

GUÍA PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO POST-COVID

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO	5
OPORTUNIDADES PARA EL ENOTURISMO	6
DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES	7
PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO	11
1. REFORMULAR NUESTRA ESTRATEGIA DE EMPRESA	12
2. GESTIONAR CORRECTAMENTE LA COMUNICACIÓN	14
3. ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	16
4. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN	19
5. ADECUACIÓN DE ESPACIOS Y GESTIÓN DE AFOROS	22
6. POLÍTICA DE PRECIOS	23
7. PROMOCIÓN	25
8. COMERCIALIZACIÓN	27
9. FIDELIZACIÓN	28
10. INFORMACIÓN Y FORMACIÓN	29
11. SOSTENIBILIDAD Y RELACIÓN CON EL ENTORNO	30
12. SOLIDARIDAD	31
ANEXO 1 - PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN	33
BIBLIOGRAFÍA	34

INTRODUCCIÓN

Tras varios años experimentando un importante crecimiento del enoturismo en España (así lo confirman las últimas cifras del número de visitantes recibidos en bodegas y museos arrojadas por el [Observatorio Turístico de RVE](#)), los profesionales del sector nos hemos llevado un importante jarro de agua fría con la crisis del COVID-19.

Bodegas, museos del vino, alojamientos hoteles, restaurantes, agencias receptoras, guías turísticos, comercios y todas **las empresas integrantes de las Rutas del Vino se han visto obligadas a cerrar sus puertas y bajar la persiana** paralizando por completo su actividad durante unos meses, en una situación sin precedentes, cuyo impacto real todavía desconocemos.

Esta cuestión ha provocado unos **efectos devastadores** para el sector turístico en general y el enoturismo en particular. A la suspensión de los ingresos derivados de las pernoctaciones, visitas, experiencias, reuniones, convenciones, incentivos, etc., se suma el cierre de la hostelería (uno de los principales canales de distribución del vino), la caída de la actividad exportadora y el desplome de las ventas directas de vino y otros productos locales que compran los propios visitantes en bodegas y comercios.



INTRODUCCIÓN



A pesar de la situación tan complicada que está atravesando el sector, y el país en general, **las empresas y entes gestores de las Rutas del Vino están demostrando una enorme capacidad de adaptación y resiliencia**, reaccionando rápido ante la nueva situación y tomando medidas para adaptarse al nuevo entorno.

En este periodo hemos presenciado cómo algunas bodegas y museos que contaban con recursos tecnológicos para ello han optado por abrir sus puertas a los visitantes de forma virtual, ofreciendo la posibilidad de recorrer viñedos, calados y salas de barricas a través de un tour virtual. Otros establecimientos han optado por realizar talleres de cocina y otras temáticas, catas en *streaming*, o directos a través de las redes sociales. También hemos podido ver muchas otras iniciativas, algunas de carácter formativo, como cursos online dirigidos a entusiastas y aficionados al mundo del vino; y otras tantas de carácter solidario (hoteles medicalizados, enoturismo para sanitarios, bodegas que elaboran geles hidroalcohólicos, etc.), que están mostrando el lado más generoso y altruista del sector turístico.

En este escenario lleno de incertidumbre, resulta vital pararnos a reflexionar y aprovechar el momento para planificar nuestro futuro. **Debemos estar preparados para actuar y tener claro el rumbo que debemos seguir cuando podamos volver a abrir las puertas.** Para ello, en primer lugar, es necesario comprender el nuevo escenario y reflexionar sobre los posibles cambios que experimentará la demanda turística, para después analizar cómo podemos dar respuesta desde nuestra empresa a las nuevas prioridades de los enoturistas.

OBJETIVO

Para tratar de facilitar la reapertura de las empresas y entidades que forman parte de esta gran familia del enoturismo, desde Rutas del Vino de España y la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), hemos diseñado esta guía en la que **se recogen una serie de pautas y recomendaciones para reactivar el enoturismo tras el COVID-19** que esperamos sea de utilidad.

El objetivo de este documento guía no es otro que **comenzar a prepararnos para hacer frente a la que se ha denominado “nueva normalidad”**, refiriéndose a la convivencia de nuestra sociedad con el virus, adaptando nuestras bodegas, museos, restaurantes, alojamientos, comercios y servicios enoturísticos para recibir a nuestros visitantes con todas las garantías de higiene y seguridad sanitaria.

Las recomendaciones que se recogen en la presente guía se consideran de **carácter complementario**, como una **mera orientación** para el sector y **no sustituyen a las recomendaciones y protocolos definidos por las autoridades sanitarias**, que son las que cuentan con las competencias para definir los requisitos de seguridad e higiénico sanitarios.



