

Martínez Falcó, Javier; Marco Lajara, Bartolomé; Sánchez García, Eduardo; Martínez Falcó, Joaquín. El enoturismo como catalizador de los objetivos de desarrollo sostenible: Un análisis aplicado a la industria vinícola española. *GeoGraphos* [En línea]. Alicante: Grupo Interdisciplinario de Estudios Críticos y de América Latina (GIECRYAL) de la Universidad de Alicante, 2 de mayo de 2023, vol. 14, nº 156 p. 121-140 [ISSN: 2173-1276] [DL: A 371-2013] [DOI: 10.14198/GEOGRA2023.14.156].



<<http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>>

Vol. 14. Nº 156.

Año 2023

EL ENOTURISMO COMO CATALIZADOR DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS APLICADO A LA INDUSTRIA VINÍCOLA ESPAÑOLA

Javier Martínez Falcó
Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Alicante (Alicante, España)
Correo electrónico: javier.falco@ua.es

Bartolomé Marco Lajara
Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Alicante (Alicante, España)
Correo electrónico: bartolome.marco@ua.es

Eduardo Sánchez García
Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Alicante (Alicante, España)
Correo electrónico: eduardo.sanchez@ua.es

Joaquín Martínez Falcó
Doctorando en Economía, Empresa y Sociedad
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Alicante (Alicante, España)
Correo electrónico: joaquinmarfal@gmail.com

Recibido: 8 de enero de 2023. Aceptado: 1 de mayo de 2023

RESUMEN

En la actualidad, el enoturismo es una de las modalidades turísticas más importantes y prometedoras al estar vinculada con los nuevos patrones de consumo de los turistas basados en la importancia de la experiencia, así como en una menor duración y una mayor frecuencia en el número de visitas. Esta tipología de turismo favorece el desarrollo territorial de las regiones vinícolas, permitiendo promocionar la gastronomía del territorio, proteger el patrimonio tangible e intangible y generar riqueza económica en el territorio. Por lo tanto, dada la reconocida capacidad de dicha actividad para mejorar el entorno en el que operan las bodegas, a través del presente estudio se propone la existencia de un vínculo positivo entre dicha modalidad turística y la consecución de los ODS aprobados en el seno de las Naciones Unidas en 2015, dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Para llevar a cabo esta tarea se hace uso del método del caso. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que el enoturismo cataliza la consecución de los ODS 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 17, siendo una actividad estratégica para mejorar la sostenibilidad de las bodegas en su triple dimensión: económica, social y medioambiental.

Palabras clave: Enoturismo, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Industria Vinícola, España.

WINE TOURISM AS A CATALYST FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OBJECTIVES: AN ANALYSIS APPLIED TO THE SPANISH WINE INDUSTRY

SUMMARY

Currently, wine tourism is one of the most important and promising tourism modalities, given that it is linked to the new consumption patterns of tourists based on the importance of the experience, as well as on a shorter duration and a greater frequency in the number of visits. This type of tourism favors the territorial development of wine regions by promoting the gastronomy of the territory, protecting the tangible and intangible heritage and generating economic wealth in the territory. Therefore, given the recognized capacity of this type of tourism to improve the environment in which wineries operate, this study proposes the existence of a positive link between wine tourism and the achievement of the SDGs approved by the United Nations in 2015, within the 2030 Agenda for Sustainable Development. In order to carry out this task, the case method is used. The results obtained show that wine tourism catalyzes the achievement of SDGs 3, 5, 6, 7, 8,

8, 9, 11, 12, 13, 15, 17, being a strategic activity to improve the sustainability of wineries in its triple dimension: economic, social and environmental.

Key words: Wine tourism, Sustainable Development Goals, Wine Industry, Spain.

TURISMO ENOLÓGICO COMO CATALISADOR DAS METAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE APLICADA DA INDÚSTRIA VINÍCOLA ESPANHOLA

RESUMO

Atualmente, o enoturismo é uma das formas mais importantes e promissoras de turismo, já que está ligado aos novos padrões de consumo dos turistas, com base na importância da experiência, bem como na menor duração e maior frequência no número de visitas. Este tipo de turismo favorece o desenvolvimento territorial das regiões vinícolas, promovendo a gastronomia do território, protegendo o patrimônio tangível e intangível e gerando riqueza econômica no território. Portanto, dada a reconhecida capacidade deste tipo de turismo para melhorar o ambiente no qual as vinícolas operam, este estudo propõe a existência de um vínculo positivo entre este tipo de turismo e a realização das ODS aprovadas pelas Nações Unidas em 2015, no âmbito da Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030. Para realizar esta tarefa, é utilizado o método do caso. Os resultados obtidos mostram que o enoturismo catalisa a realização dos SDGs 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 17, sendo uma atividade estratégica para melhorar a sustentabilidade das vinícolas em sua tripla dimensão: econômica, social e ambiental.

Palavras-chave: Enoturismo, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, Indústria do Vinho, Espanha.

INTRODUCCIÓN

El enoturismo representa el adecuado maridaje entre la producción de vino y el turismo, definiéndose en sentido amplio como aquella experiencia asociada a la visita de viñedos, bodegas y demostraciones de vino en las que la cata es el elemento principal (Hall *et al.*, 2000). Así, mientras que la producción de vino se basa en su elaboración, el enoturismo se centra en la atracción de visitantes, actuando, así, como un canal de distribución de venta directa de vino en bodega.

En la actualidad, el enoturismo es una de las modalidades de turismo más importantes y prometedoras, dado que está vinculada a los nuevos patrones de consumo de los turistas, basados en la importancia de la experiencia, así como en una menor duración y una mayor frecuencia en el número de visitas (Festa *et al.*, 2020). En Australia, quinta región productora de vino del mundo, más de ocho millones de turistas visitan sus bodegas cada año, con más de un millón de enoturistas que viajan a Australia desde el extranjero, una cifra que se ha triplicado en las últimas dos décadas (Wine Australia, 2020). En el caso de California (Estados Unidos), sólo el Valle de Napa generó 54.800 millones de dólares para el estado en 2021, así como 875.000 empleos directos e indirectos (Wine Institute, 2021). Estos países se incluyen en los denominados países del Nuevo Mundo, siendo los

pioneros en cuanto a tecnificación del viñedo y prácticas innovadoras en el desarrollo del enoturismo (Jesús-Contreras *et al.*, 2020). Por otro lado, los países productores de vino del Viejo Mundo, como Francia, Italia y España, se caracterizan por el mantenimiento de métodos tradicionales de producción de vino, así como por un escaso dinamismo del enoturismo (Charters, 2009). Sin embargo, dicha actividad es considerada un elemento estratégico cada vez más importante para el viejo continente (Gómez *et al.*, 2019).

