

Marco jurídico-económico adaptativo y protector del modelo de “ecosistema enoturístico colaborativo dinámico” (EECD)

Adaptive and Protective Legal-Economic Framework for the Dynamic Collaborative Wine Tourism Ecosystem (DCTE) Model

Manuel Velasco-Carretero

Investigador Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo*
m.velasco@uma.es | <https://orcid.org/0009-0005-6473-1747>

Antonio Guevara-Plaza

Depto. de Lenguajes y Ciencias de la Computación
Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo, Universidad de Málaga
guevara@uma.es | <https://orcid.org/0000-0002-2400-0668>

Carlos Rossi-Jiménez

Depto. de Lenguajes y Ciencias de la Computación
Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo, Universidad de Málaga
rossi@uma.es | <https://orcid.org/0000-0002-5465-2501>

Enviado: 24 de junio de 2025

Aceptado: 29 de noviembre de 2025

<https://doi.org/10.24310/rejie.33.2025.22041>

RESUMEN

El artículo analiza los aspectos jurídicos y económicos de un modelo de gestión optimizado para un Ecosistema Enoturístico Colaborativo Dinámico (EECD). Este modelo busca impulsar la rentabilidad y el desarrollo local sostenible mediante la colaboración, la integración de tecnología, y un marco legal sólido y adaptativo. Se propone la Agrupación de Interés Económico (AIE) como figura idónea para articular la entidad central o Nexo, destacando su finalidad auxiliar a los socios y flexibilidad. El uso de la Inteligencia Artificial (IA) debe regirse por el Reglamento (UE) 2024/1689 (Reglamento IA), que proporciona seguridad jurídica, apoya la innovación y establece requisitos y obligaciones de transparencia. La protección de datos de carácter personal es fundamental, conforme a la Ley Orgánica 3/2018 (LOPDGDD) y el RGPD, que garantiza derechos individuales y define los principios y bases del tratamiento lícito. Otros aspectos jurídicos notables incluyen el reparto claro de responsabilidades en acciones conjuntas y el establecimiento de modelos de pago/comisiones transparentes para la venta cruzada y productos conjuntos.

PALABRAS CLAVE

Enoturismo, Ecosistema Colaborativo, Modelo de Gestión, Marco Jurídico, Agrupación Interés Económico (AIE), Inteligencia Artificial (IA), Reglamento IA, Protección de Datos.

ABSTRACT

The document analyzes the legal and economic aspects of an optimized management model for a Dynamic Collaborative Wine Tourism Ecosystem (EECD). This model aims to boost profitability and sustainable local development through collaboration, the integration of technology, and a solid, adaptive legal framework. The Economic Interest Grouping (EIG/AIE) is proposed as the suitable legal entity to structure the central body or Hub/Nexo, highlighting its auxiliary purpose to its members and flexibility. The use of Artificial Intelligence (AI) must comply with Regulation (EU) 2024/1689 (AI Act), which provides legal certainty, supports innovation, and establishes requirements and transparency obligations. Personal data protection is essential, in accordance with Organic Law 3/2018 (LOPDGDD) and the GDPR, which guarantees individual rights and defines the principles and bases of lawful processing. Other essential legal aspects include the clear distribution of responsibilities in joint actions and the establishment of transparent payment/commission models for cross-selling and joint products.

KEYWORDS

Wine Tourism, Collaborative Ecosystem, Management Model, Legal Framework, Economic Interest Grouping (EIG/AIE), Artificial Intelligence (AI), AI Act, Data Protection.

* Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo: Universidad Antonio de Nebrija, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Alicante, Universidad de Cádiz, Universidad de Extremadura, Universidad de La Laguna, Universidad de Málaga, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla, Universidad de Vigo, Universidad Rey Juan Carlos y Universitat Oberta de Catalunya.



