

# EL TURISMO GASTRONÓMICO

El análisis de mercado del  
Turismo Gastronómico y su  
potencial de crecimiento en  
España

VICTORIA DE ELIZAGARATE

**El turismo basado en conocer experiencias propias de otras identidades y otras culturas es cada vez objeto de mayor interés entre la población de un mundo global, como expone la OMT(2016).**

**VICTORIA DE ELIZAGARATE**

## LA MOTIVACIÓN DEL TURISTA EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO (I)



**El turismo gastronómico se distingue por que la principal motivación del turista en la elección del destino está determinada por**

- la experiencia de degustar la oferta gastronómica de restaurantes**
- la degustación de la alimentación en la que está especializado el lugar**
- o la cocina de un chef en particular**

**(Hall, Sharples, Smith, 2003).**



## LA MOTIVACIÓN DEL TURISTA EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO (II)



### DIFERENCIAS



Se diferencia del tipo de turismo que consume gastronomía como una parte de su experiencia de viaje, pero en la que la elección del destino turístico no ha tenido como principal motivación la gastronomía. (Hall, Sharples, Smith, 2003).

## LA MOTIVACIÓN DEL TURISTA EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO (III)

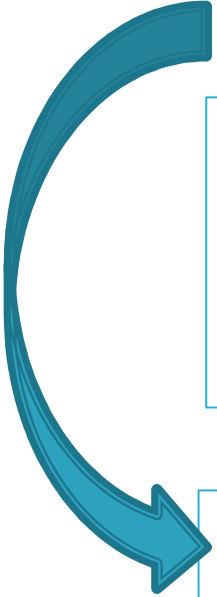


### EL TURISMO ENOLÓGICO



Cuando el principal motivo del viaje es la visita a bodegas, viñedos, ferias de vinos, para la degustación del vino de una zona y experimentar la producción vitivinícola de un lugar, se trataría del denominado turismo enológico (Hall, Sharples, Smith, 2003).

## EL ANÁLISIS DE MERCADO DEL TURISMO GASTRONÓMICO Y SU POTENCIAL DE CRECIMIENTO EN ESPAÑA (I)




La tasa de crecimiento anual en España es muy elevada, ya que se sitúa en tasas superiores al 30% de crecimiento anual en el volumen de turistas extranjeros que acuden por motivos gastronómicos.

En los últimos datos publicados del 2015 son 13 millones de turistas extranjeros los que acuden motivados por las experiencias gastronómicas de muchas zonas de España

VICTORIA DE ELIZAGARATE



## EL ANÁLISIS DE MERCADO DEL TURISMO GASTRONÓMICO Y SU POTENCIAL DE CRECIMIENTO EN ESPAÑA (II)



El turismo enológico también crece a tasas superiores al 25% anual, con un volumen de 2,3 millones de enoturistas en 2015 (Hosteltur, 2016), siendo también una demanda desestacionalizada (Asociación Española de Ciudades del Vino, Acevin)

VICTORIA DE ELIZAGARATE

# Evolución del Turismo Gastronómico en España



Fuente: Elaboración propia en base a Habitur (2015).  
Instituto de Turismo de España.  
Real Academia de Gastronomía, (2016) ,Hosteltur, (2016)



# BIBLIOGRAFÍA

Hall, C. M., Sharples, L., Smith, A. (2003): "The consumption of experiences or the consumption of experiences? Challenges and issues in food tourism." *Food tourism around the world: Development, management and markets*, Elsevier Ltd, pp.314-331

Hosteltur,(2017):"El enoturismo genera un negocio de 49 millones de € en 2015". [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com) (última revisión 11.02.2017)

Organización Mundial del Turismo (2016): *Alianza entre turismo y cultura en el Perú. Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Publicado por la OMT, 1ª edición, España, pp.17-21

Real Academia de Gastronomía (2016): artículos de académicos [www.realacademiadegastronomia.com](http://www.realacademiadegastronomia.com) (última revisión 19.01.2017).

VICTORIA DE ELIZAGARATE