propio viñedo, “museo del vino”, bodega, Spa que brinda tratamientos basados en la enoterapia, estos tratamientos constan de una primera exfoliación de la piel mediante el uso de pepita de uva. Seguida de un baño de uva morada para la relajación con extractos de polifenoles y, para terminar, un masaje corporal con aceite de pepita de uva. (60€/persona)
Además, oferta a sus clientes un curso de cata que se realiza todos los sábados cuya duración es de 2h y media y se compone de: una visita a la bodega y a los viñedos,

visita al museo enológico, cata comentada con aperitivo y un regalo de iniciación a la cata junto con un diploma. (25€/persona). (Enoturismo Maitenes, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 4/5

Puntuación en Booking: 7´1/10

- **Hotel Pío XII **:** Localizado en la propia Jumilla, cuenta con 27 habitaciones distribuidas en habitaciones dobles y doble superior. (Hotelpioxii.com, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 4/5

Puntuación en Booking: 7´5/10

- **Hotel Monreal ***:** Se encuentra a escasos minutos a pie del centro de Jumilla, este hotel colabora con la “Ruta del Vino de Jumilla” y dispone de diferentes modalidades de habitación entre las que se encuentran: habitación individual, doble, triple, matrimonio (matrimonio con salita, matrimonio con hidromasaje, matrimonio grande), familiar. (Hotelmonreal.net, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 4/5

Puntuación en Booking: 8´3/10

Alojamientos en Yecla

- **Casa Boquera:** Está localizado en el Paraje Boquera del Carche a tan solo 10 km de Yecla, es un pequeño hotel de tan solo 11 habitaciones cuyos nombres coinciden con nombres de reconocidas cepas: Gran reserva Shyra, Cabernet Sauvignon, Merlot... Ubicado en el centro de un viñedo con vistas al valle de la Boquera. Además, posee en sus instalaciones de una bodega propia, aunque no hacen visitas a la misma. (Casaboquera.es, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 4´5/5

Puntuación en Booking: -/10

- **Hotel La Paz:** Situado a 2 kilómetros del centro de Yecla, dispone de habitaciones distribuidas en Junior Suite, habitación estándar y habitación Superior Junior Suite. (Lapaz-hotel.com, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 3´5/5

Puntuación en Booking: 8/10

- **Hotel Avenida*:** El hotel se encuentra localizado en el centro de Yecla, junto a la céntrica plaza de la Constitución y solo dispone de un tipo de habitación, la doble. (Booking.com, 2017).
Puntuación en TripAdvisor: 3,5/5
Puntuación en Booking:8,2/10

Además de los hoteles existentes en los municipios correspondientes con las Denominaciones de Origen, se han identificado diferentes opciones que se encuentren en municipios vecinos que permitirían ampliar las zonas visitadas como parte de la experiencia.

Alojamientos en Archena

- **Hotel Levante ****:** Este hotel se encuentra localizado en el municipio de Archena, en el interior del recinto del propio Balneario. Un hotel moderno y funcional, cuenta con 70 habitaciones (cuya disponibilidad es Habitación Doble, Habitación Superior y Habitación Familiar, esta última con capacidad para albergar a tres personas). (Balneario de Archena, 2017).
Puntuación en TripAdvisor: 3,5/5
Puntuación en Booking: 8,1/10
- **Hotel Termas****:** Al igual que el anterior este hotel pertenece al conjunto de hoteles que componen el recinto del Balneario de Archena, comparte a su vez características similares al Hotel Levante, pero con una decoración de estilo mozárabe. Cuenta con 67 habitaciones de tipología Habitación Clásica (doble), Habitación Superior y Habitación Familiar (con capacidad para 3 personas). (Balneario de Archena, 2017).
Puntuación en TripAdvisor: 3,5/5
Puntuación en Booking: 8,1/10
- **Hotel León***:** También perteneciente al conjunto de hoteles pertenecientes al Balneario de Archena, dispone de 117 habitaciones cuya disponibilidad es Habitación Doble, Habitación Superior y Habitación Familiar (esta última con capacidad para albergar a tres personas). (Balneario de Archena, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 3/5

Puntuación en Booking: 7,6/10

- **Hotel Hyltor****:** Un edificio de nueva construcción, de estilo vanguardista. Situado en el municipio de Archena y a tan solo 1 km del Balneario. Dispone de habitaciones de tipología Junior Suite, Individual, Doble, Matrimonial, Doble + Niño y Doble con Terraza. (Hyltor****, 2017)

Puntuación en TripAdvisor: 3,5/5

Puntuación en Booking: 7,6/10

- **Hotel La Parra:** El Hotel La Parra es un hotel sencillo y familiar localizado junto al Parque Villarias, en Archena, a sólo 1,5 km del Spa Archena. Cuenta con habitaciones de tipología Individual, Doble y Triple. (Parra, 2017)

Puntuación en TripAdvisor: 3/5

Puntuación en Booking: 8/10

Alojamientos en Cieza

- **Hotel San Sebastián Hospedería:** El hotel conserva la fachada y la escalera originales del edificio y está situado en el centro histórico de Cieza. La tipología de las habitaciones con las que cuenta: Doble, Doble Superior con vistas, Doble (ático), Suite Junior, Suite Loft. (Sansebastianhospederia.com, 2017).

Puntuación en TripAdvisor: 3/5

Puntuación en Booking: 8,7/10

4. Diseño de una experiencia enoturística en la Región de Murcia

Tras identificar los recursos enoturísticos con los que cuenta la Región de Murcia, a continuación, se plantea el diseño de una experiencia que se configure como un nuevo producto turístico que englobe a las tres Denominaciones de Origen que en ella conviven, ofreciéndola así, como alternativa a la oferta ya disponible.

Es por ello que, a continuación, planteamos cuáles pueden ser las variables del marketing mix (producto, precio, promoción y distribución) que van a ser la base de la configuración de la oferta.

4.1 *El producto: experiencia enoturística por la Región de Murcia*

La experiencia, que está diseñada para que sea realizada en fin de semana, tendrá como actividad principal cada una de las rutas del vino presentes en la Región de Murcia: Jumilla, Yecla y Bullas. La tabla 5 presenta un resumen de la estructura de la experiencia.

Tabla 5. Tabla resumen de la experiencia enoturística por la Región de Murcia.

	Sábado	Domingo
Mañana	Jumilla	Bullas
Tarde	Yecla	Balneario

Fuente: Elaboración propia.