Sumario: 1. Introducción. 2. Argumento y Objetivos. 2.1. Contexto. 2.2. Objetivo de la investigación. 2.3. Justificación. 3. Propuesta. 3.1. Ecosistema Enoturístico Colaborativo Dinámico (EECD). 3.2. El Nexo. 3.3. La Tecnología. 3.4. La Operatividad. 4. Marco Jurídico-Económico Adaptativo y Protector. 4.1. Alternativas para la forma jurídica. 4.2. Agrupación de Interés Económico. 4.3. ¿Por qué la investigación considera idónea la AIE para el EECD? 4.4. ¿Y qué sucede con el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en el modelo? 4.5. ¿Y en qué puede afectar y ayudar el Reglamento IA al EECD? 4.6. ¿Y la protección de datos de carácter personal? 4.7. ¿Cómo puede ayudar y afectar el ordenamiento jurídico en materia de protección de datos al EECD? 4.8. Otros aspectos jurídicos que se deben tener en cuenta en el modelo EECD. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

1. Introducción

El enoturismo es una práctica prometedora para el desarrollo local y la sostenibilidad, evolucionando en España hacia un modelo que involucra a los turistas como agentes activos en la conservación del entorno. La investigación se centra en la optimización de la gestión de rutas enoturísticas mediante avances tecnológicos, incluyendo el "enoturismo inteligente" de Buhalis (2019)¹, que personaliza experiencias y optimiza operaciones. Esta optimización es básica para aumentar la rentabilidad de los miembros de las rutas y el desarrollo territorial, además de conceptualizar una oferta más atractiva. El estudio también aborda la necesidad de analizar el ordenamiento jurídico para fomentar la colaboración, garantizar la calidad y proteger derechos, buscando un modelo de gestión rentable, sostenible y de alta calidad, que promueva el desarrollo local y el cumplimiento legal.

La finalidad general de este trabajo es analizar los aspectos jurídicos del modelo de gestión operativo y comercial optimizado que se propone para los miembros de un marco enoturístico que, mediante la integración efectiva de tecnologías y la consideración del marco legal vigente, impulse la rentabilidad y contribuya al desarrollo local sostenible. Entre los objetivos específicos se encuentra identificar las principales barreras y oportunidades para la adopción de tecnologías en la gestión de los miembros de rutas enoturísticas, analizar el marco legal (económico y jurídico) que regula la actividad enoturística, identificando posibles áreas de mejora para favorecer la innovación y la competitividad del sector, desarrollar un modelo conceptual de gestión optimizada para rutas enoturísticas, que integre las dimensiones tecnológica, experiencial, económica y legal y proponer estrategias y recomendaciones para la implementación del modelo de gestión optimizada en diferentes contextos enoturísticos.

¹ BUHALIS, D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*.

2. Argumento y Objetivos

2.1. Contexto

Siguiendo a Ammirato et al. (2022)², en un mundo cada vez más interconectado y digitalizado (Anglani et al. 2023)³, el sector turístico se enfrenta a retos significativos y, a la vez, oportunidades sin precedentes, puesto que la implementación de tecnologías digitales inteligentes (Avinç y Yildiz, 2024)⁴ se ha convertido en una prioridad para los responsables territoriales que buscan mejorar la competitividad y atraer a un mayor número de visitantes. En este marco, el turismo inteligente emerge como una solución viable para gestionar eficientemente los recursos turísticos y ofrecer experiencias personalizadas a los viajeros, al tiempo que se potencia el desarrollo socioeconómico local (Soldato y Massari, 2024)⁵.

En cuanto al enoturismo, práctica que vincula la cultura del vino con experiencias turísticas, ha experimentado una evolución significativa en España, consolidándose como una de las principales atracciones en diversas comarcas vinícolas. Interpretando la doctrina de Morgan, Elbe et al. (2009)⁶ y Gilmore y Pine (1999)⁷, la intersección entre la tradición vinícola y las innovaciones tecnológicas está transformando la experiencia del enoturismo, ofreciendo a los visitantes una inmersión más rica y significativa en el patrimonio vitivinícola de cada zona. El avance de la tecnología juega un papel importante en la promoción y mejora de las experiencias enoturísticas (Szpilko, 2017)⁸. Por otro lado, las herramientas digitales permiten la creación de aplicaciones que facilitan la información sobre las bodegas, los tipos de vino, y las actividades disponibles, lo que, a su vez, satisface la evolución tecnológica del turista (Malik et al. 2017)⁹. Y es que las rutas enoturísticas no se quedan solamente a la cata de vinos, sino que incluyen experiencias gastronómicas que permiten a los turistas disfrutar de la rica gastronomía local en combinación con los vinos de cada zona vitivinícola, enfoque multidimensional del enoturismo que, siguiendo la tesis de Gilmore y Pine (1999), de multidimensionales vinculadas¹⁰, satisface a los amantes del vino y

2 AMMIRATO, S., LINZALONE, R., CARLUCCI, D. (2022). Digital business models in cultural tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

3 ANGLANI, F., PENNETTA, S., REAICHE, C., BOYLE, S. (2023). Crossing digital frontiers with cultural intelligence—A new paradigm for project managers. *International Journal of Project Management*.

