

SERIE ANÁLISIS DE SEGMENTOS

TURISMO ENOGASTRONÓMICO

2024



© Publicado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos
NIPO: 219-25-003-0
Año: 2025



TABLA DE CONTENIDO

Antecedentes / Alcance 4

Estimación de flujos 5

 Gasto por motivo principal de viaje 5

 Gasto total en viaje en función de las actividades realizadas..... 6

 Principales orígenes 8

 Destino principal de viaje 10

Perfil del turista eno-gastronómico 12

 Perfil motivacional (motivación principal de viaje)..... 12

 Perfil experiencial (actividades realizadas durante su viaje) 13

 Estacionalidad 14

 Familiaridad con el destino España..... 15

 Distribución por sexo y grupos de edad..... 15

 Nivel de renta declarado..... 16

 Nivel de estudios finalizados 17

 Situación profesional 18

 Tipo de alojamiento principal..... 19

 Uso de paquete..... 20

Análisis de satisfacción 21

ANTECEDENTES / ALCANCE

En el presente informe se recoge una aproximación a los datos disponibles relativos al denominado turismo enogastronómico, esto es, el turismo relacionado con el mundo de la gastronomía y el vino en España, producto con una cada vez mayor presencia en nuestro país.

Las fuentes oficiales con las que cuenta Turespaña (encuesta Egatur elaborada por el INE), y que son las utilizadas en este informe, permiten extraer información atribuible al turismo gastronómico de los no residentes. Por lo tanto, en este documento, toda la información se entiende referida al turismo residente en el extranjero y no es aplicable al turismo doméstico.

Aunque en Egatur se recoge el turismo gastronómico como uno de los posibles motivos principales de viaje, hay que tener en cuenta que la gastronomía y el vino constituyen en muchos casos un atractivo complementario a otras motivaciones principales de viaje y que, por tanto, el turismo gastronómico en sentido amplio va más allá de aquel que se incardina de forma principal en torno a esta motivación de viaje.

En ese sentido, en el cuestionario de Egatur se recogen también las actividades relacionadas con el este tipo de turismo, definidas como “alta gastronomía, visitas a bodegas, viñas y catas” lo que puede acercarnos a una visión del turismo enogastronómico en sentido más amplio. De hecho, los que declararon haber realizado actividades de este tipo en 2024, mencionaron mayoritariamente el turismo cultural como motivo principal de viaje (40,6%), seguido del turismo de sol y playa (28,9%). Sólo un 0,9% mencionaron el turismo gastronómico como motivo principal.

Se ha optado, en general, en este informe por presentar datos de volumen y de perfil del año 2024, en que se han recuperado totalmente los flujos de turismo anteriores a la pandemia de covid-19. Para observar la evolución de este segmento, se ha tomado como referencia el año 2016, primer año de la serie histórica de Egatur - INE.

ESTIMACIÓN DE FLUJOS

Tabla 1: Motivo principal de viaje: turismo gastronómico - 2024

Turistas	Δ Turistas s.2019 (%)	Gasto Total (M€)	Δ Gasto s.2019 (%)
381.801	36,0	411	106,8

Tabla 2: Actividad: gastronomía, visita a bodegas, viñas, catas - 2024

Turistas	Δ Turistas s.2019 (%)	Gasto Total (M€)	Δ Gasto s.2019 (%)
23.434.603	28,1	34.021	51,7

De los 93,8 millones de turistas que llegaron a España en 2024, apenas 382 mil afirmaron venir motivados principalmente por el turismo gastronómico, frente a 19,2 millones que lo hicieron motivados por turismo cultural o 34,7 millones por turismo de sol y playa; aunque, eso sí, su participación en el total de turistas pasó del 0,20% en 2016 al 0,41% en 2024 y aumentó en términos absolutos con una tasa de variación de 157%.

Por otro lado, en 2024 más de 23 millones de turistas afirmaron haber realizado, entre otras, actividades gastronómicas o relacionadas con el vino, más del doble (203% en tasa de variación) que en 2016, y un 25% del total de turistas frente al 10,3% que suponían en 2016.

El gasto en actividades de ocio, culturales y deportivas generado por los turistas que realizaron actividades gastronómicas en 2024 se eleva hasta los 6.032 millones de euros, lo que implica un crecimiento aún mayor: 406,8% en tasa de variación respecto a 2016. Esto supone el 4,8% del gasto turístico total en 2024, cuando en 2016 sólo representaba el 1%, en 2017 el 1,5%, en 2018 el 3,1%, en 2019 el 3,8% y en 2022 ya el 4,6%.

Gasto por motivo principal de viaje

En la siguiente tabla, podemos ver el gasto total en el viaje, la tasa de variación respecto de 2016 y la cuota en el gasto total, en función del motivo principal de viaje declarado:

Tabla 3: Gasto de los turistas por motivo principal de viaje en 2024

Motivo principal	Gasto total (M€)	% del total	Δ s. 2016 (%)
Sol y playa	47.278	37,5	18,3
Otro tipo de ocio	30.571	24,2	108,5
Turismo cultural	26.163	20,7	205,4
Negocios	7.110	5,6	33,6

Tabla 3: Gasto de los turistas por motivo principal de viaje en 2024

Motivo principal	Gasto total (M€)	% del total	Δ s. 2016 (%)
Visita a familiares o amigos	5.769	4,6	61,1
Estudios	3.698	2,9	62,7
Práctica deportiva	1.772	1,4	27,2
Naturaleza	1.380	1,1	184,0
Otros motivos	1.121	0,9	105,6
Motivos religiosos	493	0,4	186,4
Turismo gastronómico	411	0,3	228,6
Incentivos de empresa	177	0,1	4,8
Compras	119	0,1	74,1
Tratamiento de salud	81	0,1	-7,6

6

El turismo cultural, en el que podríamos incardinar el turismo gastronómico en sentido amplio, es el 3º en importancia en nuestro país, por detrás del turismo de sol y playa y de otros tipos de ocio sin clasificar. Estos últimos responden a motivaciones que no se recogen en la clasificación tradicionalmente utilizada por Egatur y, por tanto, su elevado crecimiento probablemente refleje una creciente diversificación motivacional, lo que se observa también en el aumento del turismo cultural, gastronómico (en sentido estricto) y de naturaleza. Por contraste, el turismo de sol y playa (que aún representa la motivación n.º 1) ha ido perdiendo peso en los últimos años, pasando de representar el 51,6% del gasto total en 2016, al 37,5% en 2024.

Estos datos ponen de manifiesto que *tanto el turismo cultural como el gastronómico son actualmente motivaciones de viaje con tendencia creciente* en nuestro país.

Gasto total en viaje en función de las actividades realizadas

Con el análisis del gasto generado por los turistas en función de qué actividades declaran realizar, podemos obtener una imagen de la evolución del turismo no residente entre 2016 y 2024 desde el punto de vista experiencial.

