

## EDITORIAL

En la actualidad, el “turismo del vino” o “enoturismo” que es definido por la Carta Europea de Enoturismo como “*el desarrollo de las actividades turísticas, de ocio y tiempo libre, dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio*”, se consolida a nivel mundial como un nuevo tipo de turismo. Este turismo está experimentando un gran desarrollo en los últimos años en países productores de vino pertenecientes al continente Europeo denominado, en este sector, del “Viejo Mundo” como Francia (país pionero), Italia, Portugal o España, sin olvidarse de los países pertenecientes al “Nuevo Mundo” o emergentes como Estados Unidos, Australia, Argentina o Chile, caracterizados por su rápida penetración en los mercados con vinos de gran calidad en muy pocos años.

Este producto nace impulsado, por un lado, por la búsqueda por parte de los turistas de nuevas experiencias y por otro lado, de la necesidad de las bodegas de diversificar su negocio en busca de nuevas fuentes de generación de ingresos, incrementando sus ventas en origen. Así, el enoturismo se convierte en una fuente complementaria de ingresos. Por otro lado, la producción y elaboración del vino que habitualmente se realiza en zonas rurales, si se une a actividades turísticas permite e impulsa en estos territorios tanto el desarrollo económico sostenible a través de la generación de empleo y riqueza, como social en zonas que por su carácter geográfico y su actividad centrada en el sector primario, tienen dificultades para hacerlo.

A nivel europeo sobre todo y también en otros países, surge un producto enoturístico denominado “Ruta del Vino” dónde se ofrece una experiencia única al turista en la que se unen las actividades en bodega y de observación del mundo del vino, con la gastronomía, actividades complementarias (deportivas, culturales...) y la compra de productos diferenciados de la zona. Actividades todas ellas realizadas en un territorio caracterizado por aspectos culturales, medioambientales y sociales propios de la zona por la que discurre la Ruta.

La literatura científica en el ámbito del enoturismo de naturaleza empírica se ha desarrollado mayoritariamente en los últimos diez años y recoge investigaciones muy relevantes realizadas en diferentes países como Australia, Canadá, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Italia, España y Portugal. La revisión de la misma pone en evidencia que el camino recorrido es muy corto y aún queda mucho por investigar.

En este número monográfico de la revista THIJ, *Tourism and Hospitality International Journal* sobre Vino y Turismo se recogen las aportaciones derivadas de relevantes investigaciones realizadas por grupos de investigación de reconocido prestigio y de cuyos resultados se derivan importantes implicaciones empresariales. Los tópicos cubiertos son: los medios sociales online como herramienta de información y de desarrollo del enoturismo, la enogastronomía como producto turístico, el enoturismo y el desarrollo rural y regional, el ecosistema del enoturismo, relaciones de consumo en las experiencias enoturísticas, el producto enoturístico, Rutas del Vino, el vino como herramienta promocional de un destino turístico, el cliente potencial del enoturismo.

Los resultados obtenidos en estas investigaciones y sus implicaciones empresariales constituyen una importante fuente de conocimiento tanto teórico como práctico, además de un instrumento de trabajo, consulta y reflexión, tanto para el ámbito académico internacional, como para las administraciones públicas, el sector turístico y la industria vinícola.

Completan este número especial la reseña del libro *Wine and Tourism. A Strategic Segment for Sustainable Economic Development* publicado por la editorial Springer International Publishing Switzerland, 2016 (edit. Periz-Ortis, M.; Del Río-Rama, M.C.; Rueda-Armengot, C.).

Como editores invitados de esta edición especial de la revista, queremos agradecer la oportunidad concedida por el Consejo Editorial para elaborar este monográfico y en especial al Editor Ejecutivo Nuno Alexandre Pereira Abranca por su apoyo y confianza.

José Álvarez García, Universidad de Extremadura  
María de la Cruz del Río Rama, Universidad de Vigo

*Editores Invitados*