La experiencia está formada por 4 elementos clave: visitas a las rutas de las tres denominaciones de origen (bodegas, museos, gastronomía), alojamiento y transporte.

Se visitará una bodega de cada una de las D.O., donde además se ofrecerá la comida de Cristian Palacio ganador de un Sol en las Guías Repsol 2016 y 2017, y un premio al Mejor Jefe de Cocina en los Primeros Premios Gastronomía de la Región de Murcia. Además, el restaurante de la bodega Barahonda recibió también el X Premio Mursiya Mezze al Mejor Establecimiento Hostelero de 2016, entregado por el Club Murcia Gourmet. (Barahonda.com, 2017).

Los traslados se realizarán en autobús.

Se ha decidido realizar el alojamiento en Archena debido en primer lugar a su localización geográfica, ya que Archena se encuentra en el centro de la Región y se comunica muy bien con las carreteras que llevan a los municipios donde se encuentran las tres D.O. Y

además el hotel elegido forma parte del recinto que comprende el Balneario de Archena. Por ello se ha desarrollado un folleto resumen con los destinos, actividades y horarios que componen la experiencia. En las Tablas 6 y 7 se expone la programación prevista para el desarrollo de dicha experiencia.

Tabla 6. Día 1: “Jumilla y Yecla”

Horario	Actividades
09:00-09:30	Check-in en el Hotel León (Archena)
10:00	Salida en el “Vino Bus” hacia “Bodegas Barahonda” (Jumilla).
11:15	Llegada a “Bodegas Barahonda” e inicio de la actividad “Visita, Cata y Restaurante”
15:00	Salida hacia el Hotel León (Archena) Traslado incluido mediante el “Vino Bus”.
16:15	Llegada al hotel y tiempo libre hasta las 17:00
17:00	Salida en el “Vino Bus” hacia la bodega “Hacienda del Carche” (Yecla).
18:00	Llegada a la bodega e inicio de la actividad “Sala de Aromas, “Aromas el Carche”.
20:00-20:30	Tiempo libre
20:30	Salida en el “Vino Bus” hacia el Hotel León.
21:30	Llegada al Hotel León y tiempo libre hasta el día siguiente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Día 2: “Bullas y Balneario”

Horario	Actividades
Hasta las 08:30	Desayuno
09:00	Salida en el “Vino Bus” hacia la bodega Molino y Lagares (Bodegas LAVIA) (Bullas).
10:00	Llegada a la bodega e inicio de la actividad “Monastrell a pie”
12:00-12:30	Tiempo libre
12:30	Salida en el “Vino Bus” hacia el “Museo del Vino de Bullas”.
12:45-14:00	Llegada al museo y visita del mismo.
14:00	Salida del museo y desplazamiento al centro de la ciudad.
14:15-16:30	TIEMPO LIBRE en el centro de la ciudad (tiempo en el que los enoturistas podrán disfrutar de la comida típica de Bullas maridada con los vinos de la tierra en alguno de sus múltiples restaurantes).
16:30	Salida en el “Vino Bus” hacia el Hotel León.
17:30	Llegada al hotel y tiempo libre hasta la actividad de la tarde.
18:00-21:00	Llegada al Balneario de Archena donde podrán disfrutar de todas las instalaciones.
21:00	Fin de la actividad y con ello de la experiencia enoturística por la Región de Murcia.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se expone la información de las visitas y actividades que se van a realizar durante la experiencia enoturística.

Bodega Barahonda (Jumilla)

La primera actividad de esta experiencia que se va a realizar en la mañana del primer día se llama “Cata, Visita y Restaurante” y consiste en un recorrido por los viñedos y las instalaciones de la bodega, para continuar con una cata, donde se enseñaran los aspectos esenciales y las diferencias entre las variedades de los vinos que allí se producen, la visita finaliza en el Restaurante Barahonda, ganador de un Sol Repsol, (premios que concede la Guía Repsol a los mejores restaurantes y cocineros españoles), donde los enoturistas podrán disfrutar de dos menús degustación maridados a la perfección con los vinos de la bodega. (Duración estimada de la experiencia 3 h y 50 minutos). (Barahonda.com, 2017).

Figura 6: Imagen de la actividad “Visita, Cata y Restaurante” en Bodegas Barahonda



Fuente: (Barahonda.com, 2017)

Menú Enoturista:

Snack y Aperitivo: Foie Caramelizado, Bizcocho y Ganache de Chocolate a la Naranja

1º plato: Bacalao Confitado con Consomé de Tomate y Guindillas Encurtidas

2º plato: Costillas a la Barbacoa

Postre: Yogurt de Chocolate Blanco con Helado de Lima y Menta

“Burbujas” Petit Fours

BODEGA: Barahonda Blanco 2016 y Barrica 2013.

Minerales, Pan y Café

Menú Entre Tiempos:

Snacks: Bombón de foie, Gin-tonic de puerto de indias, Bacalao con pimientos, Brioche con mantequilla de AOVE.

1º platos: Marmolada de Gamba Roja de Santa Pola con Tonos Picantes (2015), “Foie de Patito de Goma” (2015) (Manzana y Regaliz), Crema de Queso de Cabra Murciana con Anchoas de Santoña y Manzana Verde (2015), Alubia y Cuero (2017).

2º platos: “Anguila en Dos Tiempos” (2015) (El Arroz y la Anguila), Hoja de Maíz (2016), Rabo de Cordero en 4 Fases (2016), “Caballa Sangrienta”. (2016), “Digestivo” (2015) (Mandarina y Vodka) y Lomo Alto de Buey Angus con Cenizas y Emulsión de Avellanas (2012).

Postre: Empanadilla de Yogurt y Frambuesa (2016), Tarta de Limón con Merengue Quemado (2016) y La Misma Tarta de Antes...Pero sin Hacer (2016).

BODEGA: Barahonda Blanco 2016 y Barahonda Organic 2014.

Bodega “Hacienda el Carche” (Yecla)

La segunda visita de esta experiencia “Sala de Aromas, “Aromas el Carche”, se va a realizar en la tarde del primer día.

Se basa en la visita guiada de la bodega y sus viñedos, degustación de 3 de sus vinos maridados con unas tapas típicas de la tierra y por último la visita de la “Sala de Aromas el Carche” donde los enoturistas aprenderán a diferenciar los diferentes matices del vino que en esta bodega se producen (Duración estimada de la visita 2 horas). (BODEGAS Hacienda del Carche, 2017).

Figura 7: Imagen de la actividad “Aromas el Carche” en la Bodega “Hacienda el Carche”.



