



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

ECOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA: una aproximación desde Ribera del Duero

Autor: Margarita Parmenia Romeral Martín-Ferreras

Director: Laura Sierra Moral

5º E-3

Madrid | Marzo 2025

DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN TRABAJOS FIN DE GRADO

Por la presente, yo, Margarita Parmenia Romeral Martín-Ferreras, estudiante de Derecho y Administración y Dirección de Empresas (E-3) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Ecología y sostenibilidad en el sector vitivinícola: una aproximación desde Ribera del Duero", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

- *Brainstorming* de ideas de investigación: utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
- Referencias: usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
- Corrector de estilo literario y de lenguaje: para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para qué se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: marzo de 2025

Firma: Margarita Parmenia Romeral Martín-Ferreras

Resumen: Este trabajo analiza el valor añadido que aportan la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola, con la Denominación de Origen Ribera del Duero como supuesto de ejemplo. Para ello, se desarrolla un marco conceptual que contextualiza el panorama actual de la vitivinicultura ecológica y sostenible y su impacto en el mercado, la sociedad y el Planeta. Posteriormente, se lleva a cabo una investigación cualitativa basada en entrevistas en profundidad a viticultores y bodegueros relevantes de la región, con el objetivo de comprender su percepción, estrategias y desafíos en la adopción de prácticas ecológicas y sostenibles. A partir del análisis de los testimonios recogidos, se constata que la adopción de medidas ecológicas y sostenibles en el sector vitivinícola no solo genera un efecto positivo en el medio ambiente, sino que crea un valor añadido en las empresas, como elemento diferenciador y de adaptación al mercado; en la sociedad, contribuyendo al desarrollo cultural, económico y social del medio rural; y en el Planeta en su conjunto. Finalmente, se presentan recomendaciones para impulsar la integración de estas prácticas y se proponen futuras líneas de investigación que contribuyan a la consolidación de un modelo vitivinícola más sostenible y competitivo.

Palabras clave: vino, vitivinicultura, desarrollo sostenible, ecología, sostenibilidad.

Abstract: This paper analyses the added value of ecology and sustainability in the wine sector, with Ribera del Duero Designation of Origin as an example. To do so, it develops a conceptual framework that contextualizes the current panorama of ecological and sustainable viticulture and its impact on the market, society and the planet. Subsequently, qualitative research is carried out based on in-depth interviews with relevant winegrowers and winemakers in the region, with the aim of understanding their perceptions, strategies and challenges in the adoption of ecological and sustainable practices. From the analysis of the testimonies collected, it is found that the adoption of ecological and sustainable measures in the wine sector not only generates a positive effect on the environment, but also creates added value for the companies, as a differentiating element and for adapting to the market; for society, contributing to the cultural, economic and social development of the rural area; and for the planet as a whole. Finally, recommendations are presented to promote the integration of these practices and future lines of research are proposed to contribute to the consolidation of a more sustainable and competitive winemaking model.

Key words: wine, viticulture, sustainable development, ecology, sustainability.

ABREVIATURAS

D.O.: Denominación de Origen.

IFOAM: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica.

MAPA: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

SWfCP: Sustainable Wineries for Climate Protection.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Objetivo	1
1.2 Justificación	1
1.3 Metodología	3
2. CONTEXTO / MARCO CONCEPTUAL	4
2.1 Ecología y sostenibilidad	4
I. Ecología y sostenibilidad	4
Desde el punto de vista del Planeta	6
Desde el punto de vista de la sociedad	6
Desde el punto de vista de las empresas	7
Desde el punto de vista del mercado	7
II. Agricultura ecológica y sostenible	8
III. Despoblación	10
2.2 Vitivinicultura	10
I. Contexto histórico	10
II. Configuración legal e institucional: Unión Europea y España	11
III. España como exportador	14
2.3 Ecología, sostenibilidad y vitivinicultura en España	14
I. Desde la perspectiva del viticultor y el bodeguero	15
II. Desde la perspectiva del cliente	16
2.4 Ecología y sostenibilidad como valor añadido en la vitivinicultura desde la perspectiva del viticultor y el bodeguero	20
2.5 Conclusiones del marco conceptual	24
3. INVESTIGACIÓN	26
3.1 Objetivos de la investigación	26
3.2 Metodología y técnica de la investigación	27

3.3	Informantes y empresas entrevistadas	28
3.4	Análisis de los resultados y conclusiones del desarrollo de la investigación cualitativa.....	32
I.	Análisis de los resultados de la investigación.....	32
II.	Conclusiones de la investigación cualitativa.....	44
4.	CONCLUSIONES	48
5.	RECOMENDACIONES AL SECTOR Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	50
5.1	Recomendaciones al sector	50
5.2	Futuras líneas de investigación	51
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	52
7.	ANEXO.....	65
	Entrevista en profundidad: perspectiva de la empresa.....	65
	Entrevista en profundidad al Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero	67
	Constancia de resultados a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos	69
	Transcripción de resultados de entrevistas cualitativas	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Consumo de los principales productos ecológicos en 2022.....	19
Figura 2.	Situación del sector ecológico del vino en 2022.....	19
Figura 3.	Informantes de la investigación cualitativa.....	30
Figura 4.	Entidades bodegueras y vitivinícolas entrevistadas	31
Figura 5.	Conclusiones de la investigación cualitativa.....	47

1. INTRODUCCIÓN

A fin de comprender adecuadamente el desarrollo de este trabajo, se comienza con la exposición de sus objetivos, justificación y metodología, aspectos esenciales que orientan el enfoque de la investigación.

1.1 Objetivo

El presente trabajo tiene como objetivo conocer de qué manera influyen la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola, así como el posible valor añadido que puedan aportar desde la perspectiva de la empresa. Para ello, procede analizar las distintas fases de la producción del vino, desde el cultivo de la viña y las actividades de vinificación, hasta su ulterior distribución y comercialización.

En aras de averiguar el efecto de la preocupación por la ecología y la sostenibilidad en la industria del vino, se enuncian los siguientes objetivos específicos:

1. Reflexionar sobre cómo la ecología y la sostenibilidad están transformando el sector vitivinícola desde una perspectiva empresarial y productiva.
2. Identificar las diferencias entre producción ecológica y producción sostenible.
3. Comprender la percepción empresarial sobre la ecología y la sostenibilidad en el ámbito vitivinícola.
4. Conocer el impacto de la producción ecológica y sostenible en el medio rural y económico en que se desarrolla.
5. Explorar la relación entre el consumo de vino ecológico y sostenible, el consumidor y las variables que condicionan su consumo.
6. Describir las barreras y desafíos que enfrentan los viticultores y bodegueros en la implementación de prácticas ecológicas y sostenibles.

1.2 Justificación

El interés en el estudio de la ecología y la sostenibilidad en la producción vitivinícola puede ser justificado desde una cuádruple perspectivas: social, empresarial, personal y académica.

Desde un enfoque social, a lo largo de la historia del planeta Tierra, han tenido lugar diversos cambios en la climatología que respondieron a causas naturales, como las relacionadas con los cambios en los parámetros orbitales, variaciones de la radiación

solar, la deriva continental, periodos de vulcanismo intenso, procesos bióticos o impactos de meteoritos. No obstante, en la actualidad, se está produciendo un acelerado cambio climático de índole antropogénico, que responde a la intensificación del efecto invernadero debido a las emisiones industriales procedentes de la quema de combustibles fósiles (Universidad de Burgos, 2020)¹.

La alarma y relevancia de esta realidad se puede apreciar en el desarrollo de iniciativas de prevención y recuperación del medio ambiente. Notorio es el caso de Naciones Unidas (en adelante, ONU), que ha implementado diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS)² con el fin de, entre otros, minimizar el efecto nocivo de la actividad humana.

Esta concienciación no afecta únicamente a organizaciones supranacionales, sino que cada vez está más presente en la población. La creciente preocupación social por la ecología (Fundación BBVA, 2006)³, así como la cada vez mayor intervención de esta en el sector agrario (Martínez Gómez, 2024)⁴, hacen cuestionarse el verdadero impacto que la defensa de la sostenibilidad tiene sobre los agricultores.

Desde una perspectiva empresarial, España constituye el tercer país productor mundial de vino (Federación Española Del Vino, s.f.)⁵, deduciéndose la relevancia social y económica que el producto presenta en el país. En base a las recientes quejas del sector agropecuario respecto de la precariedad de los precios y la regulación europea (Garcés, 2025)⁶; así como a las tendencias sociales relativas a la ecología que afectan al consumo (Alonso et al., 2014, 20)⁷, resulta interesante analizar si la sostenibilidad aporta un valor añadido en la vitivinicultura, incluyendo productores, bodegueros, instituciones reguladoras y consumidores finales.

Personalmente, el interés por este tema surge de una vinculación directa con la producción vitivinícola. Haber crecido rodeada de la cultura del vino y vivido este ámbito desde una

¹ Disponible en: <https://www.ubu.es/adaptacion-al-cambio-climatico-en-las-universidades-accue/el-cambio-climatico/cambio-climatico-e-historia-de-la-tierra>

² Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

³ Disponible en: <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2005/10/Estudio-sobre-conciencia-y-conducta-medioambiental.pdf>

⁴ Disponible en: <https://idi-a.es/impacto-de-la-innovacion-en-la-sostenibilidad-agricola/>

⁵ Disponible en: <https://www.fev.es/sector-cifras/>

⁶ Disponible en: <https://cadenaser.com/aragon/2025/02/24/asaja-huesca-y-lleida-piden-a-la-dga-y-al-gobierno-central-que-no-se-legisla-con-normativas-mas-restrictivas-que-en-espana-o-en-europa-radio-huesca/>

⁷ Disponible en: <https://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/12939/12116>

perspectiva vitícola-empresarial permite aportar una visión fundamentada sobre la sostenibilidad como una tendencia emergente y una oportunidad dentro del sector, lo que justifica la elección de este objeto de estudio.

Por último, la confluencia de esta relevancia social, empresarial y personal impulsa la investigación académica de la ecología y sostenibilidad en la producción vitivinícola. Si bien existen diversos estudios al respecto (como Compés López y Sotés Ruiz, 2018⁸; Compés López y Latorre Carrascosa, 2020⁹; González García et al., 2024¹⁰), este trabajo busca contribuir con la perspectiva renovada del valor añadido de las acciones ecológicas y sostenibles que enriquezca el estado actual de la cuestión.

1.3 Metodología

Para ello, la presente investigación se basará en un enfoque metodológico dual. En primer lugar, se llevará a cabo una revisión de la literatura existente sobre el tema de estudio, utilizando fuentes primarias y secundarias. La exploración de la bibliografía se fundamentará en obras de carácter sociológico y económico, así como en estudios específicos sobre la vitivinicultura, procedentes de autores e investigadores entendidos en el tema, asociaciones del sector, revistas especializadas y fundaciones relacionadas. En este proceso, se hará especial énfasis en términos clave como ecología, sostenibilidad, vino y vitivinicultura, que son fundamentales para comprender la evolución y los desafíos del sector que resultan de interés en este trabajo.

Por otro lado, se llevará a cabo una investigación primaria de enfoque cualitativo, centrada en la realización de entrevistas en profundidad a personas clave dentro de las empresas del sector vitivinícola. Las entrevistas se efectúan a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos, adaptándose a la disponibilidad de los entrevistados. Una vez registradas ([ver Anexo](#)), se transcriben los resultados para facilitar el entendimiento y análisis de los mismos ([ver Anexo](#)). Estas entrevistas permitirán obtener información detallada y perspectivas directas sobre los desafíos actuales y las oportunidades en el ámbito de la sostenibilidad y la ecología en la producción vitivinícola. El objetivo es enriquecer el análisis teórico con testimonios y opiniones que aporten una visión más completa y actualizada del sector.

⁸ Disponible en: <https://ageconsearch.umn.edu/record/316839/?v=pdf>

⁹ Disponible en: <https://digital.csic.es/handle/10261/368959>

¹⁰ Disponible en: <https://compromisosocial.es/wp-content/uploads/2019/03/el-sector-vitivinicola-frente-al.pdf>

2. CONTEXTO / MARCO CONCEPTUAL

El presente apartado se centra en el mejor entendimiento del panorama actual de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola. A tal efecto, se abordan los conceptos de ecología y sostenibilidad desde una cuádruple perspectiva: Planeta, sociedad, empresas y mercado. Además, dichas calificaciones se vinculan al ámbito agroalimentario, así como a la despoblación rural, constituyendo la ecología, en ambos escenarios, herramienta de prosperidad.

A continuación, se estudia el contexto histórico y la configuración legal de la vitivinicultura, así como el papel de España como exportador, con el propósito de comprender cómo los factores históricos, normativos y comerciales influyen en la percepción y el posicionamiento del vino español en el mercado.

Una vez presentados ambos apartados, cabe combinar la ecología y la sostenibilidad con la vitivinicultura, abordando la perspectiva del bodeguero y viticultor. De igual manera, aunque con menor exhaustividad, se analiza la perspectiva del consumidor que permite una aproximación a la interacción entre la oferta y la demanda en el sector vitivinícola.

Por último, se analiza la ecología y la sostenibilidad como valor añadido en la vitivinicultura, para evaluar cómo las prácticas ecológicas y sostenibles pueden transformar el sector, generando beneficios no solo económicos, sino también sociales y medioambientales.

2.1 Ecología y sostenibilidad

I. Ecología y sostenibilidad

Si bien la ecología y la sostenibilidad en ocasiones son consideradas palabras intercambiables, ha de diferenciarse su significado. La ecología ha de entenderse, según la Real Academia Española (2014)¹¹, como la ciencia que estudia los seres vivos como habitantes de un medio, y las relaciones que mantienen entre sí y con el propio medio. En contraste, la sostenibilidad incumbe *satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades*

¹¹ Disponible en: <https://dle.rae.es/ecolog%C3%ADa>

propias (Naciones Unidas, 1987)¹². Ante la existencia de diversas percepciones de la sostenibilidad, como la económica o social, el presente caso se centrará en la sostenibilidad desde la perspectiva medioambiental.

En este sentido, mientras las prácticas ecológicas se centran en minimizar el impacto negativo en el entorno natural, buscando proteger y preservar el medio ambiente; las prácticas sostenibles buscan minimizar el perjuicio del medio ambiente y, al mismo tiempo, garantizar la viabilidad a largo plazo (Fontán, 2024)¹³. Una mayor concreción de estas diferencias será analizada en el estudio cualitativo.

Aclarada esta diferenciación, a continuación, se analizan conjuntamente ecología y sostenibilidad medioambiental, por su fin común de atenuar los efectos perjudiciales en la naturaleza. Si bien se estima que la palabra ecología fue formulada en el siglo pasado por el científico alemán Ernest Hæckel (González-Gaudiano, 1999, 1), mientras que el término de sostenibilidad ambiental fue acuñado hace más de tres siglos (Iranzo, 2022)¹⁴, su relevancia ha ido en aumento en los últimos veinte años, debido a la cada vez mayor presencia del cambio climático en aspectos de la vida cotidiana (Ecología Y Vida, 2024)¹⁵. Tal es su importancia que Naciones Unidas ha planteado diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible¹⁶, de los cuales, siete referencian la sostenibilidad medioambiental.

Así, se puede analizar la trascendencia de la ecología y la sostenibilidad medioambiental desde una cuádruple perspectiva:

- Desde el punto de vista del Planeta.
- Desde el punto de vista de la sociedad.
- Desde el punto de vista de las empresas.
- Desde el punto de vista del mercado.

¹² Disponible en: <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad#:~:text=En%201987%2C%20la%20Comisi%C3%B3n%20Brundtland,mundo%20que%20buscan%20formas%20de>

¹³ Disponible en: <https://eco-chef.es/estilo-de-vida-ecologico/cual-es-la-diferencia-entre-ecologico-y-sostenible-explorando-los-terminos/>

¹⁴ Disponible en: https://atcee.es/wp-content/uploads/2022/02/Sostenibilidad_Aspectos-conceptuales_Silvia-Iranzo.pdf

¹⁵ Disponible en: <https://ecologiayvida.com/impacto-del-cambio-climatico-en-nuestra-vida-diaria/>

¹⁶ Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PLANETA

Como bien se apuntó con anterioridad, el Planeta ha experimentado a lo largo de su existencia diversos cambios climáticos como consecuencia de factores meramente naturales. No obstante, en la actualidad, la acción humana está intensificando y acelerando los efectos de un nuevo calentamiento global, con repercusiones fatales (Universidad de Burgos, 2020).

Un estudio de la World Meteorological Organization (2024)¹⁷ apunta que el presente cambio climático conlleva nocivos efectos sobre el Planeta, incluyendo, en primer lugar, una notoria elevación de las temperaturas que incrementa el riesgo de incendios descontrolados y el deshielo de los glaciares; tormentas más potentes, sequías pronunciadas, la desaparición de especies o el aumento del nivel de los océanos son otros de los tantos resultados del calentamiento global.

De dichos fenómenos es posible deducir la relevancia de integrar la ecología y la sostenibilidad en el plano medioambiental, en tanto “*no hay Planeta B*”¹⁸.

DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA SOCIEDAD

A los efectos mencionados en el apartado anterior, pueden sumarse otros de impacto directo sobre la sociedad. Por ejemplo, la salud humana se ve afectada ante el aumento de la mortalidad y morbilidad relacionadas con el calor del verano, el aumento del riesgo de accidentes e impacto en el bienestar general debido a fenómenos meteorológicos extremos, o cambios de la calidad del aire y el ozono (Comisión Europea s.f.)¹⁹. Estos mismos factores influyen en desplazamientos y migración, afectando notoriamente a aquellos sectores sociales con menores recursos y, por tanto, mayor vulnerabilidad.

La preservación del medio de vida de la población es indispensable no solo para la supervivencia de la raza humana, sino para garantizar un estilo de vida justo y digno (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2024, 9)²⁰.

¹⁷ Disponible en: https://library.wmo.int/viewer/69075/download?file=State-Climate-2024-Update-COP29_en.pdf&type=pdf&navigator=1

¹⁸ Frase registrada por la empresa ECOALF. Más información en: https://ecoalf.com/pages/because-there-is-no-planet-b?srltid=AfmBOorqfey2UxZdtQtiwiQzI53zw5OZhO_7ZEVtM_K60zkQZq16J9g

¹⁹ Disponible en: https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es

²⁰ Disponible en: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/62b46527-6ddc-4b8b-9078-bc32c14978f5/content>

DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS EMPRESAS

Como cruciales agentes económicos de la sociedad, las empresas igualmente sufren los efectos del cambio climático: el deterioro de infraestructuras y edificios, los cambios en los patrones de oferta y demanda de energía, o el incremento de los costes de mantenimiento ante la interrupción de las cadenas de suministro, hacen innegable el impacto en las compañías (Comisión Europea, s.f.)²¹.

Si bien parece que las pequeñas y medianas empresas son las más afectadas por dichos efectos, también ha de destacarse las nuevas oportunidades de negocio derivadas de la ecología y la sostenibilidad, como pueden ser las empresas de energías renovables, agricultura sostenible o economía circular (Impulsa Empresa, s.f.)²².

En este mismo sentido, la creciente preocupación social por la ecología y la sostenibilidad convierte a la misma en una fuente de valor añadido a las empresas que sepan implementarlo eficazmente. Según Hernández Velasco, las prácticas ecológicas y sostenibles no solo permiten cumplir leyes y normativas en distintas materias, sino también permite a las empresas ser más creativas y abordar la innovación de manera más efectiva (Agromillora Group, 2025)²³.

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL MERCADO

El conjunto de consecuencias mencionadas presenta un efecto negativo en el consumidor final: la disminución (o incluso desaparición) de productos básicos, el encarecimiento de la cesta de la compra y la consiguiente necesidad de adaptar los hábitos de consumo, entre otros (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, 2024, 2)²⁴.

La protección de todos los agentes económicos es crucial para la preservación de una economía robusta, estable y, ahora, sostenible. En este sentido, ha de destacarse la relevancia del consumidor en el desarrollo sostenible, desde una doble vertiente: por una parte, el consumidor influye directamente en las acciones de las empresas, a través de la demanda de productos y servicios; por otro lado, la participación ciudadana en la elección

²¹ Disponible en: https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es

²² Disponible en: <https://www.impulsa-empresa.es/ideas-negocio-sostenible/>

²³ Disponible en: <https://www.agromillora.com/es/sostenibilidad-empresarial/>

²⁴ Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/evaluacion_riesgos/informes_comite/SUFICIENCIA_ALIMENTARIA_CAMBIO_CLIMATICO.pdf

de las administraciones públicas que regulan la actividad de las empresas (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2024, 3)²⁵.

II. Agricultura ecológica y sostenible

Una vez comprobada la relevancia de la ecología y la sostenibilidad desde una cuádruple perspectiva, cabe plantear el papel de estas en el ámbito agroalimentario. En este sentido, sucesos como la globalización, cambios en la producción y los mercados laborales, rápidos avances en la tecnología y el propio cambio climático (Naciones Unidas, s.f.)²⁶ hacen necesario la toma de acciones sostenibles a lo largo de todo el proceso productivo y de distribución. Por ello, la ecología y la sostenibilidad han sido incorporadas como nuevo factor en el sector agroalimentario, en tanto constituye la base de toda obtención de materias primas y recursos naturales (Villarán Velasco, 2020)²⁷.

La previa distinción entre ecología y sostenibilidad adquiere una connotación especial en el ámbito agrario. Así, para que una práctica agraria sea considerada ecológica, no solo se requiere evitar el uso directo o rutinario de los productos químicos y todo tipo de biocidas (Armesto-López, 2007, 157)²⁸, sino que implica el respeto de los principios, normas y requisitos de la agricultura ecológica, por ejemplo, establecidos en la Unión Europea, para adquirir la certificación ecológica²⁹.

En contraste, la producción agraria sostenible no exige el cumplimiento de exhaustivos requerimientos ni certificados, sino la reducción de prácticas dañosas para el medio natural de cara a poner freno al deterioro medioambiental y a la pérdida de calidad de los productos (Guzmán Casado, González de Molina y Sevilla Guzmán, 2000).

²⁵ Disponible en:

<https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/recursos/materiales/Elige%20un%20futuro.%20La%20crisis%20clim%C3%A1tica%20tiene%20soluci%C3%B3n.pdf>

²⁶ Disponible en: <https://www.un.org/es/desa/new-globalization-report#:~:text=Liu%20destac%C3%B3%20tres%20mega%20tendencias,den%20forma%20a%20nuestro%20futuro.>

²⁷ Disponible en: <https://www.plataformatierra.es/innovacion/economia-circular-en-el-sector-agroalimentario-valorizacion-de-subproductos>

²⁸ Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2499261>

²⁹ Más información en: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/becoming-organic-farmer_es

En cualquier caso, puede afirmarse que, en los años 2000-2021, la agricultura ecológica global ha aumentado más de un 400%, mientras que las ventas de ecológico al por menor han crecido más de un 700% (FIBL e IFOAM, 2024³⁰; Bioeco Actual, 2024³¹).

Además, en la actualidad, se están introduciendo cambios e innovaciones con una doble función: incrementar las producciones y conseguir una actividad agrícola sostenible, donde dicha sostenibilidad adquiere un carácter tanto medioambiental, como económico desde la perspectiva de la supervivencia de las explotaciones agrícolas (Escolá, 2022, 9)³². De esta manera, se busca crear un sector agrario rentable, eficiente y sostenible a través de técnicas y tratamientos respetuosos con el medio ambiente, reduciendo el volumen de químicos y reemplazándolos por productos más naturales. En este sentido, la tecnología es considerada herramienta dinamizante que ayuda a la toma de decisiones, permitiendo una gestión más precisa y eficiente de los recursos, o incluso automatizando la acción a través de robots o sistemas de inteligencia artificial (Bórnez, 2022, 84)³³. Ha de recordarse que un producto sostenible se vincula no solo a cómo ha sido producido (suelo, aplicación de fitosanitarios, gestión de agua, etc.), sino también a la disponibilidad de los recursos a medio y largo plazo (Agromillora Group, 2025)³⁴.

Si bien la ecología y la sostenibilidad en la agricultura están siendo impulsadas a través de distintas disciplinas, como la biotecnología³⁵ (Zamora, 2014)³⁶, la bioenergía (Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias, 2020, 3)³⁷ o la sociología rural (Herrera Martínez, 2020)³⁸, de todas ellas se deduce la inevitable necesidad de las mismas en el sector agrario.

³⁰ Disponible en: <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>

³¹ Disponible en: <https://www.bioecoactual.com/2024/03/11/tendencias-y-retos-actuales-para-la-agricultura-ecologica-mundial/>

³² Disponible en: https://www.agromillora.com/wp-content/uploads/2024/10/OLINT38_compressed.pdf

³³ Disponible en: https://www.agromillora.com/wp-content/uploads/2024/10/OLINT38_compressed.pdf

³⁴ Disponible en: <https://www.agromillora.com/es/sostenibilidad-empresarial/>

³⁵ La biotecnología agrícola ha de entenderse como la modificación de plantas o cultivos para lograr un mayor rendimiento de los cultivos y aumentar la resistencia de las plantas a ciertas enfermedades. Más información en: <https://www.centrobiotecnologia.cl/investigacion/que-es-la-biotecnologia-agricola/>

³⁶ Disponible en: <https://fundacion-antama.org/catedra-bayer-upv-agricultura-sostenible-biotecnologia-ecologica/>

³⁷ La bioenergía agraria implica el uso de residuos y desechos agrícolas, cultivos sembrados con este propósito y la vegetación silvestre para producir energía renovable. Más información en: https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/AGRO_Noticias/docs/bioenergia%20y%20agricultura.pdf

³⁸ La sociología rural permite conocer el impacto de las prácticas agrícolas en las comunidades rurales. Más información en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032020000200281&script=sci_arttext&utm

III. Despoblación

Otro factor que azota la actual realidad rural es la despoblación, esto es, el fenómeno demográfico y territorial consistente en la disminución del número de habitantes de un territorio o núcleo con relación a un período previo (Pinilla y Sáez, 2017, 2)³⁹.

Si bien este suceso lleva aconteciendo desde finales del s. XIX como consecuencia de la industrialización y crecimiento de las zonas urbanas, en las últimas décadas su efecto ha sido más notorio, como consecuencia del envejecimiento de la población tras décadas de éxodo rural (Buxadé Carbó, 2024)⁴⁰. Es por ello que, en la actualidad, el reto demográfico constituye uno de las principales preocupaciones en la política española y europea (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, s.f.)⁴¹. Entre muchas de las medidas adoptadas para su paliación, juega un papel relevante la instrumentalización de la agricultura ecológica y sostenible para estabilidad y fortalecer focos de población rural (Armesto-López, 2007, 164). Si bien el análisis en profundidad de este tema excede el alcance del presente trabajo, representa una línea de investigación relevante y de gran interés, que podría ser explorada en futuros estudios con el fin de evaluar su impacto en la revitalización de áreas rurales.

2.2 Vitivinicultura

El presente apartado busca explicar la vitivinicultura desde una triple perspectiva: su contexto histórico, su configuración legal e institucional en Unión Europea y España, y la posición de España como exportador.

I. Contexto histórico

Desde tiempos inmemorables, el hombre ha hecho uso de los recursos aportados por la naturaleza para sobrevivir y, posteriormente, comercializar. En este sentido, el vino ha constituido un preciado producto cuya producción y distribución se remonta hace más de 8.000 años (Decántalo, 2023)⁴².

³⁹ Disponible en: <https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2017/10/La-despoblaci%C3%B3n-rural-en-Espa%C3%B1a-CEDDAR.pdf>

⁴⁰ Disponible en: <https://agoratopgan.com/2024/05/el-progresivo-e-irreversible-envejecimiento-de-nuestra-poblacion-rural>

⁴¹ Disponible en: <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/que-es.html>

⁴² Disponible en: <https://www.decantalo.com/es/es/blog/donde-nacio-el-vino-un-viaje-a-traves-de-su-historia-n7138>

A lo largo de la historia de la humanidad, el viñedo, como materia prima, así como el vino, como producto elaborado por el hombre, han sufrido una gran evolución en pos de su adaptación a las circunstancias medioambientales, históricas y sociales. Ejemplo de ello es su consideración de bebida de la élite en el Antiguo Egipto, frente a su percepción como elemento esencial de la vida cotidiana en las antiguas Grecia y Roma (Decántalo, 2023); así como el uso de distintas variedades de uva tras las tres plagas de la vid que asolaron los viñedos europeos desde mediados del S. XIX hasta el primer tercio del S. XX (Pazo Baión, 2024)⁴³.

La consecución de diversos acontecimientos ha configurado el panorama vitivinícola tal y como es conocido hoy en día, donde la producción de vino es cada vez más sofisticada y su consumo, más demandado (Resco Sánchez, 2024)⁴⁴.

En España, el cultivo de la vid ha estado fuertemente ligado al desarrollo y expansión de las variadas civilizaciones y culturas presentes en la Península Ibérica. En la actualidad, el sector vitivinícola goza de una serie de atributos que lo vinculan muy estrechamente con el territorio (medio rural), la cultura, la sociedad y la economía españolas (Analistas Financieros Internacionales, 2023, 3)⁴⁵.

En este sentido, la actividad vitivinícola ha experimentado grandes cambios, fruto de las tendencias socioeconómicas actuales. Entre ellas, la creciente preocupación por la conservación del medio natural y por la utilización de técnicas respetuosas con el medio ambiente han dado lugar a la imposición legal de mayores requerimientos y técnicas ecológicas en la cadena de producción del vino.

II. Configuración legal e institucional: Unión Europea y España

Si bien la intervención del Derecho en la cultura del vino en España se remonta a la Real Orden de 23 de febrero de 1890⁴⁶, hoy en día no solo cuenta con una amplia regulación nacional y autonómica, sino que, como Estado miembro de la Unión Europea, queda sometida a las directrices de Bruselas. Así, en los últimos años se han aprobado diversas

⁴³ Disponible en: <https://pazobaion.com/plagas-de-la-vid/>

⁴⁴ Disponible en: <https://www.plataformatierra.es/mercados/informe-actualidad-mercados-vino-factores-evolucion-2024-2025>

⁴⁵ Disponible en: https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2023/11/Informe_relevancia_economica_y_social_del_sector_vitivinicola-en-Espana_2023_OIVE_vf.pdf

⁴⁶ Gaceta de Madrid, núm. 54, de 23 de febrero de 1890. Disponible en: <https://www.boe.es/gazeta/dias/1890/02/23/pdfs/GMD-1890-54.pdf>

leyes que abogan por el desarrollo sostenible y la colaboración de los Estados en la producción y comercialización limpia y responsable.

En lo que incumbe a la vitivinicultura, la conocida Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible ha dado pie a nueva regulación ecológica (Comisión Europea, s.f.)⁴⁷ que afecta a todos los intervinientes en la cadena de producción, desde la producción de uva y las operaciones de vinificación, hasta su ulterior distribución hasta el consumidor final. Ejemplo de ello son:

- [Reglamento \(UE\) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento \(CE\) n.º 834/2007 del Consejo](#): determina la consideración de vino ecológico como aquel cuya producción se fundamente *“exclusivamente con materias primas ecológicas y [...] la adición de determinados productos y sustancias autorizados con arreglo al presente Reglamento”*.
- [Reglamento Delegado \(UE\) 2020/427 de la Comisión de 13 de enero de 2020 que modifica el anexo II del Reglamento \(UE\) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que atañe a determinadas normas de producción detalladas aplicables a los productos ecológicos](#): detalla las condiciones para el uso de determinados coadyuvantes, como clarificantes o agentes estabilizantes, y reduce aún más los límites de sulfitos en el vino ecológico.
- [Reglamento de ejecución \(UE\) N° 203/2012 de la Comisión de 8 de marzo de 2012 que modifica el Reglamento \(CE\) n° 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento \(CE\) n o 834/2007 del Consejo, en lo que respecta a las disposiciones de aplicación referidas al vino ecológico](#): detalla los procedimientos que deben seguirse para que el vino sea considerado ecológico, además de introducir límites estrictos al uso de sulfitos en los vinos blancos y rosados ecológicos; también aborda técnicas enológicas, como la reducción del uso de productos de síntesis química.
- [Reglamento \(UE\) N° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos \(CE\) n° 1924/2006 y \(CE\) n o 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE](#)

⁴⁷ Disponible en: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/legislation_es

de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n° 608/2004 de la Comisión: afecta el etiquetado de los vinos ecológicos, debiendo este incluir el logotipo ecológico de la UE y la mención de que el vino ha sido certificado como ecológico por un organismo de control acreditado.

- Reglamento (CE) N° 606/2009 de la Comisión de 10 de julio de 2009 que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 479/2008 del Consejo en lo relativo a las categorías de productos vitícolas, las prácticas enológicas y las restricciones aplicables: aunque no es exclusivamente para vinos ecológicos, define qué prácticas están autorizadas o prohibidas y en qué condiciones. Por ejemplo, detalla los tipos de tratamientos que pueden realizarse sobre el mosto o el vino.

Igualmente, existen organismos cuyas directrices, a pesar de no ser vinculantes, presentan gran relevancia en el mundo del vino, como el Comité Europeo de Agricultura Ecológica, parte de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM)⁴⁸. Establece directrices adicionales que las bodegas pueden seguir para garantizar la sostenibilidad en sus procesos de producción de vino ecológico.

Por otro lado, existe una amplia normativa nacional que permite tanto adaptar el ordenamiento jurídico español al Derecho de la Unión Europea, como desarrollar este conforme a las circunstancias particulares del país (el denominado margen de apreciación nacional). En esta materia, y dentro del poder ejecutivo, toma gran relevancia el papel del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (en adelante, MAPA), quien, además, promueve programas como el Plan Estratégico Nacional para la Agricultura Ecológica⁴⁹. Asimismo, se crean organismos encargados de supervisar y controlar el cumplimiento de dicha normativa nacional, como el Registro General de Operadores Ecológicos (perteneciente al MAPA)⁵⁰ o la Organización Interprofesional del Vino de España⁵¹.

Cabe igualmente destacar que la variedad vitivinícola en el territorio español, así como la cesión de determinadas competencias en materia de agricultura, posibilita el desarrollo de normativa autonómica, que se ajusta a las circunstancias de cada Comunidad.

⁴⁸ Más información en: <https://www.ifoam.bio/>

⁴⁹ Más información en: <https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/>

⁵⁰ Más información en: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/regoe/>

⁵¹ Más información en: <https://interprofesionaldelvino.es/>

Ha de también considerarse las diversas clasificaciones de vino existentes en función de la uva empleada (Tempranillo, Garnacha, Mencía, Bobal, Monastrell, Verdejo, Palomino, etc.), su edad (vinos jóvenes, crianza, reserva y gran reserva) o su etiqueta de calidad (Vinos de mesa, Vinos de la tierra, Vinos de Calidad con Indicación Geográfica, Denominación de Origen, Denominación de Origen Calificada, Vinos de Pago). Dichas calificaciones implican el cumplimiento de unos requisitos listados, normalmente controlados por Consejos Reguladores.

III. España como exportador

Además, la constitución de España como uno de los principales exportadores de vino a nivel mundial implica el sometimiento a mayores exigencias que encajen en las relacionales bilaterales de los países comerciantes. Tres de cada cinco botellas comercializadas en el mundo proceden de la Unión Europea, y España produce el 25% del vino en Europa (Vino Selección, 2024)⁵².

Según el Observatorio Español del Mercado del Vino (2025)⁵³, la facturación de las exportaciones españolas de vino aumentó un 1,4%, pero cayó un 5% el volumen exportado. Se situaron el pasado año en los 1.935,3 millones de litros, por valor de 2.977,8 millones de euro; a un precio medio de 1,44 euros el litro (Murcia, 2024)⁵⁴.

2.3 Ecología, sostenibilidad y vitivinicultura en España

Siguiendo la diferenciación realizada en los apartados anteriores, la distinción entre ecología y sostenibilidad en el contexto de la vitivinicultura conlleva diversas implicaciones. Todo vino ecológico está certificado, sujeto a una estricta regulación que da todas las garantías al consumidor de una producción de calidad y sostenible, desde el viñedo hasta la bodega, que respeta el medio ambiente e incrementa la biodiversidad, en línea con un creciente requerimiento de estos valores por parte del consumidor (Cortés, 2023)⁵⁵. Por su parte, un vino sostenible es el resultado de procesos que minimizan el impacto ambiental y que persiguen el bienestar de las comunidades involucradas (BBVA,

⁵² Disponible en: https://www.vinoseleccion.com/blog/vinos/exportacion-vino-espanol/?srsId=AfmBOoqz4NJPIPZfbIJf03ySwm0lRHdBsT2SfDZRLNl4A07_IrqGL6xQ

⁵³ Disponible en: <https://www.oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-ano-2024>

⁵⁴ Disponible en: <https://lagacetadelvino.com/noticias-sobre-vino-actualidad/nacional/espana-aumenta-sus-exportaciones-un-15-durante-el-primer-semester-de-2024/>

⁵⁵ Disponible en: <https://www.revistaagricultura.com/Noticias/Noticia/6405/Vi%C3%B1edo-y-vino-ecol%C3%B3gico%2C-sostenibilidad-certificada-en-una-copa>

2025)⁵⁶. Si bien también existen certificaciones de vinos sostenibles, estas son menos restrictivas, en tanto las primeras permiten el uso de determinados productos fitosanitarios, mientras que las últimas abogan por la producción 100% libre de este tipo de tratamientos.

A tal efecto, se analiza a continuación la presencia de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola desde la perspectiva del viticultor y el bodeguero, y del consumidor.

I. Desde la perspectiva del viticultor y el bodeguero

Una vez introducido el panorama general del sector vitivinícola, procede analizar la intervención de la ecología y la sostenibilidad, que ha de ser entendida en sus tres dimensiones: económica, medioambiental y social (García-Cortejo et al., 2024)⁵⁷. En este sentido, la producción de vino ecológico y sostenible conlleva la práctica de técnicas respetuosas con la naturaleza, que responde a la demanda social de responsabilidad ambiental, a la vez que busca obtener una rentabilidad en la explotación de dicha actividad. Entre las principales prácticas sostenibles en la industria vitivinícola, cabe mencionar el manejo del suelo, la conservación del agua, la biodiversidad y manejo de plagas, la energía y eficiencia, la gestión de residuos y la huella de carbono (Rubio, 2023)⁵⁸.

En la actualidad, España no solo lidera el ranking del país con mayor superficie de viñedo ecológico del mundo, con más de 13% del total (Vinetur, 2024)⁵⁹, sino que dicha expansión ha aumentado un 33% en los últimos cuatro años (Revista Campo, 2024)⁶⁰. Estudios revelan que dicho desarrollo responde a la propia idiosincrasia del mercado del vino en España, de índole internacional (García-Cortejo et al., 2024). En este sentido,

⁵⁶ Disponible en: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-un-vino-sostenible-cuando-las-buenas-practicas-se-notan-en-tu-copa/>

⁵⁷ Disponible en: <https://www.interempresas.net/Vitivinicola/Articulos/538644-El-desafio-ambiental-del-vino.htm>

⁵⁸ Disponible en: <https://vinosostenible.com/sostenibilidad/que-es-sostenibilidad-industria-vino/>

⁵⁹ Disponible en: <https://www.vinetur.com/2024091181629/espana-lidera-la-sostenibilidad-en-el-vino-mundial.html>

⁶⁰ Disponible en: <https://www.revistacampo.es/vinedo/la-superficie-de-vinedo-ecologico-crece-un-33-en-espana-en-4-anos/>

España busca situarse como país vitivinícola líder en sostenibilidad⁶¹, poniendo en marcha diversas iniciativas (Interprofesional del Vino, 2024)⁶².

La creciente preocupación por el respeto del medio ambiente da pie a la implementación de programas especializados, como la Estrategia del sector vitivinícola español 2022-2027 (KPMG, 2023)⁶³ cuya misión incluye “*posicionar a España como referente vitivinícola mundial en sostenibilidad en todos sus ámbitos: medioambiental, social, económico, histórico, cultural y paisajístico*”. Asimismo, surgen iniciativas como el proyecto *Green Vineyards*⁶⁴, que busca mejorar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los trabajadores del sector vitivinícola, abordando los retos del cambio climático (Redacción La Gaceta del Vino, 2024)⁶⁵.

Desde 2015, el sector vitivinícola español cuenta con Certificación *Sustainable Wineries for Climate Protection* (SWfCP)⁶⁶, que evalúa la labor de las bodegas en materia de sostenibilidad medioambiental, social, económica y de gobernanza, adaptándose a los estándares más exigentes y en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

Con todo, puede afirmarse que la ecología y la sostenibilidad son una realidad en la producción y comercialización del vino, con creciente relevancia y desarrollo de iniciativas y proyectos en defensa de la misma.

II. Desde la perspectiva del cliente

Comprobada la presencia de la responsabilidad medioambiental en la cadena productiva, cabe cuestionarse si existe la misma preocupación sostenible desde la perspectiva del consumidor final. Cabe mencionar que, aunque la perspectiva del cliente no es objeto de estudio del presente trabajo, se considera recomendable una aproximación de su actual contexto teórico que dote de una visión más completa del mercado, en tanto las acciones

⁶¹ Se observa que, aunque se hable de vino ecológico, se alude a la sostenibilidad del sector vitivinícola español. A pesar de ser conceptos distintos desde una perspectiva técnica, es frecuente la confluencia de ambos, en tanto, en el mundo del vino, toda acción ecológica es sostenible, pero no toda acción sostenible es ecológica (como consecuencia de los requisitos específicos exigidos).

⁶² Disponible en: <https://interprofesionaldelvino.es/espana-busca-situarse-como-pais-vitivinicola-lider-en-sostenibilidad/>

⁶³ Disponible en: https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2023/11/15022023_KPMG_Presentacion-Publica_Plan-Estrategico-OIVE_web-1.pdf

⁶⁴ Más información en: <https://greenvineyards.eu/training/>

⁶⁵ Disponible en: <https://lagacetadelvino.com/formacion/green-vineyards-formacion-gratuita-sobre-sostenibilidad-en-el-sector-vitivinicola/>

⁶⁶ Más información en: <https://interprofesionaldelvino.es/certificacion/>

del empresario siempre han de estar encaminadas a responder a las demandas del cliente. Por tanto, a continuación, se evalúa la percepción del cliente del vino ecológico y sostenible, y se esboza el valor añadido de estos desde una perspectiva puramente teórica.

De manera generalizada, el consumo de productos ecológicos se vincula a la “saludabilidad” de los mismos. Según un estudio llevado a cabo por AECOC Shopperview (Cros, 2019), ante el creciente interés por un estilo de vida saludable, un 68% (y en aumento) de la población prefiere los productos eco-bio por ser considerados saludables y beneficiosos para la prevención de enfermedades.

En este sentido, el estudio AECOC Shopperview segmenta distintos perfiles de consumidores de productos ecológicos, y Stolz y Schmid (2008) emplean una segmentación similar para evaluar cómo cada grupo valora el consumo de vinos ecológicos y sostenibles, de manera que los consumidores:

- *Healthy*, constituyendo el 57% de consumidores de productos ecológicos, sienten verdadero interés por la nutrición y la salud. Perciben este tipo de vino como fuente de salud y parte de una dieta equilibrada, al encontrar el vino ecológico/sostenible como una alternativa de bebida “ociosa”, pero sin renunciar a un estilo de vida saludable (al estar libre de pesticidas y químicos y con mayor concentración de antioxidantes beneficiosos, como los polifenoles).
- *“Ecoauténtico”*: siendo un 26%, sienten gran preocupación por cuidar de la naturaleza y contribuir a su preservación a través de los productos que consumen. Como producto respetuoso con el medio ambiente, el consumo de vinos ecológicos constituye una acción que contribuye activamente a la preservación de la biodiversidad y promueve una agricultura sostenible que protege la salud del planeta.
- *Trendy*: constituyen un 12% de los consumidores, y prefieren productos ecológicos como consecuencia de la influencia de las tendencias sociales vigentes. Como opción moderna y en sintonía con las tendencias sociales, encuentran en el vino ecológico una imagen consciente y sofisticada, permitiéndoles estar a la vanguardia de un estilo de vida ecológico que cada vez gana más popularidad.
- *Sibaris*: son un 6%, y apuestan por productos de calidad, más delicatessen o gourmet. Perciben los vinos ecológicos/sostenibles como expresión de calidad y autenticidad, al ser elaborados con esmero y respeto por los procesos naturales. Su carácter artesanal y su conexión con el *terroir* realzan su exclusividad, convirtiéndolo en una opción gourmet que combina sostenibilidad y excelencia en cada copa

Igualmente, ha de recordarse la consideración del vino como producto de segunda necesidad, de manera que su consumo y compraventa adquieren un plano inferior. A pesar de ello, el vino constituye uno de los productos ecológicos con mayor superficie o valor de mercado (ARENAL Grupo Consultor, S.L., 2024). Por ello, el consumidor puede también clasificarse como:

- *Ocasional*: vincula el vino a eventos sociales o especiales. No presenta un patrón de compra fijo, por lo que el vino ecológico/sostenible puede considerarse un símbolo de socialización y celebración que eleva la experiencia y refleja un compromiso con la sostenibilidad y el disfrute responsable.
- *Tradicional*: incorpora el consumo de vino en su vida diaria y suele ser fiel a sus bodegas frecuentadas. Busca vinos de calidad, pero que mantengan la esencia del vino cotidiano, añadiendo el valor de contribuir al cuidado de la tierra que sustenta las viñas generación tras generación.
- *Principiante y/o explorador*: dispuesto a probar y conocer nuevos tipos de vinos y bodegas, el vino ecológico/sostenible representa una puerta de entrada a la vitivinicultura más auténtica y accesible, permitiéndoles descubrir sabores frescos y naturales.

Como última clasificación, cabe mencionar el relevante papel de la restauración en la compraventa y distribución de vinos. De esta manera, puede clasificarse al consumidor en:

- *Personal*: individuos que adquieren vino para consumo propio o cercanos, normalmente, en pequeñas cantidades. El vino ecológico/sostenible es concebido como producto de calidad, ofreciendo un sabor auténtico y un compromiso con el medio ambiente
- *Empresarial*: principalmente del sector de la hostelería y restauración, compra al por mayor para sus clientes. Respondiendo a su demanda, incorporar vinos ecológicos/sostenibles a la carta no solo refleja un compromiso con las tendencias responsables, sino que también mejora la percepción del establecimiento como innovador y alineado con las exigencias actuales del mercado.

Dichas clasificaciones demuestran la posibilidad de utilizar la ecología y la sostenibilidad como estrategia empresarial, basada en la segmentación de clientes y diferenciación de

productos, capaz de crear un valor añadido para todos los agentes económicos intervinientes.

Así lo demuestra desde una perspectiva más empírica un reciente estudio del consumo de los principales productos ecológicos en 2022 del MAPA, al revelar que el consumo de los principales productos de cultivo ecológico representa aproximadamente un 36% del consumo ecológico alimentario total. No obstante, el vino únicamente representa el 0,77% del total, frente al 4,10% de gasto ecológico sobre el total del gasto convencional. Esto se refleja en las siguientes Figura 1 y Figura 2:

Figura 1. Consumo de los principales productos ecológicos en 2022

Indicador	Consumo mercado interior (mil. de euros)	Consumo ecológico per cápita (euros hab./año)	% s/ total cesta ecológica	% gasto ecológico s/ total gasto convencional
Cereales	162,26	3,51	6,47	4,99
Hortalizas, patatas, legumbres	306,53	6,63	12,22	4,65
Frutales	342,92	7,41	13,67	8,73
Frutos secos	29,01	0,63	1,16	4,42
Vino	19,22	0,42	0,77	4,10
Aceite	44,53	0,96	1,78	4,61
Total	904,47	19,55	36,05	-

Fuente: Panel de consumo alimentario en hogares 2022. MAPA⁶⁷

Figura 2. Situación del sector ecológico del vino en 2022

Indicador	2022
Superficie ecológica inscrita (miles hectáreas)	149,93
Superficie ecológica calificada (miles hectáreas)	113,17
(%) S. Calificada /S. Inscrita	75,48
Producción (miles toneladas). 49,5 mil Tm de uva de vino	407,10
Rendimiento aparente (toneladas/Ha. calificada)	3,60
Valor aparente de la producción en origen (millones de euros)	245,00
(%) sobre valor de la producción convencional	18,32
Nº de establecimientos industriales ecológicos	1.321
Producción aparente por establecimiento industrial (millones de euros)	0,19
Consumo mercado interior (millones de euros/año)	19,22
Consumo ecológico en euros por habitante y año	0,42
(%) sobre el total de la cesta ecológica	0,77
(%) ecológico sobre el total del gasto convencional	4,10

Fuente. ARENAL Grupo Consultor S.L. (2024, pág. 73)⁶⁶

⁶⁷ ARENAL Grupo Consultor S.L. (2024), “Caracterización de la producción ecológica en España: Datos 2022”, *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*, pág. 40.

Por último, cabe mencionar que el presente apartado ha usado conjuntamente los términos vino ecológico y vino sostenible, en tanto, como se ha mencionado, el análisis de la perspectiva del cliente excede el alcance de este trabajo. No obstante, el estudio del valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en el vino percibido por el cliente, así como la apreciación e implicaciones de las diferencias entre vino ecológico y vino sostenible por el cliente resultan potenciales línea de investigación de futuros trabajos. Estos permitirían adquirir una visión integral del mercado, incluyendo empresa y consumidor, que facilitaría su entendimiento y el enunciado de recomendaciones.

2.4 Ecología y sostenibilidad como valor añadido en la vitivinicultura desde la perspectiva del viticultor y el bodeguero

Una vez analizada la percepción de la sostenibilidad en la vitivinicultura desde la perspectiva del mercado y del productor, cabe cuestionarse el impacto de la misma como valor añadido en el proceso de producción del vino, siendo de nuevo analizada desde el doble punto de vista. Así, ha de entenderse la creación de valor como las cualidades extra o diferenciales de un producto o servicio, que hacen que los usuarios y los consumidores las prefieran frente al producto o servicio de la competencia (Zorraquino, s.f.)⁶⁸.

Ha de señalarse que apostar por un sistema vitivinícola ecológico o sostenible implica una decisión con efectos a largo plazo, en tanto la adopción de infraestructuras respetuosas con el medio ambiente conlleva una inversión, material y humana, perecedera (Salas Zorilla y Farreras, 2022)⁶⁹. A tal efecto, las estrategias de marketing juegan un papel importante en la comunicación al consumidor del proceso productivo ecológico o sostenible. Así, a continuación, se analizarán la ecología y la sostenibilidad como valor añadido en la producción del vino desde un triple punto de vista:

- La ecología y la sostenibilidad como ventajas competitivas.
- La ecología y la sostenibilidad como herramientas de apertura y adaptación al mercado.
- La ecología y la sostenibilidad como medios de contribución al desarrollo rural.

⁶⁸ Disponible en: <https://www.zorraquino.com/diccionario/marketing-digital/que-es-valor-anadido.html#:~:text=En%20marketing%20se%20entiende%20por,cliente%20o%20en%20la%20marca>

⁶⁹ Disponible en: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/203423/CONICET_Digital_Nro.c3e03429-24e1-4d8e-84aa-d35205b6ca78_B.pdf

La demanda de vino ecológico, o de vino vinculado al movimiento por la sostenibilidad, se está convirtiendo en uno de los principales objetivos de las estrategias de mercado que utilizan las empresas para influir en el comportamiento de los consumidores de vino (Crescimanno, Ficani y Guccione, 2002⁷⁰; Fotopoulos, Krystallis y Ness, 2003⁷¹).

La creciente demanda de productos orgánicos hace necesario considerar los efectos de las estrategias, basadas en el mercado, sobre la percepción de los consumidores de las organizaciones que ofrecen bienes y servicios ecológicos o sostenibles, así como de sus productos (Humes, 2011). En este sentido, el éxito de las estrategias de marketing basadas en la ecología y la sostenibilidad no sólo depende de la percepción que tengan los consumidores de las prácticas ecológicas y sostenibles de las empresas que fabrican y comercializan los productos, sino también de si los consumidores confían en que dichas empresas apliquen las prácticas que defienden (Bonn et al., 2016)⁷².

En este sentido, bodegueros como García-Ganso aseguran que la producción sostenible [y ecológica] de vino *“es una oportunidad para ofrecer algo distinto en un mercado donde todos hacen lo mismo”*, no obstante, debiendo tenerse en cuenta que *“la producción es menor respecto a una convencional, porque no estás castigando el suelo ni forzando a la vid. Eso conlleva una reducción de rentabilidad que se debe tener en cuenta en el precio al productor, valorando y apreciando también la conservación que hacemos del medio ambiente, pero siempre de forma que los alimentos sean accesibles para el bolsillo de todos los consumidores”* (Cortés, 2023)⁷³.

Así, considerando las cuatro etapas de la cadena de suministro del vino -producción de la uva, elaboración del vino, envasado y distribución al comercio minorista (Petti et al., 2006, 4)⁷⁴, ha de garantizarse la aprehensión y confianza en la ecología y la sostenibilidad de cada una de ellas, en tanto la percepción que tiene el consumidor de las prácticas ecológicas y sostenibles tanto de los productores como de los distribuidores minoristas influye en su evaluación, compra y disposición a pagar un precio superior por productos ecológicos o sostenibles (Bonn et al., 2016).

⁷⁰ Disponible en: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00070700210425714/full/html>

⁷¹ Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329302001301?via%3Dihub>

⁷² Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1938965515576567>

⁷³ Disponible en: <https://www.revistaagricultura.com/Noticias/Noticia/6405/Vi%C3%B1edo-y-vino-ecol%C3%B3gico%2C-sostenibilidad-certificada-en-una-copa>

⁷⁴ Disponible en:

De la anterior literatura se puede deducir la posible aportación de la ecología y la sostenibilidad de un valor añadido en la producción y distribución del vino, en tanto constituye una oportunidad para viticultores y bodegueros de optimizar costes y potenciar sus ventas, fidelizando clientes y creando un mayor vínculo con la comunidad local.

El aprovechamiento de la ecología y la sostenibilidad como cualidad diferenciadora del vino producido, si bien explotada, puede dar lugar a una ventaja competitiva que permita posicionar al producto en mercados, nacionales e internacionales, más amplios y reforzar la imagen de marca (Socotec, 2024)⁷⁵. Esto no solo atrae a consumidores, influyendo en sus decisiones de compra, sino que también puede fomentar relaciones duraderas con la empresa, si perciben en la bodega una promoción de una cultura de responsabilidad social y ambiental (Chablé Jiménez et al., 2023, 137)⁷⁶. En este sentido, la ecología y la sostenibilidad pueden servir como un elemento clave en estrategias de marketing y *storytelling* (Vinos de España, 2025)⁷⁷, destacando prácticas responsables en el cultivo, la producción y el embalaje del vino.

Por otro lado, el patrón de consumo del vino está cambiando rápidamente como consecuencia de múltiples factores, entre los que participan la globalización de los mercados y el cambio generacional, así como el propio cambio climático (Martínez Zapater et al., 2023, 3)⁷⁸.

En este sentido, la producción ecológica y sostenible de vino puede considerarse herramienta para el entendimiento de las nuevas tendencias de consumo y para la atracción del consumidor joven, habiéndose demostrado empíricamente (Jofré, 2019, 67)⁷⁹ que un mayor número de consumidores, en el rango de los 18 a 30 años, tienen en cuenta las acciones sustentables de una empresa a la hora de decidir su compra, así como una mayor predisposición a pagar más por un producto de menor impacto ambiental.

Así, cabe destacar que la tendencia creciente entre los consumidores jóvenes es la demanda hacia la calidad por encima del origen. Estos están más enfocados en lo que ofrece el vino que de dónde procede, y se reclama un respeto desde las marcas hacia el

⁷⁵ Disponible en: <https://www.socotec.es/blog-ingenieria/importancia-sostenibilidad-sector-bodegas>

⁷⁶ Disponible en: <https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol11-issue10/1110134142.pdf>

⁷⁷ Disponible en: <https://vinos.es/blog/como-hacer-storytelling-para-vender-un-vino/>

⁷⁸ Disponible en: <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/revista-75/martinez-zapater-y-otros.pdf>

⁷⁹ Disponible en: https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/20.500.13098/12318/MBA_Jofr%c3%a9_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

medioambiente (Juliá, 2024)⁸⁰. De esta manera, sabiendo que la producción ecológica y sostenible constituyen un medio de atracción y adaptación al mercado, cabe cuestionarse si, además de vincularse a un consumidor más joven, puede añadir un valor en cuanto a proyección internacional de la actividad vitivinícola.

En otro orden de cosas, ha de considerarse que, en la actualidad, el sector vitivinícola no se limita a la producción y comercialización de vino, sino que su ámbito se ha extendido a una completa experiencia de conexión con el medio rural, a través de la participación en actividades culturales y catas gastronómicas vinculadas al vino (Analistas Financieros Internacionales, 2023, 15)⁸¹. En este contexto, surge el concepto de enoturismo, pudiendo ser definido como un viaje que ofrece al visitante la posibilidad de sumergirse en la cultura, tradición y costumbres de un territorio vitivinícola, de una Ciudad del Vino (Álvarez Solís, 2007).

La relación del enoturismo con la sostenibilidad ambiental deriva directamente y en primera estancia de la relación que tienen las prácticas vitivinícolas y enológicas con el medio natural y, por este motivo, está relacionada con todos los aspectos derivados del uso ecológico o sostenible del territorio, así como con la elaboración ecológica o sostenible del vino (González San José, 2017, 10)⁸².

Además, la ecología y la sostenibilidad pueden considerarse nexo de unión entre la agricultura ecológica y el desarrollo rural, en tanto puede conseguir un efecto social importante tanto de modo directo, generando posibilidades para fijar población en el medio rural, como indirecto, generando interés por la zona y generando la riqueza que facilite el acceso a servicios (como, por ejemplo, conexión a internet o mejora de las vías de comunicación) y, por tanto, contribuyendo al desarrollo en igualdad de oportunidades (Armesto-López, 2007, 165). Es decir, la cultura del vino debe ser el eje temático del enoturismo y, el vino, el elemento cultural que cuenta con la entidad suficiente como para apoyar y potenciar una amplia variedad de servicios, actividades, patrimonio, folclore y experiencias turísticas (García-Casajeros et al., 2018, 1)⁸³.

⁸⁰ Disponible en: <https://www.agromillora.com/es/la-apuesta-hacia-la-calidad-y-la-sostenibilidad-en-la-viticultura/>

⁸¹ Disponible en: https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2023/11/Informe_relevancia_economica_y_social_del_sector_vitivinicola-en-Espana_2023_OIVE_vf.pdf

⁸² Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3005>

⁸³ Disponible en: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2018/25/e3sconf_terroircongress2018_03002.pdf

Un aspecto de gran significancia es que la agricultura ecológica [y sostenible] rescata el conocimiento tradicional de las comunidades rurales y la diversidad de los sistemas productivos, mejorando la seguridad alimentaria y la autonomía de sus pobladores al disminuir la dependencia de los insumos químicos. Este conocimiento tradicional posee un enorme valor en el diseño de sistemas productivos orgánicos, ya que representa un cúmulo de aprendizajes de tipo local, basados en la experimentación empírica de los productores (Martínez Bernal et. Al, 2016, 186)⁸⁴.

En este sentido, la adopción de prácticas ecológicas y sostenibles en la producción vitivinícola no solo protege el medio ambiente, sino que también impulsa el desarrollo rural, al generar empleo, diversificar la economía local y promover el enoturismo (Pilares de Belesar, 2024)⁸⁵. Este enfoque fortalece la comunidad, mejora la calidad de vida en las zonas rurales y asegura la viabilidad a largo plazo de las bodegas.

2.5 Conclusiones del marco conceptual

De la anterior literatura pueden obtenerse las siguientes conclusiones:

- Aunque en ocasiones se usen como términos equivalentes, ecología y sostenibilidad tienen distintas implicaciones.
- En el ámbito de la agricultura y, en particular, de la vitivinicultura, prácticas ecológicas implican la ausencia de productos fitosanitarios y la adquisición de certificación; en contraste, prácticas sostenibles conllevan la menor utilización de productos dañinos con el medio ambiente, buscando su preservación a futuro.
- El actual cambio climático hace fundamental la adopción de prácticas ecológicas y sostenibles que minimicen la huella de carbono humana.
- La implementación de agricultura ecológica y sostenible está en aumento.
- La agricultura ecológica y sostenible pueden ser herramientas fundamentales en la revitalización de áreas rurales despobladas.
- El sector vitivinícola guarda una estrecha relación con el territorio, la cultura, la sociedad y la economía españolas.
- Existe una extensa regulación de instituciones, asociaciones y organizaciones en términos de vitivinicultura ecológica y sostenible.

⁸⁴ Disponible en: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/10045>

⁸⁵ Disponible en: https://www.pilaresdebelesar.com/los-beneficios-del-enoturismo-para-el-desarrollo-rural-y-la-sostenibilidad-ambiental_fb217454.html

- España es uno de los principales exportadores de vino a nivel mundial y lidera el ranking del país con mayor superficie de viñedo ecológico del mundo.
- La ecología y la sostenibilidad pueden emplearse como criterios de segmentación de consumidores de vino.
- El consumidor joven es más consciente del consumo de vino ecológico o sostenible.
- En el sector vitivinícola, la ecología y la sostenibilidad pueden considerarse ventaja competitiva, herramienta de apertura y adaptación al mercado y medio de contribución al desarrollo.

3. INVESTIGACIÓN

Una vez definido el marco teórico sobre ecología y sostenibilidad en el ámbito vitivinícola, el crecimiento y la constante evolución de la industria del vino justifican la necesidad de abordar esta temática desde una perspectiva empresarial mediante una investigación de campo. De esta manera, se busca una aproximación real primaria que permita no solo verificar, sino también ampliar los conceptos desarrollados en el marco teórico, proporcionando una perspectiva más profunda y aplicada a la realidad empresarial del ámbito vitivinícola.

Así, a continuación, se enuncian los objetivos, la metodología y la técnica de la investigación, se presenta a los informantes y empresas entrevistadas, y se analizan los resultados y presentan conclusiones del desarrollo de la investigación cualitativa.

3.1 Objetivos de la investigación

A pesar del actual y creciente interés de la sostenibilidad y la ecología en el ámbito de la vitivinicultura, son pocos los estudios que evalúen el verdadero impacto que tienen sobre la empresa y el mercado desde una perspectiva global y no meramente competitiva⁸⁶. Por ello, procede a continuación investigar si los diversos valores añadidos mencionados en el marco teórico se hacen efectivos en la práctica.

De esta manera, el principal objetivo de la presente investigación es complementar la literatura analizada en el apartado del marco conceptual, conociendo de primera mano, a través de bodegueros y viticultores, el valor añadido de la ecología y sostenibilidad en el sector vitivinícola.

⁸⁶ Ejemplo de ello son:

MONTORO SÁNCHEZ, M.A., y AGUILAR, C.M. (2023), “El PERTE agroalimentario y la sostenibilidad. Un análisis de bodegas españolas en mercados globales”, *Economía industrial*, pp. 61-70. (disponible en: <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/429/MONTORO%20Y%20MAYLIN%20AGUILAR.pdf>)

SALAS ZORRILLA, J., y FARRERAS, V. (2022), “¿Avanzamos hacia una viticultura sostenible? un estudio exploratorio de la industria del vino de Argentina”, *Estudios económicos*, vol. 29, núm. 79. (disponible en: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2525-12952022000200127&script=sci_arttext)

SOTÉS, V. (2020), “Sostenibilidad en el sector vitivinícola español”, *Terruños*, núm. 30. (disponible en: <https://culturadelvino.org/wp-content/uploads/terrunos30.pdf>)

En este sentido, la investigación sigue los siguientes objetivos:

1. Profundizar en las diferencias e implicaciones de la producción ecológica frente a la sostenible en el proceso vitivinícola.
2. Describir cómo los viticultores y los bodegueros perciben el valor añadido de la producción sostenible y ecológica respecto del medio ambiente.
3. Conocer las motivaciones y limitaciones de viticultores y bodegueros en la toma de decisión de la adopción de una producción ecológica o sostenible.
4. Explorar el vínculo entre la producción ecológica y el desarrollo del medio rural.
5. Hacer una aproximación a las variables que se consideran influyentes en el sector del vino ecológico y/o sostenible.
6. Identificar si los bodegueros consideran la ecología y la sostenibilidad como factores diferenciadores en el mercado del vino.

3.2 Metodología y técnica de la investigación

En aras de conocer la perspectiva de la empresa, entendida como viticultores y bodegueros, se realizan entrevistas en profundidad a personas relevantes en empresas del sector vitivinícola, en concreto, en la región de la Ribera del Duero.

La idoneidad del uso de una técnica cualitativa como método de investigación reside en que el presente estudio requiere interpretar datos que no son numéricos ni objetivamente medibles, sino semánticos. En este sentido, se busca obtener una comprensión cualitativa de los “porqués” y los “cómos” del productor de vino ecológico a través de la experiencia y opinión de un número reducido de empresarios y viticultores especializados en el sector.

En concreto, la entrevista en profundidad permite a los entrevistados aportar una perspectiva totalmente personal de su negocio, así como su percepción de la sostenibilidad y el efecto de esta en su proceso productivo. Ha de recordarse que las bodegas entrevistadas forman parte de una misma industria competitiva, por lo que una entrevista en profundidad permite descubrir lo más profundo de la psique, sin que el entrevistado sienta limitación en la expresión de sus ideas ante la presencia de competidores.

El guion de entrevista ([ver Anexo](#)) sigue una *línea de puntos*, adquiriendo la siguiente estructura:

1. *Fase introductoria*: presentación del entrevistador, así como del propósito del estudio, agradeciendo la participación en la entrevista.
2. *Fase de partida*: realización de preguntas generales y sencillas sobre el origen y trayectoria de la bodega (o explotación vitícola) en pos de conocer una primera aproximación de su situación actual, así como la presencia de técnicas sostenibles en ellas.
3. *Fase de centraje*: con preguntas más concretas, se pretende conocer la perspectiva del bodeguero en relación con la ecología y la sostenibilidad como ventaja competitiva, herramienta de apertura y adaptación al mercado, así como medio de contribución al desarrollo rural.
4. *Cierre*: se indaga en una opinión más idealista y con proyección al futuro del papel de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola.

Cabe recordar que, si bien la mayoría de entrevistas han sido realizadas de manera telefónica, la obtención de datos de dos de ellas se realizó a través del correo electrónico. Esta adaptación metodológica responde a la alta carga de trabajo de los bodegueros y viticultores entrevistados, cuya disponibilidad es limitada debido a la naturaleza operativa de su actividad. Por ello, se han empleado distintos medios de recolección de información con el fin de garantizar su participación y obtener datos valiosos sin interferir significativamente en su jornada laboral.

3.3 Informantes y empresas entrevistadas

En primer lugar, a pesar de que la investigación se desarrolla dentro de ciertos límites temporales y espaciales, estos se ven compensados por las circunstancias personales del investigador, cuya vinculación con el ámbito de estudio ha facilitado el acceso a informantes clave y agilizado el proceso de recopilación de información.

Además, la pertinencia de la D.O. Ribera del Duero como emplazamiento territorial para el desarrollo del presente estudio responde a diversas razones.

Ubicada en una comarca de tradición vitivinícola ancestral, la D.O. Ribera del Duero se constituye oficialmente en 1982, abarcando cuatro provincias integradas en la Comunidad Autónoma de Castilla y León: Burgos, Segovia, Soria y Valladolid (Pliego de

Condiciones de la D.O.P. «Ribera del Duero», s.f.). A pesar de su reciente constitución (en comparación con otras denominaciones), esta desencadenó un proceso innovador en cuanto a los procedimientos de cultivo de los viñedos, de elaboración de los vinos y de distribución en los mercados que ha permitido aumentar la producción, estimular la inversión endógena en el sector, atraer capital exógeno y ganar prestigio en los mercados de calidad (Aparicio et al., 2008, 3)⁸⁷.

Actualmente, abarca una superficie de 26.647,76 Has (Ribera del Duero, s.f.), distribuida entre, aproximadamente, 320 bodegas, de entre las cuales, 54 comercializan vino certificado como ecológico, según el registro del Consejo de Agricultura Ecológica de Castilla y León (Núñez, 2024). A tal cifra habrían de sumarse aquellas explotaciones que, sin adquirir la certificación ecológica, aplican técnicas sostenibles en la producción de viñedo y vino.

Además, la D.O. está desarrollando una cada vez más fuerte presencia en el exterior, elevando, en el ejercicio de 2021, en un 20% su nivel exportador tras vender más de 13,6 millones de litros en todo el mundo, que, en valor se traducen en más de 154,7 millones de euros (L.N., 2023).

Por tanto, se trata de una D.O. con una trayectoria histórica y una tendencia favorable en términos de producción ecológica y proyección internacional. Estas características hacen de la Ribera del Duero un interesante emplazamiento para el estudio del valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola. Cabe aclarar que tal localización no busca encontrar connotaciones específicas de la Ribera del Duero, sino que se toma como supuesto de hecho para facilitar la obtención de datos y el desarrollo del estudio.

En este sentido, la entrevista ha sido realizada a siete bodegas y viticultores de la D.O., habiendo sido seleccionados por su relevancia en el mercado, su trayectoria histórica y su transición a la producción ecológica y/o sostenible, lo que permite obtener una visión representativa del fenómeno estudiado. El número de entrevistados que conforman la muestra teórica es suficientemente significativo para obtener los ítems que la investigación persigue. En este sentido, se ha alcanzado la saturación de información, en tanto la repetición de patrones en las respuestas confirma que el número de entrevistas

⁸⁷ Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Jose-Luis-Sanchez-Hernandez/publication/289295455_Ribera_del_Duero_the_geography_of_a_wine-producing_innovative_milieu/links/56a0925d08ae4af5254a4f2d/Ribera-del-Duero-the-geography-of-a-wine-producing-innovative-milieu.pdf

realizadas es adecuado para responder a los objetivos de la investigación y ofrecer un análisis riguroso y fundamentado sobre la producción ecológica y sostenible en el sector vitivinícola.

Así, se presenta a continuación las entidades seleccionadas para el estudio:

- Bodegas Balbás⁸⁸.
- Bodega Pago de Capellanes⁸⁹
- Bodegas Portia⁹⁰
- Finca Torremilanos⁹¹.
- Viñedo Bosque de Matasnos⁹².
- Bodega y Viñedos Martín Berdugo⁹³.
- Bodegas El Lagar de Isilla⁹⁴.
- Vinos Tudanca⁹⁵.

Cabe igualmente destacar la relevancia de los informantes seleccionados, cuya trayectoria y posición dentro de la empresa les otorgan un profundo conocimiento del ámbito vitivinícola. Su perspectiva, fundamentada en la experiencia y el conocimiento del sector, constituye una base sólida para el desarrollo de esta investigación. De esta manera:

Figura 3. Informantes de la investigación cualitativa.

ENTIDAD	INFORMANTE	POSICIÓN
Bodegas Balbás	Juan José Balbás	Gerente
Bodega Pago de Capellanes	Idoia Gil	Enólogo
Bodegas Portia	Raúl Quemada	Enólogo
Finca Torremilanos	Miguel Ángel Peñalba	Director técnico de viñedo
Viñedo Bosque de Matasnos	Jaime Postigo	Creador / fundador
Bodega y Viñedos Martín Berdugo	Antonio Díez Martín	Gerente
Bodegas El Lagar de Isilla	Pilar Zapatero	Export manager
Vinos Tudanca	Laura Sardina	Enólogo

Fuente: Elaboración propia.

⁸⁸ Más información en: <https://balbas.es/>

⁸⁹ Más información en: <https://pagodeloscapellanes.com/>

⁹⁰ Más información en: <https://www.bodegasportia.com/>

⁹¹ Más información en: <https://www.torremilanos.com/>

⁹² Más información en: <https://bosquedematasnos.es/>

⁹³ Más información en: <https://martinberdugo.com/es/>

⁹⁴ Más información en: <https://www.bodegasellagardeisilla.com/>

⁹⁵ Más información en: <https://grupotudanca.com/vinos-y-vinedos/>

La pertinencia de las ocho bodegas seleccionadas, pertenecientes a la D.O. Ribera del Duero, responde a la siguiente información:

Figura 4. Entidades bodegueras y vitivinícolas entrevistadas

n.d. (no disponible)		Entidad							
		Bodegas Balbás	Bodega Pago de Capellanes	Bodegas Portia	Finca Torremilanos	Viñedo Bosque de Matasnos	Bodega y Viñedos Martín Berdugo	Bodegas El Lagar de Isilla	Vinos Tudanca
Año de constitución		1777	1996	2005	1975	2007	1990	1995	2001
Año de inicio de producción ecológica / prácticas sostenibles		2022	No certificado	No certificado	2009	2007	2017	2022	2009
Producción media (Tn de uva)		850Tn	~720Tn*	~1.350Tn *	800Tn	250Tn	500Tn	~270Tn*	~162Tn**
Producción en ecológico		~70Tn	-	-	800Tn	250Tn	500Tn	~270Tn	~31,5Tn
Comercialización	% nacional	~28%	80%	70%	30%	>80%	65%	75%	90%
	% internacional	~72%	20%	30%	70%	<20%	35%	25%	10%
Tipo de sociedad		S.L.	S.A.	S.L.	S.L.	S.A.	S.L.	S.A.	S.L.
Número de trabajadores	Fijos	19	~50	22	26	23	~23	9	7
	Eventuales	~60-80		n.d.	n.d.	~27		n.d.	n.d.

Fuente: Elaboración propia.

*Conociendo una producción media de 1.500.000 (Portia), 800.000 (Pago de Capellanes) y 300.000 (El Lagar de Isilla) botellas, se ha estimado la producción en Tn, considerando que 1,2 kilos de uva producen aproximadamente 1L de vino, así como que una botella estándar aúna 0,750L (por tanto, una botella estándar necesitando 0,9kg).

**Sabiendo una expansión total de 36Has, donde 7 son destinadas a técnicas sostenibles, así como una producción media de 4.500kg/Ha.

Las entidades vitivinícolas seleccionadas incluyen sociedades tanto con producción en ecológico, como producción convencional, pero con prácticas sostenibles. De esta manera, se accede a un abanico más amplio y enriquecedor de opiniones y prácticas que giran en torno a la percepción del concepto de la sostenibilidad.

A tal efecto, también se ha entrevistado al Presidente del Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero⁹⁶, Enrique Pascual (también gerente de Bodegas Pascual⁹⁷), para conocer la intervención y percepción de tal institución en la transición hacia la producción ecológica y sostenible del vino ([ver Anexo](#)).

3.4 Análisis de los resultados y conclusiones del desarrollo de la investigación cualitativa

I. Análisis de los resultados de la investigación

En primer lugar, el carácter cualitativo del presente estudio, así como el tamaño de muestra empleado, hacen necesario mencionar que la encuesta no es universalmente generalizable. No obstante, arroja resultados que, si analizados en mayor profundidad y garantizando mejor veracidad, podrían ser extrapolados al panorama vitivinícola general.

Como ya se ha mencionado, la selección de bodegas y explotaciones con producción tanto ecológica como sostenible permite alcanzar una mayor variedad de perspectivas y consideraciones desde el punto de vista de la empresa.

El análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas responde al hilo conductor de la literatura analizada en el apartado 2.4 en tanto se busca su complementación. De esta manera, se abordan la ecología y la sostenibilidad desde la ya mencionada triple perspectiva: como ventaja competitiva; como herramienta de apertura y adaptación al mercado y como medio de contribución al desarrollo rural.

En primer lugar, se ha constatado que muchas bodegas adoptan la producción ecológica y/o sostenible como respuesta y adaptación al mercado, en tanto perciben que existe una creciente demanda de productos de base ecológica y sostenible (*“no se puede renunciar a ese mercado, máxime cuando considero que puede ser un mercado en expansión [...] y que es a futuro”* (BODEGAS BALBÁS)). De igual manera, otros son movidos por la

⁹⁶ Más información en: <https://riberadelduero.es/consejo-regulador>

⁹⁷ Más información en: <https://www.bodegaspascual.com/>

convicción personal de *“hacer las cosas con sentido común y respetando al medio ambiente”* (BODEGAS Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO), y *“tratar los vinos de la forma más tradicional posible”* (BODEGAS EL LAGAR DE ISILLA). Pero también existe una creciente preocupación por el medio ambiente que lleva a productores y bodegueros a adoptar este tipo de producción, como se constata en VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS (*“desde los inicios, hemos pensado que la mejor manera de elaborar un vino de calidad es teniendo en cuenta todos los elementos que nos rodeaban [...]. Y, a día de hoy, seguimos manteniendo ese criterio, con un claro objetivo, que es beneficiar al medio para que nos beneficiemos del mejor producto como conclusión de ello”*). Por tanto, son diversos los motivos que impulsan la adopción de la producción sostenible y/o ecológica, si bien todos ellos buscan un fin común: un producto final de calidad.

En este sentido, al investigar los beneficios identificados en la producción de vino ecológico en comparación con el vino convencional, mientras que algunos consideran que *“es muy pronto para poderlo determinar, si bien los indicios son bastante positivos”* (BODEGAS BALBÁS), otros confirman que han percibido una mejora de la calidad no solo del vino, sino del suelo y el entorno en que se emplazan los viñedos y su uva (*“mejora en principio la calidad de la explotación agrícola, la calidad del suelo, la calidad de la uva y una vez que tienes buena uva, es más fácil. Los vinos son más fáciles de beber, sientan mejor. Es un alimento más vivo. Y yo creo que gana mucho, sobre todo en calidad el vino”*) (FINCA TORREMILANOS); *“La planta hemos visto que ha ido mejorando en cuanto a la salud, el vigor, la fortaleza. El fruto, es un fruto mucho más, con mucha más personalidad y tiene unas cualidades mejores. Y eso, pues, lógicamente, se percibe también en los vinos, elaborados por esos frutos. Al final, para mí, noto que son unos vinos mucho más frescos, muy aromáticos y con mucha más personalidad. Tiene mucho más carácter”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO)).

Por tanto, bodegueros y viticultores consideran que el proceder ecológico de sus explotaciones sí contribuye al cuidado del medio ambiente, haciendo que *“tengamos mucha más flora y fauna y creamos un ecosistema más equilibrado”* (VINOS TUDANCA). Asimismo, en FINCA TORREMILANOS han constatado *“la mejora del microbiota del suelo, del microbioma. O sea, la cantidad de microorganismos que hay en el suelo es mucho mayor y aparecen bacterias fijadoras de nitrógeno en el suelo”*, mientras que en VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS han comprobado que su negocio representa *“un potente sumidero de CO₂”*.

Por otro lado, analizando la sostenibilidad y la ecología como ventaja competitiva en la producción vitivinícola, la mayoría de entrevistados coinciden en que puede ser un elemento diferenciador del vino y la bodega. Así, en BODEGAS BALBÁS perciben su producción sostenible como una *“virtud, o esa parte positiva o fortaleza de siempre poder conjugar nuestra tradición, ya que el tema ecológico antiguamente se hacía. Digamos que simplemente ha habido que poner encima de la mesa y modernizarlo”*. Asimismo, en BODEGA PAGO DE CAPELLANES conciben que *“el cuidado de la sostenibilidad atrae a un abanico más amplio de consumidores”*, mientras que en BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO consideran que la utilización de técnicas sostenibles les otorga *“un conocimiento profundo de cada uno de los tipos de suelos que forman parte de nuestra finca”*, lo que les ha permitido *“aprender y anticiparnos a cómo debemos manejarlo (el viñedo) para poder sacar lo mejor de esa planta cada año”*.

En relación a la sostenibilidad como herramienta de apertura y adaptación al mercado, se ha encontrado unanimidad en la evidencia de mayor consumo ecológico fuera de España (*“fuera, el mercado está mucho más madurado. Eso nos lleva a que los mercados aceptan mucho mejor un producto de este tipo, demandan más este tipo de producto que en España”* (BODEGAS BALBÁS); *“Fuera de España hay muchísima conciencia [...] y compran muchísimo más porque están más concienciados”* (BODEGAS EL LAGAR DE ISILLA)). Se evidencia un retardo en España respecto de esa concienciación con el medio ambiente, llegando incluso a señalarse que *“de los países que menos se valora el tema ecológico es España, pero no solo en vino, yo creo que en cualquier tipo de alimento”* (FINCA TORREMILANOS).

En esta misma línea, la mayoría consideran que, en España, no existe una mayor disposición de compra y pago de precio superior por vinos ecológicos. Así se constata en VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS, donde consideran que *“a día de hoy, España no es un mercado que esté pagando mayor cantidad de dinero por cuestiones de sostenibilidad”*, puesto que *“no es un mercado maduro a la hora de pagar mayor cantidad de dinero por un producto, se puede decir, en el lujo de lo medioambiental”*. En BODEGA PAGO DE CAPELLANES, perciben que *“aún es un tema del que hay que hacer un trabajo importante de formar e informar correctamente al consumidor final para concienciarle de ello (la producción ecológica)”*.

Por otro lado, se ha identificado que existe una clara relación entre la edad joven del consumidor y su mayor tendencia a consumir vinos ecológicos. Según VIÑEDO

BOSQUE DE MATASNOS, *“la sostenibilidad puede despertar en la gente joven un mayor valor añadido que para gente de una edad más madura [...]. Creo que, para la gente joven, un producto de calidad, un producto de lujo, tiene que ser respetuoso con el medio. Y ahí es donde nosotros vemos con optimismo el futuro. Con la gente joven y una necesidad de una actividad limpia, además de calidad”*. No obstante, algunos consideran que, si bien el consumidor joven tiende a una mayor concienciación, su limitada capacidad adquisitiva restringe un mayor consumo sostenible. Así consideran en FINCA TORREMILANOS, al percibir que *“el consumidor joven, en España, con bajo poder adquisitivo, no mira los productos ecológicos”*.

Vinculando las ideas de mayor disposición de compra y un consumidor joven, en BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO perciben que *“hay una mayor demanda y disposición a la compra de vinos ecológicos. Pero, de momento, en España, tampoco es que sea muy grande la corriente porque, básicamente, se percibe más en el mercado de las personas más jóvenes, por el consumidor más joven, que, de momento, no es el que tiene el peso del consumo del mercado, prácticamente. El joven que aprecia y valora el producto ecológico tampoco está consumiendo un porcentaje muy elevado, de momento, del vino. Son personas un poquito más mayores las que, de momento, están tirando del consumo del vino. Y estas personas mayores están acostumbradas a tomar vino de forma tradicional y de viñedos manejados en forma convencional, tampoco le dan un especial valor a la producción ecológica”*. En este sentido, en BODEGAS BALBÁS adoptan una perspectiva más positiva y futurista, considerando que, al ser un consumidor joven, *“lógicamente estamos abriendo un mercado que es a futuro, eso es evidente [...], pues estamos hablando de un consumidor que dentro de 20 años va a estar en plena madurez de consumo”*.

Relativo a la sostenibilidad como medio de contribución al desarrollo rural, todos los entrevistados desarrollan en su bodega algún tipo de actividad relacionada con el enoturismo o la promoción de la cultura del vino, en tanto, como señalan en BODEGAS BALBÁS, *“el vino no es solamente su consumo, es cultura”*. Este tipo de actividades permiten *“transmitir lo que hay detrás de una botella y todo el esfuerzo que se requiere hasta que se obtiene”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO) y *“descubrir los secretos de la elaboración y el disfrute del vino”* (BODEGA PAGO DE CAPELLANES). En BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO explican que, tras estas actividades,

“todo el mundo se sorprende de la cantidad de trabajo que lleva y, a partir de ahí, empiezan a valorar la botella de vino”.

De igual manera, todos coinciden en que estas acciones contribuyen al desarrollo rural del entorno de la bodega.

Por una parte, ayuda al conocimiento del entorno de la Ribera del Duero, atrayendo a turistas, de manera que el consumidor percibe de primera mano el proceso de elaboración del vino y sus implicaciones (*“la gente se sorprende de cómo puede haber una bodega, una industria, algo con ese concepto idílico que puede ser la elaboración del vino, dentro de lo que es un pueblo de Castilla, de lo que es esa España Vaciada”* (BODEGAS BALBÁS)).

Así, se fomenta la revitalización económica de la región, beneficiando a sus empresarios y habitantes, y se colabora en la preservación del medio rural y el Patrimonio Histórico Cultural. Así se evidencia según FINCA TORREMILANOS, considerando que *“contribuye al desarrollo rural de la zona, y yo creo que beneficia a toda la comunidad, todo el pueblo y la zona. Y cuanta más gente, más bodegas, hagan este tipo de actividades, o se dediquen al enoturismo, más gente atrae del exterior, lo cual nos beneficia a todos”.*

De igual manera, el CONSEJO REGULADOR D.O. RIBERA DEL DUERO recalca el papel del enoturismo en el desarrollo rural (*“piensa que el vino, nuestro sector, no solo vendemos vinos. Vendemos mucho más, indirectamente. Cuando vienen a vernos, ven nuestra gastronomía, nuestros restaurantes, ven nuestra riqueza cultural, nuestro Patrimonio Cultural, iglesias, bodegas antiguas. Todo [...]. Y, lógicamente, cuando exportamos fuera, arrastramos a que la gente conozca la Ribera. Nuestra labor, como zona de elaboración, es muy importante”*).

Otro de los principales beneficios de la producción vitivinícola es la lucha contra la despoblación rural, en tanto, esa revitalización económica genera mayores puestos de trabajo y, consiguientemente, el asentamiento de población, incluso en zonas de baja densidad poblacional (*“nosotros, por ejemplo, nos hemos venido a un pueblo de 70 habitantes para contratar a gente de aquí, del entorno de la bodega, y hace que gente se instaure aquí. Viene gente de fuera, de otros países y están establecidos en el pueblo y estamos dando mucha vida al pueblo. Al final, generando trabajo en el medio rural, en la España vaciada”* (BODEGAS EL LAGAR DE ISILLA)).

En este sentido, en BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO abogan por la cooperación de los actores económicos para conseguir, a través de estas actividades de enoturismo, el mayor beneficio conjunto posible. Así, consideran que *“la única forma de salir adelante es yendo de la mano todos. Y aprendiendo a caminar juntos. Y siendo entre todos nuestros mejores embajadores. No sirve de nada que nosotros hagamos un proyecto y unas visitas que sea único, si al lado no tenemos un compañero de viaje que aloje a estos visitantes, donde se encuentren bien cuidados, o un restaurante donde puedan ir a probar el lechazo magnífico de la zona. O se puedan ir a visitar las bodegas subterráneas donde se cuida y se mantiene el patrimonio único y se entiende el desarrollo y la evolución del sector desde la Edad Media. Porque esto formaba parte de la comarca de siempre. Y eso es fundamental, es lo que le da credibilidad. Es lo que le da potencia a la comunicación del mensaje. Y no somos nada sin los demás, con lo cual, cada uno de nosotros ponemos nuestro granito de arena para intentar sacar esto adelante”*.

Por otro lado, todos los entrevistados reconocen estar conformes con la introducción de producción ecológica en su bodega. En BODEGAS BALBÁS, consideran que *“fue una buena decisión en líneas generales, sobre todo viendo toda la demanda de los mercados y un poco esa contribución, ese granito de arena, ese granito”*. De igual manera, en FINCA TORREMILANOS se cree que *“si tuviese que volver a elegir, volvería. Vamos, no se me ocurre otra vez volver a convencional, de ninguna manera. Las ventajas que he visto en la uva y la calidad de la uva son suficientes y en cómo funcionan las plantas y no volvería de ninguna manera otra vez al convencional”*.

En la última fase de la investigación, se indaga sobre los inconvenientes y ventajas de la producción en ecológico, así como posibles cambios de mejora.

Los inconvenientes encontrados por los bodegueros que más se han señalado han sido las trabas burocráticas y la asunción de riesgos y costes y el miedo al cambio. Igualmente, se mencionan otros, como el carácter poco madurado del mercado, la falta de reconocimiento del trabajo extra que supone la producción en ecológico, la vulnerabilidad ante ataques de plagas y fúngicos y la mayor limitación de producciones.

- Trabas burocráticas:
 - *“Tener que romper trabas administraciones que muchas veces, el tema ecológico lo complican de lo que realmente es, por decirlo de alguna manera”* (BODEGAS BALBÁS).

- *“La labor administrativa que implantan es bastante exigente y cambiante”* (BODEGA PAGO DE CAPELLANES).
- *“La desventaja fundamental es el papeleo que nos exige todo esto, el mantener la norma, eso lo suben un poco”* (FINCA TORREMILANOS).
- Gran asunción de riesgos y costes como empresario y miedo al cambio:
 - *“Dificultades tiene un montón, porque no es fácil seguir adelante en medio de la nada cuando no tienes ningún recurso garantizado, ni siquiera el agua ni la gestión de tus aguas [...] y mayor coste que las operaciones de una agricultura o viticultura o la elaboración de una botella de vino de forma tradicional”* (VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS).
 - *“El mayor inconveniente es el miedo y los prejuicios iniciales que cada uno de nosotros tenemos, esa resistencia al cambio, que cuesta”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).
 - *“La administración obliga a tener el 100% de tu explotación dentro de ese modelo productivo, lo que a día de hoy encontramos inviable [...]. El modelo instaurado para la explotación ecológica por la administración, en mi opinión, es válido en pequeñas explotaciones, pero para agricultura de mayor dimensión, es de difícil aplicación, o más complicada, en esta zona vitícola”* (BODEGAS PORTIA).
 - *“Inicialmente se encarecen esos costos de manejo y el mantenimiento del viñedo. Y luego, pues que hay que hacer una inversión inicial también importante en esa adaptación”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).
- Mercado poco madurado:
 - *“Todavía le queda mucho de madurar, el consumidor sobre todo, pues bueno, el gran consumidor de vino es una persona de una mediana o edad avanzada, para bien o para mal”* (BODEGAS BALBÁS).
 - *“No tenemos una demanda del sector consumo acerca de este tipo de vino. Sin duda, si la demanda fuera mayor, se valoraría la opción de una nueva línea de producto, pero a día de hoy, no se considera”* (BODEGAS PORTIA).
- Falta de reconocimiento del trabajo extra que supone la producción en ecológico:
 - *“La gente no reconoce lo que es esa labor que hay que hacer extraordinaria y extra de trabajo para hacer un producto ecológico”* (BODEGAS BALBÁS).
 - *“De momento la repercusión en el cliente final, no creas que tampoco lo admiten. Tampoco hay una alteración suficiente como para decir, oye, valorarlo tanto, de*

manera de, no importa pagar 1 euro más por la misma botella, ser ecológico o no serlo, no creas que hay tanta gente que está dispuesta a hacerlo” (CONSEJO REGULADOR D.O. RIBERA DEL DUERO)

- Vulnerabilidad ante ataques de plagas y fúngicos:
 - *“Contra los ataques en viñedo de plagas y hongos, no existe hoy día método de cura ecológico totalmente efectivo” (BODEGA PAGO DE CAPELLANES).*
- Producciones más limitadas:
 - *“Producciones un poco más limitadas” (FINCA TORREMILANOS).*

Por su parte, las ventajas más señaladas por los bodegueros son la satisfacción personal y empresarial ante un proyecto innovador, el respeto y contribución a la conservación del medio ambiente y vinos más saludables y de mayor calidad; si bien se identifican otras, como la proyección de un mercado a futuro, el orgullo personal por la contribución a la conservación del medio ambiente, viñedos más resilientes y la contribución al desarrollo rural y conservación del Patrimonio Histórico Cultural.

- Satisfacción personal y empresarial ante un proyecto innovador:
 - *“Ese prurito personal de poder hacer algo nuevo, pues bueno siempre hace cierta ilusión para cualquier que se considera empresario” (BODEGAS BALBÁS).*
 - *“La ventaja también que tiene es la satisfacción de hacer las cosas de forma distinta, ser pioneros en hacer las cosas distintas. Tiene mucho de factor riesgo el montar una industria en medio de la nada, sin conectarte a una central eléctrica, ni tener la garantía de que vas a tener agua si no tienes un gran desarrollo de instalación creada por ti mismo. La satisfacción es total. Y la belleza de ser el primero, aunque sea en algo que el mercado no termina de valorar en lo económico, como hablábamos antes, pues creo que es también una satisfacción. Eso en lo que a un proyecto se circunscribe” (VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS).*
- Respeto y contribución a la conservación del medio ambiente:
 - *“Respeto de los ciclos naturales, empleo responsable de los recursos naturales, limita el uso de químicos, reduce la emisión de gases como el CO2 o N2O” (BODEGA PAGO DE CAPELLANES)*
 - *“Desde mejoras en el suelo, mejora la biodiversidad, mejora los funcionamientos de la vida en el suelo. Funciona, se mejora, pues bueno, revertir un poco esto, si*

lo hiciese todo el mundo, funcionaria para revertir el cambio climático, también” (FINCA TORREMILANOS).

- *“El impacto en la sociedad es mucho menor, que tiene menos contaminación. Esa es la principal ventaja. Cualquier producto se va a producir a beneficio de la naturaleza al final va a tener ese beneficio social, ¿no? de no contaminar”.* (VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS)

- Vinos más saludables y de mayor calidad:

- *“Los vinos son mucho más saludables, yo creo que alarga la vida de los vinos también”* (FINCA TORREMILANOS).
- *“La ventaja fundamental es que hemos obtenido mejor calidad, tanto del fruto, como del vino. Los vinos tienen mucho más carácter y más personalidad. Por otro lado, los vinos resultan más frescos, es decir, tienen una acidez natural muy buena y eso es algo de lo que últimamente se adolece, con lo cual es una ventaja muy interesante”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).

- Proyección de un mercado a futuro:

- *“Estamos abriendo un mercado que es a futuro, eso es evidente, como bien decía al principio, pues estamos hablando de un consumidor que dentro de 20 años va a estar en plena madurez de consumo”* (BODEGAS BALBÁS).

- Orgullo personal por la contribución a la conservación del medio ambiente.

- *“Te llena un poco más de orgullo, pues esa contribución. Decir yo por lo menos he pasado por aquí y he estropeado lo menos posible”* (BODEGAS BALBÁS).
- *“Mayor satisfacción de trabajar en ecológico”* (FINCA TORREMILANOS).

- Viñedos más resilientes:

- *“Creo que es un viñedo que con el tiempo se va haciendo más resiliente, y va soportando mucho mejor los cambios, porque todos esos factores, todos esos distintos ecosistemas, se van encajando y van formando un buen equilibrio. Y eso le da esa resistencia al viñedo”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).

- Contribución al desarrollo rural y conservación del Patrimonio Histórico Cultural:

- *“Estamos fijando personas al medio, estamos hablando, la población difícilmente crece, más bien, decrece de forma constante. No solo en España, pero sino en todo el mundo. Entonces nosotros hemos creado donde estaba abandonado una pequeña industria donde viven directamente 23 familias, más 50 que hacen jornadas laborales durante varios meses. Además, apoyamos a la*

sostenibilidad de todo el Patrimonio Cultural en el centro de España, en la España Vacía” (VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS).

Por último, desde una perspectiva más personal, los entrevistados han señalado aquellas cuestiones que cambiarían dentro del sector vitivinícola y la producción en ecológico, destacando el excesivo intervencionismo administrativo. Además, se señalan otras cuestiones como la mentalidad de la sociedad respecto de la producción sostenible, la introducción de políticas de favorecimiento del consumo responsable del vino, y la promoción de grupos de trabajo con la Administración y entre bodegueros.

- La excesiva intervención de las Administraciones Públicas:
 - *“Las administraciones cada vez nos piden más y más trabajo administrativo para todo lo que tiene que ver con sostenibilidad y medio ambiente y eso dificulta mucho la labor fundamental en la práctica” (BODEGA PAGO DE CAPELLANES).*
 - *“Está demasiado presente en todas las operaciones y en algunos casos, más que presencia, es casi un abuso de autoridad, por el tiempo que necesitamos para justificar casi cualquier movimiento que en otros sectores de la economía productiva no tienen tanto peso. Estamos en una desproporción absoluta, en una bodega, o una explotación agrícola, en comparación a la presencia de la administración y la exigencia de estas visitas con respecto a una agencia de publicidad, o una empresa de valores, que está en medio de una city [...]. Y es intervencionista hasta casi oponerse” (VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS).*
 - *“Es realmente tedioso el enfrentarse a todo esto. Hay que ir buscando tratar de facilitar la incorporación por parte de los viticultores al nuevo manejo en ecológico, por parte de la administración” (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).*
- La mentalidad:
 - *“La mentalidad. Me gustaría que la gente fuera un poco más consciente dentro de las bodegas de lo que es el concepto ecológico. Todos, productores, elaboradores y por supuesto consumidores, y que empiece a cambiar un poco esa mentalidad. Empezar a considerar que es un tema importante”. BODEGAS BALBÁS.*

- Introducción de políticas de favorecimiento del consumo responsable del vino, en vez de imponer políticas cada vez más restrictivas:
 - *“Darles un toque a los políticos de que favorezcan un poco el consumo responsable del vino, que ahora mismo lo están demonizando, lo están poniéndose cada vez más controles de alcoholemia, se baja la tasa de consumo de alcohol, la gente es cada vez más reticente a beber vino de forma responsable. Yo lo veo como que no tiene sentido una sociedad como la nuestra, un país como el nuestro, uno de los grandes productores de vino y que hagan las leyes más restrictivas en cuanto al alcohol. Y, sin embargo, se permite y más relajadas con respecto al uso de otras drogas. Entonces, es una cosa que no lo veo el sentido”* (FINCA TORREMILANOS).
- Promoción de grupos de trabajo con la Administración y entre bodegueros:
 - *“Creo que falta el formar grupos de trabajo, aquí en la comarca, también promovidos por la Administración, en el que se pongan en común experiencias, se ponga también en común esos aprendizajes, de tal forma que las personas que dan el paso, no se encuentren tan solas y estén un poco más respaldadas y apoyadas, tanto por la Administración, como por el resto de los compañeros del sector”* (BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO).

Cabe señalar que se ha constatado la diferencia entre producción sostenible y ecológica. La consideración de ecológica supone el cumplimiento de los requisitos legalmente previstos para la adquisición de la certificación ecológica. No obstante, la producción en ecológico no es la única manera de proceder en sintonía con el medio ambiente, sino que existen numerosas técnicas respetuosas con la naturaleza que, sin ese reconocimiento ecológico, generan efectos muy positivos.

Por ejemplo, en VINOS TUDANCA, gracias al uso de cubiertas vegetales han encontrado *“muchas más flora y fauna”* y *“un ecosistema más equilibrado”*; mientras que la técnica de confusión sexual consiste en poner *“como unos palitos de madera en cada parte del lineo del primer viñedo y lo que hacemos es que, como esas, lo que hace esa confusión sexual, desprende unas feromonas que son de la hembra del tric (referido a polilla de racimo, también conocida como Lobesia botrana (Lepidóptera Tortricidae)), que es una especie de conchita, que directamente se come la uva y lo que hacemos es que desprendemos la feromona, para que cuando venga el macho y vaya directamente a la*

uva, se maree. Al fin, es una confusión y acaba huyendo. No va directamente a comerse la uva. Eso es bastante sostenible y creemos que es la tendencia que queremos seguir”.

De igual manera, se han descubierto diversas técnicas vanguardistas empleadas en otras bodegas entrevistadas, que contribuyen enormemente a la producción sostenible de vino.

Por ejemplo, en BODEGA Y VIÑEDOS MARTÍN BERDUGO cuentan con “*satélites para clasificar las distintas zonas de viñedo [...] y una red de sensores que nos ayudan a ver la evolución de la planta y entenderla*”; mientras que en VIÑEDO BOSQUE DE MATASNOS han implementado “*la ganadería, que se relaciona con el suelo porque todos los deshechos de la ganadería que tenemos los compostamos para que podamos picar ese compost de forma orgánica, ya empezamos a hablar de económica circular, introducirlo después de compostado en el suelo*”, así como la autogestión de energía eléctrica y agua, obteniendo una “*autosuficiencia total*”.

Por último, la entrevista realizada al PRESIDENTE DEL CONSEJO REGULADOR DE LA D.O. RIBERA DEL DUERO ha permitido indagar sobre el papel de la institución en la promoción de la producción ecológica y sostenible. A tal efecto, el Consejo no incentiva este tipo de producción, en tanto su función es garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad de la D.O., pero sin juzgar el proceder para ello (“*no tenemos esa capacidad ni podemos entrar. El Consejo no entra nunca a ajusticiar cómo hay que hacer las cosas [...] nosotros no debemos interferir o meternos en el día a día del funcionamiento*”).

No obstante, defienden que la idiosincrasia orográfica y climatológica de la Ribera del Duero requiere de un menor uso de productos fitosanitarios, siendo, en ocasiones, incluso innecesarios (“*En la Ribera del Duero no es necesario abusar de productos fitosanitarios agresivos, porque realmente la climatología y la producción que tenemos etc., no lo exigen. Tenemos una virtud, en ese aspecto, natural*”). Por ello, abogan por el uso responsable de productos fitosanitarios, en base a las condiciones climatológicas de cada año, la planta y la tierra donde se ubique, para siempre asegurar la vendimia y su calidad (“*ni más ni menos, lo que la climatología, la planta y la tierra donde esté pidan, esa es la cuestión*”; “*Creo que hay que medir, hay que mirar al cielo permanentemente, la climatología que te trae. Sobre todo, la primavera, que es fundamental para ciertos tratamientos. Y según la primavera, tú tienes que actuar en consecuencia*”).

En este sentido, ha de recordarse que el papel del Consejo es asegurar al consumidor que cada botella que lleva una contraetiqueta numerada ha superado rigurosos controles antes de llegar a sus copas (*id.* Ribera del Duero, s.f.), de manera que *“el objetivo final es siempre hacer un buen vino, porque el buen vino es el que nos puede librar la batalla comercial”*.

Además, el entrevistado señala un problema común en el sector vitivinícola de gran relevancia desde la perspectiva ecológica: la cada vez menor vinculación de la gente joven con el consumo del vino (*“la gente joven, de por sí, no tiene mucha vinculación con el consumo de vino. Es decir, que a lo mejor prefiere otras bebidas a las nuestras y eso es una realidad”*). Este tópico es un potencial tema de estudio e investigación que, no obstante, excede el alcance del presente trabajo.

De igual manera, y en línea con los bodegueros y viticultores entrevistados, el Consejo percibe un excesivo intervencionismo por parte de la administración, no solo con su constante y dificultadora normativa, sino con la limitación del consumo responsable de vino (*“son persecuciones, agresiones que recibe nuestro sector y que lógicamente tenemos la obligación de defendernos [...] Parece impactante que una Diputación promulgue el enero cero del vino, cuando el vino es una parte tan importante de la cultura”*). De nuevo, esto es susceptible de un estudio en mayor profundidad.

II. Conclusiones de la investigación cualitativa

El estudio llevado a cabo ha permitido conocer, a través de la perspectiva de bodegueros, viticultores y el Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero, la percepción del valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en la producción del vino. Así, pueden plantearse las siguientes conclusiones:

- No existe un motivo predominante que lleve a los empresarios a la adopción de una producción en ecológico, sino que influyen conjuntamente la adaptación al mercado y las convicciones personales, en relación con el respeto al medio ambiente.
- Se ha apreciado una mejora en la calidad, frescura y la salubridad de los vinos ecológicos y sostenibles.
- La producción en ecológico y sostenible genera un impacto beneficioso y perceptible en el entorno del viñedo, destacando la mejora del microbiota del suelo y el enriquecimiento de la biodiversidad, incluyendo fauna y flora.

- La ecología y la sostenibilidad en la producción de vino son identificadas como potenciales características diferenciadoras que pueden otorgar una ventaja competitiva al productor.
- No existe en España una mayor disposición de compra y pago de precio superior por vinos ecológicos y/o sostenibles.
- Hay una evidente mayor demanda de productos ecológicos y sostenibles en el exterior de España, especialmente, en el centro y norte de Europa y parte de Estados Unidos. En este sentido, la sociedad española va retardada en cuanto a la concienciación con el medio ambiente.
- El consumidor joven tiene mayor tendencia al consumo de un vino ecológico y/o sostenible. No obstante, la cada vez menor ingesta de vino (frente a otras bebidas alcohólicas) y su limitado poder adquisitivo dificultan el desarrollo de esta demanda.
- El enoturismo es un factor fundamental para que el consumidor (tanto actual como potencial) entienda la procedencia del vino y valore su cultura.
- Las actividades de promoción de la cultura del vino no solo generan un beneficio para los empresarios del sector, sino que consiguen un impacto positivo en toda la comarca, generando empleo, dando a conocer la región y fomentando la conservación del Patrimonio Histórico Cultural.
- Los bodegueros y viticultores que deciden producir en ecológico y/o sostenible demuestran satisfacción con la decisión adoptada.
- Los principales inconvenientes que giran en torno a la producción ecológica son las trabas burocráticas y la asunción de riesgos y costes y el miedo al cambio. Igualmente, se mencionan otros, como el carácter poco madurado del mercado, la falta de reconocimiento del trabajo extra que supone la producción en ecológico, la vulnerabilidad ante ataques de plagas y fúngicos y la mayor limitación de producciones.
- Las ventajas más señaladas por los bodegueros son la satisfacción personal y empresarial ante un proyecto innovador, el respeto y contribución a la conservación del medio ambiente y vinos más saludables y de mayor calidad; si bien se identifican otras, como la proyección de un mercado a futuro, el orgullo personal por la contribución a la conservación del medio ambiente, viñedos más resilientes y la contribución al desarrollo rural y conservación del Patrimonio Histórico Cultural.
- Existen acciones sostenibles en la producción del vino que, sin obtener el certificado ecológico, generan un impacto positivo en el medio ambiente, el viñedo y el vino.

- El Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero fomenta el uso responsable de productos fitosanitarios que respondan a la orografía y climatología concretas, de manera que se garantice una vendimia de calidad y respetuosa con el medio.

A continuación, la Figura 5 recoge de manera esquematizada las conclusiones de la investigación cualitativa.

Figura 5. Conclusiones de la investigación cualitativa

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA		
Ventaja competitiva	Principal motivo de adopción de producción en ecológico / sostenible	- Adaptación al mercado - Convicciones personales
	Mejora del vino ecológico y sostenible frente al convencional	Mayor calidad, frescura y salubridad
	Impacto de la producción ecológica / sostenible en el medio ambiente	- Mejora del microbiota del suelo - Enriquecimiento de la biodiversidad
	Percepción de la ecología y la sostenibilidad como ventaja competitiva	SÍ, al ser identificadas como potenciales características diferenciadoras
Herramienta de apertura y adaptación al mercado	Mayor disposición de compra y pago de precio superior por vinos ecológicos y/o sostenibles	En España, NO
	Influencia de la nacionalidad en la demanda de productos ecológicos y sostenibles	Mayor en el extranjero España va con retardo respecto de la concienciación con el medio ambiente
	Influencia de la edad en la demanda de productos ecológicos y sostenibles	El consumidor joven tiene mayor tendencia de consumo ecológico / sostenible. Limitaciones: cada vez menor ingesta de vino (frente a otras bebidas alcohólicas) y su limitado poder adquisitivo
Contribución al desarrollo rural	Función del enoturismo	Fundamental para que el consumidor (tanto actual como potencial) entienda la procedencia del vino y valore su cultura
	Beneficios de la promoción de la cultura del vino	Beneficios para empresarios del sector y de la comarca en general, atrayendo turistas, generando empleo y contribuyendo a la conservación cultural
Perspectiva personal del empresario	Satisfacción con la adopción de producción ecológica / sostenible	Sin arrepentimiento y conformidad con los resultados
	Inconvenientes de la producción en ecológico / sostenible	- Trabas burocráticas - Asunción de riesgos y costes y el miedo al cambio - Carácter poco madurado del mercado - Falta de reconocimiento del trabajo extra que supone la producción en ecológico - Vulnerabilidad ante ataques de plagas y fúngicos - Mayor limitación de producciones
	Ventajas de la producción en ecológico / sostenible	- Satisfacción personal y empresarial ante un proyecto innovador - Respeto y contribución a la conservación del medio ambiente - Vinos más saludables y de mayor calidad - Proyección de un mercado a futuro, - Orgullo personal por la contribución a la conservación del medio ambiente - Viñedos más resilientes - Contribución al desarrollo rural y conservación del Patrimonio Histórico Cultural
Hallazgos	Ecológico VS sostenible	Hay acciones sostenibles en la producción del vino que, sin obtener el certificado ecológico, generan un impacto positivo en el medio ambiente, el viñedo y el vino
	Intervención del Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero	Fomenta el uso responsable de productos fitosanitarios que respondan a la orografía y climatología concretas, de manera que se garantice una vendimia de calidad y respetuosa con el medio

Fuente: Elaboración propia.

4. CONCLUSIONES

Este trabajo ha permitido analizar en profundidad la influencia de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola, así como el valor añadido que estos conceptos pueden aportar desde la perspectiva empresarial. A través del análisis de la literatura y la investigación cualitativa, se han obtenido hallazgos que confirman la creciente relevancia de estos factores en la producción de vino.

En primer lugar, se ha constatado la transformación del sector vitivinícola con la adopción de prácticas ecológicas y sostenibles. Estas no solo implican cambios en los procesos productivos y la especialización de los productores, sino que también responden a una mayor concienciación medioambiental tanto de las empresas como de los consumidores. Además, se ha diferenciado entre producción ecológica, caracterizada por la ausencia de fitosanitarios y por certificación, y producción sostenible, que busca reducir el impacto ambiental sin necesariamente cumplir con requisitos formales.

Desde la perspectiva empresarial, los bodegueros y viticultores perciben la ecología y la sostenibilidad como factores potenciales para mejorar la calidad del vino, aumentar la competitividad en el mercado y proyectar la producción hacia un futuro más responsable. Sin embargo, no existe un motivo único que impulse la adopción de estas prácticas, sino una combinación de factores, como la adaptación a las tendencias del mercado y las convicciones personales sobre la responsabilidad ambiental. Además, la confianza del consumidor en la empresa juega un papel crucial en la aceptación de estos productos, lo que subraya la importancia del marketing y la comunicación efectiva sobre el valor diferencial de los vinos ecológicos y sostenibles.

Asimismo, la relación del sector vitivinícola con el territorio, la cultura, la sociedad y la economía es innegable. La ecología y la sostenibilidad se han identificado como herramientas clave para preservar y revitalizar el medio rural, no solo desde un punto de vista ambiental, sino también cultural, económico y social. Las distintas actividades vitivinícolas, desde la explotación del viñedo hasta el enoturismo, no solo mejoran la valorización del vino, sino que también generan empleo, asientan población y contribuyen a la conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.

En lo que respecta al consumo de vino ecológico y sostenible, aunque el presente trabajo se haya enfocado desde la perspectiva de la empresa, se ha identificado una tendencia

creciente, especialmente entre los consumidores más jóvenes. No obstante, su menor poder adquisitivo y el descenso general del consumo de vino en España dificultan una mayor expansión de este mercado a nivel nacional. En contraste, en países del centro y norte de Europa, así como en Estados Unidos, la demanda de vinos ecológicos es significativamente mayor, lo que representa una oportunidad de internacionalización para los productores españoles.

A pesar de los beneficios evidentes, la adopción de estas prácticas también enfrenta importantes obstáculos. La excesiva regulación se ha identificado como una de las principales barreras, ya que las trabas burocráticas dificultan la obtención de certificaciones y ralentizan los procesos productivos. Además, los bodegueros señalan otros desafíos como la falta de reconocimiento del esfuerzo adicional que supone la producción ecológica, la vulnerabilidad ante plagas y enfermedades debido a la restricción en el uso de fitosanitarios, y los elevados costes de implementación.

En conclusión, la ecología y la sostenibilidad juegan un papel fundamental en la evolución del sector vitivinícola, aportando un valor añadido tanto a nivel empresarial como social y ambiental. Más allá de ser una tendencia, su adopción representa una ventaja competitiva y un elemento diferenciador en un mercado global cada vez más exigente. Además, favorece la apertura a nuevos mercados y contribuye al desarrollo del medio rural. Los hallazgos de esta investigación confirman que integrar prácticas ecológicas y sostenibles no solo beneficia al medio ambiente, sino que también refuerza la posición de las bodegas, promoviendo un modelo de producción más responsable y orientado al futuro.

5. RECOMENDACIONES AL SECTOR Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Por último, en base a los resultados de este estudio, se plantean las siguientes recomendaciones para el sector, así como posibles líneas de investigación futura.

5.1 Recomendaciones al sector

A lo largo del estudio, se han identificado las fortalezas y beneficios de la ecología y la sostenibilidad en el sector vitivinícola. Sin embargo, también se han detectado algunos factores que pueden estar limitando o ralentizando la transición de muchos bodegueros y viticultores hacia estas prácticas. Por ello, se presentan las siguientes recomendaciones para el sector:

- Sería beneficioso crear un comité de diálogo entre viticultores, bodegueros y la Administración Pública para adaptar la regulación de la producción ecológica a la realidad del sector vitivinícola, evitando que el exceso de burocracia y requerimientos limiten su viabilidad.
- Ante las limitaciones que pueden suponer para algunos viticultores y bodegueros los exhaustivos requisitos de la certificación ecológica, debería darse visibilidad y promover técnicas sostenibles que, sin obtener el certificado, son igual de importantes en la conservación del medio ambiente.
- En esa misma línea, debería fomentarse la sostenibilidad en el sector vitivinícola, entendida no solo como el uso de técnicas innovadoras, sino también como actuar en armonía con el año de vendimia y las necesidades reales de la viña y el vino, empleando únicamente los productos verdaderamente necesarios.
- Es fundamental concienciar al consumidor de las implicaciones que supone producir en ecológico y sostenible para el viticultor y bodeguero, utilizando estrategias de marketing o actividades de enoturismo. Si el consumidor entiende el esfuerzo detrás de la ecología y la sostenibilidad, será más propenso a elegir vinos respetuosos con el medio ambiente.
- Para reactivar el consumo de vino entre los jóvenes, podrían emplearse campañas publicitarias atractivas, actividades experienciales vinculadas al vino y una mayor promoción de su cultura, adaptando la comunicación y formatos de consumo a las nuevas generaciones, por ejemplo, a través de las redes sociales.

5.2 Futuras líneas de investigación

Por último, la necesidad de concreción del presente trabajo en un tema definido, así como su limitación espacial y temporal, impiden el estudio de líneas de investigación mencionadas a lo largo del mismo. Por ello, parece conveniente recopilar aquellas ideas que podrían derivar en futuras indagaciones:

- El valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en el sector del vino desde la perspectiva del cliente.
- Implicaciones en la percepción y diferenciación del vino ecológico y el vino sostenible por parte del cliente.
- El desarrollo sostenible como herramienta contra la despoblación rural.
- La tardía postura española en términos de sostenibilidad en comparación con el resto de Europa.
- El doble poder de influencia de los consumidores en la implementación de sostenibilidad en la cadena de producción: demanda de empresas y elección de administraciones públicas.
- La cada vez menor vinculación de la gente joven con el consumo del vino.
- El excesivo intervencionismo de las Administraciones Públicas en el proceso productivo del vino.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN (2024), *“Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre la relación del cambio climático con la suficiencia alimentaria, y su impacto en el estado nutricional de la población”*. (disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/evaluacion_riesgos/informes_comite/SUFICIENCIA_ALIMENTARIA_CAMBIO_CLIMATICO.pdf; última consulta 12/01/2025)
- AGROMILLORA GROUP (2025)., “Serás sostenible o no serás”, *Agromillora*. (disponible en <https://www.agromillora.com/es/sostenibilidad-empresarial/>; última consulta 27/02/2025)
- ALONSO, L. E. ET AL. (2014), “Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales acerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas”. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, núm. 29, septiembre-diciembre, pp. 13-38. (disponible en: <https://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/12939/12116>; última consulta: 26/02/2025)
- ÁLVAREZ SOLÍS, C. (2007): “Enoturismo, una nueva forma de turismo emergente”. *Abaco: Revista de cultura y ciencias sociales*, nº54, pp. 59-70. (disponible en Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2539187>)
- ANALISTAS FINANCIEROS INTERNACIONALES (2023), “Informe sobre la relevancia económica y social del sector vitivinícola en España, 2023”, *Organización Interprofesional del Vino de España*. (disponible en https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2023/11/Informe_relevancia_economica_y_social_del_sector_vitivinicola-en-Espana_2023_OIVE_vf.pdf; última consulta 27/02/2025)
- APARICIO, J., SÁNCHEZ, J. L., ALONSO, J. L., & RODERO, V. (2008), “La Ribera del Duero, geografía de un medio innovador en torno a la vitivinicultura”, *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XII, núm. 277. (disponible en: <https://www.researchgate.net/profile/Jose-Luis-Sanchez->

[Hernandez/publication/289295455 Ribera del Duero the geography of a wine-producing innovative milieu/links/56a0925d08ae4af5254a4f2d/Ribera-del-Duero-the-geography-of-a-wine-producing-innovative-milieu.pdf](https://www.researchgate.net/publication/289295455_Ribera_del_Duero_the_geography_of_a_wine-producing_innovative_milieu/links/56a0925d08ae4af5254a4f2d/Ribera-del-Duero-the-geography-of-a-wine-producing-innovative-milieu.pdf))

ARENAL GRUPO CONSULTOR S.L. (2024), “Caracterización de la producción ecológica en España: Datos 2022”, *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*. (disponible en https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/caracterizacion2022_defconnipo_tcm30-690262.pdf)

ARMESTO-LÓPEZ, X. A (2007)., “El concepto de agricultura ecológica y su idoneidad para fomentar el desarrollo rural sostenible”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, N.º 43, págs. 155-172. (disponible en [https://www.researchgate.net/publication/40652357 El concepto de agricultura a ecologica y su idoneidad para fomentar el desarrollo rural sostenible](https://www.researchgate.net/publication/40652357_El_concepto_de_agricultura_ecologica_y_su_idoneidad_para_fomentar_el_desarrollo_rural_sostenible))

BBVA (2025), “¿Qué es un vino sostenible? Cuando las buenas prácticas se notan en la copa”. (disponible en: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-un-vino-sostenible-cuando-las-buenas-practicas-se-notan-en-tu-copa/>; última consulta 17/03/2025)

BIOECO ACTUAL (2024), “Tendencias y retos actuales para la agricultura ecológica mundial”. (disponible en: <https://www.bioecoactual.com/2024/03/11/tendencias-y-retos-actuales-para-la-agricultura-ecologica-mundial/>; última consulta 17/03/2025)

BONN, M. A., CRONIN, J. J., Y CHO, M. (2016), “Do Environmental Sustainable Practices of Organic Wine Suppliers Affect Consumers’ Behavioral Intentions? The Moderating Role of Trust”, *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(1), pp. 21-37. (disponible en <https://doi.org/10.1177/1938965515576567>)

BÓRNEZ, F. (2022), “Agricultura digital: El camino hacia la agricultura sostenible”, en *Olint: Revista de plantaciones superintensivas de olivo*, n.º 38, pp. 82-85. (disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=600906&info=open_link_ejemplar)

- BUXADÉ CARBÓ, C. (2024), “El progresivo e irreversible envejecimiento de nuestra población rural”, *TopGan*. (disponible en: <https://agorapogan.com/2024/05/el-progresivo-e-irreversible-envejecimiento-de-nuestra-poblacion-rural>; última consulta 15/11/2024)
- CENTRO DE BIOTECNOLOGÍA (s.f.), “¿Qué es la biotecnología agrícola?”. (disponible en <https://www.centrobiotecnologia.cl/investigacion/que-es-la-biotecnologia-agricola/>; última consulta 15/11/2024)
- CERTIFICACIÓN SUSTAINABLE WINERIES FOR CLIMATE PROTECTION (s.f.), *Interprofesional del Vino de España* (disponible en <https://interprofesionaldelvino.es/certificacion/>; última consulta 12/01/2025)
- CHABLÉ JIMÉNEZ ET AL (2023), “Marketing verde. Cómo influyen las marcas y productos sustentables en el comportamiento de compra de jóvenes universitarios”, *Journal of Research in Humanities and Social Science*, Vol. 11 ~ Issue 10, pp. 134-142. (disponible en: <https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol11-issue10/1110134142.pdf>)
- COMISIÓN EUROPEA (s.f.),
- “Consecuencias del cambio climático”, Comisión Europea. (disponible en https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es; última consulta 17/12/2024)
 - “Legislación sobre agricultura ecológica”, *Comisión Europea*, s.f. (disponible en https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/legislation_es; última consulta 17/12/2024)
- COMPÉS LÓPEZ, R. Y SOTÉS RUIZ, V. (2018), “CSIC Cicerón 9.1: Sostenibilidad e Innovación del Sector vitivinícola”, *Consejo Superior de Investigaciones Científicas*. (disponible en: <https://digital.csic.es/handle/10261/368959>; última consulta 17/03/2025)
- COMPÉS LÓPEZ, R. Y LATORRE CARRASCOSA, T. (2020), “Estrategias de mitigación y sostenibilidad. El caso de las certificaciones en el sector vitivinícola”, *AgEcon Search*. (disponible en: <https://ageconsearch.umn.edu/record/316839/?v=pdf>; última consulta 17/03/2025)
- CORTÉS, B. (2023), “Viñedo y vino ecológico, sostenibilidad certificada en una copa”, *Agricultura Revista Agropecuria*. (disponible en: <https://www.revistaagricultura.com/Noticias/Noticia/6405/Vi%C3%B1edo-y->

- [vino-ecol%C3%B3gico%2C-sostenibilidad-certificada-en-una-copa](#); última consulta 17/03/2025)
- CRESCIMANNO, M., FICANI, G. B., GUCCIONE, G. (2002), “The production and marketing of organic wine in Sicily”, *British Food Journal*, 104 (3-5), pp. 274-86 (disponible en <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00070700210425714/full.html>)
- CROS, X. (2019), “Estudio sobre el consumo de productos ecológicos en España”, *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*. (disponible en https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/estudioeco-bio_jornadamapa-2019_tcm30-507870.pdf)
- DECÁNTALO (2023), “¿Dónde nació el vino? Un viaje a través de su historia”, *Decántalo*, 15 de noviembre de 2023. (disponible en <https://www.decantalo.com/es/es/blog/donde-nacio-el-vino-un-viaje-a-traves-de-su-historia-n7138>; última consulta 12/01/2025)
- ECOLOGÍA Y VIDA (2024), “Impacto del cambio climático en nuestra vida diaria”, *Ecología Y Vida*. (disponible en: <https://ecologiayvida.com/impacto-del-cambio-climatico-en-nuestra-vida-diaria/>; última consulta 12/01/2025)
- ESCOLÁ, Á. (2022), “Bases tecnológicas de la agricultura de precisión”, en *Olint: Revista de plantaciones superintensivas de olivo*, n.º 38, pp. 8-15. (disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=600906&info=open_link_ejemplar)
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO (s.f.), “El sector en cifras”, *Federación Española del Vino*, s.f. (disponible en <https://www.fev.es/sector-cifras/>; última consulta 25/02/2025)
- FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE MOVIMIENTOS DE AGRICULTURA ORGÁNICA (s.f.). (disponible en: <https://www.ifoam.bio/>; última consulta 26/02/2025)
- FIBL e IFOAM (2024), “The World of organic agriculture. Statistics & emerging trends 2024”. (disponible en: <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>; última consulta 17/03/2025)
- FONTÁN, A. (2024), “Cuál es la diferencia entre ecológico y sostenible: Explorando los términos”, *Eco-Chef.es*. (disponible en: <https://eco-chef.es/estilo-de-vida->

[ecologico/cual-es-la-diferencia-entre-ecologico-y-sostenible-explorando-los-terminos/](#); última consulta 17/03/2025)

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (2024), “The unjust climate: measuring the impact of climate change on rural poor, women and youth”, *Informes sobre cambio climático de la ONU*. (disponible en: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/62b46527-6ddc-4b8b-9078-bc32c14978f5/content>; última consulta 12/01/2025)

FOTOPOULOS, C., KRYSTALLIS, A., Y NESS, M. (2003), “Wine produced by organic grapes in Greece: Using means-end chains analysis to reveal organic buyer’s purchasing motives in comparison to the non-buyers”, *Food Quality and Preference* 14 (7), pp. 549-66 (disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329302001301?via%3DiHub>)

FUNDACIÓN BBVA (2006), “*Estudio sobre Conciencia y Conducta Medioambiental en España*”. (disponible en: <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2005/10/Estudio-sobre-conciencia-y-conducta-medioambiental.pdf>; última consulta 26/02/2025)

GARCÉS, N. (2025), “ASAJA Huesca y Lleida piden a la DGA y al Gobierno Central que no se legisle con normativas más restrictivas que en España o en Europa”, *Cadena Ser*. (disponible en: <https://cadenaser.com/aragon/2025/02/24/asaja-huesca-y-lleida-piden-a-la-dga-y-al-gobierno-central-que-no-se-legisle-con-normativas-mas-restrictivas-que-en-espana-o-en-europa-radio-huesca/>; última consulta 26/02/2025)

GARCÍA-CASAREJOS, N., GARGALLO, P., CABANES, B. (2018), “Un marco teórico para delimitar el concepto de enoturismo sostenible desde un enfoque multi-nivel”, *E3S Web of Conferences* 50, (disponible en: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20185003002>)

GARCÍA-CORTEJO ET AL. (2024), “El desafío ambiental del vino”. *Interempresas*, 5 de febrero de 2024. (disponible en <https://www.interempresas.net/Vitivinicola/Articulos/538644-El-desafio-ambiental-del-vino.html>; última consulta 12/01/2025)

GONZÁLEZ GARCÍA ET AL. (2024), “El sector vitivinícola frente al desafío del cambio climático Estrategias públicas y privadas de mitigación y adaptación en el

- Mediterráneo”, *Cajamar*. (disponible en: <https://compromisosocial.es/wp-content/uploads/2019/03/el-sector-vitivinicola-frente-al.pdf>; última consulta 17/03/2025)
- GONZÁLEZ-GAUDIANO, E. (1999), “El ambiente: mucho más que ecología”. (disponible en: http://www.agrariahurlingham.com.ar/alumnos/contingencia/6_ambienteysociedad_manual.pdf; última consulta 17/03/2025)
- GONZÁLEZ SAN JOSÉ, M.L. (2017). Enoturismo y entornos sostenibles. *Arbor*, 193 (785): a399. (disponible en <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3005>)
- GREEN VINEYARDS (s.f.) (disponible en: <https://greenvineyards.eu/training/>; última consulta 12/01/2025)
- GUZMÁN CASADO, G.; GONZÁLEZ de MOLINA, M. y SEVILLA GUZMÁN, E. (2000): Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible. Ed. Mundi-Prensa. Madrid
- HERRERA MARTÍNEZ, Y. (2020), “Estudios sociales rurales: campo y producciones científicas”, *Revista mexicana de sociología*, vol.82 nº2. (disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032020000200281&script=sci_arttext&utm_)
- HUMES, E. (2011), “Force of nature”. *New York: HarperCollins*.
- IMPULSA EMPRESA (s.f.), “Ideas de negocio sostenible”, *Impulsa Empresa*. (disponible en <https://www.impulsa-empresa.es/ideas-negocio-sostenible/>; última consulta 25/02/2025)
- INSTITUTO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN SOBRE POLÍTICAS ALIMENTARIAS (2020), “Bioenergía y Agricultura: Promesas y retos”. (disponible en: https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/AGRO_Noticias/docs/bioenergia%20y%20agricultura.pdf; última consulta 15/11/2024)
- INTERPROFESIONAL DEL VINO (2024), "España busca situarse como país vitivinícola líder en sostenibilidad", *Interprofesional del Vino*, 11 de septiembre de 2024. (disponible en <https://interprofesionaldelvino.es/espana-busca-situarse-como-pais-vitivinicola-lider-en-sostenibilidad/>)
- IRANZO, S. (2022), “Sostenibilidad: Aspectos conceptuales”, *Asociación Técnica de Cierres y Estructuras Especiales*, (disponible en: <https://atcee.es/wp->

[content/uploads/2022/02/Sostenibilidad Aspectos-conceptuales Silvia-Iranzo.pdf](https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/20.500.13098/12318/MBA_Jofr%20a9_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y))

JOFRÉ, M. (2019), “Sustentabilidad vitivinícola: estrategia y atributos sustentables del vino”, *Universidad Torcuato di Tella*. (disponible en: https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/20.500.13098/12318/MBA_Jofr%20a9_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

JULIÁ, P. (2024), “La apuesta hacia la calidad y la sostenibilidad en la viticultura”, *Agromillora*. (disponible en <https://www.agromillora.com/es/la-apuesta-hacia-la-calidad-y-la-sostenibilidad-en-la-viticultura/>; última consulta 23/12/2024)

KPMG (2023), “Estrategia del sector vitivinícola español 2022-2027”, *Interprofesional del Vino de España*. (disponible en: https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2023/11/15022023_KPMG_Presentacion-Publica_Plan-Estrategico-OIVE_web-1.pdf; última consulta 12/01/2025)

L.N. (2023), “Las bodegas abanderan el potencial exportador de la Ribera”, *Diario de Burgos*, 28 de enero de 2023. (disponible en: <https://www.diariodeburgos.es/noticia/z8b9d9768-a611-27b8-7c4c16de6ec5766f/202301/las-bodegas-abanderan-el-potencial-exportador-de-la-ribera>; última consulta 06/02/2025)

MARTÍNEZ BERNAL, L.F., BELLO RODRÍGUEZ, P. L., CASTELLANOS DOMÍNGUEZ, O. F. (2016), “Sostenibilidad y desarrollo: el valor agregado de la agricultura orgánica”, *Repositorio Institucional Universidad de Colombia*. (disponible en: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/10045>)

MARTÍNEZ GÓMEZ, D. (2024), “Innovación y Sostenibilidad en la Agricultura: Un Impacto Transformador”, *Idi-a.es*. (disponible en: <https://idi-a.es/impacto-de-la-innovacion-en-la-sostenibilidad-agricola/>; última consulta 26/02/2025)

MARTÍNEZ ZAPATER, J.M., FERNÁNDEZ ZURBANO, P., SANTAMARÍA AQUILUÉ, P., GARCÍA-ESCUDERO DOMÍNGUEZ, E. (2023), “Ciencia y tecnología en el mundo del vino: cómo afrontar los retos del sector vitivinícola”, *Encuentros Multidisciplinares*, nº 75, Septiembre-Diciembre 2023. (disponible

en: <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/revista-75/martinez-zapater-y-otros.pdf>)

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (s.f.):

- “La Política Agrícola Común 2023-2027 y el Plan Estratégico”. (disponible en: <https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/>; última consulta 26/02/2025)
- “Registro General de Operadores Ecológicos “. (disponible en: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/regoe/>; última consulta 26/02/2025)

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

- (2024), “Elige un futuro: La crisis climática tiene solución”. (disponible en <https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ceneam/recursos/materiales/Elige%20un%20futuro.%20La%20crisis%20clim%C3%A1tica%20tiene%20soluci%C3%B3n.pdf>) última consulta 25/02/2025)
- (s.f.), “¿Qué es el reto demográfico?”. (disponible en: <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/que-es.html>; última consulta 15/11/2024)

MURCIA, J.L., “España aumenta sus exportaciones un 15% durante el primer semestre de 2024”, *La Gaceta del Vino*, 4 de septiembre de 2024. (disponible en <https://lagacetadelvino.com/noticias-sobre-vino-actualidad/nacional/espana-aumenta-sus-exportaciones-un-15-durante-el-primer-semestre-de-2024/>); última consulta 27/02/2025)

NACIONES UNIDAS (s.f.), “Causes and effects of climate change”, *United Nations*. (disponible en <https://www.un.org/es/climatechange/science/causes-effects-climate-change>); última consulta 17/12/2024)

NACIONES UNIDAS (s.f.), “Nuevo informe sobre la globalización: tres mega tendencias que afectarán a nuestro futuro”, *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de Naciones Unidas*. (disponible en: <https://www.un.org/es/desa/new-globalization-report#:~:text=Liu%20destac%C3%B3%20tres%20mega%20tendencias,den%20forma%20a%20nuestro%20futuro.>; última consulta 15/11/2024)

NACIONES UNIDAS (s.f.), “Objetivos de desarrollo sostenible”, Naciones Unidas. (disponible en <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>; última consulta 15/11/2024)

- NACIONES UNIDAS (1987), “Sostenibilidad”, *Naciones Unidas Impacto Académico*. (disponible en <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad#:~:text=En%201987%2C%20la%20Comisi%C3%B3n%20Brundtland,mundo%20que%20buscan%20formas%20de;> última consulta 15/11/2024)
- NACIONES UNIDAS (2022), “Objetivos y metas de desarrollo sostenible”. (disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>; última consulta 17/12/2024)
- NÚÑEZ, L. (2024), “La apuesta por los vinos ecológicos en la Ribera sube un 30%”, *Diario de Burgos*, 10 de julio de 2024. (disponible en <https://www.diariodeburgos.es/noticia/zf554b012-f308-e6ee-5e84542c9705c9b0/202407/la-apuesta-por-los-vinos-ecologicos-en-la-ribera-sube-un-30>); última consulta 06/02/2025)
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2025), “*Exportaciones españolas de vino - AÑO 2024*”. (disponible en: <https://www.oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-ano-2024>; última consulta 25/02/2025)
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL VINO DE ESPAÑA (s.f.). (disponible en: <https://interprofesionaldelvino.es/>; última consulta 26/02/2025)
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL VINO DE ESPAÑA (s.f.). “Certificación en el sector vitivinícola”, OIVE. (disponible en https://interprofesionaldelvino.es/motor-economico-montaje_trashed/certificacion/; última consulta 26/02/2025)
- PAZO BAIÓN (2024), “Las 3 plagas de la vid que amenazaron a los viñedos europeos en el XIX”, *Pazo Baión*. (disponible en: <https://pazobaion.com/plagas-de-la-vid/>); última consulta 17/12/2024)
- PETTI, L., RAGGI, A., DE CAMILLIS, C., MATTEUCCI, P., SÁRA, B., & PAGLIUCA, G (2006), “Life cycle approach in an organic wine-making firm: an Italian case-study”, *ResearchGate* (disponible en https://www.researchgate.net/publication/228811696_Life_cycle_approach_in_a_n_organic_wine-making_firm_an_Italian_case-study; última consulta 26/02/2025)
- PILARES DE BELESAR, “Los beneficios del enoturismo para el desarrollo rural y la sostenibilidad ambiental”, *Pilares de Belesar*, 25 de abril de 2024. (disponible en

- https://www.pilaresdebelesar.com/los-beneficios-del-enoturismo-para-el-desarrollo-rural-y-la-sostenibilidad-ambiental_fb217454.html; última consulta 19/12/2024)
- PINILLA, V Y SÁEZ, L.A. (2017), “La despoblación rural en España”, *Asociación Española de Geografía*. (disponible en <https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2017/10/La-despoblaci%C3%B3n-rural-en-Espa%C3%B1a-CEDDAR.pdf>)
- PLIEGO DE CONDICIONES DE LA D.O.P RIBERA DEL DUERO, RIBERA DEL DUERO (s.f.). (disponible en: https://riberadelduero.es/sites/default/files/consejo-regulador/pliego_de_condiciones_dop_riberaduro_consolidado_enero2018.pdf; última consulta 06/02/2025)
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, "Ecología", *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.), 2014. (disponible en <https://dle.rae.es/ecolog%C3%ADa>; última consulta 26/02/2025)
- REDACCIÓN LA GACETA DEL VINO (2024), “Green Vineyards: Formación gratuita sobre sostenibilidad en el sector vitivinícola”, *La Gaceta del Vino*, 27 de agosto de 2024 (disponible en: <https://lagacetadelvino.com/formacion/green-vineyards-formacion-gratuita-sobre-sostenibilidad-en-el-sector-vitivinicola/>; última consulta: 26/02/2025)
- Real Orden de 23 de febrero de 1890. Gaceta de Madrid, núm. 54, de 23 de febrero de 1890 (disponible en: <https://www.boe.es/gazeta/dias/1890/02/23/pdfs/GMD-1890-54.pdf>)
- Reglamento (UE) 2020/464 de la Comisión, de 26 de marzo de 2020, por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la producción y etiquetado de productos ecológicos. DOUE. (disponible en <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2020-80435>)
- Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, relativo a la producción y etiquetado de productos ecológicos (DOUE, 30 de mayo de 2018). (disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018R0848>)
- Reglamento (UE) número 510/2011 de la Comisión, de 11 de mayo de 2011, por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (CE) número 834/2007 del

- Consejo en lo relativo a la producción y etiquetado de productos ecológicos. DOUE. (disponible en <https://www.boe.es/doue/2011/304/L00018-00063.pdf>)
- Reglamento (CE) número 889/2008 de la Comisión, de 5 de septiembre de 2008, por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (CE) número 834/2007 del Consejo en lo relativo a la producción y etiquetado de productos ecológicos. DOUE. (disponible en <https://www.boe.es/doue/2009/193/L00001-00059.pdf>)
- Reglamento (UE) número 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, relativo a la producción y etiquetado de productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) número 2092/91. DOUE. (disponible en <https://www.boe.es/doue/2012/071/L00042-00047.pdf>)
- RESCO SÁNCHEZ (2024), “¿Cómo evolucionará el vino en 2024 y 2025? Análisis de producción, consumo y comercio”, *Plataforma Tierra*. (disponible en: <https://www.plataformatierra.es/mercados/informe-actualidad-mercados-vino-factores-evolucion-2024-2025>; última consulta 12/01/2025)
- REVISTA CAMPO (2024), “La superficie de viñedo ecológico crece un 33% en España en 4 años”, *Revista Campo*, 25 de enero de 2024. (disponible en <https://www.revistacampo.es/vinedo/la-superficie-de-vinedo-ecologico-crece-un-33-en-espana-en-4-anos/>; última consulta 26/02/2025)
- RIBERA DEL DUERO (s.f.), “Superficie por provincias”. (disponible en: <https://riberadelduero.es/consejo-regulador/superficie-por-provincias?time=1738876031>; última consulta 06/02/2025)
- RUBIO, N. (2023), “¿Qué es la sostenibilidad en la industria del vino?”, *Vino Sostenible*. (disponible en: <https://vinosostenible.com/sostenibilidad/que-es-sostenibilidad-industria-vino/>; última consulta: 12/01/2025)
- SALAS ZORRILLA, J. Y FARRERAS, V. (2022), “¿Avanzamos hacia una vitivinicultura sostenible? Un estudio exploratorio de la industria del vino de Argentina”, *Estudios económicos*. Vol. XXXIX (N.S.), n° 79. (disponible en https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/203423/CONICET_Digital_Nro_c3e03429-24e1-4d8e-84aa-d35205b6ca78_B.pdf)
- SOCOTEC (2024), “La importancia de la sostenibilidad en el sector del vino y las bodegas”, *Socotec*. (disponible en: <https://www.socotec.es/blog-ingenieria/importancia-sostenibilidad-sector-bodegas>; última consulta 13/01/2025)

- STOLZ, H. Y SCHMID, O. (2008), “Expectativas del consumo de vino ecológico: un estudio cualitativo de consumo”, *Revista Internet de Viticultura y Enología*. (disponible en: <https://www.infowine.com/wp-content/uploads/2024/04/libretto5573-01-1.pdf>)
- UNIVERSIDAD DE BURGOS (2020), “Cambio climático e historia de la Tierra”, *Universidad de Burgos*, 30 de abril de 2020 (disponible en <https://www.ubu.es/adaptacion-al-cambio-climatico-en-las-universidades-accue/el-cambio-climatico/cambio-climatico-e-historia-de-la-tierra>; última consulta 26/02/2025)
- VILLARÁN VELASCO (2020), “Economía circular en el sector agroalimentario: valorización de subproductos”, *Plataforma Tierra*. (disponible en: <https://www.plataformatierra.es/innovacion/economia-circular-en-el-sector-agroalimentario-valorizacion-de-subproductos>; última consulta 15/11/2024)
- VINETUR (2024), “España lidera la sostenibilidad en el vino mundial”, 11 de septiembre de 2024. (disponible en <https://www.vinetur.com/2024091181629/espana-lidera-la-sostenibilidad-en-el-vino-mundial.html>; última consulta 26/02/2025)
- VINETUR (2021), “España, líder mundial del vino ecológico”, *Vinetur*, (15 de marzo de 2021). (disponible en <https://www.vinetur.com/2021031563673/espana-lider-mundial-del-vino-ecologico.html>; última consulta 26/02/2025)
- VINO SELECCIÓN (2024), “Exportación del vino español”, *Vino Selección*. (disponible en <https://www.vinoseleccion.com/blog/vinos/exportacion-vino-espanol/?srsltid=AfmBOoqz4NJPIPZfblJf03ySwm0lRHdBsT2SfDZRLNl4A07IrqGL6xQ>; última consulta 25/02/2025)
- VINOS DE ESPAÑA (2025), “Cómo hacer storytelling para vender un vino”, *Marketing del vino*. (disponible en: <https://vinos.es/blog/como-hacer-storytelling-para-vender-un-vino/>; última consulta 27/02/2025)
- WORLD METEOROLOGICAL ORGANIZATION (2024), “State of the Climate 2024. Update for COP29”, *Informes sobre cambio climático de la ONU*. (disponible en: https://library.wmo.int/viewer/69075/download?file=State-Climate-2024-Update-COP29_en.pdf&type=pdf&navigator=1; última consulta: 12/01/2025)
- ZAMORA, A. L. (2014), “Los retos de la agricultura sostenible y el papel de la biotecnología agraria”, *Fundación Antama*. (disponible en: <https://fundacion-antama.org/catedra-bayer-upv-agricultura-sostenible-biotecnologia-ecologica/>, última consulta 15/11/2024)

ZORRAQUINO (s.f.), “Valor añadido”, *Diccionario de Marketing Digital Zorraquino*.
(disponible en <https://www.zorraquino.com/diccionario/marketing-digital/que-es-valor-anadido.html#:~:text=En%20marketing%20se%20entiende%20por,cliente%20o%20en%20la%20marca>; última consulta 26/02/2025)

7. ANEXO

Entrevista en profundidad: perspectiva de la empresa

1. Fase introductoria.

Buenos días. En primer lugar, gracias por participar en esta entrevista y compartir su tiempo conmigo. Mi nombre es Margarita, estudiante de último año de Derecho y Administración de Empresas en la Universidad Pontificia Comillas. Como parte de mi Trabajo de Fin de Grado, estoy llevando a cabo una investigación sobre el valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en la producción del vino. Para ello, estoy realizando entrevistas de la mano de empresarios y agricultores especializados en el sector, como en la que está ahora mismo participando.

Para garantizar el procedimiento de la misma, es necesario grabar la conversación que a continuación mantendremos, por lo que solicito su consentimiento para ello, así como para que el nombre de su bodega pueda figurar como entrevistado. Aclarar que dicha grabación será únicamente empleada con fines académicos.

A continuación, hablaremos en mayor profundidad sobre el proyecto en cuestión y, si me lo permite, indagaremos sobre su perspectiva del mismo a través de ciertas preguntas y respuestas. Recordar que, si en algún momento, considera intrusivo en su privacidad algún tema tratado, siéntase libre de no contestar o limitar la información aportada.

2. Fase de partida: Situación general, ecología y sostenibilidad.

Como ya he mencionado, la presente entrevista trata sobre el valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en la producción del vino.

- En primer lugar, para una mejor contextualización de su negocio, ¿le importaría darme algunos datos de su bodega / explotación vitivinícola?:

- Año de constitución de la bodega.
- Año de inicio de producción ecológica
- Producción media
- Producción en ecológico
- Comercialización: % exportaciones, % nacional.
- Tipo de sociedad
- Número de trabajadores

- Si bien hoy en día la sostenibilidad está en boga, ¿qué le llevó a usted a iniciar la producción ecológica / sostenible? (adaptación al mercado, imposición legal, convicción personal, etc.).
 - ¿Cuáles fueron los beneficios que vieron en comparación a la producción del vino convencional?
 - ¿De qué manera considera que el proceder ecológico de la bodega contribuye al cuidado del medio ambiente?
3. Fase de centraje: valor añadido desde la triple perspectiva analizada *ut supra*

Respecto a la sostenibilidad como ventaja competitiva:

- Actualmente, numerosas bodegas producen en ecológico. ¿Considera que hay algo en su proceder que le diferencie del resto? ¿Qué y en qué sentido?

En relación a la sostenibilidad como herramienta de apertura y adaptación al mercado.

- ¿Considera que existe una mayor disposición de compra y pago de precio superior por vinos ecológicos?
- En términos de perfil de cliente promedio, ¿percibe que los consumidores jóvenes tienen mayor tendencia a consumir vinos ecológicos?
- Comparando el mercado español con el internacional, ¿existe evidencia de mayor consumo ecológico dentro o fuera de España?

Relativo a la sostenibilidad como medio de contribución al desarrollo rural:

- ¿Desarrolla en su bodega algún tipo de actividad relacionada con el enoturismo o la promoción de la cultura del vino?
- ¿Considera que de alguna manera dichas acciones ayudan al desarrollo rural del entorno de la bodega? ¿Cómo se siente al respecto?

4. Cierre: reflexiones finales

Por último, me gustaría preguntarle tres cuestiones algo más personales.

- Intuyo que la introducción de producción ecológica en su bodega fue una decisión meditada y ardua. ¿Cómo valora esta decisión? ¿Hay algo que cambiaría?
- (si no ha dado una respuesta relacionada con la siguiente pregunta) ¿En qué medida cree que la sostenibilidad beneficia a la comunidad que rodea su bodega? Es decir, a sus clientes, trabajadores, y a usted mismo. ¿Qué ventajas e inconvenientes considera

de la producción ecológica para la propia bodega, para el entorno y para el mercado (consumidores y sociedad)?

- Para finalizar, si pudiera pedir o cambiar algo respecto a la sostenibilidad en el sector vitivinícola, ¿qué sería?

Una vez más, muchas gracias por su tiempo e información compartida. Si así lo desea, le haré hacer saber de los resultados de la investigación una vez concluya.

Entrevista en profundidad al Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero

La función principal del Consejo regulador es garantizar el cumplimiento de todos los requisitos necesarios para ser considerado D.O. Ribera Del Duero: desde la producción máxima de 7.000kg de uva por hectárea, hasta el uso correcto de variedades de uva autorizadas, el cumplimiento de los diferentes periodos de envejecimiento y el control de los vinos en el proceso de calificación antes de llegar al mercado bajo la D.O.

1. Fase introductoria

Buenos días. En primer lugar, gracias por participar en esta entrevista y compartir su tiempo conmigo. Mi nombre es Margarita Romeral, estudiante de último año de Derecho y Administración de Empresas en la Universidad Pontificia Comillas. Como parte de mi Trabajo de Fin de Grado, estoy llevando a cabo una investigación sobre el valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en la producción del vino. Para ello, estoy realizando entrevistas de la mano de empresarios y agricultores especializados en el sector, como en la que está ahora mismo participando.

Para garantizar el procedimiento de la misma, es necesario grabar la conversación que a continuación mantendremos, por lo que solicito su consentimiento para ello, así como para que el nombre de su bodega pueda figurar como entrevistado. Aclarar que dicha grabación será únicamente empleada con fines académicos.

A continuación, hablaremos en mayor profundidad sobre el proyecto en cuestión y, si me lo permite, indagaremos sobre su perspectiva del mismo a través de ciertas preguntas y respuestas. Recordar que, si en algún momento, considera intrusivo en su privacidad algún tema tratado, siéntase libre de no contestar o limitar la información aportada.

2. Fase de partida: Situación general y sostenibilidad.

Como ya se ha mencionado, la presente entrevista trata sobre el valor añadido de la ecología y la sostenibilidad en la producción del vino.

- Para una mejor comprensión del contexto de la D.O. Ribera del Duero, ¿podrían proporcionar algunos datos generales sobre la denominación?
 - Año de constitución del Consejo Regulador.
 - Año en que se comenzó a fomentar la producción ecológica dentro de la D.O.
 - Número de bodegas asociadas.
 - Producción media total de la D.O. y porcentaje dedicado a vinos ecológicos.
 - Distribución de la comercialización: % de exportaciones y % de consumo nacional.
 - Impacto en términos de empleo en la región.
- Aunque la sostenibilidad es un tema de gran interés actualmente, ¿qué motivó al Consejo Regulador a impulsar la producción sostenible entre las bodegas adheridas? (adaptación al mercado, normativas legales, demanda de consumidores, etc.).
- ¿Cuáles han sido los principales beneficios observados en la producción sostenible respecto a la convencional, tanto para las bodegas como para el entorno?
- ¿De qué manera considera que el fomento de prácticas sostenibles contribuye al cuidado del medio ambiente dentro de la región de Ribera del Duero?

3. Fase de centraje: valor añadido de la sostenibilidad:

- Respecto a la sostenibilidad como ventaja competitiva:
 - En el marco de la D.O., muchas bodegas producen vinos ecológicos. ¿El Consejo Regulador considera que existe alguna característica distintiva en los procesos sostenibles de la región? ¿Cuáles serían esas características y cómo las destacan?
- En relación con la sostenibilidad como herramienta de apertura y adaptación al mercado:
 - Desde el Consejo Regulador, ¿se percibe una mayor disposición por parte de los consumidores a pagar un precio superior por vinos ecológicos?
 - ¿El perfil del consumidor joven tiene mayor inclinación hacia los vinos ecológicos según sus análisis de mercado?
 - Comparando los mercados nacional e internacional, ¿dónde se observa una mayor demanda de vinos ecológicos?
- Relativo a la sostenibilidad como medio de contribución al desarrollo rural:

- ¿El Consejo Regulador promueve actividades como el enoturismo o la divulgación de la cultura del vino sostenible en la región?
- Desde su perspectiva, ¿de qué manera estas actividades pueden fomentar el desarrollo rural dentro del área de la Ribera del Duero?

4. Cierre: reflexiones finales.

Para concluir, me gustaría hacerle algunas preguntas más reflexivas:

- Desde el punto de vista del Consejo Regulador, ¿considera que ha valido la pena impulsar la sostenibilidad dentro de la D.O.? ¿Por qué?
- ¿Qué impacto positivo cree que tienen las iniciativas de sostenibilidad en la comunidad vitivinícola de la región, incluyendo a bodegas, trabajadores, consumidores e incluso el propio Consejo Regulador?
- Finalmente, si tuvieran la posibilidad de cambiar algo respecto a las normativas o el enfoque de sostenibilidad en el sector vitivinícola, ¿qué sería?

Una vez más, gracias por su tiempo y sus reflexiones, que serán de gran valor para comprender mejor el papel de la sostenibilidad en el sector vitivinícola de Ribera del Duero. Si así lo desea, le haré hacer saber de los resultados de la investigación una vez concluya.

Constancia de resultados a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos

De acuerdo con la disponibilidad de los entrevistados, se ha optado por el formato de llamada telefónica o correo electrónico. Ambos métodos pueden constatarse en el siguiente link: [Grabación de llamadas de entrevistas para investigación cualitativa](#)

Transcripción de resultados de entrevistas cualitativas

Para el mejor entendimiento y análisis de los resultados de las entrevistas realizadas, se han transcrito en su totalidad. Disponibles en el siguiente link: [Transcripción Resultados Entrevistas MPRomeral](#)