Existen numerosas líneas de investigación en el campo del enoturismo. En este sentido, Gómez *et al.* (2019) identifican diversos frentes de investigación activos en torno a la temática, entre los que destacan: (1) el desarrollo territorial, (2) las rutas del vino, (3) el comportamiento de los enoturistas, (4) la degustación y experiencia en la bodega, (5) los eventos y festivales del vino y (6) el marketing y la promoción del vino. Dentro de esta clasificación, el presente trabajo se enmarca en el frente del desarrollo territorial. Esta línea de investigación analiza el vínculo entre el enoturismo y el desarrollo económico y regional. En particular, las investigaciones abordan cuestiones relacionadas con los retos y el potencial del enoturismo para el desarrollo regional y la sostenibilidad, la comparación de destinos enoturísticos, así como la importancia de esta actividad para potenciar la marca regional y nacional. El estudio pretende analizar específicamente en qué medida dicha modalidad de turismo permite cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) desarrollados por las Naciones Unidas, dado que, tal y como se demuestra a través de la revisión de la literatura, es escasa la atención que ha recibido dicho vínculo. De hecho, hasta donde alcanza nuestro conocimiento, no existen estudios previos que hayan analizado el vínculo enoturismo-ODS en el contexto vinícola español. Para superar dicho gap de investigación, el estudio pretende analizar dicha relación a través del método del caso.

En este sentido, cabe destacar la existencia de un debate abierto entre aquellos que defienden los beneficios que el enoturismo puede aportar a las comunidades locales donde se desarrolla y aquellos que consideran que los impactos de la actividad pueden ser desfavorables para la comunidad local. En cuanto a las posturas más críticas, encontramos la visión aportada por Poitras y Donald (2006) quienes analizan las reacciones de los residentes locales ante el desarrollo de prácticas de enoturismo en la ciudad canadiense de Oliver. Dichos autores exponen cómo los residentes consideran que el enoturismo puede ser nocivo para su comunidad, debido al volumen de inversiones necesarias para acondicionar las pequeñas ciudades en las que se desarrolla la actividad para los turistas, la sobreexplotación de la actividad que podría provocar cambios en el estilo de vida tradicional de la zona o los posibles conflictos entre la comunidad local residente y los visitantes. En relación con las posturas defensoras del enoturismo como motor de la sostenibilidad del sector, podríamos destacar: la posibilidad de disminuir las externalidades negativas en todas las fases de la cadena de valor vinícola, la adhesión a los compromisos de sostenibilidad en línea con otros sectores de la economía, la obtención de sinergias con otras tipologías de turismo o la conservación del patrimonio vinícola de carácter tangible e intangible (Barbosa *et al.*, 2018).

Para alcanzar el objetivo de investigación planteada, la investigación se estructura del siguiente modo. Tras el presente apartado introductorio, en la sección 2 se expone la revisión de la literatura llevada a cabo, en la sección 3 se explica la metodología seguida en el estudio, en la sección 4 se presentan los resultados y, finalmente, en el apartado 5 se reflexiona acerca de las principales conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

ANTECEDENTES

Las características de la industria vitivinícola hacen que esta sea especialmente sensible al cuidado y respeto del entorno en el que se desarrolla (Annunziata *et al.*, 2018). De hecho, su dependencia a las condiciones climáticas contribuye a una mayor sensibilidad ante la conservación de los recursos naturales y medioambientales existentes en las localidades vinícolas.

Al igual que el número de consumidores de vino que tienen en consideración aspectos medioambientales entre sus criterios de compra se ha visto incrementado en los últimos años, las bodegas están incorporando nuevos mecanismos para controlar el impacto medioambiental de sus actividades (Fuentes-Fernández *et al.*, 2022). Para alcanzar los principios de la sostenibilidad, la actividad de las bodegas debe erigirse fundamentalmente bajo tres ejes: (1) las prácticas sostenibles en viticultura, (2) la producción sostenible en bodega y (3) el desarrollo del enoturismo sostenible.

Por lo que respecta al primer eje, existe una difusión de las prácticas sostenibles en la viticultura y en la elaboración de vinos con uvas procedentes de la agricultura ecológica (vinos orgánicos o ecológicos). Según los datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura Pesa y Alimentación para el año 2021, la industria vitivinícola española aportó más de 130.000 hectáreas de viñedo ecológico en el año 2021, representando un 13,4% de la superficie total de viñedo para vinificación existente en España. La superficie de viñedo ecológica se ha incrementado considerablemente en el último lustro, registrando un crecimiento del 35,8% entre 2015 y 2020. Esta mayor superficie de viñedo ecológico permite acompañar el comportamiento observado por el lado de la demanda, puesto que existe una creciente sensibilización de los consumidores hacia la sostenibilidad y los productos ecológicos (Szolnoki and Hauck, 2020).

En relación con al segundo eje, destaca la gestión hídrica y energética, dado la demanda de agua y luz que conlleva la producción de vino y la consiguiente necesidad de utilizar de forma eficiente estos recursos escasos. En cuanto a la gestión del agua es necesario destacar que el cultivo de la vid es mayoritariamente de secano, constituyendo esta variedad cerca del 60% del total cultivado, según los datos de la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos en España para el año 2021. Asimismo, en el proceso de elaboración del vino se generan aguas residuales y otros residuos orgánicos. De hecho, es importante destacar que para la elaboración de vino se emplea en torno a un 80% la propia uva, mientras el 20% corresponde a subproductos y residuos de la misma (Maicas y Mateo, 2020). Algunos de estos subproductos obtenidos en la vinificación son susceptibles de ser valorizados, bien a través de la extracción de compuestos químicos para las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica, o bien para el cultivo de microorganismos (bioconversión) como levaduras, mohos y bacterias (Silvia *et al.*, 2021). Dicha valorización es importante para gestionar adecuadamente el impacto medioambiental del sector vitivinícola, a través del tratamiento apropiado de los subproductos y residuos generados.

Por lo que respecta al tercer eje, el turismo enológico puede ser concebido como un producto turístico capaz de mejorar la rentabilidad de las bodegas a la vez que fomenta el desarrollo social y medioambiental del territorio en el que se localizan (Martínez Falcó *et al.*, 2023). Por este motivo, es posible afirmar que el desarrollo de experiencias enoturísticas por parte de las bodegas está íntimamente relacionado con la sostenibilidad

económica, social y medioambiental de los territorios vinícolas (Andrade-Suárez et al., 2020). De hecho, en la Carta Europea del Enoturismo (2006), la cual recoge las bases del enoturismo en el viejo continente, se indica que los territorios vitivinícolas deben comprometerse y dar prioridad absoluta a los principios del desarrollo sostenible.

La puesta en marcha de actividades enoturísticas permite a las bodegas aumentar su rentabilidad al tiempo que mejoran su diferenciación (Marco Lajara *et al.*, 2022a). Esto se debe a que pueden vender sus productos directamente a los consumidores, adquiriendo el margen que se quedarían los distribuidores, además de poder potenciar la venta incremental y cruzada con otros productos ofrecidos por estas (como aceites, souvenirs, etc.). Esta actividad también es capaz de generar embajadores de marca, con los beneficios a largo plazo que ello conlleva (Fuentes Fernández *et al.*, 2022).