Fuente: (BODEGAS Hacienda del Carche, 2017).

Bodega Molino y Lagares de Bullas (Bodegas LAVIA)

La tercera visita de esta experiencia “Monastrell a pie”, se va a realizar en la mañana del segundo día y consistente en un recorrido a pie por los viñedos entre las cepas de la uva Monastrell, visita a la bodega y su sala de barricas y la degustación de Lavia + 2009 y Lavia 2010. (Duración estimada de la visita entre 1 h y 50 minutos y 2 horas). (MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares, 2017).

Figura 8. Imagen correspondiente a la Bodega LAVIA



Fuente: (MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares, 2017).

Museo del Vino de Bullas

La cuarta visita de la experiencia se realizará en la mañana del segundo día en el Museo del Vino de Bullas mediante y la visita se realizará mediante un sistema de audio-guía (disponible en español, inglés y alemán).

La temática de este museo está dividida en siete “estaciones”: marco geográfico, medio físico, la vid, viticultura, la vinificación y la vinificación tradicional, la cata, consejos prácticos y por último la calidad. (Museo del Vino de Bullas, 2017).

Figura 9. Imagen del interior del Museo del Vino de Bullas



Fuente: (Museo del Vino de Bullas, 2017).

Balneario de Archena

La última visita de esta experiencia se realizará en la tarde del segundo día en el propio Balneario de Archena, en el los enoturistas podrán relajarse y disfrutar de sus aguas termales y los beneficios que estas aportan, a través de sus múltiples instalaciones.

Instalaciones del Balneario: Piscinas de agua termal, tanto interior como exterior, así como una Piscina infantil, Saunas, Estufa Archena (sala con una humedad relativa del 90% y una temperatura aproximada a los 50°C, aplicada mediante la microdifusión del agua del manantial de Archena), Piscina contracorriente, Piscina de esencia natural de limones, Piscina de flotación, Piscina de agua fría, Iglú (cueva de hielo que se encuentra a una temperatura alrededor de los 2°C), Pasillos de Marcha (dos piscinas pasillo, uno de ellos caliente, con una temperatura media de 32°C y el otro de agua fría con una sensación térmica de 20°C aproximadamente) y por último hamacas calientes y de Infrarrojos. (Balneario de Archena, 2017).

Además, el Balneario cuenta con un equipo médico, compuesto por un director médico y tres médicos, los cuáles son especialistas en hidrología (conocimiento y tratamiento de aguas termales). El cual puede asesorar a los enoturistas, en el caso de que quieran realizarse algún tratamiento balneoterápico (precio no incluido en la experiencia), tales como: Masaje Archena, Lodo, Termarchena, Baño termal o hidromasaje, ducha circular, y bitérmica, chorro termal, estufa húmeda y tratamientos respiratorios. (Balneario de Archena, 2017).

Figura 10. Imágenes de las distintas piscinas del Balneario de Archena (de izq. a dcha. Piscina de esencia natural de limones, Estufa Archena, Piscina contracorriente y de Flotación.)



Fuente: (Balneario de Archena, 2017).

Respecto al alojamiento de la experiencia, tal y como se ha indicado anteriormente, se ha elegido el Hotel León (Archena). A continuación, se aporta información sobre el mismo.

Hotel León

ya que se encuentra ubicado dentro del complejo del Balneario de Archena, a dos kilómetros del pueblo de Archena, localización perfecta para la experiencia enoturística ya que se encuentra localizado en el centro de la Región a tan solo 48 km de Bullas, 53 km de Jumilla y 78 km de Yecla, además de ser partner del propio Balneario de Archena, parte indispensable de esta experiencia enoturística.

Las conexiones más cercanas mediante avión son: el aeropuerto de Murcia-San Javier a 58,4 km y el aeropuerto de Alicante a 67,4 km, la estación de tren de Murcia este 29,5 km y la de buses a 28 km, además de tener muy buena conexión con la autovía A-7.

Figura 11. Hotel León ***



Fuente: (Google.es, 2017)

Dispone de 117 habitaciones de tipología: Habitación Doble Clásica (capacidad para dos personas, con opción de una cama matrimonial extra grande o dos camas individuales), Habitación Superior (al igual que la anterior, capacidad para dos personas, con opción de una cama matrimonial extra grande o dos camas individuales) y Habitación Familiar (esta última con capacidad para albergar a tres personas, en tres camas individuales o una cama de matrimonio extra grande y una individual), cuenta con un parking privado gratuito para los clientes que lleguen al hotel utilizando su propio coche y además incluye acceso a las Piscinas Termales del Balneario de Archena. (Balneario de Archena, 2017).

Además, cuenta con una puntuación de 7,6 /10 en Booking, 3/5 en TripAdvisor y 3,7 /5 en Expedia, puntuación elevada que los turistas les han otorgado.

Figura 12: Habitación Clásica del Hotel León***



Fuente: (Google.es, 2017)

Finalmente, es necesario indicar que el transporte, denominado “Vino Bus”, es uno de los principales elementos de nuestra experiencia; por ello, se detalla a continuación.

“Vino Bus”

Un recurso fundamental de la experiencia es el servicio de transporte que conectará a los turistas entre los puntos clave de la ruta.

Figura 13. Imagen del Vino Bus



Fuente: (rentabus, 2017)

El minibús cuenta con 24 plazas más 1 correspondiente al acompañante de la experiencia además de las más altas calidades de seguridad y confort.

Este servicio de Vino Bus con chofer permitirá a los enoturistas disfrutar completamente de la experiencia, al no tener que preocuparse por la conducción después de las catas realizadas en las diferentes bodegas.

4.2 Precio de la experiencia

La fijación de los precios en el sector turístico reviste especial complejidad debido a la variabilidad en la composición de los productos, al alto grado de competencia existente, y a las dificultades de predecir los flujos de visitantes. Por otra parte, el precio representa una variable multidimensional en la medida que existen diversos componentes con precios específicos, como el coste del alojamiento, coste de transporte, costes de restauración, precios de entrada a determinadas atracciones, etc. (Nicolau, 2011).

Teniendo esto en cuenta, la fijación del precio de la experiencia enoturística se va a basar en el coste que supone producir o generar la propia experiencia. Para ello se utilizará el método del coste más el margen, “este método se basa en añadir un margen de beneficio al coste del producto para obtener el precio. Por tanto, la expresión general de este método es la siguiente: Precio de Venta = Coste + Margen” Nicolau (2011).