OPORTUNIDADES PARA EL ENOTURISMO

En Rutas del Vino de España estamos convencidos de que volveremos a viajar. Aunque lo que si habrá cambiado es nuestra forma de hacerlo. En este sentido, creemos que hoy cobra más sentido que nunca el producto que ofrecemos desde las Rutas del Vino de España:

- Las Rutas del Vino **somos destinos no masificados**.
- Contamos con un **entorno natural extraordinario**, el viñedo es la esencia de nuestro paisaje. Y te ofrecemos múltiples formas de disfrutarlo.
- Siempre **hay una Ruta del Vino cerca de ti**: nuestro club está conformado por 31 Rutas repartidas por todo el territorio nacional
- Somos **destinos eminentemente agrícolas, auténticos y genuinos**, que hemos buscado en el turismo una actividad complementaria.
- Somos gente **noble, honesta y trabajadora**, a la que nos gusta mostrar nuestro modus vivendi.
- Somos **pueblos vivos, con personas orgullosas de vivir en ellos** y de conservar nuestro estilo de vida y tradiciones
- Somos la España **llena de ilusiones, de proyectos, de optimismo y de experiencias vitales**, la mal llamada "España vaciada".

- Probablemente **los primeros desplazamientos de los viajeros serán a lugares cercanos**, a destinos aporten seguridad y confianza.
- Buscarán **destinos slow, espacios no masificados**.
- Querrán disfrutar de **experiencias personalizadas** para disfrutar con **personas de confianza**.
- Los viajeros buscarán **productos que puedan disfrutar a su aire**, sin prisas ni agobios.

DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

A continuación se presenta un **resumen de las principales medidas contempladas en el Plan de desescalada publicado por el Gobierno que afectan de forma directa al enoturismo**. Como es lógico, la evolución de la pandemia marcará los límites temporales pudiendo sufrir modificaciones las fechas indicadas, por lo que deben tomarse de forma meramente orientativa. Asimismo, cabe destacar que el proceso de desescalada no será uniforme y las fases vendrán determinadas por la situación de cada uno de los territorios, en función del control de la epidemia en cada provincia y a la velocidad que permita la situación sanitaria de cada zona. En cualquier caso, se trata de un resumen orientativo y **se recomienda consultar la información actualizada en fuentes oficiales**.

PROCESO DE DESESCALADA POR FASES SEGÚN GOBIERNO DE ESPAÑA

4 de mayo

FASE 0

- Apertura de determinados establecimientos con **cita previa para atención individual** de los clientes
- Apertura de restaurantes, que en esta fase solo prestarían **servicio de comida para llevar a casa** sin consumo en el local.
- A lo largo de esta fase se va a **intensificar la preparación de todos los locales públicos con señalización y medidas de protección** para preparar el comienzo de la siguiente fase

DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

La interpretación de estos criterios sitúa la apertura del enoturismo en la FASE 1

11 de mayo

FASE 1

- Apertura de **terrazas en hostelería** con limitación de ocupación al 50%.
- Apertura de **hoteles y alojamientos turísticos**, excluyendo las zonas comunes y con restricciones. Desinfección y refuerzo de normas de salud e higiene.
- Apertura de **comercios de menos de 400 m² sin necesidad de cita previa** con una capacidad máxima del 30%. Preferencia mayores 65 años.
- Se podrá realizar **turismo activo y de naturaleza** en grupos limitados de personas dentro de la misma provincia
- Se podrán realizar visitas (aunque no realizar actividades culturales en ellos) en **museos**, con un aforo limitado.
- Se podrán realizar **actos y espectáculos culturales de menos de 30 personas** en lugares cerrados (con 1/3 de aforo).
- Se podrán realizar **actos y espectáculos culturales al aire libre de menos de 200 personas** (sentado y manteniendo la distancia necesaria).
- Se pueden celebrar **seminarios y congresos con menos de 30 asistentes** y respetando distancia de seguridad

DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

25 de mayo

FASE 2

- Apertura del **interior de los restaurantes a 1/3 de su aforo** (sentados).
- Apertura de **zonas comunes de hoteles y apartamentos turísticos** a un 1/3 de su capacidad.
- Se amplía el aforo de comercios minoristas al 40%
- Cines, teatros y similares 1/3 de su aforo.
- Se pueden celebrar **bodas**, manteniendo las restricciones de aforo y distancia
- Se pueden celebrar **seminarios y congresos con menos de 50 asistentes** y respetando distancia de seguridad
- Se permitirá el **turismo activo y de naturaleza** para grupos más amplios de personas y la **visita a monumentos y otros equipamientos culturales** (no actividades culturales) manteniendo un aforo limitado .
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales** de menos de 50 personas en lugares cerrados (1/3 de aforo).
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales y de ocio al aire libre** de menos de 400 personas (siempre y cuando sea sentado y manteniendo la distancia necesaria).
- Viajes a **segundas residencias en la misma provincia**

DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

8 de junio

FASE 3

- Flexibilidad de la movilidad general, **reforzando las medidas de protección:** Mascarillas, distancia mínima de seguridad.
- Las **actividades con 1/3 de aforo en fase II podrán pasar a 1/2 de aforo** en esta fase.
- Apertura de **playas**, en condiciones de seguridad y distanciamiento.
- Aumento al 50% del aforo en zonas comunes de **hoteles y apartamentos** turísticos
- Se extenderá el aforo en **restauración** y se permitirá el servicio en barra con la separación entre clientes que se determine. Las discotecas y bares nocturnos podrán abrir con un aforo limitado.
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales** de menos de 80 personas en lugares cerrados
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales, parques temáticos y de ocio al aire libre** de menos de 800 asistentes (sentados)
- Se elimina la restricción de pasajeros en ferries
- **No está previsto que se permitan los viajes a distintas provincias hasta que finalice la Fase III** (22 de junio, en el mejor de los casos)

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

1. REFORMULAR NUESTRO PLAN ESTRATÉGICO

En primer lugar, **es fundamental que aprovechemos este paréntesis en la actividad para reformular nuestra estrategia turística o empresarial.** Los planes y previsiones existentes se han desbaratado por completo. Muchos de los proyectos y planes deben ser revisados para adaptarnos a esta nueva realidad. Las circunstancias han cambiado por completo. Según los expertos, hasta que llegue la vacuna del COVID19 es muy probable que tengamos que aprender a convivir con ciertas restricciones y también es evidente que se producirán cambios en la forma de viajar. El escenario en el que nos encontramos es muy distinto y si queremos sobrevivir, deberemos adaptar nuestros servicios, instalaciones y procesos a las nuevas circunstancias.

Será necesario **redefinir los objetivos de empresa, empezar una nueva vida, optimizar los recursos humanos y materiales, revisar la oferta de productos y servicios, definir una nueva política de precios, promoción, etc.**

Para llevar a cabo esta reformulación habrá que tener en cuenta los recursos disponibles (no sólo económicos sino también humanos), ya que es posible que se hayan visto reducidos.

12

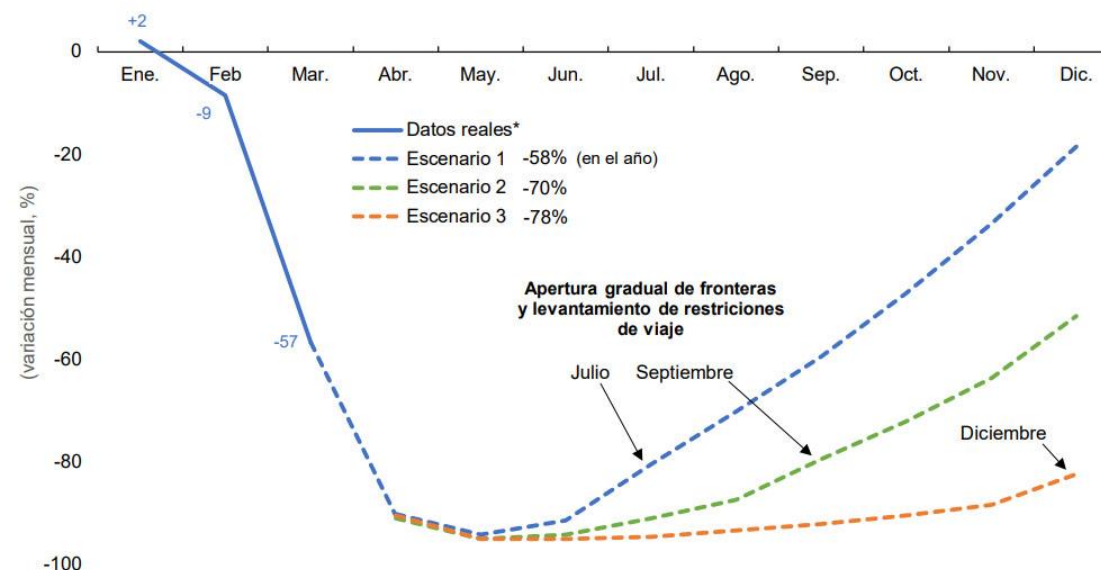
La creatividad y la capacidad de innovación serán un importante valor para hacer frente a esta nueva situación. Las empresas que consigan retener el talento van a contar con una importante ventaja competitiva.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

1. REFORMULAR NUESTRO PLAN ESTRATÉGICO

A la hora de redefinir nuestra estrategia empresarial para adaptarla a la denominada “nueva normalidad” será necesario que **reflexionemos sobre los posibles escenarios futuros**. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), los escenarios actuales apuntan a un posible declive de las llegadas de viajeros internacionales de entre el 58% y el 78% para el año. En cualquier caso, dependerá de la velocidad de la contención y de la duración de las restricciones de viaje y el cierre de las fronteras. Los siguientes escenarios para 2020 se basan en tres posibles fechas para la apertura gradual de las fronteras internacionales.