Tabla 4: Gasto total por actividades realizadas en 2024

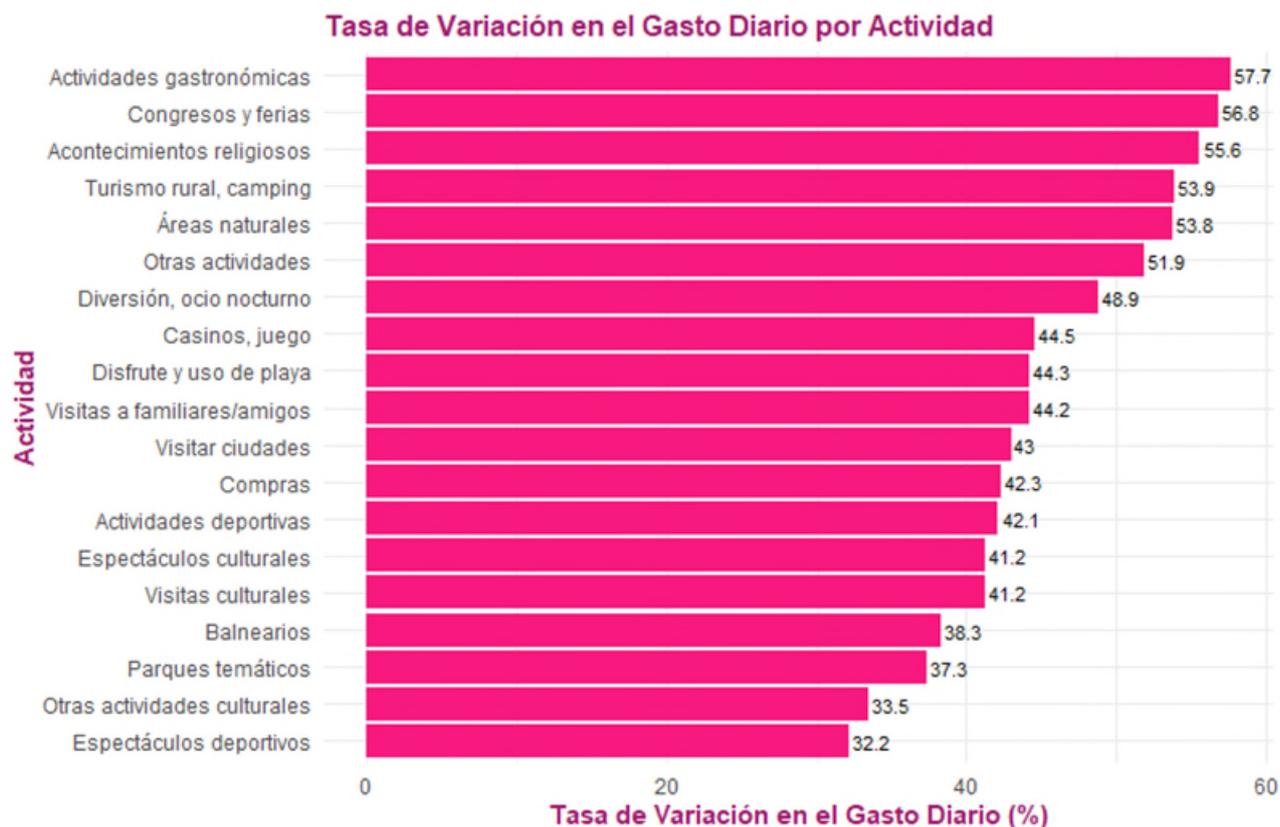
Actividad	Gasto total (M€)	Δ s. 2016 (%)
Actividades gastronómicas (alta gastronomía, visita a bodegas, viñas, catas)	34.021	289,0

Tabla 4: Gasto total por actividades realizadas en 2024

Actividad	Gasto total (M€)	Δ s. 2016 (%)
Visitas a áreas naturales	38.663	124,5
Visitar destinos rurales, ir de camping	12.318	89,4
Visitar ciudades	86.312	86,6
Disfrute y uso de playa	81.075	68,7
Visitas culturales (museos, iglesias, pueblos, monumentos)	46.636	57,7
Actividades deportivas	17.844	51,1
Visitas a familiares y amigos	12.057	49,9
Asistencia a espectáculos deportivos	4.133	40,1
Compras (ropas, joyas, artesanía, productos típicos, souvenirs)	74.502	38,8
Actividades de diversión (discotecas, salir de copas)	27.830	34,5
Otras actividades no clasificadas	12.185	33,5
Asistencia a espectáculos culturales (festivales de música, ópera, toros...)	10.044	28,5
Otras actividades culturales	11.869	26,0
Visitas a congresos y ferias	1.458	2,0
Servicios de tipo balneario, talasoterapia...	2.872	0,3
Visita a casinos, salas de juego...	1.035	-0,9
Visitas a parques temáticos	11.078	-5,0
Acontecimientos religiosos	1.268	-14,0

Las actividades enogastronómicas, que están asociadas a un gasto total de 34.021 M€, se sitúan en 6ª posición entre las actividades que más gasto total en viaje generan, siendo, con mucha diferencia, las que más han crecido en gasto total generado desde 2016.

Por lo que respecta a la rentabilidad de este tipo de turismo, los viajeros que declaran haber realizado actividades enogastronómicas han realizado un gasto turístico por persona y día un 58% superior al que realizaban en 2016, mientras que el crecimiento medio en ese periodo es del 45%.



Principales orígenes

Dado que la elevación a población para este análisis se realiza de acuerdo a los coeficientes de la operación Egatur, que no están calibrados para todos los orígenes, sino sólo para aquéllos que publica el INE, los resultados de esta segmentación han de tomarse como meramente orientativos para dichos orígenes.

