



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

EL VALOR DEL ENOTURISMO EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS
BODEGAS ESPAÑOLAS Y EL E-WOM.

Tesis doctoral presentada por:
M^a Dolores Cortina - Ureña

DIRECTOR: DR. Francisco Mas -Verdú
CODIRECTORA: DRA. María Guijarro - García

Valencia, noviembre del 2018.

Índice de contenidos

CAPITULO 1 INTRODUCCIÓN 1.....	2
1.1 Justificación del tema.....	2
1.2 Objetivos de la investigación.....	6
1.3 Estructura del trabajo de investigación.....	7
CAPÍTULO 2. SECTOR VITIVINÍCOLA, SECTOR TURISMO Y ENOTURISMO.....	10
2.1 El origen del vino en la península ibérica.....	10
2.2 Sector vitivinícola en el mundo y en España.....	12
2.2.1 Sector vitivinícola en el mundo.....	12
2.2.2 Sector vitivinícola en España.....	18
A) Producción, exportaciones y posicionamiento competitivo.....	18
B) Consumo Interno y HORECA.....	20
C) Las D.O en España.....	23
2.3 Sector turístico en el mundo y en España.....	30
2.3.1 Sector turístico en el mundo.....	30
2.3.2 Sector turístico en España.....	33
2.4 Turismo enológico en el nuevo mundo y en el Viejo mundo.....	35
2.4.1 Número de enoturistas y número de turistas que recibe el país.....	36
2.4.2 Perfil del enoturista y tipo de estancia.....	39
2.4.3 Oferta del turismo vitivinícola.....	48
2.4.4 Estrategias de enoturismo.....	59
2.4.5 Redes sociales en enoturismo.....	73
CAPÍTULO 3. REVISIÓN DE LA LITERATURA: ENOTURISMO, ORGANIZACIONES PROMOTORAS DEL ENOTURISMO, PRODUCTO TURÍSTICO Y ENOTURISMO COMO INNOVACIÓN Y DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL.....	89
3.1 Definición y primeros estudios.....	89
3.2 Organizaciones promotoras del enoturismo en España y Europa.....	96
3.2.1 ACEVIN.....	96
3.2.2 RECEVIN.....	97
3.3 Producto turístico y enoturismo.....	99
3.3.1 Definición de producto turístico.....	99
3.3.2 Rutas del vino (producto turístico).....	103
3.3.3 Rutas del vino en España.....	106
3.4 Enoturismo: Innovación y desarrollo organizacional.....	112
3.4.1 Definición de Innovación y clasificación de las innovaciones.....	112
3.4.2. Enoturismo: Innovación y desempeño organizacional.....	116
CAPITULO 4. REVISIÓN DE LA LITERATURA: MARKETING E INTERNET, Y COMERCIO ELECTRONICO EN EL SECTOR VITIVINICOLA.....	120
4.1 Marketing e Internet en turismo.....	120
4.2 Internet, páginas web y enoturismo.....	122
4.3 Comercio electrónico.....	124
4.3.1 Ventajas y desventajas para el usuario y la empresa.....	125
4.4 Comercio electrónico de productos turísticos.....	130

4.5 Comercio electrónico del sector vinícola y del enoturismo en España	132
4.5.1 El comercio electrónico de calidad.....	135
4.5.2 Seguridad en las formas de pago, sellos de confianza y opiniones de otros consumidores.....	137
CAPITULO 5 MARKETING RELACIONAL: EL BOCA-OREJA ELECTRÓNICO O E-WOM	143
5.1 Definición	143
5.2 El Boca oreja o wom.....	145
5.2.1 Definición y características del boca- oreja o boca-oído tradicional.....	145
5.2.2 El wom en turismo.....	147
5.2.3 El wom en enoturismo.....	147
5.3 El Boca-oreja electrónico o e-wom.....	151
5.3.1 Definición y características del boca oreja electrónico o e-wom.....	151
5.3.2 Influencia del e-wom en las decisiones de compra en el sector turismo.....	153
5.3.3 El e-wom en enoturismo.....	154
CAPÍTULO 6. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA.....	156
6.1 Introducción	156
6.2 Objetivos de la investigación	159
6.3 Justificación de la metodología de la investigación.....	159
6.3.1 Método del caso.....	159
6.3.2 Netnografía.....	165
6.4 Escenario de la investigación empírica.....	170
6.4.1 Descripción de las muestras.....	175
6.4.2 Recogida de datos e instrumento de medida: netnografía aplicada al e-wom y cuestionario.....	178
6.5 Diseño de la investigación	180
6.5.1 Diseño del estudio de casos.....	180
CAPÍTULO 7 ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL ESTUDIO DE CASOS.....	185
7.1 Descripción de los casos objetos de estudio de la muestra 1, bodegas españolas pertenecientes a las Rutas del Vino de España.....	185
7.1.1 Bodegas de la muestra 1.....	189
7.1.2 Conclusiones: resultados del análisis de las bodegas de la muestra 1.....	218
7.2 Boca-oreja electrónico o e-wom de la muestra 1 bodegas de las Rutas del Vino de España.	235
7.2.1 Introducción.....	235
7.2.2 Metodología.....	238
7.2.3 Modelo TOURQUAL.....	238
7.2.4 Los atractivos turísticos.....	243
7.2.5 Análisis del e-wom con T-LAB.....	247
7.2.6 Conclusiones de los atributos de calidad del modelo TOURQUAL	275
7.3 Análisis bodegas de la muestra 2 y resultados del cuestionario cualitativo.....	276
7.3.1 Muestra 2: Bodegas D.O. Valencia que realizan enoturismo.....	276
7.3.2 Conclusiones: resultados del análisis de las bodegas de la muestra 2.....	295
7.3.3 Resultados de la entrevista cualitativa.....	305