A continuación, van a ser desarrolladas dos tablas detalle con el precio de la experiencia tanto para realizarla individualmente como para hacerlo por parejas.

Tabla 10. Tabla resumen del coste de la experiencia enoturística. Individual

Servicio	Coste
Hotel (habitación con desayuno incluido) (Archena)	113,90€*
Minibús	20,85€
Bodega Barahonda (Jumilla)	45 / 75 €**
Bodega “Hacienda del Carche” (Yecla)	10€
Bodega LAVIA (Bullas)	15€
Museo del Vino (Bullas)	2€
Balneario (Archena)	0€
Total	206,75/236,75€

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Tabla resumen del coste de la experiencia enoturística. Parejas

Servicio	Coste
Hotel (habitación con desayuno incluido)	113,90€*
Minibús	41,7€
Bodega Barahonda	90/150 €**
Bodega “Hacienda del Carche”	20€
Bodega LAVIA	30€
Museo del Vino	4€
Balneario	0€
Total	299,6/359,6€

Fuente: Elaboración propia

*El precio de la habitación del hotel está basado en un fin de semana de febrero.

**En el precio de la visita a la Bodega Barahonda viene incluido además de la visita (cuyo precio es de 5€), la posibilidad de elegir entre dos menús degustación existentes:

- Menú Enoturista: 40€
- Menú Entre Tiempos:70€

***Tal y como se ha presentado en la tabla 10, aunque la suma del total del coste de la experiencia es 206,75 – 236,75 euros, el precio para un enoturista que adquiera la experiencia de manera individual será de 250 – 285 euros, tras la suma del 20% al precio de coste total de la experiencia y la aplicación del redondeo. Lo cual supondría un margen de unos 43,25 - 46,56 euros por persona

*** Tal y como se ha presentado en la tabla 11, muestra el precio de coste de la experiencia para una pareja de enoturistas 299,6 - 359,6 euros respectivamente (según la elección del menú en la Bodega Barahonda), el precio de venta de la experiencia es de 360 – 430, tras la suma del 20% y la aplicación del redondeo al precio de coste total del conjunto de la experiencia. El equivalente a 180-215 euros por persona (dependiendo del menú que elija en la Bodega Barahonda). En este caso el margen sería de 60,4 – 70,4 euros por pareja (dependiendo, una vez más del menú que elija en la Bodega Barahonda) y 30,2 – 35,2 euros por persona.

Aunque el margen por persona en el caso de la experiencia por parejas es menor que para la experiencia individual, la demanda puede verse incrementada debido a que el precio de la experiencia por parejas es más atractivo para los enoturistas.

4.3 Promoción de la experiencia

Para dar a conocer la experiencia entre los enoturistas, es necesario tener en cuenta el perfil de los mismos y, en base a ello, desarrollar las actividades de promoción correspondientes. Por ello, a continuación, se define el perfil de los mismos y se plantea una posible estrategia de promoción.

El cliente objetivo del turismo gastronómico o enoturismo, según el último informe sobre “La Demanda del Turismo del Vino” (ACEVIN, 2017) presenta las siguientes características principalmente:

- Es un tipo de turismo realizado por parejas (43%) o pequeños grupos de amigos (31,4%), aunque esta modalidad de viaje también está empezando a despegar entre los núcleos familiares (19%).
- Es un público mayoritariamente español, cuyo perfil sociodemográfico mantiene un equilibrio entre hombres (47,6%) y mujeres (52,4%) y cuya franja de edad oscila entre los 36 y 45 años, de clase social media.
- La estancia media de estos turistas en las rutas del vino es de 2,07 días (dato que confirma que este tipo de turismo está ligado a escapadas, fines de semana o puentes).
- Se ha producido un incremento de las reservas con paquete turístico, siendo Internet, teléfono y email los métodos más utilizados para contratar dichos paquetes
- El gasto medio diario realizado es de 133,98 € (superior al nivel medio de gasto de los turistas nacionales e internacionales).
- Un 52,1% de los enoturistas se considera aficionado al vino, un 23,4% principiante y tan solo un 17,5% de ellos afirma ser apasionado o entusiasta.

La principal clasificación de los enoturistas disponible en función de su motivación es la que se incluye en la tabla 12 (Alonso, 2017).

Tabla 12: Enoturistas: Tipos y Motivación según Cristina Alonso.

Tipo	Motivación	Visita
Entusiastas y amantes del vino	Aprendizaje de la cultura del vino.	Técnica: viticultura, elaboración, catas de vinos, personal especializado. Varias bodegas diferentes.
Aficionados al vino y a la gastronomía	Hacer algo diferente. Viajar a través del vino y la gastronomía.	Experiencias. Historia y tradición, cultura. Implicación en la visita de los propietarios de la bodega.
Curiosos del Vino	Curiosidad o casualidad	Lúdica y profesional. Personal y relaciones públicas.

Fuente: Clubmarketingrioja.com, 2017

Una vez definido el perfil del enoturista, como herramientas o acciones de marketing se proponen: redes sociales y página web. El motivo para centrarnos en estos canales se debe a que en la actualidad el uso de estas herramientas es una herramienta fundamental en la actividad cotidiana de la población no solo a nivel de usuario (IAB Spain, 2017; Sotelo, 2017), sino también desde el punto de vista de una empresa, ya que con una página en una red social se puede alcanzar gran visibilidad. De hecho, el uso de redes sociales por parte de las empresas es una estrategia muy utilizada como herramienta de marketing online, considerándose éstas todas las acciones que se realizan en los medios digitales con el objetivo de encontrar, atraer, ganar y retener clientes (Kont, 2011). A continuación, se explica cuál será la estrategia llevada a cabo con ambas herramientas.

Redes Sociales

Aunque existe una gran variedad de redes sociales, se ha decidido promocionar la experiencia enoturística en la red social Facebook, ya que el 82% de las personas encuestadas utiliza esta red social diariamente (IAB Spain, 2017).