Se recogen a continuación los principales países de origen de los viajeros que realizaron actividades enogastronómicas en 2024:

Tabla 5: Principales datos de los turistas que han realizado actividades enogastronómicas

Mercado	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)	G. Medio (€)	Días	G. Diario (€)
R. Unido	3.614	3.583.731	19,5	4.484	19,9	1.251	7,2	173
Francia	3.091	4.115.163	31,8	3.648	33,3	887	8,0	110
EEUU	1.369	1.441.842	33,8	3.232	35,9	2.242	8,0	280
Alemania	2.228	2.321.613	19,4	3.017	19,4	1.299	8,5	153
P. Bajos	1.354	1.218.952	25,5	1.707	26,2	1.400	8,8	159



Tabla 5: Principales datos de los turistas que han realizado actividades enogastronómicas

Mercado	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)	G. Medio (€)	Días	G. Diario (€)
México	562	607.400	52,2	1.629	55,4	2.682	7,3	369
Italia	1.893	1.662.137	30,2	1.560	30,7	939	6,6	142
Nórdicos	788	754.808	14,7	1.249	15,9	1.655	12,0	138
Bélgica	1.363	807.189	26,4	1.042	25,3	1.291	10,0	129
Colombia	431	434.175	50,5	955	52,0	2.200	7,4	296
Polonia	404	655.557	26,1	841	26,0	1.283	6,6	193
Irlanda	601	529.989	19,1	720	19,7	1.358	7,7	176
Suiza	801	511.583	24,1	583	24,1	1.139	7,8	147
Brasil	197	230.986	38,4	531	45,8	2.301	7,1	324
Australia	186	117.669	18,8	523	23,4	4.444	9,6	464
Argentina	206	182.272	39,3	516	40,9	2.832	11,4	248
Japón	159	70.555	15,1	378	28,1	5.352	18,8	284
Portugal	450	598.086	20,0	371	21,6	621	3,9	159
Marruecos	228	307.152	28,5	365	28,0	1.189	4,6	259
Canadá	214	112.320	17,3	280	22,4	2.496	9,2	272
Rumanía	171	143.157	37,4	180	35,8	1.256	6,8	185

En las tablas 5 y 6 la cuota representa el porcentaje de turistas que han realizado actividades gastronómicas sobre el total de turistas procedentes de ese origen y el porcentaje de gasto generado por esos turistas sobre el total de gasto generado por ese origen. Se recogen los orígenes con un mínimo de 100 registros muestrales en Egatur.

Tabla 6: Regiones de origen de los que realizaron actividades enogastronómicas en 2024

Continente	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)
Europa	17.854	18.274.198	23,2	21.367	23,2
América	3.672	3.809.618	40,4	8.921	43,2
Asia	723	772.434	25,5	2.414	30,2



Tabla 6: Regiones de origen de los que realizaron actividades enogastronómicas en 2024

Continente	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)
África	387	448.447	24,3	730	24,9
Oceanía	214	129.907	17,5	589	22,4

Los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en el último año tendieron a venir en mayor proporción de países no europeos (22% frente al 16% del total de turistas). Dentro de Europa, destacan proporcionalmente Italia y Francia y fuera de Europa, especialmente los países Iberoamericanos (Argentina, Colombia, México y Brasil). Mientras que de Europa el 23% de los turistas realizó actividades enogastronómicas (oscilando entre el 15% de los nórdicos y el 32% de los franceses), de América esta proporción fue del 40% (de Colombia fue el 51% y de México el 52%).

10

Destino principal de viaje

En la siguiente tabla se recogen las Comunidades Autónomas de destino principal de los turistas que realizaron actividades gastronómicas en 2024, para las que contamos con 100 o más registros muestrales en Egatur:

Tabla 7: CCAA de destino principal para el turista gastronómico en 2024

Comunidad	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)	G. Medio (€)	Días	G. Diario (€)
C. Madrid	5.790	5.566.038	63,1	10.100	62,7	1.814	5,7	319
C. Valenciana	5.148	4.817.613	40,4	6.052	40,0	1.256	10,0	126
Canarias	2.481	3.234.406	21,2	4.952	21,6	1.531	7,9	195
Andalucía	3.089	2.829.223	20,8	3.884	21,0	1.373	8,5	162
Cataluña	2.626	2.818.079	14,1	2.948	12,4	1.046	7,4	141
Baleares	1.223	1.650.648	10,8	2.222	11,1	1.346	6,1	221
Galicia	375	640.265	34,9	1.238	46,4	1.934	11,9	163
Murcia	577	449.482	39,3	634	40,0	1.410	14,1	100
País Vasco	393	437.182	20,3	599	29,1	1.371	5,8	238
C. y León	377	249.610	18,6	353	38,2	1.413	9,5	149
Cantabria	195	168.913	36,1	268	47,8	1.589	10,0	159



Tabla 7: CCAA de destino principal para el turista gastronómico en 2024

Comunidad	Muestra	Turistas	Cuota T (%)	Gasto (M€)	Cuota G (%)	G. Medio (€)	Días	G. Diario (€)
Asturias	150	146.588	44,2	204	47,0	1.393	9,9	141
Aragón	136	115.254	23,0	155	32,3	1.349	9,0	149
C. La Mancha	119	92.338	39,2	146	45,5	1.579	10,9	145

La Comunidad de Madrid fue la que recibió más turistas que realizaron actividades gastronómicas en 2024, en la que realizaron más gasto turístico y en la que sus turistas internacionales realizaron actividades enogastronómicas en mayor proporción. Su cuota sobre el total de turistas que realizaron este tipo de actividades (23,8%) es más del doble de la que obtuvo sobre el resto de turistas (9,4%), y más del 63% de los turistas que tuvieron a la Comunidad de Madrid como destino principal declararon haber realizado actividades enogastronómicas frente al 25% de la media nacional. La segunda comunidad en volumen en este segmento es la Comunidad Valenciana. Su cuota aquí en 2024 fue del 20,6%, frente al 12,7% que obtuvo de cuota en el conjunto de llegadas de turistas internacionales.

El porcentaje más bajo de turistas que declararon haber realizado actividades gastronómicas entre el total de turistas que eligieron esa comunidad como destino principal lo tiene Baleares (11%), seguida de Cataluña (14%), y los más altos, tras la C. de Madrid, corresponden a Asturias (44%) y la Comunidad Valenciana (40%).

PERFIL DEL TURISTA ENOGASTRONÓMICO

Perfil motivacional (motivación principal de viaje)