- **Escenario 1 (-58%)** basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje a **principios de julio**
- **Escenario 2 (-70%)** basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje a **principios de septiembre**
- **Escenario 3 (-78%)** basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje solo a **principios de diciembre**.



Fuente: OMT (2020)

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

2. GESTIONAR CORRECTAMENTE LA COMUNICACIÓN

- 1) Primero, **recordando que no hemos dejado de existir**, manteniendo un vínculo con nuestros clientes.
- 2) Después, cuando las autoridades lo permitan, **informando que ya estamos abiertos** y que cumplimos con garantías las recomendaciones en materia de seguridad e higiene sanitaria.
- 3) Más adelante, cuando la situación se acerque a la normalidad que todos esperamos, **creando argumentos importantes para visitarnos**.

En este nuevo contexto, será fundamental:

- Centrar nuestros esfuerzos en la **demanda turística nacional y especialmente en los mercados de proximidad**, ya que probablemente los primeros viajes sean desplazamientos cortos a destinos cercanos.
- No obstante, **no debemos olvidar al turista internacional**, que tarde o temprano volverá. Y también hay que ir generándole confianza para que venga a visitarnos cuando regrese a España.
- Transmitir una **imagen de seguridad**, habilitando un espacio en nuestra web para **informar de las medidas de higiene sanitaria que se llevan a cabo en nuestra empresa**. Tendremos que romper el tabú de no hablar de temas como la limpieza o la seguridad y hacerlo abiertamente para venderlo como un valor añadido, porque el cliente potencial va a poner la lupa en ello.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

2. GESTIONAR CORRECTAMENTE LA COMUNICACIÓN

A la hora de comunicar tendremos que ponernos en el lugar del viajero y adelantarnos dando respuesta a posibles dudas o preocupaciones que les puedan surgir.

Algunas de las preguntas a las que tendremos que dar respuesta son:

- **¿Está permitido el desplazamiento a ese destino?**
- **¿Es seguro visitar una bodega? ¿y alojarse en un hotel?**
- **¿Qué medidas de seguridad se toman?**
- **¿Existe una cierta normalidad en el destino?**
- **¿Qué servicios están disponibles en la zona?**
- **¿Podré cambiar o cancelar mi reserva?**

Además, tendremos que estar atentos a los mensajes visuales:
fotos de grandes grupos o eventos multitudinarios puede que no sean el mejor mensaje ahora mismo

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

3. ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

Será necesario adaptar nuestros productos enoturísticos y servicios a la situación actual y a la “nueva normalidad”. En este momento, consideramos esencial abordar los siguientes ámbitos:

- Prestar una **atención más personalizada e individualizada**, organizando citas, horarios de llegada, inicio de la actividad, de una forma no masificada.
- Atender **grupos más reducidos**, ya que es muy probable que tengamos que limitar el aforo e incluso disponer de varios turnos de visitas o comidas en el caso de los establecimientos de restauración, especialmente aquellos días de mayor afluencia (festivos y fines de semana).
- Será fundamental **respetar en todo momento la distancia mínima de seguridad y evitar aglomeraciones**, cuidando los espacios de recepción de clientes y la zonas de espera.



PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

3. ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS



- Tanto en el caso de las bodegas como en los establecimientos de restauración o servicios de cata y degustación, se deberán **servir los alimentos en raciones individuales. No utilizar en ningún caso platos compartidos.**
- Es probable que muchos visitantes huyan de grandes grupos y quieran disfrutar de su experiencia enoturística de forma privada o semi-privada, por lo que **tendremos que mejorar nuestra capacidad de personalizar la experiencia del visitante.**
- Las bodegas y empresas de actividades tendrán que adaptarse en mayor medida a las necesidades de los grupos, ofreciendo una **mayor flexibilidad de horarios**, duración e incluso del contenido de sus visitas y servicios. Indudablemente, se traducirá en una mayor satisfacción y mejores ventas en tienda, pero el esfuerzo también va a ser mayor.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

3. ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

- Crear **más actividades y experiencias innovadoras, centradas en el viñedo y al aire libre**: después de muchos años con el discurso centrado en la bodega o en el museo, llega el momento de poner en valor el viñedo como espacio de ocio y disfrute. Tras un largo periodo de confinamiento, estamos convencidos que la demanda dará mayor valor las experiencias en espacios abiertos, que permitan disfrutar de la naturaleza de forma activa, realizar actividades de salud y bienestar o expresarse de forma artística.