Facebook dispone de una herramienta que permite segmentar nuestro público objetivo, lo cual facilita la posibilidad de elegir tanto la duración como el presupuesto que se quiere destinar a la promoción de la página. Las figuras 13 y 14 muestran la portada y algunas imágenes de la página de Facebook “Enomurcia”, desarrollada para promocionar la experiencia enoturística y a la cual se puede acceder a través del enlace: <https://www.facebook.com/Enomurcia/>

Figura 13. Portada de la Pagina de Facebook de Enoturismo



Fuente: (Facebook.com, 2017)

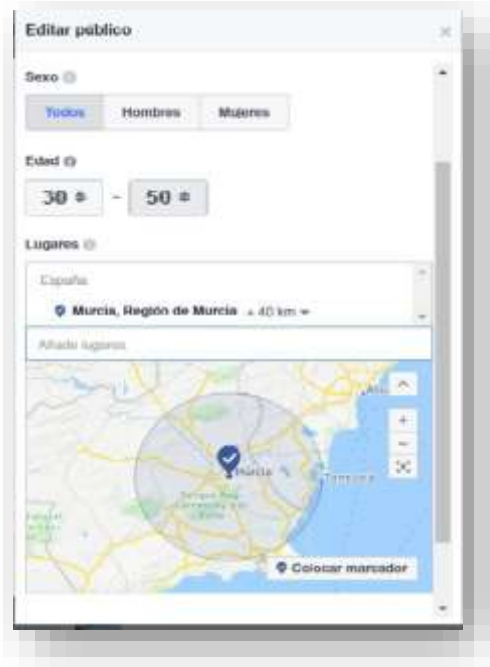
Figura 14. Imagen de las fotografías de “las visitas ya realizadas”



Fuente: (Facebook.com, 2017)

En la figura 15 se muestra cómo se puede definir y configurar el público objetivo de la promoción en función de su género, edad o lugar de residencia.

Figura 15. Herramienta de promoción en Facebook. Selección del público objetivo

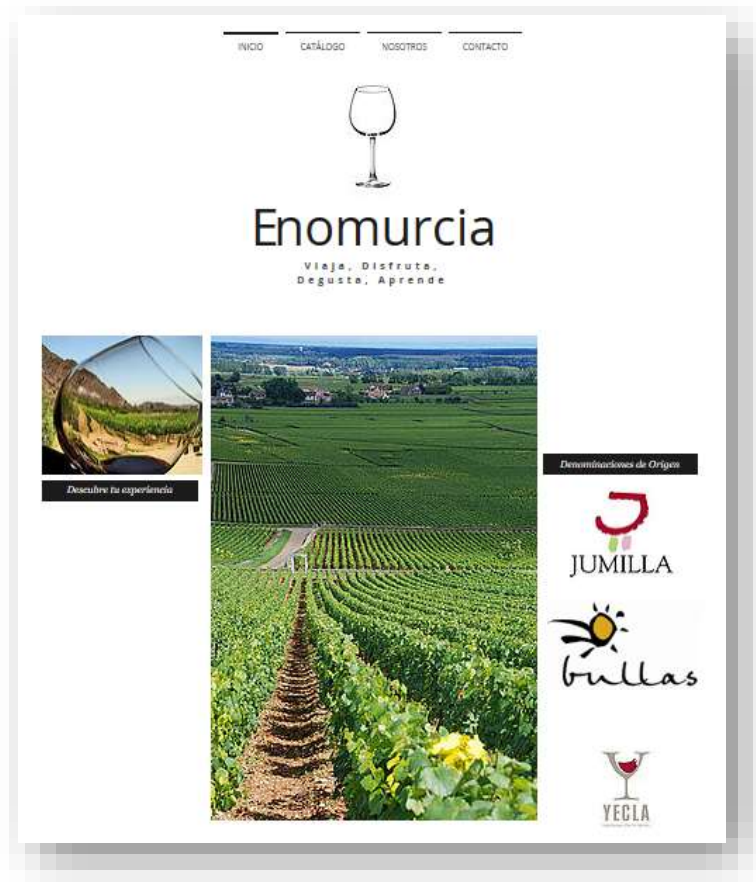


Fuente: (Facebook.com, 2017)

Página Web:

A su vez, se ha creado una página web a través de la cual los enoturistas pueden encontrar información sobre la experiencia, ver imágenes de la misma, contactar con la empresa y reservar la experiencia. A través del enlace <https://enomurcia.wixsite.com/> es posible acceder a la misma.

Figura 16. Portada de la Página Web de Enomurcia



Fuente: (enomurcia, 2017).

Además, como apoyo promocional, también se contaría con el apoyo y la colaboración de las propias bodegas y el hotel como Partners de la experiencia.

4.4. Distribución del producto

La función de distribución dentro del marketing de la empresa turística tiene como objetivo principal el establecer los vínculos de unión pertinentes entre el suministrador de productos/servicios turísticos y el demandante de los mismos, bien se requieran estos para su reelaboración o para su comercialización directa y con la óptica de favorecer el acto de compraventa final y el sentido de dominio que sobre el satisfactor adquirido va a tener el comprador (Muñoz-Oñate, 1997).

Existen dos tipos de distribución de un producto o servicio turístico:

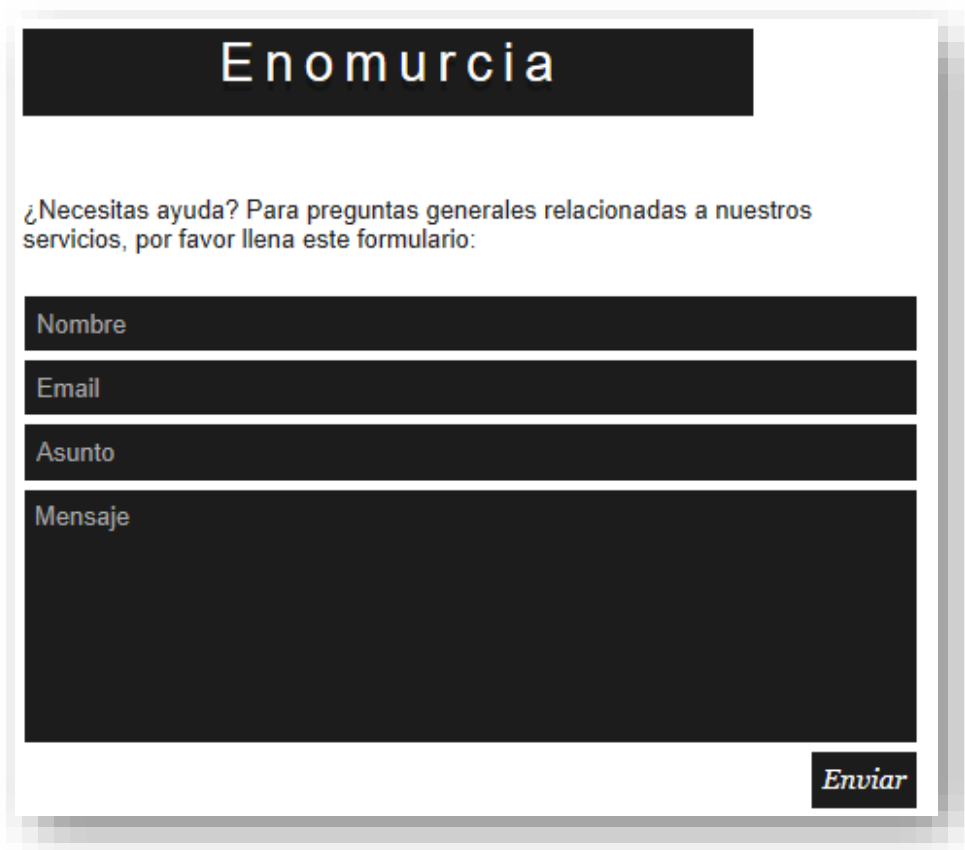
Distribución directa

Dirigida y controlada por el mismo productor, en este caso la distribución de la experiencia se hará a través de los dos canales de promoción disponibles: la red social Facebook y una página web.

Así, la reserva de la experiencia se podría realizar contactando con la página de Facebook a través de un mensaje privado o a través de la sección “contacto” disponible en la página web, indicando las fechas en las que estarían interesados en realizar la experiencia.

Una vez confirmadas las fechas, el número de personas y el menú a escoger en la Bodega Barahonda (Jumilla); se les facilitaría el número de cuenta para hacer el ingreso.

Figura 17. Contacto página Enomurcia



The image shows a contact form for 'Enomurcia'. At the top, the name 'Enomurcia' is displayed in a large, white, serif font on a dark background. Below this, a question in Spanish asks for help with general questions related to their services. The form consists of four input fields: 'Nombre', 'Email', 'Asunto', and 'Mensaje'. Each field is represented by a dark rectangular box with its label in white text. At the bottom right of the form, there is a dark button with the word 'Enviar' in white, italicized text.

Fuente: (enomurcia, 2017)

Distribución indirecta

Los tipos de intermediarios entre el productor y el consumidor final del servicio en el sector turístico pueden ser, principalmente (Álcazar, 2002): agencias de viajes (minoristas, turoperadores (mayoristas) y mixtas) o sistemas centralizados de reservas (GDS y Centrales de reservas).

En el caso de la experiencia la distribución se realizará contando con la colaboración de turoperadores y agencias de viaje minoristas para la comercialización directa al público.

- **Turoperadores:** (Agencias de viajes mayoristas): Son las agencias que elaboran, organizan y/o comercializan toda clase de servicios y paquetes turísticos para ofrecerlos a las agencias minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al consumidor final (Nicolau, 2011) como: Catai Tours, TUI, 5 estrellas club, KUONI, etc. Se ofertaría la experiencia a turoperadores especializados en escapadas, viajes por parejas y por supuesto, enoturismo; estos a su vez venderían la experiencia a las agencias de viajes minoristas.
- **Agencias de viajes minoristas:** Son aquellas que comercializan los productos de las agencias mayoristas, o proveedores, vendiéndolos directamente al usuario, o bien elaboran y venden sus propios paquetes turísticos (Nicolau, 2011). Siendo estas las que ofertarían la experiencia al cliente. Ejemplos de agencias de viajes especializadas en enoturismo: [Enodestino](#), [Turismodevino](#), [Rutasdevino](#), [Viajerosdelvino](#) y [Enoturismodeespaña](#).

Conclusiones

El presente trabajo plantea una propuesta turística alternativa en la Región de Murcia, que estará basada en el enoturismo.

Para ello, en primer lugar, se define qué es enoturismo y en qué consisten las denominaciones de origen como parte fundamental de la actividad (España cuenta con 70, ver Anexo 1), en torno a estas la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), en colaboración con el Ministerio de Agricultura y Medioambiente, diseña y publica anualmente una guía de las denominadas Rutas del Vino, siendo estas: el concepto de integración bajo un mismo marco temático de los recursos y servicios turísticos de interés, existentes y potenciales, de una zona vitivinícola. (Eoi, 2012).

Además, se ha analizado la importancia del vino en España, siendo el tercer país del mundo con mayor producción (Vinetur, 2016) y habiendo experimentado un crecimiento del consumo del mismo con una tasa del 2,5% al 4%, hasta llegar a 9,8 millones de hectolitros consumidos (Maté, 2017). En esta línea, se pone de manifiesto de nuevo, la importancia del vino en nuestro país desde hace bastante tiempo, basándose en la existencia de documentos sobre eventos, exposiciones, congresos y reuniones científicas que se realizaban en bodegas españolas desde el siglo XIX (Vinetur, 2013), dándose los primeros atisbos de enoturismo y definiendo este como viajes esporádicos con personas apasionadas por esta materia, pertenecientes a las clases sociales más altas, un tipo de enoturismo muy diferente al que conocemos en la actualidad.

Por otro lado, se identifica que la importancia del vino y el enoturismo en España es tal, que el impacto económico ha experimentado un crecimiento del 11% (superando los 54 millones de € (ACEVIN, 2017), datos que solo representan los ingresos repercutidos por las Rutas del Vino, sin contar lo que ha supuesto el gasto por parte de los enoturistas (2.714.409 visitas) en los alojamientos, restaurantes y comercios en los territorios de las Rutas del Vino. Estas Rutas del Vino son 26 para el año 2017 y se localizan en 12 de las 17 Comunidades Autónomas.

A continuación, una vez identificados los principales destinos enoturísticos en España entre los que se encuentra la Región de Murcia al contar con tres denominaciones de origen diferentes, se plantea realizar el diseño de una experiencia que permita a sus visitantes recorrer en un solo fin de semana estas tres denominaciones de origen. Para ello, se han analizado los recursos enoturísticos de los que dispone la Región de Murcia entre los que se encuentran: sus tres Denominaciones de Origen (Jumilla, Yecla y Bullas), las bodegas colaboradoras con las mismas, sus museos y los posibles alojamientos existentes en los municipios que componen las tres Denominaciones de Origen y en los municipios vecinos destinados a la pernoctación de los posibles enoturistas consumidores de la experiencia diseñada.

Una vez identificados los recursos enoturísticos con los que cuenta la Región de Murcia, se ha procedido a plantear el diseño propiamente dicho de la experiencia. Trabajando con las diferentes variables del marketing mix (producto, precio, promoción y distribución) bases de la configuración de la oferta de la experiencia.