Esta modalidad de turismo, además, favorece el desarrollo territorial, dado que promociona la gastronomía del territorio, protege el patrimonio tangible e intangible y genera riqueza económica en el territorio vinícola, favoreciendo la generación y retención de empleo (Marco Lajara *et al.*, 2022b). Además, si una bodega decide adherirse a una ruta del vino, disfrutará de beneficios adicionales a los de la propia actividad enoturística, puesto que al pertenecer a una organización formada por multitud de instituciones públicas y privadas, las bodegas pueden mejorar su comunicación y adquisición de conocimientos, beneficiarse de la imagen, publicidad y reputación asociada a la ruta del vino, así como generar sinergias con otros miembros (como restaurantes, hostales, hoteles, etc.) para mejorar su producto enoturístico (Festa *et al.*, 2020).

Por lo tanto, dada la reconocida capacidad de dicha tipología de turismo para mejorar la sostenibilidad de las bodegas, su desarrollo puede implicar la consecución de los ODS aprobados en el seno de las Naciones Unidas en 2015, dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. De acuerdo con la Federación Española de Vino (FEV), las acciones vinculadas con los ODS en la industria vitivinícola son: el consumo moderado de vino (ODS 3 – Salud y bienestar), la igualdad de género (ODS 5 – Igualdad de género), la gestión sostenible de los recursos hídricos anteriormente señalada (ODS 6 – Agua limpia y saneamiento), la incorporación de energías renovables (ODS 7 – Energía asequible y no contaminante), la generación de riqueza económica (ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico), la innovación tecnológica, (ODS 9 – Industria, innovación e infraestructura), la protección del patrimonio cultural (ODS 11 – Ciudades y comunidades sostenibles), la producción sostenible (ODS 12 – Producción y consumo responsable), la lucha contra el cambio climático (ODS 13 – Acción por el clima), la preservación de la biodiversidad y del suelo (ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres) y la construcción de alianzas (ODS 17 – Alianzas para lograr los objetivos).

A pesar del papel jugado por los tres ejes anteriormente mencionados mejorar la sostenibilidad económica, social y medioambiental de las bodegas y, por lo tanto, para favorecer la consecución de los ODS, es escasa la literatura académica que ha analizado el cumplimiento de los ODS en el contexto vinícola. De hecho, como se puede observar en el cuadro 1, únicamente se han identificados ocho publicaciones indexadas en la base de datos Web of Science que hayan abordado dicho objetivo. La producción científica identificada se centra principalmente en la vinculación de la producción sostenible (Zhang y Carboni, 2021; Merino-Aranda *et al.*, 2021; Mozas Moral *et al.*, 2021; Cavicchi y Vagnoni, 2021) y la viticultura ecológica (Siepmann y Nicholas, 2018; Novara *et al.*, 2021) con el cumplimiento de los ODS. La investigación de Cristofol *et al.* (2021) es la

única que aborda el cumplimiento de los ODS a partir del desarrollo de actividades de enoturismo, como los eventos vinícolas. Ello supone una oportunidad de investigación, dado que la vinculación entre el enoturismo y el cumplimiento de los ODS ha recibido una escasa atención. La presente investigación pretende precisamente profundizar en esta línea de investigación a través de un análisis empírico desarrollado en el contexto vinícola español. Por este motivo y en base a la revisión de la literatura llevada a cabo, se propone la siguiente proposición de investigación:

Proposición 1. La actividad de enoturismo desarrollada por parte de las bodegas favorece el cumplimiento de los ODS.

Cuadro 1. Publicaciones empíricas sobre los ODS en la industria del vino

| Autores | Título | Revista | Enfoque | Objetivos | País / Región Geográfica |
|-----------------------------|--|---|--------------|---|---------------------------------|
| Siepmann y Nicholas (2018) | German Winegrowers' Motives and Barriers to Convert to Organic Farming | Sustainability | Cualitativo | El estudio tiene como objetivo analizar los factores de éxito y fracaso a la hora de implementar la agricultura ecológica en el contexto vinícola alemán | Alemania / Pfalz y Rheinhessen) |
| Zhang y Carboni (2021) | The Sustainable Project Management Utilization in French Wineries While Adapting to Climate Change | European Journal of Sustainable Development | Mixto | La investigación tiene como finalidad analizar los catalizadores para el desarrollo de programas sostenibles en las bodegas francesas | Francia |
| Cristofol et al. (2021) | Transmission of Place Branding Values through Experiential Events: Wine BC Case Study | Sustainability | Mixto | El estudio analiza la transmisión de los valores de las bodegas canadienses a través de la generación de eventos vinícolas. | Canada / British Columbia |
| Novara et al. (2021) | Cover crop management and water conservation in vineyard and olive orchards | Soil & Tillage Research | Cuantitativo | La investigación analiza los modos de gestionar adecuadamente el suelo y el agua para el cultivo de viñas y del olivar | Países mediterráneos |
| Merino-Aranda et al. (2021) | Strengthening Efforts to Protect and Safeguard the Industrial Cultural Heritage in Montilla-Moriles (PDO). Characterisation of Historic Wineries | Sustainability | Cuantitativo | El estudio analiza y caracteriza el patrimonio industrial vinculado a la actividad vinícola en la Denominación de Origen Protegida (DOP) Montilla-Moriles | España |
| Mozas-Moral et al. (2021) | The role of the SDGs as enhancers of the | Technological Forecasting | Cualitativo | El estudio analiza los factores vinculados con la consecución de | España |

| | | | | | |
|---------------------------|---|----------------------------------|--------------|--|----------|
| | performance of Spanish wine cooperatives | and Social Change | | los ODS que pueden mejorar la performance de las cooperativas españolas | |
| Cavicchi y Vagnoni (2021) | The role of performance measurement in assessing the contribution of circular economy to the sustainability of a wine value chain | British Food Journal | Cualitativo | La investigación tiene como objetivo analizar en qué medida las cooperativas vinícolas desarrollan y cuantifican estrategias de economía circular. | Italia |
| Assumma et al. (2022) | Scenario building model to support the resilience planning of winemaking regions: The case of the Douro territory (Portugal) | Science of the Total Environment | Cuantitativo | El estudio propone un modelo para garantizar la resiliencia y el futuro ecológico del territorio vinícola del Duero. | Portugal |

Fuente: *elaboración propia*.

METODOLOGÍA

Para facilitar el adecuado entendimiento del apartado metodológico, a continuación, se estructura la presente sección en tres bloques: (1) selección de la muestra, (2) recogida de datos y (3) análisis de los datos.