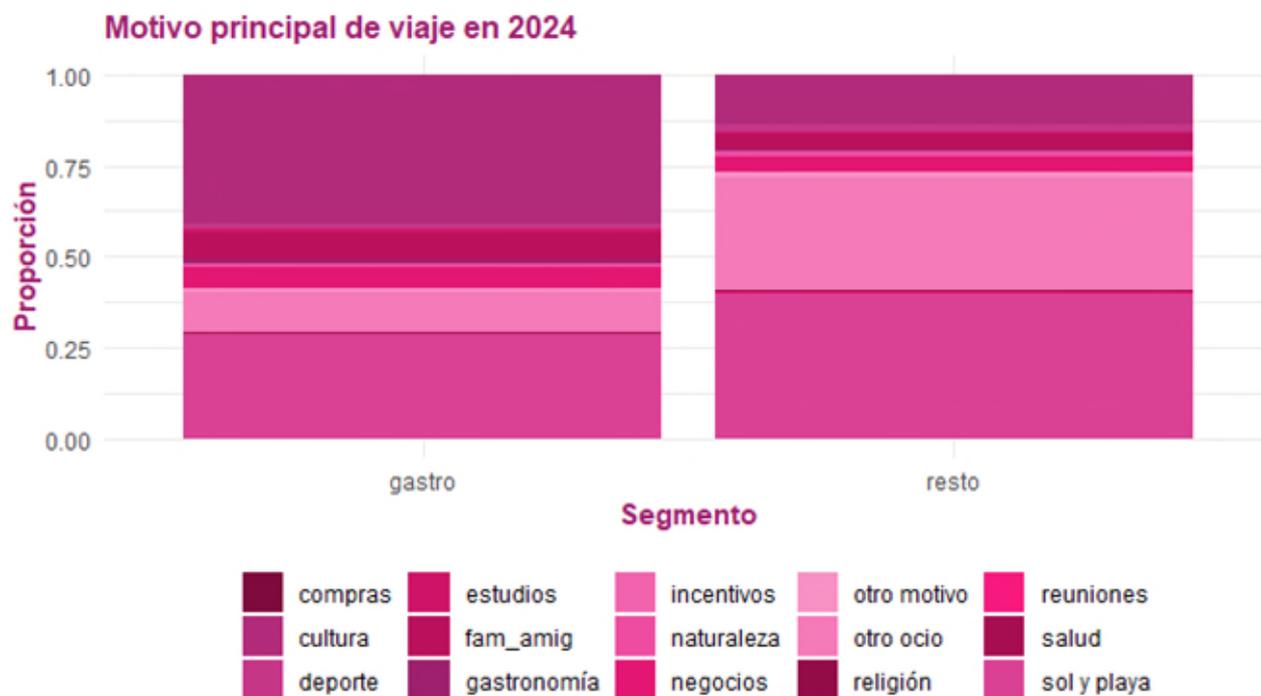


Tabla 8: Motivo principal de viaje en 2024

Motivos segmento eno-gastronómico	%	Motivos resto	%
cultura	40,6	sol y playa	39,6
sol y playa	28,9	otro ocio	30,7
otro ocio	10,8	cultura	13,7
fam_amig	7,4	fam_amig	4,6
negocios	5,9	negocios	4,5
deporte	1,5	otro motivo	1,6
estudios	1,2	deporte	1,6
naturaleza	1,1	naturaleza	1,3
otro motivo	0,9	estudios	0,5
gastronomía	0,9	religión	0,4
reuniones	0,2	gastronomía	0,3
religión	0,1	reuniones	0,2

Tabla 8: Motivo principal de viaje en 2024

Motivos segmento eno-gastronómico	%	Motivos resto	%
compras	0,1	compras	0,2
salud	0,1	incentivos	0,1
incentivos	0,1	salud	0,1

¿Cuál fue el motivo principal de su viaje? Para la mayoría (41%) lo fue disfrutar de la oferta cultural, seguida del sol y la playa (29%). Por contraste, el motivo principal de los turistas que no realizaron este tipo de actividades fue claramente el turismo de sol y playa, con el 40%, mientras que el turismo cultural se situó en tercer lugar con el 14%, lo que indica a priori una conexión entre la motivación cultural y la actividad enogastronómica.

13

Perfil experiencial (actividades realizadas durante su viaje)

Como hemos visto, en la encuesta Egatur se pregunta a los viajeros qué actividades han realizado que pueden ser concurrentes con haber realizado actividades enogastronómicas.

Tabla 9: Porcentaje de turistas que han realizado cada actividad en 2024

Actividad	Eno-Gastro (%)	Resto (%)
visita a ciudades	82,4	57,7
compras	68,2	48,4
playa	53,4	64,0
visitas culturales	45,7	27,3
ocio nocturno	38,2	14,5
naturaleza	36,6	22,5
visita a familiares o amigos	14,7	7,4
deportes	12,3	11,6
espectáculos culturales	12,2	4,0
rural_camping	9,4	8,7
otras actividades culturales	8,4	8,3
parques temáticos	7,9	8,1



Tabla 9: Porcentaje de turistas que han realizado cada actividad en 2024

Actividad	Eno-Gastro (%)	Resto (%)
espectáculos deportivos	4,8	1,8
wellness	3,8	1,5
religión	1,8	0,5
MICE	1,4	0,8
juego	1,4	0,5

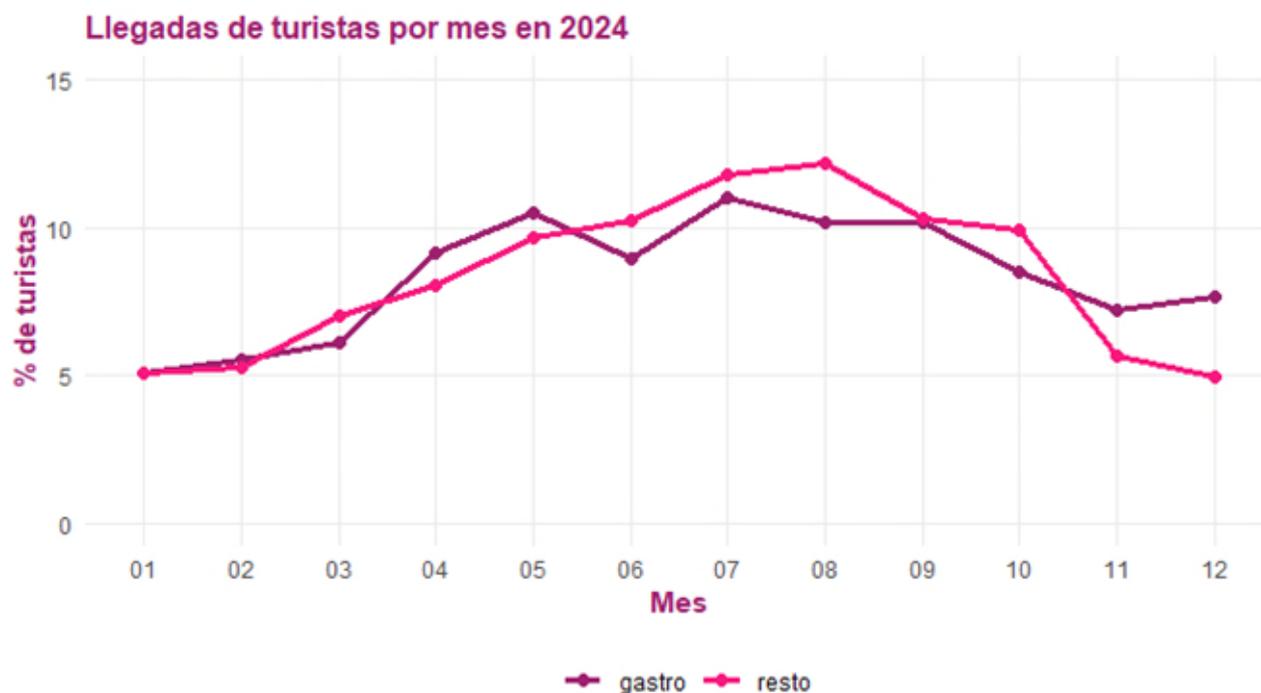
Aquéllos que han realizado actividades enogastronómicas en 2024 presentan un perfil experiencial más activo en general que el resto (declaran haber realizado otras actividades en mayor porcentaje, excepto acudir a la playa). Destacan, sobre todo, las visitas a ciudades, las compras, las visitas culturales, el ocio nocturno y las actividades en la naturaleza.