En el apartado del *Producto*, se ha desarrollado un folleto resumen de las actividades y horarios que componen la experiencia, para más tarde profundizar en las actividades a realizar y en los Partners de la experiencia, justificando la elección de cada uno de ellos, por motivos geográficos y económicos. Después se ha detallado el coste de producción de la experiencia tanto individualmente como por parejas, para pasar a establecer el *Precio* final del producto basándose en el método de coste más margen.

En cuanto al apartado de la *Promoción* de la experiencia, primero se ha analizado el segmento del público objetivo que puede responder a la oferta, para después centrarnos en la creación y desarrollo de una página en la red social Facebook (la red social con más seguidores de todas las existentes, 1.860 millones de usuarios en el mundo (Moreno, 2017)), esta página puede convertirse en la herramienta perfecta para promocionar la experiencia conectando a nuestros seguidores con la información de la experiencia que desean consultar y además dándoles la oportunidad de contactar con nosotros en el caso de sentirse interesados en nuestro servicio o en el caso de tener alguna duda, por eso se ha utilizado los instrumentos de promoción que Facebook pone a la disposición de los empresarios, permitiéndoles estar presentes de forma continua en la red social

compartiendo información, imágenes, videos y respondiendo a los usuarios. Y con la creación además de una página web de la propia experiencia.

Finalmente, en el apartado de *Distribución*, se ha definido la distribución dentro del marketing de la empresa turística y los dos tipos de distribución de un producto o servicio turístico, siendo estos: Distribución directa, vendiendo la experiencia a través del portal creado en la red social Facebook y la propia Página Web creadas para la promoción de nuestra oferta enoturística. Y Distribución indirecta mediante la comercialización del producto a grandes turoperadores que venden la experiencia a agencias de viajes minoristas y a través de las mismas, centrándose sobre todo en las agencias de viajes especializadas en el enoturismo.

La experiencia enoturística diseñada en este trabajo para la Región de Murcia, aunque es susceptible de ser mejorada (por ejemplo, haciendo un cambio de hotel o en el transporte, o modificando el balneario por un posible tratamiento de enoterapia), tiene un aporte diferenciador a la actual oferta existente en la Región de Murcia y es que esta experiencia enoturística quiere englobar en un solo fin de semana la oportunidad de visitar las tres denominaciones de origen, a través de la visita a tres reconocidas bodegas de cada uno de los municipios, donde se podrán degustar los vinos que allí se producen junto con un aperitivo típico de la zona, mediante la utilización de un servicio de autobús que transportará a los enoturistas de un punto a otro de la ruta. Por lo que si un enoturista por su cuenta quisiera hacer una ruta similar debería utilizar su propio vehículo, lo que no le permitiría disfrutar por completo de la experiencia.

Además, actualmente las tres rutas se ofertan por separado y no siguen una ruta marcada, los tres municipios engloban como su Ruta del Vino unas fechas marcadas en sus respectivos calendarios donde celebran fiestas relacionadas con el vino y el enoturismo, fechas y eventos que podrían ser incluidos en la experiencia enoturística modificando algunas partes de la misma.

Otro aporte diferenciador, es el final de la ruta en el Balneario de Archena, actividad que no forma parte de ninguna de las tres Rutas del Vino de Bullas, Yecla y Jumilla, ya que pertenece a un municipio vecino.

En definitiva, una experiencia que no solo engloba la posibilidad de visitar bodegas y realizar catas, sino que además incluye cursos y actividades diferentes, contando con el alojamiento en un gran hotel y con un servicio transporte, finalizando la experiencia permitiendo a los enoturistas cerrar el fin de semana relajándose en las aguas termales del Balneario de Archena.

Referencias

- ACEVIN. Asociación Española de Ciudades del Vino. <http://www.acevin.es/>
- ACEVIN. Rutas del vino de España. <http://www.wineroutesofspain.com/>
- AEE. Enoturismo y la RAE <http://www.enoturismodeespaña.es/>
- Alonso, C. Que es lo que se vende y que es lo que funciona. Como hacerse notar. *Clubmarketingrioja*. <http://www.clubmarketingrioja.com/>
- Apoloybaco.com. (2010). Apolo y Baco Los Vinos. <http://www.apoloybaco.com/>
- Dinamiza Asesores (2016). Así es el perfil del enoturista en España. Disponible en: <http://dinamizaasesores.es/enoturismo/perfil-enoturista-espana/>
- Balneario de Archena. <http://balneariodearchena.com/>
- Barahonda.com. *Enoturismo | Bodegas Barahonda.*: <http://barahonda.com/>
- Barahonda.com. (2017). *Restaurante Barahonda |* <http://barahonda.com/restaurante/>
- Bayón Mariné, F., González de Souza, M., Marcos Valdueza, H., Vogeler Ruiz, C., Alonso, M. y Gómez-Luengo San Román, E. (2005). 50 años del turismo español. 1ª ed. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Booking.com. *Hotel Avenida* *. <https://www.booking.com/>
- BODEGAS Hacienda del Carche. *Enoturismo Jumilla - Bodega en Murcia*. <https://www.haciendadelcarche.com/>
- CARM.es - D O P Bullas. Carm.es. <https://www.carm.es/D.O.P Bullas>
- CARM.es - D O P Jumilla. Carm.es. <https://www.carm.es/D.O.P Jumilla>
- CARM.es - D O P Yecla. Carm.es. <https://www.carm.es/D.O.P Yecla>
- Casaboquera.es. <http://casaboquera.es/es/>
- Cecrv.eu. Las Denominaciones de Origen <http://www.cecrv.eu/denominaciones-origen>
- Cecrv.eu. Los Vinos de España <http://www.cecrv.eu/vinos-espanya/>
- Del Alcázar, B. (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Madrid: Esic
- Enomurcia. (2017). Disponible en: <https://enomurcia.wixsite.com/>
- Enoturismo Maitenes <http://www.enoturismomaitenes.com/>
- Escuela de Organización Industrial (EOI) (2012). Turismo del vino o "enoturismo" en Turismo. *Wiki EOI de documentación docente*. Disponible en: <http://www.eoi.es/>
- Facebook.com. (2017). *Enomurcia*. <https://www.facebook.com/Enomurcia/>
- Hosteltur: Toda la información de turismo. (2016). El enoturismo genera un negocio de 49 M € en España | Economía. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/>
- Hosteltur: Toda la información de turismo. (2015). Ranking del enoturismo en España | Economía. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/>