Selección de la muestra

Para la realización del presente estudio se sigue un enfoque cualitativo basado en el estudio del caso. Por este motivo, la selección de la muestra se erige como un elemento crucial para garantizar la calidad de la investigación, dado que influye indudablemente en los resultados y las conclusiones que se extraen de la misma. En particular, se emplea el método del caso único con la finalidad de profundizar en el vínculo enoturismo-ODS a través del estudio de un caso revelador. Esta tipología de estudio del caso permite obtener un conocimiento más amplio del fenómeno objeto de estudio frente a otras modalidades, como el método del caso múltiple (Rashid *et al.*, 2019). A pesar de utilizar un muestreo no probabilístico para la selección del caso a estudiar, para su identificación se establecieron cuatro criterios. En primer lugar, la bodega debía ofrecer actividades de enoturismo, en general, y estar adherida a una de las 34 rutas enológicas existentes en España, en particular. En segundo lugar, debía haber integrado la gestión medioambiental en sus operaciones antes que otras empresas del sector vinícola español. En tercer lugar, su oferta de enoturismo debía estar vinculada con otras tipologías turísticas, tales como el turismo cultural o el turismo gastronómico, entre otras. En cuarto lugar, la bodega tenía que tener publicidad acerca de las actividades de enoturismo ofertadas en su página web corporativa, así como su compromiso con la sociedad y el medioambiente en el que opera. Estos requisitos garantizaban la idoneidad del caso seleccionado, dado que las bodegas que cumplían los criterios mencionados desarrollaban actividades de enoturismo y, además, tenían sensibilidad con el territorio y la sociedad en la que operaban,

garantizando la obtención de resultados relevantes para profundizar en la relación del enoturismo y el cumplimiento de los ODS. Tras realizar un primer cribado se decidió seleccionar a bodegas Casa Sicilia por cumplir los cuatro criterios previamente adoptados.

Recogida de los datos

Para proceder a la recogida de datos, se empleó la triangulación al permitir incrementar la fiabilidad y la validez del estudio a la vez que se mejoraba la cantidad y calidad de la información recolectada. Dicha triangulación se basó en la utilización de tres fuentes de datos: (1) entrevista en profundidad a la responsable de enoturismo -Susana Arias Paredes- el 19 de julio de 2022 (1 hora de duración); (2) observación directa (visita a la bodega y contacto con los empleados); (3) acceso a documentación interna (boletines informativos, manual de buenas prácticas, código ético, etc.) y externa de la bodega (notas de prensa, página web corporativa, videos promocionales, etc.).

Análisis de los datos

El estudio del caso es una metodología ampliamente utilizada en ciencias sociales, en general, y en management, en particular, dado que su utilización permite reconceptualizar y ampliar la literatura existente. Por este motivo, dicho método puede suponer la generación de conocimiento científico nuevo. Para proceder al análisis de la información, en primer lugar, se procedió a explorar la literatura académica previa sobre el campo de investigación del enoturismo y los ODS. Ello nos permitió formular las preguntas del guion seguido en la entrevista en profundidad realizada (véase el anexo 1). En segundo lugar, se procedió a realizar un análisis exhaustivo de la bodega Casa Sicilia con la finalidad de identificar su idoneidad para realizar el presente estudio. En tercer lugar, se procedió a recolectar tanto la información primaria como la secundaria, tal y como se ha explicado en el subapartado anterior. Cabe destacar que la entrevista comenzó con la formulación de preguntas generales para conocer la historia de la bodega y la importancia del enoturismo para la misma. De este modo, a medida que fue avanzando la entrevista, el grado de especificidad de las preguntas se incrementó al tratar de vincular la actividad de enoturismo con el grado de compromiso de los ODS por parte de la bodega. La entrevista estructurada duró una hora y se grabó en su totalidad para, posteriormente, transcribirse. Durante la visita a las instalaciones fue posible hablar con otros miembros del personal de la empresa, así como formular algunas de las cuestiones preguntadas en la entrevista personal. La recogida de los datos se detuvo cuando los datos obtenidos dieron lugar a una comprensión adecuada del fenómeno objeto de estudio. Una vez realizada la transcripción, se compartió a la entrevistada para que diera su consentimiento. Finalmente, se realizó un cuadro resumen sobre el contenido clave de la entrevista.

RESULTADOS

La presentación de los resultados se compone de dos partes: (1) historia y terroir y (2) enoturismo y cumplimiento de los ODS.

Historia y terroir

Casa Sicilia es una bodega situada en el municipio de Novelda, localizado en la comarca del Medio Vinalopó. Esta fue fundada en el año 1707 y tiene su origen en la Heretat de Cesilia creada por el Marqués de la Romana. El sistema de “heretats” era un conjunto de

tierras unido con un criterio de explotación, que constaba de una casa, una huerta y una cantidad de tierra destinada al cultivo de cereales y viñas, sistema que fue escogido por el rey Jaume I para la repoblación y colonización de las tierras conquistadas.

En la actualidad, la finca en la que está situada la bodega sigue a las afueras de Novelda, en el mismo lugar donde nació la heredad del Marqués de la Romana, extendiéndose por cuatro parajes de dicha localidad: Alcaldías, Ledua, La Mola y Sicilia, estando situada en un congost o desfiladero, a escasa distancia del cerro de “La Mola”, en el que se encuentran el Santuario de Santa María Magdalena y el Castillo de La Mola. La bodega pertenece a la familia Arias, la cual adquirió en 1984 la hacienda para desarrollar un ambicioso proyecto enológico. Fue Don Joaquín Arias López quien adquirió la compañía y la integró dentro del holding Vectalia, estando su hijo Antonio Arias a la cabeza de dicho grupo empresarial en la actualidad.

La bodega, de 900 m², cuenta con seis depósitos de fermentación troncocónicos y uno de estabilización. Su parque de barricas está compuesto por 320 unidades, la mayoría de ellas francesas (70%) y el resto americanas (30%). Asimismo, la finca cuenta con un salón multifuncional de 280 m², equipado con aire acondicionado, calefacción, equipo de sonido y pantalla, una terraza exterior de 310 m², con vistas a la viña, al Castillo de la Mola y al Santuario de Sta. M^a Magdalena, un Salón interior, decorado con antigüedades de época con una capacidad de 18 personas y otro salón más pequeño con capacidad para doce personas.

Casa Sicilia ha apostado por seguir un enfoque sostenible y respetuosa con el medio ambiente, a través de una producción ecológica y equilibrada, sin uso de productos químicos de síntesis, como insecticidas y fertilizantes, en las viñas. En el año 2009 todo el viñedo fue reconvertido a partir de uvas cultivadas ecológicamente. De este modo, se garantizan vinos más saludables y de mayor calidad. De hecho, la viticultura ecológica es la característica principal de la personalidad y naturaleza de los vinos de Casa Sicilia. Por lo que respecta a las características del suelo de la finca, este tiene un alto contenido de caliza con riqueza en óxidos de hierro que equilibra y reduce los problemas de falta de clorofila en el follaje. La presencia de arcilla y yeso en la zona norte de la finca, asociado a un bajo contenido de materia orgánica, permite una buena expresión aromática y asegura una buena estructura de los tintos; por el contrario, la zona sur está formada de gravas de aluviones de río y limos, que hace que, en estos suelos, ligeros y frescos, se adapten muy bien las variedades blancas. Adicional a lo anterior, la climatología de la zona mediterránea permite retardar la maduración de la uva y mantener una humedad muy baja todo el año, protegiéndola de enfermedades criptogámicas de la viña que causan daños en los pámpanos y la uva.