Picnic / brunch entre viñedos	Wine bar exterior	Maridajes	Fiestas y veladas	Talleres de cocina	Cursos de cata	Degustaciones de productos	Eventos familiares	Reuniones	Teambuilding
Conciertos y teatro	Festivales de Música	Cine de verano	Grabaciones (anuncios, películas, series)	Divulgación de la cultura local	Muestras de artesanía	Juegos, miedo y diversión	Actividades en familia	Actividades para niños, escolares y estudiantes	Cluedos, escape rooms, gimkanas
Vendimia	Relax y descanso	Esoterismo, espiritualidad, astrología	Astronomía, cielos limpios	Historia y visitas teatralizadas	Eventos efímeros	Fotografía y artes escénicas	Exposiciones artísticas	Salud y bienestar	Senderismo
Cicloturismo / Rutas en bici	Running	Paseos a caballo	Rutas en 4x4	Paseos en globo	Tren turístico	Rutas geográficas o temáticas	Observación de la flora y fauna	Talleres de educación ambiental	Birdwatching

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

4. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

MEDIDAS GENERALES DE HIGIENE Y PREVENCIÓN

- La **higiene de manos** es la medida principal de prevención y control de la infección.
- Es necesario **cubrirse la nariz y la boca con un pañuelo al toser y estornudar**, y desecharlo a un cubo de basura con tapa y pedal. Si no se dispone de pañuelos emplear la parte interna del codo para no contaminar las manos. Hay que evitar tocarse los ojos, la nariz o la boca.
- Evitar el contacto y **mantener la distancia mínima de 2 metros** entre personas.
- Utilizar **equipos de protección individual** (mascarilla, guantes, pantallas protectoras) adecuadamente cuando no se respete la distancia mínima o se manipulen vino o alimentos.

Estas recomendaciones generales establecidas por las autoridades sanitarias para reforzar las medidas de higiene personal en todos los ámbitos deberán complementarse con medidas específicas dependiendo de nuestra actividad. En cualquier caso, las medidas a implantar en cada establecimiento **deberán seguir las recomendaciones establecidas en los protocolos y guías oficiales que se publiquen por parte de las autoridades sanitarias.**

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

4. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

MEDIDAS ESPECÍFICAS DE HIGIENE Y PREVENCIÓN

ACEVIN está colaborando junto al ICTE (Instituto de Calidad Turística Española) en la elaboración del protocolo o especificación técnica “Medidas para la reducción de riesgos higiénico-sanitarios frente al COVID” dirigidas al turismo industrial –donde se engloba el enoturismo–, que será validada por el Ministerio de Sanidad y la Secretaría de Estado de Turismo. **En el Anexo I se presenta enlace de descarga de protocolos.**

20

De forma complementaria a las medidas que se definan por parte de los organismos oficiales, recomendamos:

- Más **higiene en todo el proceso de prestación del servicio**, especialmente en los servicios de comidas y degustaciones. No sólo será necesario implantarlas, sino también transmitir las al cliente antes y durante su visita a nuestro establecimiento. El equipo humano será clave en este proceso.
- Con el objetivo de generar mayor confianza, será recomendable **hacer más visible para el cliente el hecho de que se desarrollan de manera eficaz los protocolos de limpieza y desinfección**, por ejemplo con cartelería y/o dejando a la vista los registros de limpieza periódica.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

4. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

MEDIDAS ESPECÍFICAS DE HIGIENE Y PREVENCIÓN

- **Formar al personal en los nuevos protocolos** de limpieza y seguridad, así como en la gestión de grupos y aforo. También será necesario informar a todas aquellas personas en contacto con nuestra empresa como puede ser proveedores, personal de apoyo, etc.
- **Limpiar y desinfectar con mayor frecuencia las zonas con mayor tránsito de personas**, deberá percibirse en todo momento que el establecimiento cumple con estrictos estándares de higiene y seguridad sanitaria.
- **Lavar y desinfectar las copas, platos y cubiertos a alta temperatura** (más de 80°C), así como los manteles, servilletas y uniformes de trabajo (a más de 60°C).
- Asimismo, será necesario **desinfectar constantemente mostradores, pomos, teléfonos, datáfonos o cualquier superficie o utensilio** que pueda ser transmisor del virus.



PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

5. ADECUACIÓN DE ESPACIOS Y GESTIÓN DE AFOROS



Será preciso adecuar los espacios al escenario COVID-19 creando unas condiciones más seguras:

- **Reduciremos al máximo los cruces de personas** que no respeten la distancia de seguridad, estableciendo **circuitos de entrada y salida**.
- Tendremos que **limitar el aforo** de las salas, comedores y espacios de degustación, asegurando una mayor separación entre mesas. En el caso de las bodegas, **prestaremos especial atención a las zonas de parada de la visita, los espacios de recepción y proyección de audiovisuales**.
- Disponer de **espacios cuidados al aire libre como jardines, terrazas o zonas de picnic y degustación exteriores** será un factor diferencial. Además de ser una medida que reduce las posibilidades de contagio, querremos sentirnos libres y disfrutar del entorno, por lo que cuanto más tiempo pasemos al aire libre, mejor.
- También deberemos **disponer de todos los elementos necesarios para ofrecer un servicio seguro**, por ejemplo, **la instalación de máquinas dispensadoras de geles desinfectantes** en diferentes puntos (zonas comunes y espacios de degustación), utilizar guantes higiénicos en la manipulación de alimentos y otros métodos de protección individual.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