14

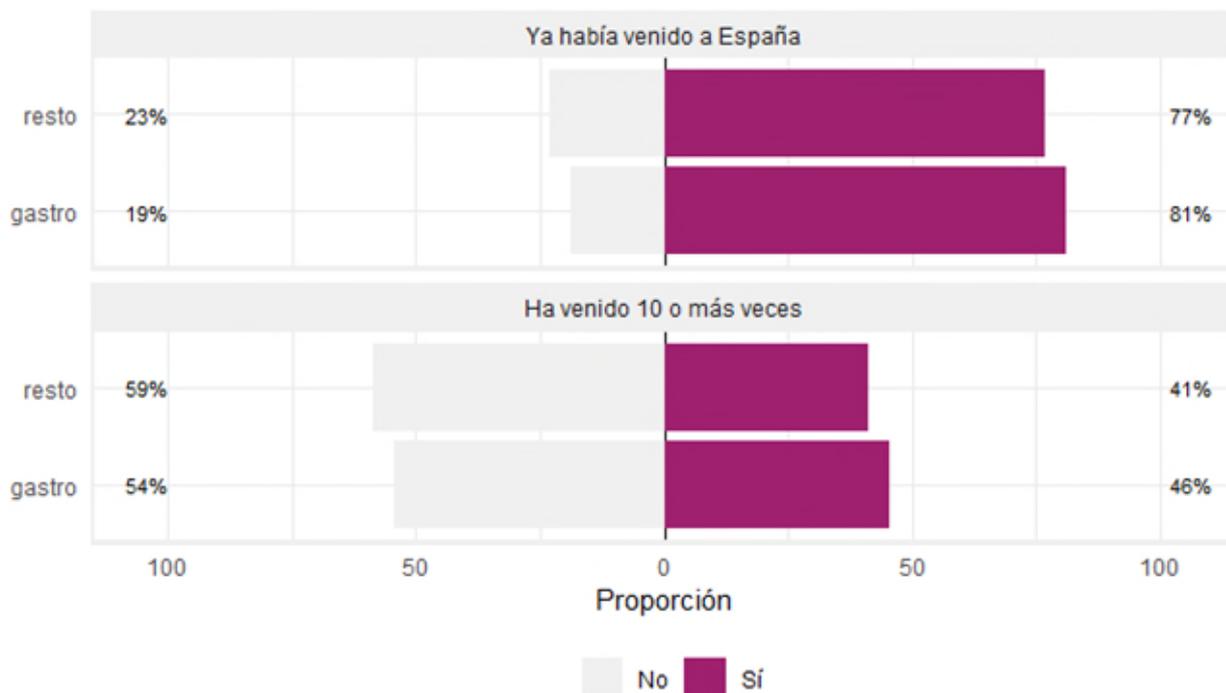
Las diferencias entre ambos grupos halladas en la muestra son significativas para todas las actividades, excepto turismo rural/camping.

Estacionalidad

En el siguiente gráfico podemos observar la frecuencia mensual de llegadas de turistas:



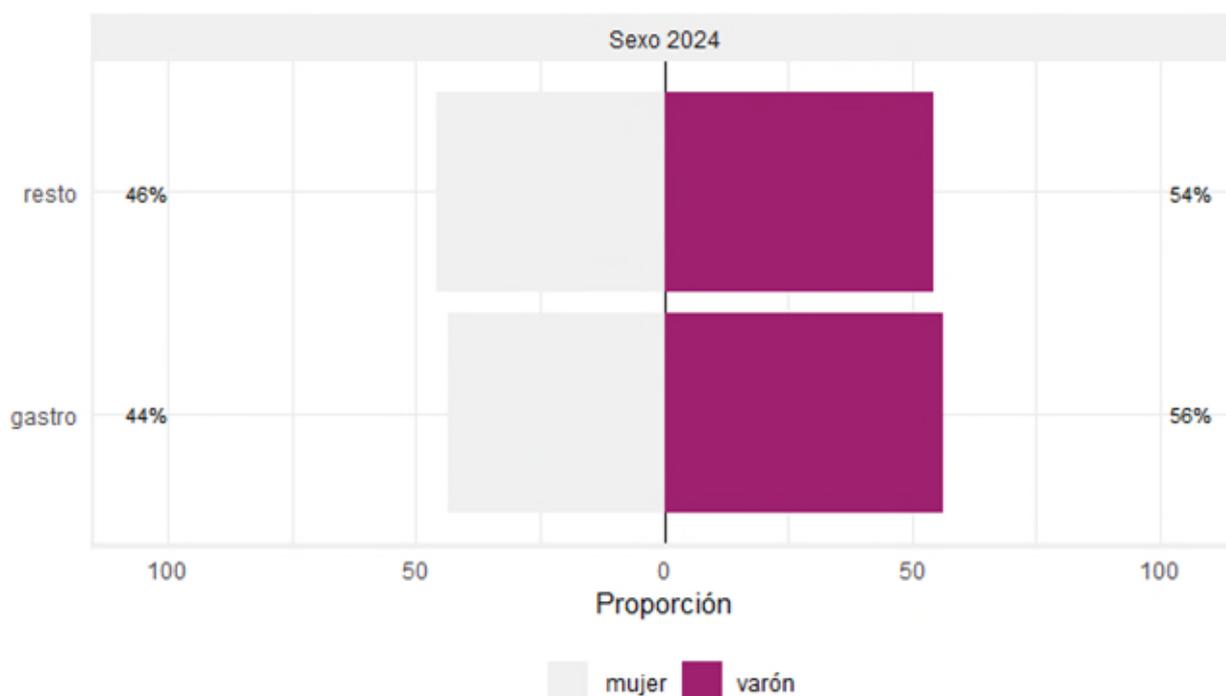
Familiaridad con el destino España



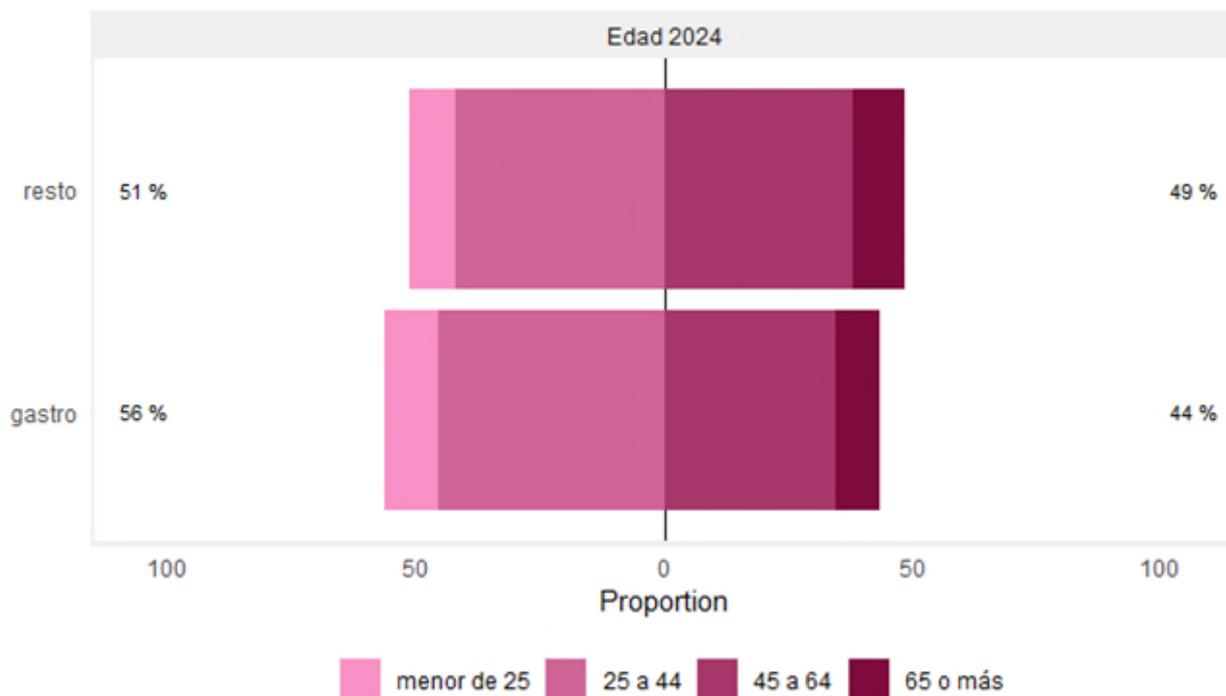
15

En 2024 observamos cómo los turistas que realizaron actividades enogastronómicas habían viajado a España anteriormente en mayor proporción que el resto de turistas y con mayor frecuencia.

Distribución por sexo y grupos de edad



No hay grandes diferencias en el perfil por sexo de los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024. La mínima diferencia que se aprecia en la muestra es, sin embargo, estadísticamente significativa.

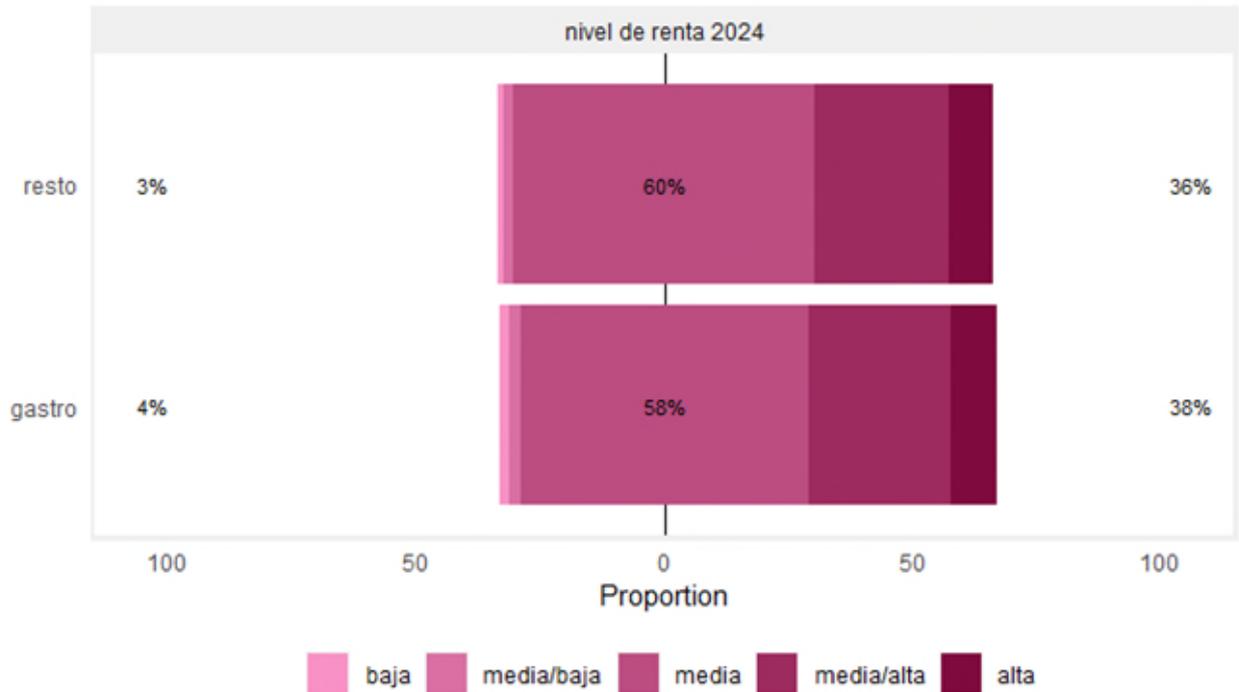


16

Por lo que respecta a la edad, los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024 presentan un perfil más joven en su conjunto que el resto de turistas.