CAPÍTULO 8 CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	314
8.1 Conclusiones de la investigación empírica	314
8.2. Implicación política y gerencial	329
8.3 Limitaciones y futuras líneas de investigación	338
BIBLIOGRAFIA	340
ANEXO 1.....	364
ANEXO 2.....	436
ANEXO 3.....	464

Lista de tablas

Tabla 1 Sector mundial del vino. Fuente: elaboración propia a partir de datos de OIV, (2015 y 2016).	12
Tabla 2: Producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos). Fuente: elaboración propia a partir de datos de OIV, (2016).	15
Tabla 3: Consumo mundial de vino por países. Fuente: elaboración propia a partir de datos de OIV, (2016).	16
Tabla 4: Principales exportadores mundiales. Fuente: elaboración propia a partir de datos de OEMV, (2016).	17
Tabla 5: Exportaciones españolas de vinos, mostos y vinagres, Fuente: elaboración propia a partir de datos de OEMV, (2017).	19
Tabla 6: Consumo domestico de vino. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Informe de consumo de alimentación en España, 2016. MAGRAMA, (2017).	21
Tabla 7: Resumen listado DOPs e IGP de vinos registradas por la Comisión Europea por comunidades autonomas. Fuente: elaboración propia a partir de datos del listado DOPs y IGP por la comisión. MAGRAMA, (2017).	27
Tabla 8: Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas en 2016. Fuente: OMT, (2017).	32
Tabla 9: Llegadas turistas internacionales por paises de origen 2016. Fuente: elaboración propia a partir de datos Fontur-INE, (2017).	34
Tabla 10: Distribución territorial de llegadas de turistas internacionales (acumulado enero/noviembre 2016). Fuente: elaboración propia a partir de datos Frontur- INE, (2017).	34
Tabla 11: Cifras del número de turistas y enoturistas por países.	38
Tabla 12: Parámetros comunes de los países analizados respecto al perfil del enoturista.	48
Tabla 13: Resumen de la oferta del turismo vitivinícola por países.	59
Tabla 14: Estrategias nacionales respecto al enoturismo por países.	73
Tabla 15: Uso de las redes sociales en enoturismo por países.	87
Tabla 16: Definiciones de enoturismo realizada por autores. Fuente: elaboración propia.	91
Tabla 17: Definiciones de enoturismo realizadas por organismos y congresos. Fuente: elaboración propia.	92
Tabla 18: Tesis doctorales en enoturismo realizadas en España. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Duran et al, (2016)	96
Tabla 19: Definiciones de Producto Turístico. Fuente: elaboración propia a partir de González Ferrer, (2006 y 2007); Pérez, Guerrero y Gonzalez, (2010) y Morillo, (2011).	103
Tabla 20: Estudios realizados en diferentes comunidades autonomas de España. Fuente: Lopez-Guzman, Rodríguez y Vieira, (2013).	106
Tabla 21: Componentes minimos de una Ruta del Vino de España. Fuente: Miranda y Fernandez, (2011).	109
Tabla 22: Definiciones de Innovación. Fuente: elaboracion propia a apartir de datos de Cilleruelo,. Sánchez y Etxebarria, (2008).	114
Tabla 23: Paradigma de transformación de bodegas al turismo. Fuente: Carlen, (2004).	117

Tabla 24: Diferencias entre el marketing clásico y el nuevo modelo de marketing. Fuente: Anato, (2006).....	121
Tabla 25: Ventajas del ecommerce para las empresas. Fuente: Flavián, (2003).....	126
Tabla 26: Desventajas del ecommerce para la empresa. Fuentes: Flavián, (2003).....	128
Tabla 27: Ventajas obtenidas por el consumidor en el ecommerce. Fuente:Flavián, (2003).....	129
Tabla 28: Desventajas para los consumidores al utilizar el ecommerce. Fuente: elaboración propia.	129
Tabla 29: Ecommerce y sus modalidades aplicadas al turismo. Fuente: Perez et al, (2011).....	130
Tabla 30: Aplicación del ecommerce en la gestión de operaciones en la empresa turística. Fuente Perez. Martinez y Abella , (2011), basado en Buhalis, (1998).....	132
Tabla 31 Sellos de confianza en países europeos. Fuente: Jiménez, Redchuk, Dittmar y Vargas, (2013).....	141
Tabla 32: Definiciones de Marketing Relacional. Fuente: elaboración propia.	144
Tabla 33: Definiciones del boca-oreja o WOM. Fuente: elaboración propia.	146
Tabla 34: Definiciones del e-WOM. Fuente elaboración propia a partir de autores citados.	151
Tabla 35: Características del e-WOM. Fuente: elaboración propia a partir de autores citados....	153
Tabla 36: Pruebas para evaluar la calidad y objetividad de un estudio de caso. Fuente: Yin, (1989).....	163
Tabla 37: Muestra 1, bodegas seleccionadas.....	175
Tabla 38: Ficha técnica de la muestra 1. Elaboración propia.	176
Tabla 39: Muestra 2 , bodegas que realizan enoturismo de la D.O.Valencia.	177
Tabla 40: Ficha técnica de la muestra 2 , Bodegas de la D.O. Valencia.	177
Tabla 41: Bodegas pertenecientes a las Rutas del Vino de España, seleccionadas para el análisis del e-WOM.....	178
Tabla 42: Ficha de las pruebas de evaluación del rigor y calidad , basadas en Villareal, (2008).	183
Tabla 43: Bodegas de la muestra 1, pertenecientes a las Rutas del Vino de España. Fuente elaboración propia.....	189
Tabla 44: Cifras de venta, EBIT y EBITDA de Vivanco Enoturismo y Experiencias, S.I. Fuente: SABI, (2017).....	212
Tabla 45: Redes sociales de las bodegas de la muestra 1.	219
Tabla 46: Enoturismo y e-WOM de las bodegas de la muestra 1.....	221
Tabla 47: Comercio electrónico y club de vino de las bodegas de la muestra 1.	221
Tabla 48: Arquitectura e instalaciones de las bodegas de la muestra 1.	222
Tabla 49: I+D+i y subvenciones de las bodegas de la muestra 1..	224
Tabla 50: E-WOM de las bodegas seleccionadas de las Rutas del Vino de España, (2017).	237
Tabla 51:Indicadores de calidad del modelo TOURQUAL. Fuente: Mondo, (2014)..	239
Tabla 52: Definiciones de atractivos turísticos. Fuente: elaboración propia.	244
Tabla 53: Clasificación de atractivos turísticos adaptados de Swarbrooke, (2002). Fuente: Mondo, (2014).	245
Tabla 54: Clasificación de atractivos turísticos OEA-CICATUR. Fuente: Guía metodológica para el inventario de patrimonio turístico, según método OEA-CICATUR, (1983).	246
Tabla 55: Los 20 lemas más significativos. Fuente: T-LAB, (2017).....	250
Tabla 56: Representatividad de los clusters por frecuencia. Fuente: T-LAB, (2017).	254

Tabla 57: Lemas del clúster 1. Fuente: T-LAB, (2017).....	255
Tabla 58: Relación el modelo TOURQUAL y entre lemas del clúster 1.	256
Tabla 59: Lemas del Clúster 2. Fuente: T-LAB, (2017).....	260
Tabla 60: Relación de los lemas del clúster 2 con el modelo TOURQUAL.....	261
Tabla 61: Lemas del clúster 3. Fuente: T-LAB ,(2017).....	265
Tabla 62: Relación de lemas del clúster 3 con el modelo TOURQUAL.....	266
Tabla 63: Lemas del clúster 4. Fuente: T-LAB, (2017).....	270
Tabla 64: Relación de los lemas del clúster 4 con el modelo TOURQUAL.	271
Tabla 65: Bodegas de la D.O. Valencia. Fuente: elaboración propia.	281
Tabla 66: Bodegas de la DOP Valencia. Muestra 2. Fuente elaboración propia (2017)	283
Tabla 67: Redes sociales de las bodegas D.O. Valencia.....	295
Tabla 68: Oferta enoturística de las bodegas de la D.O. Valencia.	296
Tabla 69: Comercio electrónico, e instalaciones de las bodegas de la D.O. Valencia.	297
Tabla 70: Innovación y subvenciones de las bodegas de la D.O. Valencia.....	298
Tabla 71: Datos identificativos de las Bodegas de la D.O. Valencia que realizan enoturismo. Fuente: elaboración propia.....	305
Tabla 72: Realización de actividades enoturísticas de las bodegas de la D.O. Valencia que realizan enoturismo. Fuente: elaboración propia.	306
Tabla 73: Información sobre los enoturistas de las Bodegas de la D.O. Valencia que hacen enoturismo. Fuente: elaboración propia.....	307
Tabla 74: E-wom de los enoturistas de las bodegas de la D.O. Valencia que realizan enoturismo . Fuente: elaboración propia.....	307
Tabla 75: Potencial de la zona donde esta situada su bodega .Bodegas de la D.O. valencia que realizan enoturismo. Fuente: elaboración propia.	308
Tabla 76: Conocimiento sobre la oferta enoturística en la Comunidad Valenciana y en España. Conocimiento sobre los vinos valencianos. Muestra 2.	309
Tabla 77. Beneficios percibidos al desarrollo del enoturismo. Muestra 2.....	310
Tabla 78:E-wom en enoturismo. Muestra 2.	311
Tabla 79: Restricciones asociadas al enoturismo. Muestra 2.	311
Tabla 80: Zonas vitivinícolas de España que realizan enoturismo y no son Rutas del Vino de España. Fuente: elaboración propia.	328
Tabla 81: Oferta enoturística de Bodegas Pago de Tharsys. Fuente: página web de Pago de Tharsys, (2017).	365
Tabla 82: Datos económicos de Pago de Tharsys, 2015. Fuente: SABI, (2017).....	367
Tabla 83: Descripción actividad de Pago de Tharsys. Fuente: SABI, (2017).	367
Tabla 84: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Pago de Tharsys, período 2015-2009. Fuente: SABI (2017).....	368
Tabla 85: Cifras de Ventas,EBIT, EBITDA, de Pago de Tharsys, período 2008-2001. Fuente: SABI, (2017).....	368
Tabla 86: Subvenciones de Pago de Tharsys. Fuente: SABI, (2017).	368
Tabla 87: Oferta enoturística de Bodegas Comenge. Fuente: página web de Bodegas Comenge, (2017).....	369
Tabla 88: Datos económicos de Bodegas Comenge. Fuente: SABI, (2017).	371
Tabla 89: Descripción actividad Bodegas Comenge. Fuente SABI, (2017).....	371

Tabla 90: Cifras de ventas , EBIT, EBITDA de Bodegas Comenge , período 2016-2011. Fuente: SABI, (2017).....	371
Tabla 91: Cifra de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas comenge , período 2010-2005. Fuente: SABI, (2017).....	372
Tabla 92: Subvenciones de Bodegas Comenge. Fuente: SABI, (2017).	372
Tabla 93: Oferta enoturística de Bodegas Duron. Fuente: página web Grupo Solar de Samaniego, (2017).....	374
Tabla 94: Oferta enoturística de bodegas Solar de Samaniego. Fuente: página web Grupo Solar de Samaniego, (2017).	375
Tabla 95: Datos económicos del Grupo Solar de Samaniego. Fuente: SABI, (2017).	378
Tabla 96: Descripción de actividades del Grupo Solar de Samaniego. Fuente: SABI, (2017). .	378
Tabla 97: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA del Grupo Solar de Samaniego , período 2016-2011. Fuente: SABI, (2017).....	379
Tabla 98: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA del Grupo Solar de Samaniego , período 2010-2005. Fuente: SABI, (2017).....	379
Tabla 99: Subvenciones del grupo Solar de Samaniego. Fuente: SABI, (2017).	379
Tabla 100: Oferta enoturística de visitas de bodegas El Lagar de Isillas. Fuente. página web de bodegas El Lagar de Isillas, (2017).....	381
Tabla 101: Oferta enoturística, visitas con menu y curso de cata de bodegas El Lagar de Isilla . Fuente: página web de bodegas El Lagar de Isilla, (2017).	383
Tabla 102: Ofertas de escapadas al hotel El lagar de Isilla. Fuente: página web de bodegas El Lagar de Isilla, (2017).....	385
Tabla 103: Ofertas de experiencias en el hotel El Lagar de Isillas. Fuente: página web de bodegas El Lagar de Isillas, (2017).....	386
Tabla 104: Datos económicos de bodegas El Lagar de Isilla. Fuente: SABI, (2017).....	388
Tabla 105: Descripción actividad bodegas El Lagar de Isilla. Fuente: SABI, (2017).....	388
Tabla 106: Cifras de ventas , EBIT, EBITDA de bodegas El Lagar de Isillas, período 2016-2011. Fuente SABI, (2017).....	388
Tabla 107: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas El Lagar de Isillas, período 2010-2005. Fuente: SABI, (2017).....	389
Tabla 108: Subvenciones de Bodegas El lagar de Isilla. Fuente: SABI, (2017).	389
Tabla 109: Oferta enoturística de visitas de Bodegas Legaris, Fuente: página web de Bodegas Legaris, (2017).....	390
Tabla 110: Oferta enoturística de atardeceres en Bodegas Legaris. Fuente: página web de Bodegas Legaris, (2017).	391
Tabla 111: Oferta de cursos de Cata en Bodegas Legaris. Fuente: página web de Bodegas Legaris, (2017).....	392
Tabla 112: Datos económicos Bodegas Legaris. Fuente: SABI, (2017).	393
Tabla 113: Descripción actividad Bodegas Legaris. Fuente: SABI, (2017).	394
Tabla 114: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Legaris período 2016-2011. Fuente: SABI, (2017).....	394
Tabla 115: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Legaris, período 2010-2005. Fuente: SABI, (2017).....	394
Tabla 116: Subvenciones de Bodegas Legaris. Fuente: SABI, (2017).....	395

Tabla 117: Oferta enoturística de visitas en Bodegas Portia. Fuente: página web de Bodegas Portia, (2017).	396
Tabla 118: Oferta enoturística de visita y menú en Bodegas Portia. Fuente: página web de Bodegas Portia, (2017).	397
Tabla 119: Oferta enoturística de vinos, tapas y visita de Bodegas Portia. Fuente: página web de Bodegas Portia, (2017).	397
Tabla 120: Datos económicos de Bodegas Portia. Fuente: SABI, (2017).	399
Tabla 121: Descripción actividad Bodegas Portia. Fuente: SABI (2017).	400
Tabla 122: Cifras de venta, EBIT y EBITDA de Bodegas Portia. Fuente: SABI, (2017).	400
Tabla 123: Subvenciones Bodegas Portia. Fuente: SABI, (2017).	401
Tabla 124: Oferta enoturística visitas en Bodegas Protos. Fuente: página web Bodegas Protos, (2017).	403
Tabla 125: Oferta enoturística, visita técnica, curso de cata y vendimia en Bodegas Protos. Fuente: página web de Bodegas Protos,(2017).	403
Tabla 126: Datos económicos de Bodegas Protos. Fuente: SABI, (2017).	405
Tabla 127: Descripción actividad Bodegas Protos. Fuente: SABI, (2017).	405
Tabla 128: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Protos. Fuente: SABI, (2017).	406
Tabla 129: Subvenciones Bodegas Protos. Fuente: SABI, (2017).	407
Tabla 130: Oferta enoturística de visitas a museo y bodega de Bodegas Vivanco. Fuente: página web de Bodegas Vivanco, (2017).	408
Tabla 131: Oferta enoturística, diferentes tipos de visita y cursos de cata de Bodegas Vivanco. Fuente: página web de Bodegas Vivanco, (2017).	408
Tabla 132: Datos económicos de Bodegas Vivanco. Fuente: SABI, (2017).	412
Tabla 133: Descripción de actividad de Bodegas Vivanco. Fuente: SABI, (2017).	412
Tabla 134: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Vivanco, periodo 2015-2008. Fuente: SABI, (2017).	413
Tabla 135: Cifras de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Vivanco, periodo 2007-2001. Fuente: SABI, (2017).	413
Tabla 136: Subvenciones Bodegas Vivanco. Fuente: SABI, (2017).	417
Tabla 137: Datos económicos de Vivanco Enoturismo y Experiencias, S.L. Fuente: SABI, (2017).	417
Tabla 138: Descripción actividad de Vivanco Enoturismo y Experiencias S.L. Fuente: SABI, (2017).	418
Tabla 139: Cifra de ventas, EBIT, EBITDA de Vivanco Enoturismo y experiencias S.L. Fuente: SABI, (2017).	418
Tabla 140: Subvenciones de Vivanco Enoturismo y Experiencia S.L. Fuente: SABI, (2017)...	419
Tabla 141: Oferta enoturística de Bodegas La Rioja Alta. Fuente: página web de Bodegas La Rioja Alta, (2017).	420
Tabla 142: Datos económicos de Bodegas La Rioja Alta. Fuente: SABI, (2017).	422
Tabla 143: Descripción de la actividad de Bodegas La Rioja Alta. Fuente: SABI, (2017).	422
Tabla 144: Cifra de Ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas La Rioja Alta. Fuente: SABI (2017).	423
Tabla 145: Subvenciones Bodegas La Rioja Alta. Fuente: SABI, (2017).	426
Tabla 146: Oferta enoturística de Bodegas Beronia. Fuente: página web de Bodegas Beronia, (2017).	427

Tabla 147: Datos económicos de Bodegas Beronia. Fuente: SABI, (2017).....	428
Tabla 148: Descripción de la actividad en Bodegas Beronia. Fuente: SABI, (2017).....	428
Tabla 149: Cifra de Ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Beronia, periodo 2015-2008. Fuente: SABI, (2017).....	429
Tabla 150: Cifra de ventas, EBIT, EBITDA de Bodegas Beronia , periodo 2007-2001. Fuente: SABI, (2017).....	429
Tabla 151: Subvenciones de Bodegas Beronia. Fuente: SABI, (2017).	430
Tabla 152: Oferta enoturística de visitas en Bodegas David Moreno. Fuente: ágina web de Bodegas David Moreno, (2017).....	431
Tabla 153: Oferta enoturística de experiencias en Bodegas David Moreno. Fuente: página wen de bodegas David Moreno, (2017).	432
Tabla 154: Descripción actividad de Bodegas David Moreno. Fuente: E-informa, (2017).	434
Tabla 155: Subvenciones de Bodegas David Moreno. Fuente: E-informa, (2017).....	435
Tabla 156: Oferta enoturística de Antonio Arráez. Fuente: página web de Antonio Arráez, (2017).....	436
Tabla 157: Datos económicos de bodegas Arráez. Fuente: SABI.....	437
Tabla 158:Descripción de actividad de Bodegas Arráez. Fuente: SABI, (2017).	437
Tabla 159: Importe neto de cifras de ventas, EBIT y EBITDA de bodegas Arráez, período 2016-2009. Fuente: SABI, (2017).....	438
Tabla 160: Importe neto cifras de ventas, EBITy EBITDA de Bodegas Arráez, período 2008-2002. Fuente: SABI, (2017).....	438
Tabla 161: Subvenciones de Bodegas Arráez. Fuente: SABI, (2017).....	438
Tabla 162: Datos económicos de Bodegas Enguera. Fuente:SABI, (2017).	439
Tabla 163: Descripción de actividad de bodegas Enguera. Fuente: SABI, (2017).....	440
Tabla 164: Importe neto en cifras, EBIT y EBITDA de bodegas Enguera período 2016-2008. Fuente: SABI, (2017).....	440
Tabla 165: Importe neto en cifras, EBIT y EBITDA de bodegas Enguera, período 2007-2000. Fuente: SABI, (2017).....	441
Tabla 166: Datos económicos de bodega Celler de Roure. Fuente SABI, (2017).....	442
Tabla 167: Descripción de actividad bodega Celler de Roure. Fuente SABI, (2017).	442
Tabla 168: Importe neto cifra de ventas, EBIT y EBITDA de Bodegas Celler de Roure. período 2015-2008. Fuente: SABI, (2017).	443
Tabla 169: Importe neto cifras de ventas, EBIT y EBITDA de Bodegas, Celler de Roure, período 2007-2002. Fuente: SABI, (2017).	443
Tabla 170: Oferta enoturística de bodegas Daniel Belda. Fuente pagina web Daniel Belda, (2017).....	443
Tabla 171: Datos económicos de Bodega Daniel Belda. Fuente:SABI, (2017).	444
Tabla 172: Descripción de actividad de bodega Daniel Belda. Fuente: SABI, (2017).	445
Tabla 173; Importe neto cifras de ventas, EBIT y EBITDA de bodegas Daniel Belda, período 2015-2010. Fuente: SABI, (2017).	445
Tabla 174: Importe neto cifras de ventas, EBIT y EBITDA de bodegas Daniel Belda , período 2009-2005. Fuente: SABI, (2017).	445
Tabla 175: Datos económicos de bodega Heretat de Taverners. Fuente: SABI.(2017).	447
Tabla 176: Descripción de actividad de bodega Heretat de Taverners. Fuente: SABI, (2017)..	448

Tabla 177: Importe neto cifras de ventas. EBIT y EBITDA de bodegas Heretat de Taverners, período 2016-2008. Fuente: SABI, (2017).	448
Tabla 178: Importe neto cifra de ventas, EBITy EBITDA de bodega Heretat de Taverners período 2005-2001. Fuente SABI,(2017).	448
Tabla 179: Subvenciones bodega Heretat de Taverners. Fuente SABI: (2017).	449
Tabla 180: Datos económicos de Bodegas los Frailes. Fuente: SABI, (2017).	451
Tabla 181: Descripción actividad Bodegas Los Frailes. Fuente: SABI, (2017).	451
Tabla 182: Importe netocifras de ventas, EBIT y EBTDA Bodegas Los Frailes, período 2013-2006. Fuente: SABI, (2017).	451
Tabla 183: Importe neto cifra de ventas, EBIT y EBITDA, Bodegaas Los Frailes, período 2004-1194. Fuente: SABI, (2017).	452
Tabla 184: Datos económicos de Bodegas Los Pinos. Fuente: SABI, (2017).	453
Tabla 185: Descripción de actividad de Bodegas Los Pinos. Fuente: SABI, (2017).	454
Tabla 186: Importe neto cifras de ventas, EBIT y EBITDA Bodegas Los Pinoos. Fuente: SABI, (2017).	454
Tabla 187: Datos económicos Rafael Cambra. Fuente: SABI, (2017).	454
Tabla 188: Descripción actividad bodega Rafael Cambra. Fuente: SABI, (2017).	455
Tabla 189: Importe neto cifra de ventas, EBIT y EBITDA bodega Rafael Cambra. Fuente: SABI, (2017).	455
Tabla 190: Subvenciones Bodega Rafael Cambra. Fuente: SABI, (2017).	456
Tabla 191: Datos económicos de Cooperativa La Viña. Fuente: SABI, (2017).	457
Tabla 192: Descripción actividad de Cooperativa La Viña. Fuente: SABI, (2017).	458
Tabla 193 Importe neto cifras de ventas,Ebit y EBITDA Cooperativa la Viña, período 2016-2009. Fuente SABI, (2017).	458
Tabla 194: Importe neto cifra de ventas, EBIT y EBITDA Cooperativa La Viña, período, 2008-2000. Fuente: SABI, (2017).	458
Tabla 195: Subvenciones Cooperativa La Viña. Fuente: SABI, (2017).	459
Tabla 196: Oferta enoturística 1 de Bodegas Vegama. Fuente: página web de Bodegas Vegamar, (2017).	460
Tabla 197: Oferta enoturística 2 de Bodegas Vegamar. Fuente: página web de Vegamar selección, (2017).	460
Tabla 198: Datos económicos Bodegas Vegamar. Fuente: SABI, (2017).	462
Tabla 199: Descripción actividad de Bodegas Vegamar. Fuente: SABI,(2017).	463
Tabla 200: Importe neto cifra de ventas, EBIT y EBITDA, Bodegas Vegamar, período 2016-2009. Fuente: SABI, (2017).	463
Tabla 201: Importe neto cifras de venta, EBIT y,EbitDA Bodegas Vegamar, período 2008-2001. Fuente: SABI, (2017).	463

Lista de figuras

Ilustración 1: Consumo en España. Fuente OEMV- FEV, (marzo 2017).	22
Ilustración 2: Mapa con las denominaciones de Origen de Vinos de España 2017. Fuente Gobierno de España. Ministerio de Agricultura y Pesca. Alimentación y Medioambiente. . .	26

Ilustración 3: Gasto internacional en turismo por países en billones de dólares. Fuente: elaboración propia a partir de datos OMT, (2017).	33
Ilustración 4: Rutas del Vino de España. Fuente: ACEVIN y Rutas del Vino de España, (2017)	108
Ilustración 5: Estructuración del producto turístico Rutas del Vino de España. Fuente: Acenologia, (2010)	108
Ilustración 6: Líneas estratégicas del modelo Rutas del Vino de España. Fuente: Acenologia, (2010)	110
Ilustración 7: Sistema de certificación de las Rutas del Vino de España: Club de producto Rutas del Vino de España, (2013)	111
Ilustración 8: Página web Pago de Tharsys, (2017)	190
Ilustración 9: Página web de Bodegas Comenge, (2017)	192
Ilustración 10: Página web Bodegas Durón, Solar de Samaniego, (2017)	193
Ilustración 11: Página web Bodegas El lagar de Isilla, (2017)	196
Ilustración 12: Páginas web de Bodegas Legaris, (2017)	198
Ilustración 13: Página web de Bodegas Portia, (2017)	200
Ilustración 14: Página web de bodegas Protos, (2017)	203
Ilustración 15: Página web de Bodegas Vivanco, (2017)	205
Ilustración 16: Página web de Bodegas La Rioja Alta, (2017)	212
Ilustración 17: Página web de bodegas Beronia, (2017)	214
Ilustración 18: Página web de bodegas Davis Moreno, (2017)	215
Ilustración 19: D.O. Valencia y subzonas. Fuente Pagina web D.O. Valencia, (2017)	277
Ilustración 20: Subzona Alto Turia de la D.O. Valencia: Fuente página web D.O. Valencia, (2017)	278
Ilustración 21: Subzona Valentino de la D.O. Valencia. Fuente: pagina web de la D.O. Valencia, (2017)	278
Ilustración 22: Subzona Moscatel de la D.O. Valencia. Fuente: pagina web de la D.O. Valencia	279
Ilustración 23: Subzona Clariano de la D.O. Valencia. Fuente Pagina web de la D.O. Valencia, (2017)	280
Ilustración 24: Pagina web de Teres dels Alforins, (2017)	282
Ilustración 25: Pagina web de Antonio Arraez, (2017)	284
Ilustración 26: Pagina web de Bodegas Enguera, (2017)	285
Ilustración 27:Indicación de pagina web en construcción de Celler de Roure, (2017)	286
Ilustración 28: Página web Bodegas Belda, (2017)	287
Ilustración 29: Bodegas Heretat de Taverners en pagina web Terres del Alforins, (2017)	288
Ilustración 30: Pagina web de Bodegas Los Frailes, (2017)	289
Ilustración 31: Pagina web de Bodegas los Pinos, (2017)	290
Ilustración 32: Página web de bodega Rafel Cambra, (2017)	291
Ilustración 33: Pagina web de Cooperativa la Viña, Venta del Puerto, (2017)	292
Ilustración 34: Pagina web de Bodegas Vegamar, (2017)	293
Ilustración 35: Situación del desarrollo del enoturismo desde las instituciones de la Comunidad Valenciana. Muestra 2.	313

