



---

## La Generalitat presenta el primer estudio sobre “El perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña”

- Este estudio, realizado desde la marca Enoturismo en Cataluña de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), tiene como objetivo conocer mejor el perfil de nuestros visitantes enoturísticos para analizar su comportamiento y mejorar las herramientas de captación y fidelización de estos visitantes.
- Según este estudio, el enoturista de Cataluña es mayoritariamente hombre (56%), tiene una media de 49 años, cuenta con estudios superiores o universitarios (47%) y está en situación laboral activa (80%). Viaja con amigos (32%), aunque también destacan los viajes en pareja (29%), y un 65% lo hace en grupos organizados. Además, acostumbra a repetir, ya que el 31% ya ha visitado una bodega en Cataluña anteriormente.

Jueves, 16 de mayo de 2019- El director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) del Departamento de Empresa y Conocimiento, David Font, ha presentado hoy el primer estudio realizado sobre “El perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña”. Dicha presentación ha tenido lugar en el CIC Fassina Centro de Interpretación del Cava de Sant Sadurní d’Anoia ante cerca de un centenar de empresas y entidades del sector enoturístico catalán.

Este estudio, que se ha realizado desde la marca Enoturismo en Cataluña de la Agencia Catalana de Turismo, tiene por objetivo conocer mejor el perfil de nuestros visitantes enoturísticos para analizar su comportamiento y mejorar las herramientas de captación y fidelización de los mismos. Dicho objetivo se corresponde precisamente con las estrategias 2 y 3 establecidas en el Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022, que la ACT dio a conocer a finales del año pasado.

Durante la presentación, Font ha destacado que **“Cataluña tiene un potencial enorme como destino enoturístico y debemos apostar decididamente por el desarrollo de este producto, pero hay que tener claro que solo podremos convertirnos en un territorio enoturístico líder si la Administración pública y el sector privado trabajamos de forma conjunta”**. En este sentido, ha querido poner en valor el trabajo desempeñado desde el programa Enoturismo en Cataluña, **“que tiene como objetivo promover la oferta enoturística de las empresas y**



■ Comunicado de prensa ■

**entidades adheridas, ofrecerles plataformas de promoción y comercialización y aumentar el número de turistas que consumen enoturismo”.**

El director de la ACT ha añadido que **“de este estudio se derivan oportunidades de negocio para las bodegas, por ejemplo incentivar su participación en actividades enoturísticas diferentes para atraer al mercado catalán, mejorar la relación con las agencias de viaje para captar visitantes europeos y americanos, o elaborar paquetes turísticos combinados con actividades culturales destinados a los mercados del resto del mundo”.**

### Conclusiones del estudio

Según este estudio, realizado a partir de entrevistas personales en bodegas de prácticamente todas las denominaciones de origen, el visitante enoturista de Cataluña es mayoritariamente hombre (56%), tiene una media de 49 años, tiene estudios superiores o universitarios (47%) y está en situación laboral activa (80%). Viaja principalmente con amigos (32%), aunque también destacan los viajes en pareja (29%), y un 65% lo hace en grupos organizados. Además, suele repetir, ya que el 31% ya ha visitado una bodega en Cataluña anteriormente.

Nuestros visitantes buscan sobre todo una experiencia de “descubrimiento” y el precio no es un factor determinante. Las principales motivaciones para visitar una bodega son “El vino y su mundo”, “Es una actividad entretenida” y “Es una actividad cultural para aprender cosas”.

La mayoría elige la bodega por recomendación de amigos (48%) o bien porque se lo han ofrecido a través de alguna agencia de viaje u hotel (40%), y el 50% consulta la web de la bodega para encontrar la ubicación, para informarse de las actividades o bien para realizar una reserva.

Un 41% de los visitantes de nuestras bodegas son de origen europeo, mientras que el 38% proviene del mercado doméstico catalán, el 14% llega de Estados Unidos y el 8% restante del resto de países del mundo.

El perfil de los visitantes según su origen es el siguiente:

### Perfil del visitante según origen

CAT

- Son más jóvenes que el resto y con un mayor porcentaje de hombres.
- Menor porcentaje con estudios universitarios.
- Alto porcentaje de trabajadores asalariados.

■ Comunicado de prensa ■

EUR

- Viajan mayoritariamente en grupo de amigos.
- Penetración más alta de Facebook.
- Visitantes con el perfil de mayor edad.
- Destaca un mayor porcentaje con estudios universitarios.
- Organización del viaje por cuenta propia, a diferencia de los americanos.

EUA

- Uso de Instagram y Twitter al mismo nivel que Facebook.
- Mayor proporción de grupo con la pareja y con amigos (conjuntamente) y la mayoría en grupos organizados.
- Suelen planificar el viaje con antelación.

MUNDO

- Los visitantes del resto del mundo viajan con la pareja y la mayoría en grupo organizado.
- Menor porcentaje de visitantes con estudios universitarios.

Conocimiento y reserva según origen

	Conocimiento de la bodega	Motivación para la elección	Canales de reserva	Uso de la página web	Repetidores
CAT	88% Amigos/conocidos	76% Recomendación 57% Ofrecido/organizado por la agencia/hotel	45% Teléfono 37% Web de la bodega	65% Ubicar la bodega 62% Reservar	56%
EUR	36% Agencias de viaje 35% Amigos/conocidos 32% Hotel/alojamiento	37% Recomendación	49% Mediante agencia de viajes 26% Teléfono	74% Ubicar la bodega 59% Informarse sobre las actividades de la visita	17%
EUA	54% Agencias de viaje 29% Hotel/alojamiento	69% Ofrecido/organizado por la agencia/hotel	56% Mediante agencia de viajes 26% Web de la bodega	56% Ubicar la bodega 51% Reservar	22%



■ Comunicado de prensa ■

<b>MUNDO</b>	<b>77%</b> Agencias de viaje	<b>80%</b> Ofrecido/organizado por la agencia/hotel	<b>89%</b> Mediante agencia de viajes		<b>0%</b>
--------------	------------------------------	---	---------------------------------------	--	-----------

En cuanto al alojamiento y transporte, los catalanes que visitan las bodegas se desplazan en coche propio y duermen en su casa. Los extranjeros duermen principalmente en hoteles de 4 y 5 estrellas y en alojamientos rurales, y un 50% lo hace en Barcelona mientras que un 33% duerme en una población cercana a la bodega. El transporte principal de los extranjeros es el autocar, pero cabe destacar que un 32% de los americanos utilizan el coche de alquiler.

El gasto medio de los visitantes se sitúa en torno a los 20 euros en actividades de la bodega y a los 25 euros en productos. También cabe destacar que los catalanes realizan un gasto menor en productos de la bodega en comparación con el resto de visitantes.

-----  
**Síguenos en las redes:**

- En Twitter de Turismo: <https://twitter.com/turismecat>
- En Twitter de Empresa: <https://twitter.com/empresacat>
- En Facebook: <https://www.facebook.com/empresacat>
- En el canal de YouTube: <https://www.youtube.com/user/sapscom>