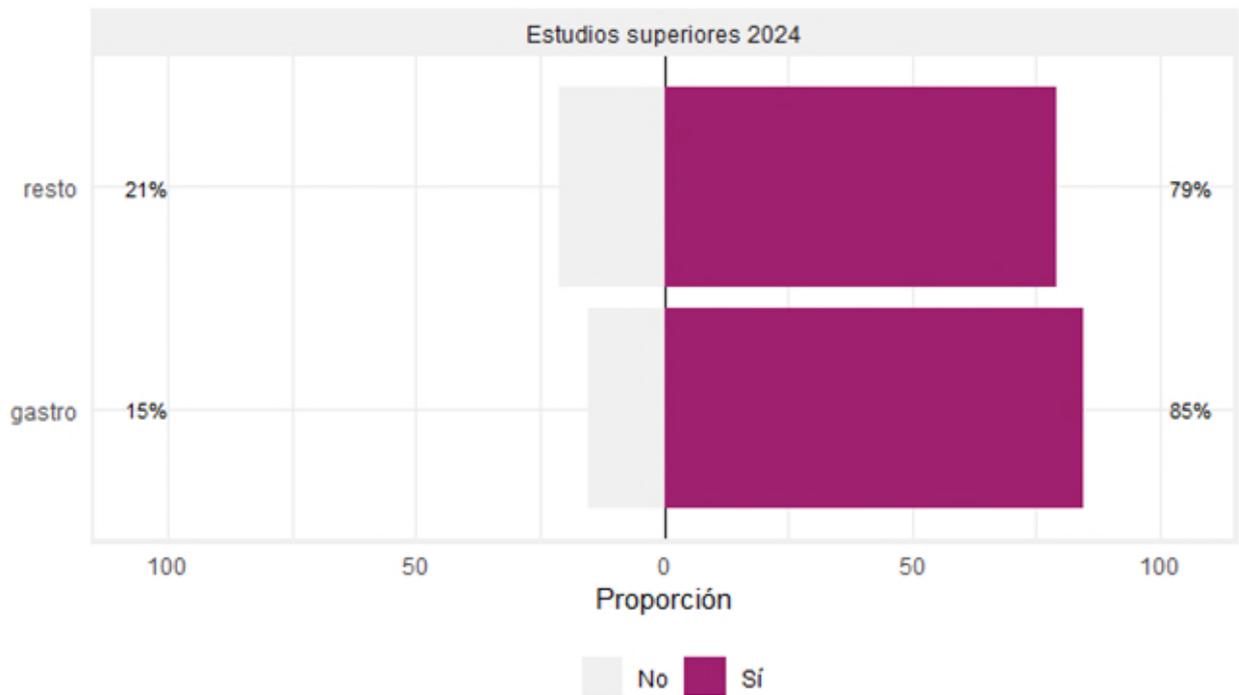
Nivel de renta declarado

El nivel de renta declarado por los encuestados no necesariamente se corresponde con el nivel real y tiende a acumularse en torno a los tramos medios. Esto lo observamos especialmente entre los turistas que realizaron actividades enogastronómicas.



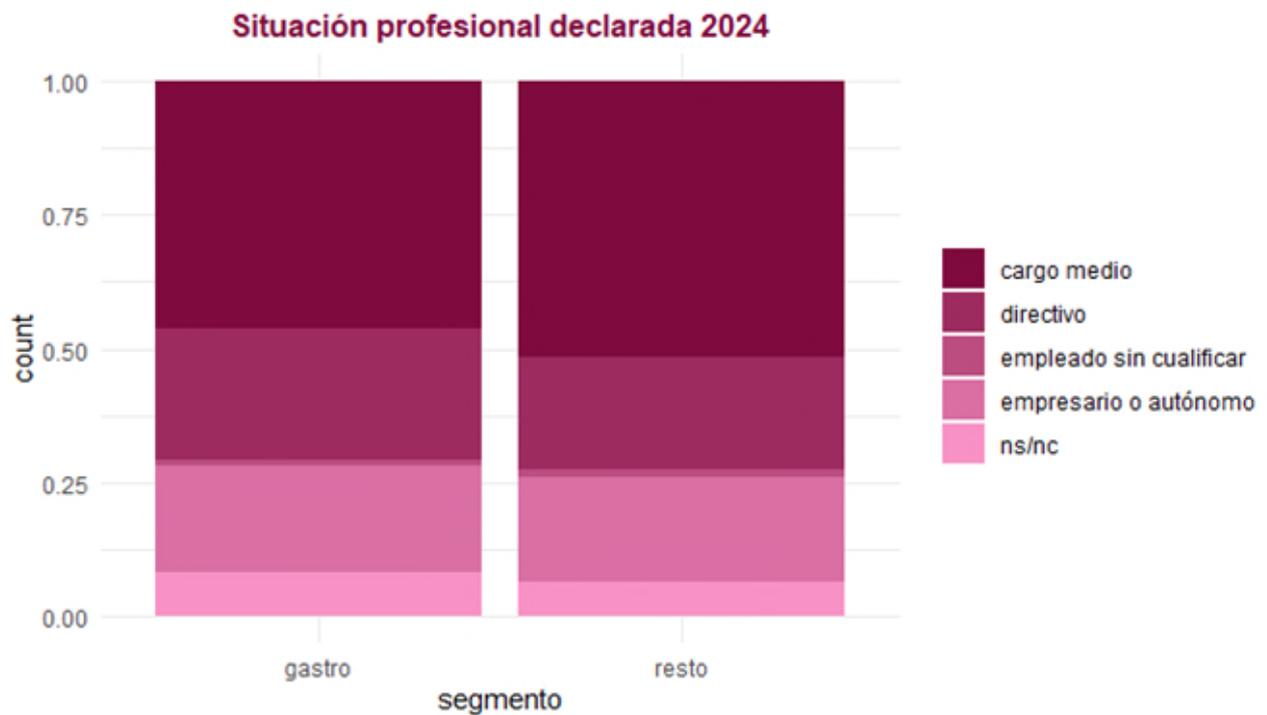
17

Nivel de estudios finalizados



Una aproximación al nivel de renta de real de los encuestados, a veces mejor que el nivel de renta declarado en la encuesta, es el nivel de estudios superiores finalizados, que es claramente superior entre los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024