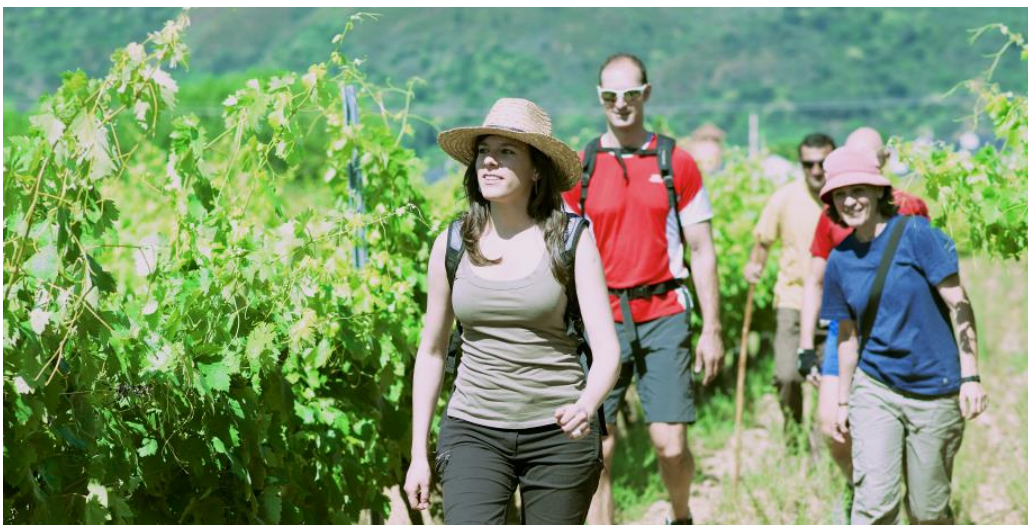
6. POLÍTICA DE PRECIOS

- Sin turismo internacional a corto plazo, será necesario **mantener cierta moderación en los precios e incluso estudiar la posibilidad de aplicar alguna reducción/rebaja**, ya que es muy probable que la capacidad de gasto de las familias españolas disminuya como consecuencia de la crisis y el desempleo.
- Otra opción en lugar de reducir las tarifas, será **ofrecer un mayor valor añadido por el mismo importe**, así lograremos proteger los precios y el posicionamiento de nuestra marca otorgando más beneficios a los clientes.
- El visitante valorará positivamente que ofrezcamos algún tipo de **descuento o ventaja a determinados colectivos** (por ejemplo a sanitarios, familias numerosas, niños, personas jubiladas o en paro).



PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

6. POLÍTICA DE PRECIOS



- En cualquier caso, **la modificación de nuestra política de precios debe ser una decisión estratégica fruto de la reflexión, que dependerá tanto del tipo de producto, como del posicionamiento de nuestra marca** y de la estrategia que cada empresa quiera seguir.
- Asimismo, deberemos considerar otras variables como la **elasticidad-precio de nuestra demanda** (no todos los segmentos son igual de sensibles al factor precio) y un exhaustivo estudio de costes (sin olvidar la visión a largo plazo), ya que es probable que aumenten debido a las nuevas medidas de higiene y seguridad.

Será el momento de recuperar la confianza del visitante, dotando de un mayor valor añadido a nuestro producto enoturístico por un importe asequible

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

7. PROMOCIÓN

- Será necesario **desarrollar campañas de promoción mucho más cercanas e imaginativas**. El sector turístico va a tornarse todavía más competitivo si cabe, ya que debido a las restricciones de movilidad, la demanda va a ser mucho más reducida. Todo España mira ahora a los mismos mercados emisores.
- No obstante, también va a ser un momento decisivo para el enoturismo, ya que **únicamente podrán seguir recibiendo visitantes las bodegas que cuenten con una apuesta decidida por el enoturismo**, habiendo adaptado las instalaciones y preparado los espacios para acoger visitantes de forma profesional.
- Todas aquellas empresas que no cuenten con una oferta profesional de enoturismo dejarán de recibir visitantes, ya que estos serán **mucho más selectivos a la hora de elegir qué lugares y establecimientos visitan** durante sus viajes.



PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

7. PROMOCIÓN

- Un menor volumen de viajeros no tiene por qué ser algo negativo si sabemos rentabilizar al máximo cada visita.
- A veces, menos es más, y **recibir un menor flujo de visitantes nos dará la oportunidad de construir una relación más duradera con nuestros visitantes**, dándoles una mejor atención y estableciendo vínculos a largo plazo.
- **Un cliente de enoturismo puede ser un cliente de vino para toda la vida**. Además, tendrá muchas más probabilidades de recomendar nuestra empresa a sus amigos y familiares.

Algunas recomendaciones:

- Genera **campañas de promoción más originales e innovadoras**. El público comparte historias bonitas y conmovedoras.
- Es un buen momento para **dirigirnos a nuestros clientes más fieles**.
- Crear **ofertas centradas en las necesidades reales** de los viajeros.
- Promoción **muy segmentada en redes sociales** hacia grupos y colectivos de interés.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

8. COMERCIALIZACIÓN

Es probable que nuestros canales de comercialización habituales se vean alterados. El turista buscará una mayor sensación de seguridad y confianza, por lo que es probable que elija un contacto más directo y cercano con el establecimiento prestatario del servicio, **incrementándose la comercialización directa.**

En este sentido, será esencial contar con una **página web atractiva, clara y funcional**, en la que **se facilite el proceso de reserva de forma electrónica o telefónica, evitando esperas y transacciones a la llegada.** Si es posible, fomenta que incluso el **pago de los servicios se realice de forma previa a la llegada del visitante** (por ejemplo, a través de pasarelas de pago alojadas en la propia web a la hora de realizar la reserva). En caso de que el visitante realice el pago a su llegada o al finalizar la visita, se priorizarán métodos de pago *contactless* o sin contacto.

27

Otras acciones que mejoran la comercialización de los productos y servicios enoturísticos:

- Llevar a cabo estrategias de **UP selling & CROSS selling**, que contribuyan a mejorar las ventas y la rentabilidad de la empresa.
- Disponer de **bonos o tarjetas regalo.**
- Generar **Newsletter o Campañas de Mail Marketing** que inciten a la compra.
- Asegurar tu **presencia en los canales de venta más importantes** del destino.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

9. FIDELIZACIÓN

Al reducirse drásticamente la demanda debido a las restricciones de movilidad, va a ser más necesario que nunca apostar por la fidelización. No sólo para incentivar que el visitante vuelva, sino también para **fomentar que ese cliente se convierta en un prescriptor de nuestros servicios**, recomendando nuestra empresa a sus familiares y amigos.

Además, **es probable que algunas de las primeras personas en llamar a tu puerta sean personas que ya conocen tu establecimiento** o tu servicio. En este sentido, es recomendable contar con bases de datos de clientes en las que recopilemos la mayor cantidad de información útil que sea posible. Así, podrás identificar a tus clientes, huéspedes o visitantes frecuentes, a los que proceden de mercados próximos o lugares en los que han levantado las restricciones de movilidad, y podremos enviarles ofertas mucho más personalizadas.

Algunas recomendaciones:

- Recabar datos de tus clientes para crear **una gran base de datos**
- Diseñar **programas de fidelización**, con beneficios reales.
- Si ya dispones de ellos, **facilitar el canje de puntos o la obtención de beneficios** y ofrecer algún tipo de incentivo para los próximos meses
- Generar una **gran comunidad de wine lovers y amantes del enoturismo**.
- **Gestionar tu reputación online** en los canales más importantes

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

10. INFORMACIÓN Y FORMACIÓN



Hoy más que nunca, queremos destacar el papel del equipo humano de las empresas y Rutas del Vino y la importancia de su profesionalización. **La información y la formación constituyen una herramienta clave para la mejora de la competitividad del sector.** Además suponen un medio eficaz para difundir y profundizar en el uso de metodologías que permitan poner en marcha las recomendaciones incluidas en la presente guía y en la Especificación Técnica del ICTE (*“Medidas para la reducción de riesgos higiénico-sanitarios frente al COVID”*) correspondientes a cada sector.

En este sentido, recomendamos a todas las empresas y entidades que conforman las Rutas del Vino que apuesten por llevar a cabo acciones de formación específica para la puesta en práctica de protocolos de limpieza y seguridad, sistemas de cálculo de aforos, mejora de la seguridad y un amplísimo etcétera.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

11. SOSTENIBILIDAD Y RELACIÓN CON EL ENTORNO

- Se recomienda a los restaurantes, alojamientos, bodegas y todos aquellos establecimientos que ofrezcan servicio de restauración o algún tipo de experiencia gastronómica potenciar la relación con los proveedores locales y afianzar su apuesta por el producto de proximidad, también llamado “km. 0”. Esto nos permitirá **reforzar la colaboración con el tejido empresarial de nuestro alrededor y ser más sostenibles**, reduciendo al mínimo la manipulación del producto y el impacto ambiental de su transporte. Además, **contribuirá a mejorar nuestra imagen de marca**, alineándonos con las tendencias de la demanda.
- En el caso de las bodegas, museos y otras industrias visitables, será interesante contar con otros productos locales en la tienda que complementen nuestro producto, tales como quesos, aceites, artesanía, etc. Ahora más que nunca, **es el momento de ser más cooperativos con nuestro territorio, apoyando y recomendando otras empresas y productos de la zona** al visitante. De la misma forma, es recomendable **disponer de folletos y soportes promocionales de otras empresas y recursos de la zona** con el objetivo de hacer destino y marca territorio.
- Las estrategias tanto de los establecimientos como de los destinos **deberán ir encaminadas a mejorar su alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