HOTEL MONREAL - Jumilla (Murcia). Disponible en: <http://www.hotelmonreal.net/>

Hotel Pío XII Jumilla (Murcia). Disponible en: <http://www.hotelpioxii.com/>

Hotel SG. Disponible en: <http://hotelsg.net/entorno/>

Hotel Hyltor (Murcia). Disponible en: <http://www.hotelhyltor.com/>

Kont (2011). *¿Qué es Emarketing?* Disponible en: <http://kont.pro/>

Hotel La Paz. <http://lapaz-hotel.com/>

MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares. *Enoturismo - MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares.* <https://www.mgwinesgroup.com/>

Maté, V. (2017). *El consumo de vino crece en España por primera vez en décadas.* EL PAÍS. <http://economia.elpais.com/>

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) (2012). Información general de interés - Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) - Calidad diferenciada - Calidad agroalimentaria - Alimentación - mapama.es. <http://www.mapama.gob.es/>

Moreno, M. (2017). *Facebook ya tiene 1.860 millones de usuarios - TreceBits.* <http://www.trecebits.com/>

Museo del Vino de Bullas. <http://rvbullas.es/>

Nicolau, J. (2011). *El Precio de los Productos Turísticos.* <https://rua.ua.es/>

Nicolau, J. (2011). *La distribución del producto turístico.* <https://rua.ua.es/>

Parra, H. *Hotel La Parra.* <https://www.hotellaparra.com/>

Regmurcia.com. Museo del Vino Juan Carcelón- Exposición - Región de Murcia Digital. <http://www.MuseodelVinoJumilla.com/>

Sansebastianhospederia.com. *San Sebastián Hospedería.* <http://www.sansebastianhospederia.com/>

Sotelo, R. (2017). *VIII Estudio Anual de Redes Sociales en España 2017.* Marketing 4 Ecommerce <https://marketing4ecommerce.net/>

Turismodevino. (2017). *Enoturismo en España.* <https://turismodevino.com/>

Turismo de vino. (2017). Historia del vino <https://turismodevino.com/>

Vinetur.com. (2013). *Historia del vino, origen de la viticultura.* <https://www.vinetur.com/>

Vinetur (2017). *¿Qué es el enoturismo y cuál es su origen?* <https://www.vinetur.com/>

Vinetur (2016). Ranking de los 20 mayores países productores de vino del mundo en 2016. <https://www.vinetur.com/>

Vivanco (2015). Denominaciones de Origen del vino en España. <https://vivancoculturadevino.es/>

Bibliografía de Figuras

Figura 1. Mora, J. (2013). Las Denominaciones de Origen del vino en España. Enoarquia.com. <http://www.enoarquia.com/>

Figura 2. INSTITUTO DE TURISMO Unidad de Estadística Región de Murcia. (2016). DATOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA REGIÓN DE MURCIA Año 2015. <https://www.murciaturistica.es/>

Figura 3. Vinosdebullas.es. Consejo Regulador Denominación de Origen Bullas. <http://www.vinosdebullas.es/>

Figura 4. Consejo Regulador Denominación de Origen Protegida Jumilla. <http://vinosdejumilla.org/>

Figura 5. Yeclavino.com. DOP Yecla - La tierra de la Monastrell. <http://www.yeclavino.com/>

Figura 6. Barahonda.com. *Enoturismo | Bodegas Barahonda.*: <http://barahonda.com/>

Figura 7. BODEGAS Hacienda del Carche. *Enoturismo Jumilla - Bodega en Murcia.* <https://www.haciendadelcarche.com/>

Figura 8. MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares. *Enoturismo - MGWines Group | Bodegas y Vinos Singulares.* <https://www.mgwinesgroup.com/>

Figura 9. Museo del Vino de Bullas. Museo del vino de Bullas. <http://rvbullas.es/>

Figura 10. Balneario de Archena. *Piscinas y Balnea - Balneario de Archena.* <http://balneariodearchena.com/>

Figura 11. Google.es. *hotel leon archena - Buscar con Google.* <https://www.google.es/>

Figura 12. Balneario de Archena. <https://y.cdrst.com/>

Figura 13. Rentautobus.com. (2017). *Alquiler de Autobús, Autocar y Minibús en Murcia, España| Rent-Autobus.* <https://www.rentautobus.com/>

Figura 14. Facebook.com. (2017). *Enomurcia.* <https://www.facebook.com/Enomurcia/>

Figura 15. Facebook.com. (2017). *Enomurcia.* <https://www.facebook.com/Enomurcia/>

Figura 16. Facebook.com. (2017). *Enomurcia.* <https://www.facebook.com/Enomurcia/>

Figura 17. Enomurcia. (2017). *enomurcia.* <https://enomurcia.wixsite.com/>

Anexo 1. Listado de las Denominaciones de origen en España

	Denominaciones de Origen		Denominaciones de Origen
1	Abona	36	Mondéjar
2	Alella	37	Monterrei
3	Alicante	38	Montilla-Moriles
4	Almansa	39	Montsant
5	Arlanza	40	Navarra
6	Arribes	41	Penedés
7	Bierzo	42	Pla de Bages
8	Binissalem-Mallorca	43	Pla de Llevant
9	Bullas	44	Priorat
10	Calatayud	45	Rías Baixas
11	Campo de Borja	46	Ribeira Sacra
12	Cangas	47	Ribeiro
13	Cariñena	48	Ribera del Duero
14	Cataluña	49	Ribera del Guadiana
15	Cava	50	Ribera del Júcar
16	Chacolí de Álava	51	Rioja
17	Chacolí de Getaria	52	Rueda
18	Chacolí de Vizcaya	53	Sierras de Málaga
19	Cigales	54	Somontano
20	Conca de Barberá	55	Tacoronte-Acentajo
21	Condado de Huelva	56	Tarragona
22	Costers del Segre	57	Terra Alta
23	El Hierro	58	Tierra de León
24	Empordá	59	Tierra del Vino de Zamora
25	Gran Canaria	60	Toro
26	Jerez-Xérès-Sherry	61	Uclés
27	Jumilla	62	Utiel-Requena
28	La Gomera	63	Valdeorras
29	La Mancha	64	Valdepeñas
30	La Palma	65	Valencia
31	Lanzarote	66	Valle de Güimar
32	Málaga	67	Valle de Orotava
33	Manchuela	68	Vinos de Madrid
34	Manzanilla Sanlúcar de Barrameda	69	Ycoden-Daute-Isora
35	Méntrida	70	Yecla