4 AVINÇ, G.M., YILDIZ, A. (2024). Evaluating the attractiveness of architectural destinations with content analysis method and artificial intelligence: the case of Ankara. *HBRC Journal*.

5 SOLDATO, E., MASSARI, S. (2024). Creativity and digital strategies to support food cultural heritage in Mediterranean rural areas. *EuroMed Journal of Business*.

6 MORGAN, M., ELBE, J., CURIEL, J. E. (2009). Has the experience economy arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas. *International Journal of Tourism Research*.

7 GILMORE, J., PINE, J. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.

8 SZPILKO, D. (2017). Tourism supply chain—Overview of selected literature. *Procedia Engineering*.

9 MALIK, R., MADAPPA, T., CHITRANSHI, J. (2017). Diversity management in tourism and hospitality: An exploratory study. *Foresight*.

10 Desconexión, educación, entretenimiento, gastronomía, paisaje...

atrae a aquellos otros interesados en la cultura, la gastronomía y el paisaje. A ello se une el desarrollo de propuestas que involucran la participación activa de los turistas, como talleres de elaboración de vino, enoturismo sensorial... iniciativas todas ellas que promueven una conexión más intensa entre los visitantes y la cultura vitivinícola de cada comarca. Tampoco se debe olvidar la influencia del principio de sostenibilidad (Kirafova, 2019)¹¹, que empieza a conformarse como otro motor del enoturismo, al crecer la conciencia sobre la importancia de prácticas agrícolas responsables y el compromiso de las instituciones vitivinícolas con el medio ambiente.

Por tanto, el enoturismo puede ser un motor de desarrollo local y un medio para aumentar la competitividad de las bodegas exportadoras (Lopes et al. 2022)¹², siendo las Denominaciones de Origen (DDO) básicas para asegurar la calidad y la singularidad del vino (Yagüe y Jiménez, 2002)¹³, mientras que las Rutas del Vino pueden articular eficazmente recursos y generar un ambiente propicio para la inversión en turismo (Molina y Gómez, 2022)¹⁴. Por lo anterior, es perentoria la implementación de estrategias que aprovechen mejor el enoturismo como herramienta de promoción, acrecentando el valor añadido de los productos, resaltando sus características (López y Sánchez, 2008)¹⁵, transformándose en una herramienta principal para la promoción del vino y como vía para incrementar la competitividad y mejorar la supervivencia exportadora de las bodegas.

2.2. Objetivo de la investigación

La investigación se propone llenar una serie de vacíos identificados en la literatura existente sobre la gestión de rutas enoturísticas. Se destaca la falta de integración de tecnologías desde la óptica de los miembros de un marco enoturístico. Si bien existen estudios sobre el uso de tecnologías en el turismo, hay una carencia de investigación específica sobre cómo integrar de manera efectiva estas herramientas en la gestión integral de las entidades que conforman una ruta del vino y que participan en la conformación de la oferta enoturística. Por tanto, se necesita explorar cómo las tecnologías, en un marco económico y jurídico seguro, pueden optimizar la gestión de los recursos y facilitar la colaboración entre los agentes del sector.

11 KIRAFOVA, A. (2019). Sustainable tourism marketing strategy: Competitive advantage of destination. In I. Management Association (Ed.), Sustainable tourism: Breakthroughs in research and Practice.

12 LOPES, C., RENGIFO GALLEGOS, J., LEITÃO, J. (2022). Los productos de calidad y el desarrollo de actividades turísticas: el caso de Extremadura (España) y Região Centro (Portugal). Finisterra. Recogido en Velasco-Carretero, Manuel (2023). Enoturismo como estrategia integral. Sitio vinopost. Visitado el 07/09/2024. <https://vinopost.blogspot.com/2023/01/enoturismo-como-estrategia-integral.html>

13 YAGÜE, M. J., JIMÉNEZ, A. I. (2002). La denominación de origen en el desarrollo de estrategias de diferenciación: percepción y efectos de su utilización en las sociedades vinícolas de Mancha y Valdepeñas. Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros.