Cada paso del proceso de elaboración de los vinos es minuciosamente cuidado por un equipo de enólogos que, con las técnicas actuales más avanzadas de viticultura, tienen como objetivo que los caldos de la bodega revelen las cualidades y peculiaridades del terroir mediterráneo en el que se encuentran los viñedos, cuidando el ciclo de producción del vino desde la cosecha hasta el embotellado. El reto de los enólogos y todo el equipo es lograr uvas que reflejen el carácter y la identidad de la variedad a la que corresponden sin ser empañadas por sabores o aromas pertenecientes a residuos químicos, tratando de incrementar la fertilidad del suelo de cultivo mediante recursos naturales. De ahí que los viñedos de Casa Sicilia sean rigurosamente supervisados por el Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana, quien expide la certificación ecológica que

garantiza que los productos han sido producidos o elaborados siguiendo las normas de la agricultura ecológica, y que han sido controlados en todo su proceso de producción, preparación, envasado y comercialización.

La uva dominante y protagonista de los viñedos de la bodega es la uva autóctona Monastrell, cultivándose además otras variedades como Merlot, Cabernet Sauvignon, Petit Verdot y Syrah para los tintos, y Albariño, Macabeo, Moscatel, Malvasía y Sauvignon blanco, para los blancos. A través del jugo de estas uvas se produce vino comercializado a través de ocho marcas: Cardenal Álvarez, Aledua, Ad Gaude, Lizana, Heretat de Cecilia, Azal, Señor de Sirera y Casa Sicilia. Estas marcas han alcanzado un gran éxito comercial, habiendo recibido diferentes premios y reconocimientos internacionales, dada su clara apuesta por obtener un producto de calidad a través de las variedades autóctonas. El mayor número de reconocimientos los ha recibido los vinos rosados, el Cesilia Rosé 2018 y el Cesilia Rosé La Réserve, con numerosas medallas en los distintos concursos, entre los más recientes están: el premio de la Asociación de Sumilleres Provincia de Alicante a los mejores Vinos Alicante DOP otorgado en el año 2022 (Medalla de Plata Vino Casa Sicilia) o el premio del XIX Concurso Internacional de Vinos Bacchus concedido en el año 2021 (Medalla de plata Cecilia Rosé La Reserve).

Enoturismo y cumplimiento de los ODS

Las actividades de enoturismo realizadas por la bodega permiten capitalizar el patrimonio del que dispone el territorio, a la vez que ofrece una experiencia singular a los enoturistas que llegan a sus instalaciones. Casa Sicilia promueve un comportamiento responsable entre sus visitantes, dado que se recalca la importancia del consumo responsable de vino durante la realización de la actividad de enoturismo (véase el cuadro 2). Dicha concienciación es de suma importancia teniendo en cuenta que más del 90% de sus visitantes llegan a la bodega a través de su coche particular. Asimismo, la bodega busca potenciar dicho compromiso a través de la adhesión de la bodega al programa Wine in Moderation en el medio plazo. Por ello, a través del enoturismo la bodega es capaz de cumplir el ODS 3 vinculado con la salud y el bienestar.

Por lo que respecta a la composición del personal de la bodega, existe paridad entre hombres y mujeres, siendo el enoturismo una actividad desarrollada principalmente por mujeres. Dicha igualdad entre hombres y mujeres, permite a la bodega cumplir el ODS asociado con la igualdad de género. Casa Sicilia, además, expone a través de sus actividades de enoturismo cómo ahorra recursos hídricos y energéticos, dado que, por un lado, explican que el cultivo es de secano, con el consiguiente ahorro de agua que ello conlleva y, por otro lado, explican cómo se aprovechan los espacios diáfanos (a través de sus cristaleras), así como la utilización de las luces de bajo consumo, reduciendo de este modo el consumo energético de la bodega. Este esfuerzo en ahorrar recursos hídrico y energético transmitidos en las actividades de enoturismo a los turistas permiten cumplir el ODS 6 y 7, relacionados con el agua limpia y la energía asequible.

El enoturismo permite que los miembros de Casa Sicilia interactúen entre sí, dado que los encargados de realizar dicha actividad deben de estar en contacto con otros miembros de la bodega (enólogos, responsables de calidad y medioambiente, etc.) para poder transmitir adecuadamente a los enoturistas el proceso productivo, la calidad de las añadas, los certificados obtenidos y los premios recibidos, entre otros aspectos. Del mismo modo, en la bodega se fomenta el trabajo en equipo y se instruye a los trabajadores bajo los pilares

de la sostenibilidad, de tal modo que estos pueden transmitir, posteriormente, la sensibilización por el cuidado del medioambiente y el territorio de la organización. Además, el desarrollo del enoturismo implica ofrecer un nuevo servicio al mercado y, por lo tanto, la generación de empleo para que dicha actividad pueda ser llevada a cabo. En el caso de Casa Sicilia, la actividad de enoturismo es capaz de generar tres puestos de trabajo. Por lo tanto, el desarrollo de actividades de enoturismo permite cumplir el ODS 8 referente al trabajo decente y al crecimiento económico.

Casa Sicilia no ha tenido que invertir en la construcción de nuevas instalaciones para llevar a cabo sus productos enoturísticos, pudiendo obtener sinergias productivas a través de la diversificación de sus fuentes de ingresos derivadas de las instalaciones que previamente ya disponía. Ello permite cumplir el ODS 9 vinculado con la industria, la innovación y la infraestructura. Asimismo, el enoturismo permite obtener sinergias entre otras tipologías de turismo, tales como el turismo cultural o cultural. En este sentido, la bodega promociona la gastronomía típica (como el Xanxullo) y las actividades culturales del municipio en el que se localiza (Novelda). Esta relación de promoción es bidireccional, existiendo una relación de beneficio mutuo entre la bodega y el resto de agentes que la rodean (garantizando el cumplimiento del ODS 11 relacionado con las ciudades y las comunidades sostenibles). La bodega busca, además, potenciar su capacidad de atracción de turistas a través de numerosas colaboraciones con la oficina de turismo de Novelda (cumpliendo con ello el ODS 17 vinculado con la generación de alianzas para alcanzar los objetivos).

Casa Sicilia está comprometida con el uso de las variedades de uva autóctonas de Alicante para la producción de sus vinos (la uva Monastrell para el vino tinto y la Moscatel para el blanco), así como con el viñedo ecológico para garantizar la calidad y sostenibilidad de los vinos que produce. Estas acciones se transmiten a los enoturistas para que puedan conocer el compromiso de la bodega por la utilización de las uvas autóctonas y el viñedo ecológico para la producción de sus vinos. Ello permite cumplir el ODS 12 asociado con la producción y consumo responsable. Del mismo modo, los responsables de enoturismo de la bodega destacan la importancia de preservar el paisaje del viñedo, dado que es un elemento identitario fundamental para valorizar los territorios vinícolas (permitiendo cumplir el ODS 13 relacionado con la acción por el clima). El enoturismo permite también poner en valor la biodiversidad de la bodega, dado que los visitantes acceden a los viñedos y a toda la naturaleza que la envuelve, derivando en el cumplimiento del ODS 15 asociado con la vida de ecosistemas terrestres.

Cuadro 2. Análisis del contenido de la entrevista en profundidad

| ODS | Cita textual |
|--|---|
| ODS 3 - Salud y bienestar | “Durante la actividad de enoturismo se recalca la importancia del consumo responsable y de la necesidad de no beber en exceso si han venido con su coche particular.” |
| ODS 5 - Igualdad de género | “En la bodega existe cierta paridad entre hombres y mujeres. Si que es verdad que del enoturismo nos encargamos principalmente mujeres” |
| ODS 6 - Agua limpia y saneamiento | “Durante la visita del enoturismo se explica como la bodega ahorra recursos hídricos. Por ejemplo, se explica que el cultivo es de secano. Por lo tanto, no utilizamos casi agua.” |
| ODS 7 - Energía asequible y no contaminante | “Intentamos aprovechar la luz natural al máximo, creando para ello espacios diáfanos, así como apagar las luces cuando no son necesarias. Recientemente, cambiamos todas las luces a bajo consumo.” |
| ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico | “Para el éxito de la actividad de enoturismo tenemos que trabajar en equipo, porque tenemos que estar en contacto con todos los compañeros para saber qué se está haciendo en la bodega y poder transmitirlo adecuadamente a los turistas.” – “Desde la bodega se intenta que todos los trabajadores conozcan los procesos y las prácticas sostenibles que se realizan para luego poder transmitirlos adecuadamente a los visitantes que acuden a nuestras instalaciones.” – “En la actividad de enoturismo trabajamos actualmente tres personas actualmente a jornada completa.” |
| ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura | “La bodega no ha tenido que construir nuevas instalaciones, dado que cuando se construyó ya se consideró la construcción del restaurante. Depende del tiempo cambiamos la distribución para la que aprovechar la zona ajardinada que tenemos y que la gente pueda disfrutarlo.” |
| ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles | “Intentamos apoyar todas las actividades culturales que tiene Novelda, al igual que estas nos apoyan a nosotros. De hecho, mucha gente que llega a las instalaciones viene recomendada de otras actividades, como las casas modernistas. Nosotros posteriormente les aconsejamos que sitios cercanos pueden visitar.” – “No creo que Alicante tenga problemas de despoblación, es una provincia costera, tiene una economía diversificada y tiene grandes urbes como Alicante o Elche. El enoturismo sin duda ayuda a crear puesto de trabajo y riqueza en el territorio, pero no creo que tengamos problemas de despoblación.” – “Intentamos transmitir la historia del lugar en el que nos encontramos y el entorno que nos rodea, explicamos la historia del Marques de la Romana en 1707, el modo el que vivían los trabajadores de la época, la forma en la que hacemos nuestro aceite o las principales actividades económicas del municipio, entre las que destaca el mármol y las especias.” – “También intentamos maridar las catas y ofrecer menús en el restaurante con la gastronomía de la zona. En las catas utilizamos embutido típico, tenemos un menú que se llama Xanxullo, en honor a un plato típico del municipio y solemos regalar en época de vendimia un racimo de uva embolsada del Vinalopó, al ser una de las señas de identidad de la comarca.” |
| ODS 12 - Producción y consumo responsable | “Utilizamos las variedades autóctonas Monastrell para los tinto y Moscatel para los blancos. Además, tenemos dos garnachas que utilizamos para un vino rosado y un tinto que producimos.” – “Toda la superficie de viñedo es ecológica desde hace varios años.” |
| ODS 13 - Acción por el clima | “La disposición de infraestructuras que permitan coger autobús es favorable” - “Es fundamental preservar nuestro paisaje vitivinícola.” |
| ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres | “El enoturismo permite mostrar la biodiversidad de la bodega. Los turistas están dentro del ambiente, dentro de la naturaleza y lo valoran muy positivamente.” |
| ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos | “La bodega colabora mucho con la oficina de turismo de Novelda.” – “Tenemos un proyecto con la Universidad de Valencia, para rescatar un antiguo tipo de uva. También trabajamos con la Universidad Miguel Hernández, porque tenemos con ellos la cátedra Casa Sicilia.” |

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

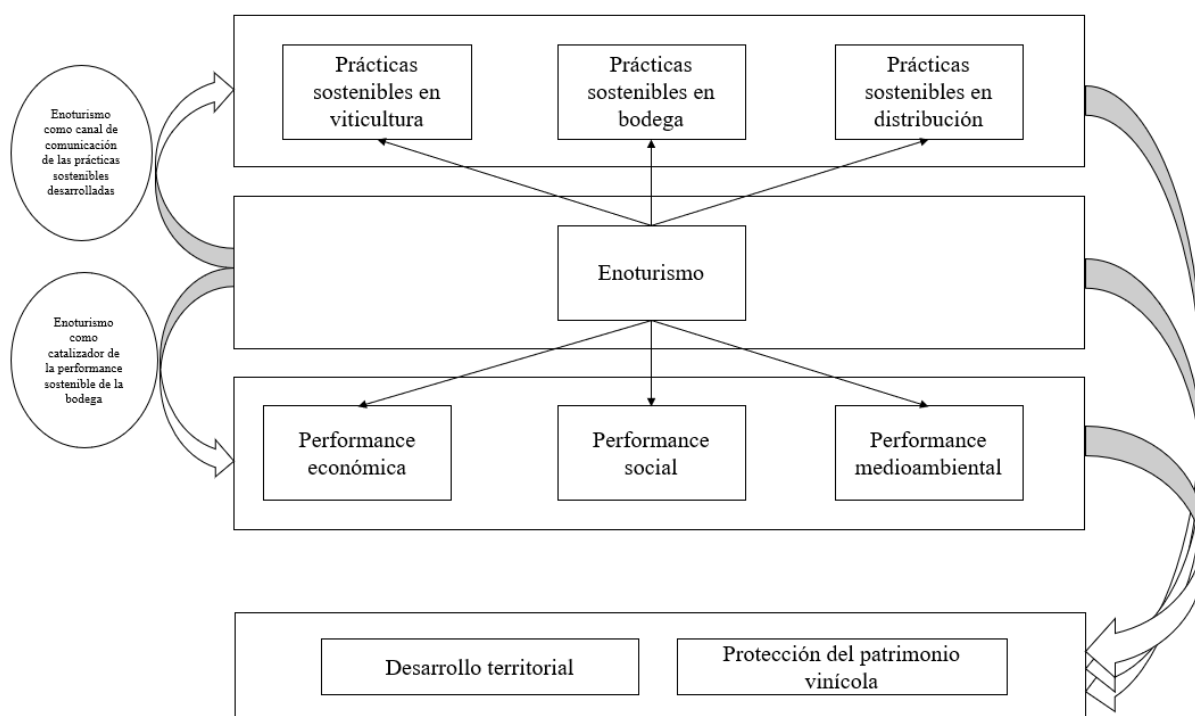
El presente estudio demuestra la existencia de una relación positiva entre el desarrollo de actividades de enoturismo y el cumplimiento de los ODS promovidos por las Naciones Unidas. En particular, a través del estudio del caso realizado, los resultados ponen de manifiesto que el enoturismo cataliza la consecución de los ODS 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 17, aceptándose, por tanto, la proposición formulada.

La investigación evidencia el carácter vertebrador del enoturismo para mejorar la sostenibilidad de las bodegas, dado que, por un lado, puede ser empleado como un canal para comunicar las prácticas sostenibles que desarrollan la organización a lo largo de su cadena de valor (viticultura, producción de vino y distribución) y, por otro lado, permite mejorar el desarrollo económico, social y medioambiental de la misma. Esta relación existente entre las actividades sostenibles a lo largo de la cadena de valor y la actividad de enoturismo puede verse retroalimentado con el paso del tiempo, puesto que cuantas más prácticas se realicen, más rica y más extensa será la comunicación de las prácticas sostenibles a los enoturistas por parte de los encargados de enoturismo. Del mismo modo, si el flujo de visitantes es cada vez más elevado, las bodegas tenderán a mejorar sus procesos y productos ecológicos. Dichos beneficios redundan, en última instancia, en la dinamización del territorio y en la conservación del patrimonio vinícola. El enoturismo puede ser concebido, por tanto, como la pieza angular a través de la cual se comunica el enfoque sostenible de la bodega a la vez que se fomenta el desarrollo territorial y la protección del patrimonio vinícola (véase la figura 1).

Del estudio se derivan una serie de implicaciones teóricas y prácticas. En primer lugar, por lo que respecta a las implicaciones teóricas, hasta donde alcanza nuestro conocimiento, no existen estudios previos que hayan analizado el vínculo enoturismo-ODS en el contexto vinícola español, por lo que la investigación genera conocimiento nuevo en dicho campo de estudio. La investigación representa, además, una nueva forma de entender las bondades del enoturismo, al utilizar los ODS como marco para el desarrollo del estudio. Por otro lado, por lo que se refiere a las implicaciones prácticas, la investigación puede ser de utilidad tanto para los bodegueros que estén considerando el desarrollo de actividades de enoturismo, como para aquellos que deseen apostar por un enfoque sostenible en el desarrollo de sus operaciones, puesto que el estudio evidencia la importancia económica, social y medioambiental del enoturismo, así como su papel a la hora de alcanzar los ODS.

A pesar de las importantes aportaciones del estudio, cabe destacar que este también adolece de ciertas limitaciones. En particular, el empleo del estudio del caso hace que los resultados no puedan ser extrapolables a la población objeto de estudio. Además, al analizar un único caso (Casa Sicilia) la capacidad para realizar comparaciones es limitada. Con la finalidad de superar ambas deficiencias, como futura línea de investigación se pretende realizar un análisis cuantitativo basado en la modelización de ecuaciones estructurales para conocer la contribución económica, social y medioambiental de la actividad de enoturismo, tomando para ello una muestra representativa de las bodegas españolas.

Figura 1. Contribución del enoturismo al desarrollo sostenible



Fuente: elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE SUÁREZ, M. Caamaño-Franco, I. The Relationship between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective. *Sustainability*, 2020, vol. 12, nº 18, p. 7453.

ANNUNZIATA, E.; PUCCI, T.; FREY, M.; ZANNI, L. The Role of Organizational Capabilities in Attaining Corporate Sustainability Practices and Economic Performance: Evidence from Italian Wine Industry. *Journal of Cleaner Production*, 2018, vol. 171, p. 1300-1311.

ASSUMMA, V.; BOTTERO, M.; DE ANGELIS, E.; LOURENÇO, J.; MONACO, R.; SOARES, A. Scenario Building Model to Support the Resilience Planning of Winemaking Regions: The Case of the Douro Territory (Portugal). *Science of The Total Environment*, 2022, vol. 838.

BARBOSA, F.; SCAVARDA, A.; SELITTO, M.; MARQUES, D. Sustainability in the Winemaking Industry: An Analysis of Southern Brazilian Companies Based on a Literature Review. *Journal of Cleaner Production*, 2018, vol. 192, p. 80-87.

CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO. *Carta Europea del Enoturismo*, 2006. Disponible en: <<https://docplayer.es/29199994-Carta-europea-del-enoturismo.html>>.

CAVICCHI, C.; VAGNONI, E. The Role of Performance Measurement in Assessing the Contribution of Circular Economy to the Sustainability of a Wine Value Chain. *British Food Journal*, 2021, vol. 124, nº 5, p. 1551-1568.

- CHARTERS, S. New World and Mediterranean Wine Tourism: A Comparative Analysis. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 2009, vol. 57, n° 4, p. 369-379.
- CRISTÓFOL, F.; CRUZ RUIZ, E.; ZAMARREÑO ARAMENDÍA, G. Transmission of Place Branding Values Through Experiential Events: Wine BC Case Study. *Sustainability*, 2021, vol. 13, n° 6, p. 3002.
- FESTA, G.; SHAMS, S.; METALLO, G.; CUOMO, M. Opportunities and Challenges in the Contribution of Wine Routes to Wine Tourism in Italy—A Stakeholders' Perspective of Development. *Tourism Management Perspectives*, 2020, vol. 33.
- FUENTES FERNÁNDEZ, R.; MARTÍNEZ FALCÓ, J.; SÁNCHEZ GARCÍA, E.; MARCO LAJARA, B. Does Ecological Agriculture Moderate the Relationship between Wine Tourism and Economic Performance? A Structural Equation Analysis Applied to the Ribera del Duero Wine Context. *Agriculture*, 2022, vol. 12, n° 12, p. 2143.
- GÓMEZ, M.; PRATT, M.; MOLINA, A. Wine Tourism Research: A Systematic Review of 20 Vintages from 1995 to 2014. *Current Issues in Tourism*, 2019, vol. 22, n° 18, p. 2211-2249.
- HALL, C.; SHARPLES, L.; CAMBOURNE, B.; MACIONIS, N. *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, 2000, Oxford: Editorial Elsevier.
- MAICAS, S.; MATEO, J. Sustainability of Wine Production. *Sustainability*, 2020, vol. 12, n° 2, p. 559.
- MARCO LAJARA, B.; ZARAGOZA SÁEZ, P.; MARTÍNEZ FALCÓ, J.; SÁNCHEZ GARCÍA, E. Does Green Intellectual Capital Affect Green Innovation Performance? Evidence from the Spanish Wine Industry. *British Food Journal*, 2022a, vol. Ahead-of-print.
- MARCO LAJARA, B.; ZARAGOZA SÁEZ, P.; MARTÍNEZ FALCÓ, J.; SÁNCHEZ GARCÍA, E. COVID-19 and Wine Tourism: A Story of Heartbreak. In *Handbook of Research on SDGs for Economic Development, Social Development, and Environmental Protection* (pp. 90-112), 2022b, IGI Global.
- MARTÍNEZ FALCÓ, J.; MARCO LAJARA, B.; ZARAGOZA SÁEZ, P.; SÁNCHEZ GARCÍA, E. Vino, Turismo y COVID-19: El impacto de la COVID-19 en las Rutas del Vino de España. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2023, vol. 21, n° 1, p. 83-97.
- MERINO ARANDA, A.; CASTILLEJO GONZÁLEZ, I.; VELO GALA, A.; PAULAMONTES TUBÍO, F.; MESAS CARRASCOSA, F.; TRIVIÑO TARRADAS, P. Strengthening Efforts to Protect and Safeguard the Industrial Cultural Heritage in Montilla-Moriles (PDO). Characterisation of Historic Wineries. *Sustainability*, 2021, vol. 13, n° 11, p. 57-91.
- MOZAS MORAL, A.; FERNÁNDEZ UCLÉS, D.; MEDINA VIRUEL, M.; BERNAL JURADO, E. The Role of the SDGs as Enhancers of the Performance of Spanish Wine Cooperatives. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, vol. 173, p. 121-176.

- NOVARA, A.; CERDA, A.; BARONE, E.; GRISTINA, L. Cover Crop Management and Water Conservation in Vineyard and Olive Orchards. *Soil and Tillage Research*, 2021, vol. 208.
- POITRAS, L.; DONALD, G. Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 2006, vol. 14, n° 5, p. 425-448.
- RASHID, Y.; RASHID, A.; WARRAICH, M.; SABIR, S.; WASEEM, A. Case Study Method: A Step-By-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 2019, vol. 18.
- SIEPMANN, L.; NICHOLAS, K. German Winegrowers' Motives and Barriers to Convert to Organic Farming. *Sustainability*, 2018, vol. 10, n° 11.
- SILVA, A.; SILVA, V.; IGREJAS, G.; GAIVÃO, I.; AIRES, A.; KLIBI, N.; POETA, P. Valorization of Winemaking By-Products as a Novel Source of Antibacterial Properties: New Strategies to Fight Antibiotic Resistance. *Molecules*, 2021, vol. 26, n° 8, p. 23-31.
- SZOLNOKI, G.; HAUCK, K. Analysis of German Wine Consumers' Preferences for Organic and Non-Organic Wines. *British Food Journal*, 2020, vol. 122, n° 7, p. 2077-2087.
- WINE AUSTRALIA. *Wine Tourism Snapshot 2018 – 19*, 2020. Disponible en: <<https://www.wineaustralia.com/market-insights/australian-wine-tourism-snapshot>>.
- WINE INSTITUTE. *Economic Impact of California Wine*, 2021. Disponible en: <<http://www.wine-economy.com>>.
- ZHANG, R.; CARBONI, J. The Sustainable Project Management Utilization in French Wineries While Adapting to Climate Change. *European Journal of Sustainable Development*, 2021, vol. 10, n° 4, p. 85-96.

ANEXO 1

HISTORIA Y DATOS GENERALES

- ¿Cuándo se fundó la bodega?
- ¿Cuál consideran que son los hitos más importantes de la misma?
- ¿Cuántas hectáreas de viñedo gestiona la bodega?

ENOTURISMO – TIPOLOGÍA DE ENOTURISTAS

- ¿Cuáles son los elementos que considera que más valoran los enoturistas de la actividad de enoturismo (el viñedo, la bodega, etc.)?
- ¿Cómo intentan crear un vínculo emocional con los enoturistas?
- ¿Suelen ser turistas aficionados al vino o con pocos conocimientos sobre la temática? ¿Qué grupo diría que predomina?
- ¿Cómo suelen ir esta tipología de turistas (en pareja, en familia, etc.)? ¿Los niños menores tiene que pagar la actividad?
- ¿Cómo descubren la actividad (página web, recomendaciones, etc.)?

CERTIFICADOS MEDIOAMBIENTALES

- ¿Qué certificaciones posee la bodega para avalar su compromiso con el medio ambiente (certificado de vino ecológico, vegano, Wineries for Climate Protection)?

ODS 3 – SALUD Y BIENESTAR

- ¿Está la bodega asociada al Programa Wine in Moderation? En caso afirmativo, ¿Se comunica dicha adhesión en la actividad de enoturismo?
- ¿Cómo el enoturismo está ayudando a promover un consumo moderado y responsable?

ODS 5 – IGUALDAD DE GENERO

- ¿Cuál es el porcentaje de hombres y mujeres en la bodega?
- ¿Ocupan las mujeres cargos directivos?
- ¿Cómo están promoviendo la participación de la mujer en el sector del vino gracias al enoturismo?
- ¿Cómo el enoturismo está ayudando a una mayor incorporación de la mujer en el sector del vino?

ODS 6 – AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

- ¿La bodega lleva a cabo algún programa para aprovechar mejor el agua (reducir la huella hídrica)? En caso afirmativo, ¿se comunican dichas acciones en las actividades de enoturismo?
- ¿Cómo ayuda el enoturismo al ahorro del agua y a la mejora de la calidad de la misma?

ODS 7 – ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

- ¿La bodega lleva a cabo algún programa para aprovechar la luz y reducir los materiales? En caso afirmativo, ¿se comunican dichas acciones en las actividades de enoturismo?

- ¿Cómo ayuda el enoturismo al aumento de la eficiencia energética y el aumento de las energías renovables?

ODS 8 – TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

- ¿Cuántos trabajadores tiene la bodega? ¿Cuántos se dedican a la actividad de enoturismo?
- ¿Se esperan futuras contrataciones para realizar las actividades de enoturismo?

ODS 9 – INDUSTRIA. INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA.

- ¿Qué innovaciones desarrolla la bodega? ¿Se invierte en actividades vinculadas a la I+D+i? ¿Comunican estas acciones en la actividad de enoturismo?
- ¿En qué se han plasmado los gastos en I+D+I que ha realizado la bodega?
- ¿En qué medida las instalaciones se han diseñado de una forma ecoeficiente? ¿Disponen de placas solares? ¿Aprovechan los espacios diáfanos?

ODS 11 – CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES.

- ¿El enoturismo está ayudando a conservar el patrimonio cultural de zonas despobladas y poco frecuentadas cerca de la bodega?
- ¿Se explica la historia y el patrimonio que envuelve a la bodega durante la actividad de enoturismo?

ODS 12 – PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

- ¿Se explica en la actividad de enoturismo las acciones sostenibles que desarrolla la organización?
- ¿Cómo el enoturismo está favoreciendo el uso responsable de los productos para cultivar la vid y su posterior venta?

ODS 13 – ACCIÓN POR EL CLIMA

- ¿Cómo está ayudando la bodega a luchar contra el cambio climático?
- ¿Cómo está ayudando el enoturismo a luchar contra el cambio climático?

ODS 15 – VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.

- ¿Cómo la bodega ayuda a conservar el ecosistema y la desertificación?
- ¿Cómo el enoturismo ayuda a conservar el ecosistema y la desertificación?
- ¿Considera que el enoturismo favorece la preservación de la biodiversidad?
- ¿Se accede al viñedo para realizar la actividad y explicar la variedad de las uvas, su importancia, etc.?

ODS 17 – ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

- ¿Está adherida a la ruta del vino de Alicante? En caso afirmativo ¿En qué medida se ve favorecida la bodega por su adhesión?
- ¿En qué otras asociaciones está presente la bodega (asociaciones de empresarios, etc.)?
- ¿Cómo el enoturismo fomenta la construcción de alianzas con las instituciones locales y otras bodegas de la región?

© Copyright Javier Martínez Falcó, Bartolomé Marco Lajara, Eduardo Sánchez García, Joaquín Martínez Falcó y Revista *GeoGraphos*, 2023. Este artículo se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.



GIECRYAL
GRUPO INTERDISCIPLINARIO DE
ESTUDIOS CRÍTICOS Y DE AMÉRICA LATINA