30

Tendremos que reforzar la cadena de valor local, **fomentando una economía mucho más sostenible en nuestro entorno** y apoyándonos unos a otros

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

12. SOLIDARIDAD

- En un momento como el actual, **es preciso que todos los agentes que conformamos las Rutas del Vino estemos más unidos que nunca**. Todo el sector ha de ser una piña para construir un nuevo modelo turístico en los territorios, mucho más solidario.
- Es el momento de **profundizar y hacer más efectivos modelos de colaboración público-privada de nuestras rutas**, para que el proceso de gobernanza turística en el territorio despliegue todo su potencial, se construya con las aportaciones de todos y evolucione hacia nuevas fórmulas, que faciliten la toma de decisiones y señalen estrategias de territorio eficaces y eficientes.



31

Es momento de estar todos unidos para ser más fuertes y superar esta situación. El concepto “Ruta del Vino” en cada territorio y “Rutas del Vino de España” como club de producto estatal cobran más sentido que nunca.

PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

12. SOLIDARIDAD



- Es también el momento de la **empatía, de estar con tu equipo humano, de ayudarlo a seguir y a crecer contigo**. Gran parte de lo que eres lo has conseguido con tu equipo humano. Y es momento de establecer alianzas con tus proveedores, vecinos, con la sociedad local, porque todos necesitamos de todos.
- Es el **momento de la solidaridad**. De buscar relaciones beneficiosas para todos los agentes del territorio. Y también de ayudar a los que más lo necesitan.

32

“

“Ante todo, las personas”

OMT, 2020

ANEXO I – PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN

El **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo** está publicando diversos protocolos coordinados por el **Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)** tras su validación por el **Ministerio de Sanidad**. Se trata de las primeras especificaciones técnicas elaboradas por el ICTE en coordinación con la **Secretaría de Estado de Turismo** y en colaboración con las patronales del sector y los expertos designados por ellas, técnicos de comunidades autónomas, ayuntamientos y los sindicatos UGT y CCOO. Los documentos han contado también con el asesoramiento de asociaciones de prevención de riesgos laborales como la **Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral (AESPLA)** y PRLInovación. Estas especificaciones técnicas o protocolos, cuya implantación pretenden reducir el riesgo de contagio generado por la COVID-19 en los establecimientos y recursos públicos turísticos, **podrán descargarse de forma gratuita** en dos webs:

Página del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo:



<https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/Paginas/Guias-sector-turistico.aspx>,

Página web del ICTE:



<https://www.calidadturistica hoy.es/ESP/m/36/1391/general/Inicio/Guias-para-la-reduccion-del-contagio-por-el-coronavirus-SARS-CoV-2-en-el-sector-turistico>

Las especificaciones técnicas correspondientes a los distintos subsectores turísticos, se irán colgando en las páginas web anteriormente descritas conforme sean validadas por el Ministerio de Sanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gobierno de España. (28 de abril de 2020). La Moncloa. Recuperado el 8 de mayo de 2020, de Plan de desescalada: <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodem Ministros/Paginas/enlaces/280420-enlace-desescalada.aspx>
- Gobierno de España. (9 de mayo de 2020). Orden SND/399/2020 para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional, establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 1 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad. Plan para la transición hacia una nueva normalidad: Guía de la fase 1
- Ministerio de Sanidad (2020). Guía de Buenas prácticas para los establecimientos y trabajadores del sector turístico. Gobierno de España.
- Ministerio de Sanidad (2020). Medidas higiénicas para la prevención de contagios del COVID-19. Versión 6 abril 2020. Gobierno de España.
- Ministerio de Sanidad. (2020). Plan para la transición hacia una nueva normalidad: Respuestas a preguntas frecuentes. Versión 3 de mayo de 2020. Gobierno de España
- Ministerio de Sanidad. (2020). Plan para la transición hacia una nueva normalidad. 28 de abril de 2020. Gobierno de España
- Basque Culinary Center y Euro-Toques. (2020). Pautas de higiene y seguridad alimentaria contra el COVID-19 para trabajar en empresas de restauración. Abril 2020.
- Basque Culinary Center y Euro-Toques. (2020). Protocolo especial Covid-19 de prevención y seguridad en servicios de restauración. Mayo 2020.
- Organización Mundial del Turismo. (7 de mayo de 2020). Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020, informa la OMT. Madrid, España.

Si de algo estamos seguros en medio de toda esta incertidumbre es que volveremos a viajar tarde o temprano.

Volveremos a brindar con los nuestros, a visitar esos rincones llenos de encanto y sonarán de nuevo los descorches que anuncian el inicio de una gran velada o un momento de celebración especial con familiares o amigos.

Es algo que todos necesitamos, ahora más que nunca.

Documento elaborado por:

María Martínez
Manuel Romero



Agradecimientos:

Fernando Redondo
David Mora





www.wineroutesofspain.com



Oficina técnica:

