

La innovación, la creación de nuevas experiencias enoturísticas y la comunicación eficaz, las claves del II Foro de Adheridos de la Ruta del Vino Ribera del Duero

- *El evento reunió a más de 60 adheridos y socios que pudieron participar de forma activa explicando sus inquietudes y exponiendo sus necesidades.*
- *La marca Ruta del Vino Ribera del Duero, amparada por Rutas del Vino de España, se mantiene como un foco de atención para los turistas nacionales e internacionales*

Aranda de Duero, 15 de diciembre de 2023

Más de 60 personas participaron en el **II Foro de Adheridos de la Ruta del Vino Ribera del Duero** celebrado este martes en las instalaciones del Centro Cultural Caja de Burgos de Aranda de Duero. Un evento que reunió a grandes profesionales relacionados con el sector y que ha servido como escenario para plantear la **situación actual del enoturismo en la Ruta**.

David Mora, consultor turístico y coordinador del Máster de Turismo Gastronómico del Basque Culinary Center, fue el encargado de poner en situación a los socios de las nuevas tendencias y necesidades turísticas ante las que nos encontramos. A través del taller ‘La estrategia sin proceso es poco más que una lista de deseos’, Mora apuntó que **“la digitalización y la sostenibilidad son elementos muy importantes, cada vez más demandados y que deben incorporarse en la gestión turística y el diseño de los productos”**.

De la misma forma, el consultor hizo hincapié en que el hecho de que la generación millennial sea, actualmente, la que mueve el grueso de los viajeros, ha provocado un importante cambio en los canales de comercialización y comunicación, acelerando la necesidad de que la oferta enoturística esté presente en internet.

Ruta del Vino Ribera del Duero como marca para mejorar la comunicación

Por su parte, **Óscar Checa, Responsable de Comunicación de Rutas del Vino de España**, dirigió una Mesa Redonda en la que se puso de manifiesto la importancia de la comunicación en el sector turístico. **Javier Zori, Director de la Revista Viajes de National Geographic, Laura S. Lara, periodista en medios como El Español y sumiller y David Manso, Director de lacasadebaco.net**, fueron los encargados de acompañar a Checa en un intenso debate en el que se dieron claves para mantener una buena relación con los medios de comunicación, acentuando la importancia de las imágenes y vídeos para dar a conocer los servicios de un agente enoturístico.



Además, los periodistas destacaron **la importancia de la marca Ruta del Vino Ribera del Duero para la promoción de los establecimientos** que la componen, resaltando que es una de las mejor posicionadas y deseadas por el enoturista español e internacional.

Sobre la Ruta del Vino Ribera del Duero

La Ruta del Vino Ribera del Duero es un consorcio turístico integrado por entidades y empresas turísticas de la Ribera del Duero. Consolidado como el tercer itinerario enoturístico más visitado de España, recorre las cuatro provincias castellanoleonesas que engloba la Denominación de Origen homónima, Burgos, Segovia, Soria y Valladolid.

Está integrada por 304 asociados y adheridos. Entre ellos se encuentran 95 pueblos, 5 asociaciones, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero y 203 establecimientos turísticos. La Ruta del Vino Ribera del Duero ha sido elegida destino recomendado por prestigiosas cabeceras como The New York Times, The Washington Post o Traveler's Food National Geographic UK.

Para más información:

Cristina García
Responsable de Comunicación
comunicacion@trecegrados.com
Tel. +34 625 64 08 16

Sara García
Gerente de la Ruta del Vino Ribera del Duero
info@riberate.com
Tel. +34 637 82 59 87

Nota al editor: Posibilidad de gestionar entrevistas con Miguel Ángel Gayubo, presidente de la Ruta del Vino Ribera del Duero

Síguenos en:

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#) | [Google My Business](#)