Situación profesional



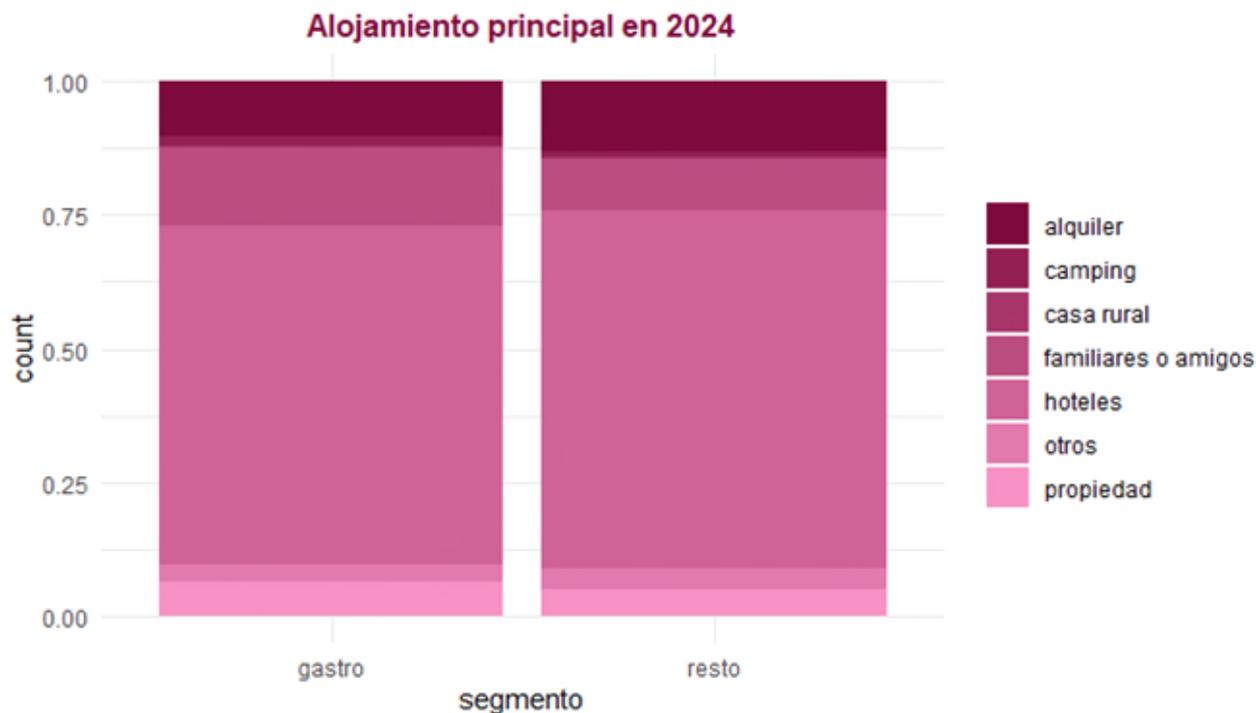
18

Tabla 10: Turistas por situación profesional en 2024

Situación	Eno-Gastro (%)	Resto (%)
cargo medio	46,2	51,6
directivo	24,8	21,1
empresario o autónomo	20,2	19,4
ns/nc	8,0	6,5
empleado sin cualificar	0,8	1,4

Los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024 tienen un perfil profesional en el que destaca la mayor proporción de directivos y menor proporción de cargos medios y empleados sin cualificar.

Tipo de alojamiento principal



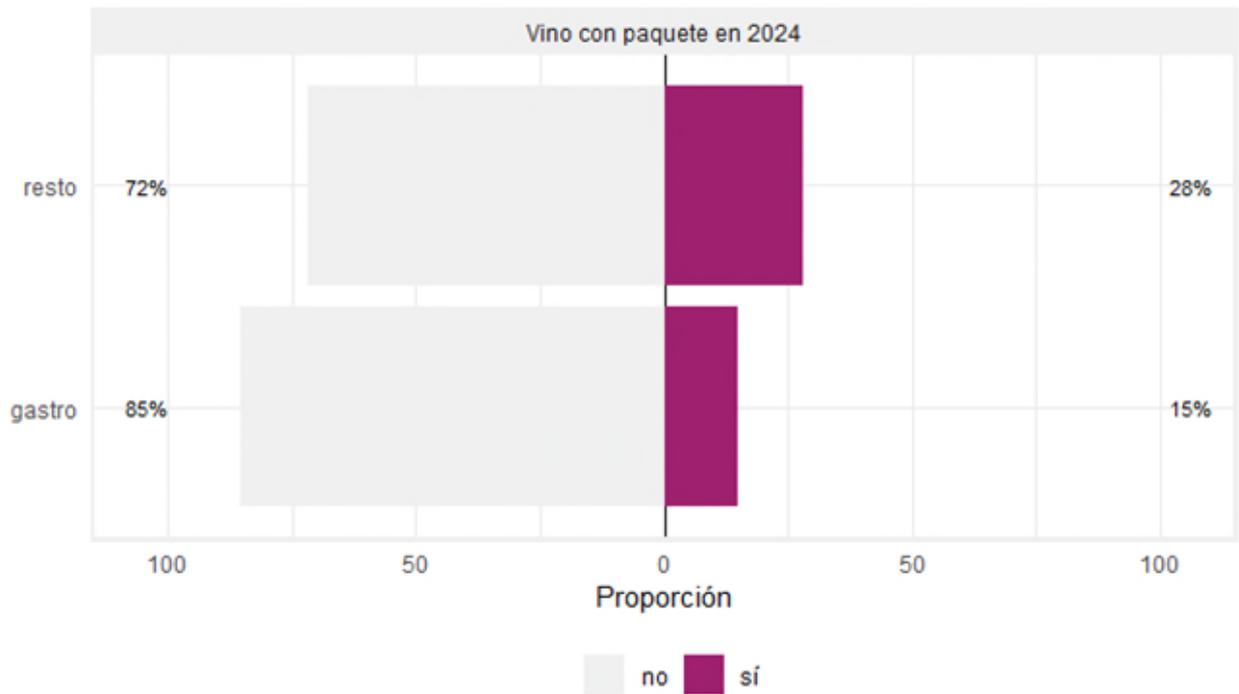
19

Tabla 11: Turistas por alojamiento principal en 2024

Alojamiento	Eno-Gastro (%)	Resto (%)
alquiler	10.2	13.0
camping	1.8	1.3
casa rural	0.3	0.3
familiares o amigos	14.7	9.6
hoteles	63.5	67.0
otros	3.3	4.0
propiedad	6.3	4.9

Hay pocas diferencias en el perfil alojativo; pero los turistas que realizaron actividades gastronómicas en 2024 utilizaron hoteles y viviendas o apartamentos en alquiler como alojamiento principal en una menor proporción que el resto y se alojaron en casas de familiares o amigos y en vivienda propia con una frecuencia algo mayor.

Uso de paquete



20

De los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024, sólo el 15% vino con paquete turístico, mientras que ese porcentaje sube al 28% entre el resto de turistas.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN

En el cuestionario de Egatur también se contiene una pregunta sobre la satisfacción global con el viaje, en una escala de 0 a 10.

Tabla 12: Satisfacción con el viaje en 2024

Segmento	Satisfacción (0-10)
gastro	8,99
resto	8,92

Los turistas que realizaron actividades enogastronómicas en 2024 parecen haber quedado incluso algo más satisfechos que el resto. La diferencia hallada en la muestra, aunque pequeña, es estadísticamente significativa.

El Instituto de Turismo de España (Turespaña), en virtud de lo establecido en el Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, es el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al turismo, y la creación y difusión del conocimiento y la inteligencia turística, y la coordinación de la información sobre el sector turístico generada por las distintas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Estado de Turismo y del organismo autónomo Instituto de Turismo de España.

El trabajo de investigación que lleva a cabo en la S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos (antes Instituto de Estudios Turísticos) se centra en los aspectos económicos y sociodemográficos del turismo, para lo cual dispone de la información generada por las tres principales operaciones estadísticas que elabora el Instituto Nacional de Estadística desde 2015: Movimientos turísticos en fronteras (Frontur), Encuesta de gasto turístico (Egatur) y Encuesta de turismo de residentes (ETR/ Familitur).

La S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos explota información estadística procedente de fuentes externas, como son la evolución de llegadas de pasajeros internacionales en compañías de bajo coste y el empleo en el sector turístico, información que difunde de manera periódica. Asimismo, difunde otra información estadística de interés procedente de otros organismos.

Estos contenidos, así como la documentación turística existente en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), se encuentran disponibles en la página web: <https://conocimiento.tourspain.es/es/>



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURISPAÑA 