



# Oportunidades de futuro de las denominaciones de origen en el contexto de los mercados de productos de calidad

## El ejemplo de los vinos de Aragón

■ JESÚS J. CAMBRA FIERRO  
YOLANDA POLO REDONDO

Departamento de Economía y Dirección de Empresas  
Universidad de Zaragoza

El mercado demanda, cada vez más, alimentos y bebidas diferenciados, de mayor calidad y adaptados a las necesidades concretas de nuevos segmentos caracterizados por un incremento de renta y mayor poder adquisitivo. Estos consumidores están dispuestos a pagar un precio sensiblemente superior por un producto que perciban como diferente, como mejor que el resto. Además, los nuevos hábitos de compra y consumo nos hablan de un incremento del gasto de consumo de alimentos fuera del hogar. En este contexto adquiere una gran importancia la distribución de los productos a través del canal HORECA (hoteles, cafeterías y restaurantes)

De este modo, una apuesta decidida por la calidad se muestra como una de

las oportunidades más sólidas con las que cuenta el sector agroalimentario para mantener, o incluso fortalecer, su presencia en unos mercados (Sainz, 2002) cada vez más globalizados.

Esta apuesta por un sector agroalimentario que produzca bienes de calidad representa también una de las herramientas con las que las diferentes Administraciones Públicas, comunitarias, nacionales y autonómicas, quieren contribuir al desarrollo de determinadas zonas rurales y mercados agroalimentarios, creando un sistema de protección y calidad alimentaria.

Además, son muchas las empresas que apuestan por acogerse a estos sistemas de protección y certificación, que actúan como señal para el mercado y cu-

yas características, en cuanto a imagen se refiere, pueden compararse a las que tendría la gestión de una marca colectiva (Martín y Vidal, 2001) con acceso restringido por el origen y por las condiciones que imponen su naturaleza y calidad (Bello y Gómez, 1997; Van Tripj et al., 1997; Fernández y González, 2001). Estos sistemas actúan a modo de sello de garantía, como un atributo externo que refuerza la imagen del producto.

La Unión Europea creó en 1992 un sistema de valoración y protección de las denominaciones geográficas y de las especialidades tradicionales relativas a los productos agrícolas y alimenticios, que recoge los siguientes conceptos:

–Denominación de Origen Protegida (DOP): Nombre de una región o de un

lugar determinado que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio de dicha procedencia, y que tiene una calidad o unas características debidas al medio geográfico en el que se realiza la producción, transformación y elaboración.

–Indicación Geográfica Protegida (IGP): Nombre geográfico de una región o de un lugar determinado que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio, que posea una reputación que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, en el que se habrá realizado al menos la producción, transformación o elaboración.

–Especialidad Tradicional Garantizada (ETG): Productos agrícolas o alimenticios con características específicas, que se distinguen de otros productos similares, pertenecientes a la misma categoría, bien por haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien por presentar una composición tradicional o un modo de producción y/ o transformación tradicional.

Las características de los productos amparados por estas denominaciones están garantizadas por los Consejos Reguladores correspondientes. Actualmente se encuentran acogidos a estas denominaciones y controles determinadas producciones de vinos, bebidas espirituosas, quesos, aceites de oliva virgen, jamones, arroz, legumbres secas, pimientos, espárragos, frutas, encurtidos vegetales, carnes frescas, embutidos curados, miel, turrón y salazones cárnicas (MAPA, 2002), productos cuyo valor económico en la comercialización mantiene una tendencia creciente.

### LA VIÑA Y EL VINO

El vino y la viña son elementos inseparables de nuestra cultura. España en uno de los países de Europa Occidental que cuenta con mayor tradición vitivinícola (Vázquez, Gayo y López, 2001) que se remonta a épocas anteriores a la presencia romana en la Península. España es el primer país mundial en cuanto a superfi-



cie de viñedo, 1.133.393 hectáreas, lo que representa un 2,5% del total de superficie de nuestro país aproximadamente, en torno a un tercio del total de viña de la Unión Europea y un 15% del total mundial. Pero si atendemos al nivel de producción, nuestro país se encuentra por debajo de Francia e Italia.

La gran variedad geográfica y climática ha propiciado una extensa gama de variedades y vinos, cada uno con su propia personalidad y junto con un esmerado cultivo y cuidadosa elaboración, han hecho que alcancen una posición de privilegio en el mercado internacional (MAPA, 2000; Vázquez, Gayo y López, 2001).

Este hecho ha determinado la necesidad de regularlos, de garantizar su calidad, de protegerlos y de potenciarlos en el ámbito comercial. Así, al amparo de determinadas leyes específicas y el apoyo de las Administraciones Públicas, las denominaciones de origen son las herramientas de gestión más efectivas.

Los vinos suelen denominarse indicando la región, comarca o localidad geográfica de la cual proceden, de forma que redefinen implícitamente las características específicas de los cuatro factores que citábamos con anterioridad. El nombre de la zona delimita la naturaleza geográfica de la misma: suelo y clima, y las costumbres y maneras de hacer tradicionales: variedad y mano del hombre.

Esta forma tradicional de nombrar un

vino alcanza su máxima expresión con el uso de las denominaciones de origen, sistema tutelado por la Administración Pública en el que para cada zona se definen las condiciones de producción fijando un reglamento y estableciendo los controles pertinentes que garanticen su cumplimiento. La Unión Europea ha asumido el sistema clasificando los vinos en:

–Vinos de calidad producidos en regiones determinadas (vcprd), entre los que se encuentran aquellos protegidos por una denominación de origen.

–Vinos de mesa: el resto.

Esto ha hecho que para una gran parte del mercado los productos comercializados en la categoría de vinos de mesa tengan cierta connotación negativa en cuanto a su calidad, aun cuando existen magníficos vinos de mesa de marcas determinadas pero que, al ser producidos en una zona que no está incluida en ninguna denominación de origen, no pueden utilizar la imagen de ninguna de éstas y tienen la obligación legal de utilizar en sus etiquetas la designación de “vinos de mesa” (Mijares y Sáez, 1996).

Por este motivo, en determinadas zonas, y como paso intermedio previo para alcanzar el grado de denominación de origen, se ha creado la designación de “Vinos de la Tierra de...”, que cualifican a los vinos en esa zona incluidos.



Además, existen denominaciones específicas que garantizan la calidad de ciertos vinos que se diferencian más que por su origen por su proceso específico de producción, como por ejemplo el cava, que tienen ese significado aun cuando por otros caminos hayan podido ser ya vcpdr, sin que en esa designación se contemple explícitamente la zona geográfica de su origen.

Actualmente, España cuenta con 57 denominaciones de origen (MAPA, 2002) reconocidas en el ámbito nacional e internacional como identificadoras de calidad, personalidad, tradición y diferenciación, en las que se encuentran registradas 641.617 hectáreas de viñedo (un 56,6% del total nacional), 163.023 viticultores y 6.193 bodegas, de las que 2.532 son embotelladoras. Adicionalmente, existen 30 vinos de la tierra y 20 indicaciones geográficas protegidas (FIAB, 2002)

### EL SISTEMA DE PROTECCIÓN Y CALIDAD ALIMENTARIA EN ARAGÓN

Aragón cuenta con un sistema de protección y calidad alimentaria al amparo del Departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón. En esta línea, por Decreto 233/2002, de 11 de julio, se crea el Consejo Agroalimentario de Aragón que, junto con la Dirección General de Industrialización y Comercialización, tiene establecidas una serie de medidas para fomentar la producción agroalimentaria de calidad certificada. Este sistema está estructurado en torno a las figuras de productos con denominación de origen y a la marca "Aragón Calidad Alimentaria".

Los productos con denominación de origen se encuentran perfectamente regulados por sus respectivos reglamentos que indican las zonas y métodos de producción para salvaguardar sus cualidades diferenciadoras y protegerlos de actuaciones externas que pudieran desvirtuarlos. El sistema regula y protege la producción y comercialización de vinos: Calatayud, Campo de Borja, Cariñena, Somontano y Cava; jamón: DO Jamón de

Teruel; melocotón: DO Melocotón de Calanda; aceite de oliva: DO Aceite del Bajo Aragón; ternasco: Denominación Específica Ternasco de Aragón; espárragos: DO Espárrago de Navarra y Agricultura Ecológica.

En lo que respecta al subsector vinícola, Aragón cuenta con 6 "Vinos de la Tierra": Bajo Aragón, Campo de Belchite, Terrazas del Gállego, Valdejalón, Valle del Cinca y Valle del Jiloca.

Adicionalmente, y para otros productos aragoneses que no pertenecen al sistema de denominación de origen, el Gobierno de Aragón presenta otra figura de garantía de calidad. Se trata de la marca colectiva "Aragón Calidad Alimentaria", propiedad de la Diputación General de Aragón, que autoriza su uso en los productos que cumplen los requisitos cualitativos exigidos y que están controlados por entidades independientes autorizadas. Este sistema se extiende a productos tales como el aceite de oliva virgen, arroz, borraja, carne de vacuno, cebolla dulce de Fuentes de Ebro, cecina, chorizo, Coc de Fraga, conservas de cerdo en aceite, fruta en conserva, fruta de protección integrada, Frutas de Aragón, huevos, lomo embuchado, longaniza de Aragón, melocotón Tardío de Calanda, miel, morcilla de Aragón, paleta curada, Piedrecitas del calvario, pollos camperos, quesos, repostería del maestrazgo y Trenza de Almudévar.



### DENOMINACIONES DE ORIGEN VINÍCOLAS DE ARAGÓN

Ya hemos dicho que Aragón cuenta con cinco denominaciones de origen vinícolas: Calatayud, Campo de Borja, Cariñena y Somontano y Cava y con seis designaciones de "Vinos de la Tierra": Bajo Aragón, Campo de Belchite, Terrazas del Gállego, Valdejalón, Valle del Cinca y Valle del Jiloca, por lo que aprecia la importancia y el peso que este subsector tiene en la industria agroalimentaria aragonesa.

#### • Denominación de Origen Cariñena

La DO Cariñena se encuentra situada en una zona semidesértica situada al sur de Zaragoza y al norte del Sistema Ibérico, es la más antigua de Aragón. Se reconoció como DO en 1933, consolidándose en el año 1960 y siendo revisada en 1990.

La DO Cariñena está formada por un total de 14.978 hectáreas, repartidas entre 14 municipios de Zaragoza.

El número de viticultores inscritos en su Consejo Regulador asciende a 3.669, y existen 50 bodegas, de las que tan sólo 24 son embotelladoras. La producción de vinos con DO es superior a 260.000 hectolitros por campaña.

Es una DO caracterizada tradicionalmente por los vinos tintos, elaborados a partir de las variedades Garnacha, Mazuela, Tempranillo, Juan Ibáñez, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah. Respecto a las variedades blancas, se encuentran autorizadas las variedades de Macabeo, Garnacha blanca, Parellada, Chardonnay y Moscatel de Alejandría.

La práctica totalidad de los vinos que comercializa son tintos (92,25%), seguidos a mucha distancia por los rosados (5,9%), blancos (1,7%) y una parte residual que se denomina "vinos de licor" y que representa el 0,15% del total. Del total producido, y para el año 2001, el 49% de la producción se vendió en los mercados nacionales, destacando Aragón y Cataluña.

La dimensión empresarial queda ca-





racterizada por un número medio de empleados en cada bodega de 7,3 (d.t.= 11), por una cantidad media comercializada de 1.818 miles de litros (rango superior = 17.783; rango inferior = 5,5) y por un valor medio de las ventas de 1.666,4 miles de euros (rango superior = 12.413,9; rango inferior = 4,8) para la campaña de 2001. Estos datos, al igual que en los casos anteriores, también requieren de ciertas precauciones por la gran dispersión existente entre las empresas, característica general de este sector en todo Aragón. En cuanto a la forma jurídica de las empresas, predominan las sociedades cooperativas, empresas individuales y sociedades limitadas.

• **Denominación de Origen Campo de Borja**

Su reconocimiento como D.O. vinícola data de 1978. Esta DO tiene inscritas un total de 7.231 hectáreas en su Consejo Regulador, correspondientes a 17 municipios que se encuentran en las faldas del Moncayo, zona de transición entre el Sistema Ibérico y el Valle del Ebro, en el noroeste de la provincia de Zaragoza y muy próximo a una de las zonas vitivinícolas más importantes del mundo, La Rioja. Esta DO aglutina a 2.025 viticultores y 15 bodegas, de las cuales todas son embotelladoras, con una producción

media superior a 100.000 hectolitros. Predomina la uva tinta con las variedades de Garnacha, Tempranillo, Merlot, Cabernet y Mazuela, y las blancas de Moscatel, Macabeo y Chardonnay. De la producción comercializada, el 80% fueron vinos tintos, el 11,3% rosados y el 8,7% restante blancos. El 55% del total de su producción va destinada a los mercados nacionales.

En cuanto a la dimensión empresarial, el número medio de empleados de cada bodega (11,8; d.t.= 11,8), cantidad media comercializada (1.659,6 miles de litros; rango superior = 8.000, rango inferior = 34) y valor medio de las ventas (1.306,2 miles de euros; rango superior = 5.409,1, rango inferior = 6,7) para la campaña de 2001, debe ser tomada también con precaución debido, de nuevo, a la gran dispersión existente entre las empresas. En cuanto a la forma jurídica de las empresas, predominan las sociedades cooperativas, si bien coexisten con alguna sociedad limitada, sociedad agrícola de transformación (SAT) y sociedad anónima.

• **Denominación de Origen Calatayud**

En 1989 se aprueban los primeros estatutos que rigen su funcionamiento, lo que le confiere la característica de ser la más joven de Aragón.

La DO Calatayud engloba a 7.300 hec-

táreas de viñedo, distribuidas entre 45 municipios de la ribera del río Jalón, en la provincia de Zaragoza. Aglutina a 2.898 viticultores y 14 bodegas, de las que 8 son embotelladoras. Predomina la uva tinta con las variedades, por orden de importancia, de Garnacha fina del país, Tempranillo, Mazuela, Cabernet Sauvignon, Syrah y Merlot, a las que hay que añadir las variedades de uva blanca aprobadas por el Reglamento que rige dicha DO: Macabeo, Chardonnay y Garnacha blanca.

El total de la producción para la campaña 2001 la encabezan los vinos tintos que con 66.585 hectolitros representan el 75,7% del total de la DO, seguidos por los vinos rosados con 11.873 hl (13,5%) y por los blancos con 9.903 hl.

Respecto a los mercados de destino, el 71% de la producción se dirige al mercado interior, dependiendo en gran medida del mercado local y regional, ampliado a Madrid y Cataluña, mientras que tan sólo un 29% va destinado a los mercados internacionales, siendo Reino Unido y Alemania los mercados más interesantes (MAPA, 2002; Dpto. Agricultura D.G.A., 2003).

La dimensión empresarial, medida en relación al número medio de empleados de cada bodega (8,2; d.t.= 8,7), cantidad media comercializada (979,1 miles de litros; rango superior = 3.000, rango inferior = 16) y valor medio de las ventas (1.007,9 miles de euros; rango superior = 4.657,8, rango inferior = 12) para la campaña de 2001, debe ser tomada con cierta cautela debido a la gran dispersión existente entre las diferentes bodegas. En cuanto a la forma jurídica de las empresas, predominan las sociedades cooperativas y alguna sociedad limitada.

• **Denominación de Origen Somontano**

La DO cuenta con 2.911 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 44 municipios, lo que la define como la de menor extensión y más dispersa de todo Aragón. Situada al pie de los Pirineos, entre los ríos Alcanadre y Cinca, y atravesada por el



río Vero, presenta una orografía ondulada de llanuras y cerros propios del piedemonte. El número de viticultores inscritos en su Consejo Regulador es de 450, y cuenta con 10 bodegas autorizadas. La producción de vino con DO supera los 100.000 hectolitros por campaña.

Respecto a las variedades tintas, se cultiva Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Merlot, Moristel, Parraleta, Garnacha y Pinot Noir. En cuanto a las blancas, nos encontramos con Macabeo, Chardonnay, Garnacha blanca, Alcañon y Gewürtraminer, variedad alemana que ha calado perfectamente en esta DO.

El volumen más importante de vino comercializado es tinto, que representa un 66,3% del total. Los vinos blancos, de gran calidad y prestigio, ocupan en este caso el segundo lugar, con un porcentaje del 21,13%, mientras que los rosados aparecen en tercer lugar con un porcentaje del 12,57%.

Del total producido, la gran mayoría de la producción se vende en los mercados nacionales (79%), Aragón, Cataluña y Madrid principalmente, mientras que tan sólo el 21% se exporta, destacando Alemania, Estados Unidos, Reino Unido y Suiza.

Respecto a la dimensión empresarial, ésta se caracteriza por una plantilla media de 30,8 (d.t. = 32,7) empleados en cada bodega, la mayor de Aragón en lo que a este parámetro se refiere; por una cantidad media comercializada de 1.055 miles de litros (rango superior = 3.000; rango inferior = 77) y por un valor medio de las ventas de 2.792,8 miles de euros (rango superior = 11.118,7; rango inferior = 8,7), que también supone el mayor de todas las DO aragonesas, para la campaña de 2001. Estos datos deben interpretarse, sin embargo, con mucho cuidado por la gran dispersión existente entre bodegas. En cuanto a la forma jurídica de las empresas destacan las sociedades anónimas y sociedades limitadas. Es, quizás, en esta DO donde se aprecia una mayor profesionalización y rigor en la gestión de las empresas.

### • Denominación de Origen Cava

En los municipios de Ainzón (DO Campo de Borja), Cariñena (DO Cariñena), Calatayud (DO Calatayud) y Jarque, todos ellos en la provincia de Zaragoza, es tradicional la producción de vino espumoso siguiendo fielmente el método champenoise. Así, y gracias a la creación de la región del Cava, que abarca a varias comunidades autónomas, y al reconocimiento de estos vinos como vcpd, estos municipios quedaron integrados en dicha región al amparo del Consejo Regulador correspondiente cuya sede se encuentra en Villafranca del Penedés, provincia de Barcelona.

Son cinco las bodegas aragonesas inscritas en la DO Cava y todas pertenecen a una u otra DO de las expuestas anteriormente, pero dedican una parte de su producción a elaborar vinos espumosos.

### CONCLUSIONES

Finalmente, y a modo de conclusión, vamos a enumerar y explicar brevemente algunos de los rasgos comunes que presentan las diferentes DO aragonesas, si bien es lógico pensar que cada una tendrá sus rasgos propios diferenciales, mu-

chos de los cuales aparecen en los epígrafes dedicados a cada una de ellas.

Está claro que el subsector vinícola, dentro de la industria agroalimentaria, representa un motor de desarrollo vital no sólo para el entorno rural de Aragón, sino para toda la comunidad autónoma. Emplea gran cantidad de mano de obra y absorbe una importante masa de capital que genera un mayor valor añadido que revierte en el resto de sectores económicos y en la sociedad en general.

En cualquier caso, en primer lugar tendríamos que hablar de la gran dispersión en cuanto al número de empleados, cantidad media comercializada y valor medio de las ventas con los que definíamos la dimensión empresarial. En términos generales y para todas las empresas que conforman las cinco DO vinícolas de Aragón, el número medio de empleados se sitúa en 8,9 (d.t. = 14,8), la cantidad media comercializada en 1.231,9 miles de litros (rango superior = 17.783; rango inferior = 5,5), y el valor medio de las ventas en 1.245,8 miles de euros (rango superior = 12.413,9; rango inferior = 4,8).

El destino de los vinos aragoneses son tanto los mercados nacionales como los internacionales. Respecto a los primeros destacan Aragón, Cataluña y Madrid, donde las fórmulas de distribución preferidas son los distribuidores propios, las cadenas de distribución y los establecimientos de hostelería, quedando en segundo plano los establecimientos minoristas y las tiendas especializadas. Destaca la apuesta de la DO Somontano por el sector de restauración. Respecto a los internacionales, sobresalen los países miembros de la Unión Europea, Alemania y Reino Unido en especial, y Estados Unidos. En un segundo plano citaríamos los mercados de Suiza y Japón. En estos mercados la fórmula de distribución preferida en general continúa siendo la de las cadenas de distribución, mientras que la DO Somontano se diferencia a través del sector HORECA y de las tiendas especializadas. Cuanto mayor categoría tienen los vinos y más elevados son sus precios,



más oportunidades presenta el canal HORECA.

Lo que si resulta evidente es que Aragón representa el primer mercado para la totalidad de vinos con DO de esta comunidad, mercado en el que curiosamente no había ostentado el liderato hasta fechas recientes. Además, la exportación debe verse como el principal mercado de expansión, una vez que el mercado nacional, a pesar de encontrar determinados segmentos en expansión y nichos capaces de aceptar un continuo aumento de los precios, se encuentra saturado.