Ilustración 36: Objetivos estratégicos de la Agencia Valenciana de Turismo. Fuente: Agencia Valenciana de Turismo, (2017).....	333
Ilustración 37. Priorización de productos para la ciudad de Valencia. Fuente: Diputación provincial de Valencia, (2017).....	334
Ilustración 38: Enoturismo en Pago de Tharsys. Fuente: página web de Pago de Tharsys, (2017).	364
Ilustración 39: Valoraciones del hotel rural Pago de Tharsys. Fuente: página web de Pago de Tharsys, (2017).	366
Ilustración 40: Tienda online de vino de Pago de Tharsys. Fuente: página web de Pago de Tharsys, (2017).	366
Ilustración 41: Enoturismo y valoración por Tripadvisor de Bodegas Comenge. Fuente : página web de Bodegas Comenge, (2017).	369
Ilustración 42: Tienda online de vinos de Bodegas Comenge. Fuente: página web de Bodegas Comenge, (2017).....	370
Ilustración 43: Sello de Tripadvisor de Bodegas Solar de Samaniego. Fuente: página web Grupo Solar de Samaniego, (2017).....	373
Ilustración 44: Enoturismo en Bodegas Duron. Fuente: página web Grupo Solar de Samaniego, (2017).....	373
Ilustración 45: Enoturismo en Bodegas Solar de Samaniego. Fuente: página web Grupo Solar de Samaniego, (2017).	374
Ilustración 46: Tienda online de vinos del Grupo Solar de Samaniego. Fuente: página web del Grupo Solar de Samaniego, (2017).....	377
Ilustración 47: Sello Ekomi de la Tienda online de vinos del Grupo Solar de Samaniego. Fuente: página web del Grupo Solar de Samaniego, (2017).	377
Ilustración 48: Certificado Predif , Bodegas El Lagar de Isilla. Fuente: página web de bodegas El Lagar de Isilla, (2017).....	380
Ilustración 49: Premio especial al merito turístico concedido por las Rutas del Vino de España a Bodegas El Lagar de Isilla. Fuente: página web de Bodegas El Lagar de Isilla, (2017)...	380
Ilustración 50: Hotel El Lagar de Isilla. Fuente: página web de bodegas El Lagar de Isillas, (2017).....	383
Ilustración 51: Tienda online de vinos de Bodegas El Lagar de Isillas. Fuente: página web de bodegas El lagar de Isillas, (2017).....	387
Ilustración 52: Certificados de excelencia de Tripadvisor de Bodegas Legaris. Fuente: página web de Bodegas Legaris, (2017).....	389
Ilustración 53: Tienda online de vinos, AB Amigos de las bodegas, a la que pertenece Bodegas Legaris. Fuente: página web Bodegas Legaris, (2017).....	393
Ilustración 54: Tienda online de vinos Grupo Faustino a la que pertenece Bodegas Portia. Fuente: página web de Bodegas Portia, (2017).	398
Ilustración 55: Accesibilidad y sello de Tripadvisor de Bodegas Protos. Fuente: página web de Bodegas Protos, (2017).....	401
Ilustración 56: Tienda online de vinos de Bodegas Protos: Fuente: página web de Bodegas Protos, (2017).....	404
Ilustración 57: Certificado de Calidad Turística, TripAdvisor y accesibilidad de Bodegas Vivanco. Fuente: página web de Bodegas Vivanco, (2017).....	407

Ilustración 58: Mejor experiencia enoturística 2017. International Challenge 2017. Fuente: página web de Bodegas Vivanco, (2017).	407
Ilustración 59: Tienda online de bodegas Viivanco. Fuente: página web de Bodegas Vivanco, (2017).	411
Ilustración 60: Certificado de excelencia de Tripadvisor. Fuente: página web de Bodegas de la Rioja Alta, (2017).	419
Ilustración 61: Tienda online de vinos de Bodegas La Rioja Alta. Fuente: página web de Bodegas La Rioja Alta, (2017).	421
Ilustración 62: Certificado de Calidad Turística y símbolo de Tripadvisor de bodegas Beronia. Fuente: página web de Bodegas Beronia, (2017).	426
Ilustración 63: Tienda online de vinos a la que pertenece Bodegas Beronia. Fuente: página web de Bodegas Beronia, (2017).	427
Ilustración 64: Premios otorgados a Bodegas David Moreno y certificado de excelencia de Tripadvisor. Fuente: página web de Bodegas David Moreno, (2017).	431
Ilustración 65: Tienda online de vino de Bodegas David Moreno. Fuente: página web de Bodegas David Moreno, (2017).	434
Ilustración 66: Reseñas en Google + de bodegas Arráez, (2017).	436
Ilustración 67: Reseñas en Google + de Bodegas Enguera, (2017).	439
Ilustración 68: Reseñas en Google +, de Celler de Roure, (2017).	441
Ilustración 69: Reseñas en Google+ de bodega Daniel Belda, (2017).	444
Ilustración 70: Reseñas en Google+ de bodegas Heretat de Taberners, (2017).	446
Ilustración 71: Reseñas en Google + de Bodegas Los Frailes, (2017).	450
Ilustración 72: Reseñas en Google+ de Bodegas Los Pinos, (2017).	452
Ilustración 73: Tienda online de Cooperativa la Viñ. Fuente: Venta del Puerto, (2017).	457
Ilustración 74: Tienda online de Bodegas Vegamar. Fuente: Vegamar selección, (2017).	461
Ilustración 75: Reseñas de Google+ de Bodegas Vegamar, (2017).	462

Listado gráficos

Gráfico 1: Proceso de investigación y conclusiones	9
Gráfico 2: Superficie mundial del viñedo. Fuente: elaboración propia a partir de datos de OIV, (2016).	13
Gráfico 3: Número de bodegas por comunidades autónomas, 2016. Fuente: elaboración propia de datos procedentes de OEMV, (2017).	30
Gráfico 4: Etapas de la Investigación	157
Gráfico 5: Diseño metodológico del estudio de casos adaptado de Villareal (2008). Fuente elaboración propia.	181
Gráfico 6: Los 100 lemas más significativos. Método de Sammon. Fuente: T-LAB, (2017).	249
Gráfico 7: Diagrama radial de la palabra explicación. Fuente: T-LAB, (2017).	251
Gráfico 8: Diagrama radial de la palabra Guía. Fuente: T-LAB, (2017)	251
Gráfico 9: Análisis temáticos. Método de Sammon. Fuente: T-LAB,	253
Gráfico 10: Clusters del corpus. Fuente: T-LAB, (2017).	254
Gráfico 11: Lemas característicos relacionados con los clusters.	275