El nivel tecnológico y profesional representa un factor esencial para alcanzar una adecuada competitividad. En este sentido, el número de titulados superiores y medios en las bodegas aragonesas ha crecido considerablemente en la última década, como necesidad para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. Sobresale la DO Somontano que, a pesar del pequeño volumen de vino comercializado, tiene una tercera parte de la mano de obra que produce vinos de calidad en Aragón, la cual está altamente cualificada.

Para la práctica totalidad de los consumidores, el vino de calidad es aquel que se encuentra en el lineal de venta embotellado y bien presentado, mientras que aquel que se vende a granel suele considerarse de peor calidad. En Aragón, salvo la DO Somontano, el volumen de vino comercializado sin certificación representa un porcentaje elevado respecto al total producido. En este contexto, el embotellado es la única solución a corto plazo, prescindiendo de las ventas a granel y en garrafa. Además, las empresas deben realizar una apuesta decidida por la calidad de sus productos y por adaptarlos a los nuevos gustos y demandas de los consumidores, en las que priman las características organolépticas del producto y la imagen y reputación de cada DO. Los atributos que rodean a las características físicas requieren la máxima atención.

Y finalmente, podría resultar muy interesante la opción de llevar a cabo accio-



nes conjuntas de comunicación al amparo de las instituciones públicas. Un estudio de la Dirección General de Industrialización y Comercialización Agraria del Gobierno de Aragón, para el año 2003, señala que la gran mayoría tiene una actitud favorable, excepto la DO Somontano que, debido a su mejor posicionamiento en el mercado, podría ver como una asociación con el resto de DO perjudicaría su imagen y la podría colocar en la misma posición que el resto. Sin embargo, sí que existe unanimidad en cuanto a la publicidad genérica de cada DO.

Con todos estos elementos, las perspectivas que se presentan en el futuro para las DO aragonesas son relativamente buenas, pero, en cualquier caso, éstas deberán atender a todos y cada uno de los cambios que acontezcan en estos mercados para adaptarse a los mismos y poder seguir desarrollando su actividad productiva y comercial. ■

**JESÚS J. CAMBRA FIERRO**

**YOLANDA POLO REDONDO**

Departamento de Economía y  
Dirección de Empresas  
Universidad de Zaragoza

### BIBLIOGRAFÍA

BELLO, L. y GÓMEZ, J. (1997): "Interacciones entre marketing industrial y marketing de relaciones", Revista Asturiana de Economía, nº 9, pp. 7-21.

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRARIAS DEL GOBIERNO DE ARAGÓN (2003): Los mercados de los vinos de Aragón, Departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón, Zaragoza.

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB) (2002): Una aproximación a la industria española de alimentación y bebidas, Madrid.

FERNÁNDEZ, M. y GONZÁLEZ, M. (2001): "Los indicadores geográficos como garantía de calidad: organización y perspectivas en el sector agroalimentario", Revista Asturiana de Economía, nº 22, pp. 27-46.

MARTÍN, M. y VIDAL, F. (2001): "Análisis comparativo de las bodegas cooperativas inscritas en las Denominaciones de origen vitícolas de la Comunidad Valenciana", Esic Market, septiembrediciembre, pp.143-168.

MIJARES, I. y SÁEZ, J. (1996): "Vinos de Aragón

Navarra y los chacolís", Ed. El País-Aguilar, Madrid.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (MAPA) (2002): Hechos y cifras del sector agroalimentario y medio rural español 2001, Madrid.

SAINZ, H. (1997): "Alimentos con historia, alimentos de calidad", Distribución y Consumo, nº 31/ diciembre-enero, pp. 51-67.

SAINZ, H. (2000): "La actitud de los consumidores ante los vinos con denominación de origen", Distribución y Consumo, nº 55/ diciembre-enero, pp.105-131.

VAN TRIPJ, H. et al. (1997): "Quality labelling as instrument to create product equity: the case of IKB in the Netherlands", En Wierenga, B et al. (1997): Agricultural marketing and Consumer Behavior in a Changing World, Ed. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht The Netherlands, pp. 201-216.

VÁZQUEZ, P., GAYO, A. y LÓPEZ, M. (2001): "A situación actual e de futuro dun viño novo: a Denominación de Orixe Rías Baixas", Revista Galega de Economía, vol.10/ 2, pp. 93-106.