14 MOLINA COLLADO, M. V., GÓMEZ RICO, M. (2022). La importancia de la comunicación y la marca de vino en la intención de visitar bodegas. In A. MONFORT & S. FERNÁNDEZ LORES (Coords.), Leveraging new business technology for a sustainable economic recovery.

15 LÓPEZ, T.J., SÁNCHEZ, S.M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

2.3. Justificación

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación más amplio con un enfoque metodológico mixto, empleando tres métodos: cuantitativo (encuesta a la muestra de una población delimitada), cualitativo (entrevistas a comité de expertos) y participativo (realización de un taller con miembros de marcos enoturísticos, practicando el método investigación-acción). La combinación de estas metodologías permite abordar el problema de investigación desde diferentes perspectivas, enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado y fortaleciendo la validez de los resultados. El objetivo principal es analizar y proponer un modelo de gestión operativo y comercial optimizado para los miembros de un marco enoturístico que, mediante la integración efectiva de tecnologías y la consideración del marco legal vigente, impulse la rentabilidad y contribuya al desarrollo local sostenible.

Entre las conclusiones de la triangulación de las tres investigaciones realizadas se resalta que el enoturismo, en evolución hacia la sostenibilidad y autenticidad, presenta un sector multifacético con entidades de distribución desigual en España. La digitalización es clave, con un uso extendido de herramientas de comunicación, pero se requiere mayor innovación en tecnologías avanzadas. Aunque la actualización de software es mayormente preventiva, persiste desconocimiento sobre su importancia. Las principales barreras para la adopción tecnológica son la falta de recursos y conocimiento, lo que limita la innovación. La percepción de mejora en eficiencia tras la inversión en tecnología es moderada, con oportunidades para potenciar su impacto.

Existe un conocimiento creciente, aunque no generalizado, de la inteligencia artificial generativa, vista como una aliada para mejorar tareas, especialmente en la creación de contenidos y atención al cliente. Su uso, sin embargo, es aún limitado, con ChatGPT como herramienta principal. La automatización de marketing y el email marketing tienen una adopción y valoración variables. Existe incertidumbre sobre el uso de la IA generativa en campañas de marketing, aunque se reconoce su potencial para la personalización, vista como un factor clave para mejorar la experiencia del cliente.

El uso de sistemas “*Customer Relationship Management*” o Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)¹⁶ es limitado, con interés en soluciones digitales, mientras que el software de contabilidad y facturación está ampliamente adoptado, aunque con margen para una mayor integración y automatización. La colaboración en promoción y marketing en las Rutas del Vino tiene potencial sin explotar, requiriendo mayor coordinación y plataformas compartidas. La percepción del sector sobre la tecnología para mejorar la colaboración es positiva, aunque con preocupaciones sobre recursos. Se destaca la necesidad de formación, acceso a recursos y adopción gradual de soluciones digitales para una cooperación más eficiente e innovadora.

16 Conjunto de estrategias, tecnologías y prácticas que las empresas utilizan para gestionar y analizar sus interacciones con los clientes.

3. Propuesta

3.1. Ecosistema Enoturístico Colaborativo Dinámico (EECD)

Una vez analizados y triangulados los resultados de las tres investigaciones, se propone una interrelación entre los miembros de un marco enoturístico en modo economía colaborativa, que el investigador denomina "Ecosistema Enoturístico Colaborativo Dinámico" (EECD), que va más allá de una figura jurídica única y se enfoca en una estructura flexible y escalable, que integra elementos de gobernanza, comercialización, financiación y cumplimiento, aprovechando la tecnología para su optimización. El EECD se basa en la premisa de que una Ruta del Vino exitosa no es una suma de individualidades, sino una red sinérgica donde cada miembro contribuye y se beneficia, maximizando el valor para el turista y para el ámbito territorial específico, sustentándose en cuatro pilares interconectados: Gobernanza y Estrategia Centralizada con Flexibilidad Operativa. Plataforma Tecnológica Unificada (*Smart Enotourism Hub*). Modelos Comerciales Flexibles y de Valor Añadido. Marco Jurídico-Económico Adaptativo y Protector.

3.2. El Nexo

En relación con la Gobernanza y Estrategia Centralizada con Flexibilidad Operativa (El "Nexo"), el investigador propone la creación de una entidad centralizada de coordinación y gestión para la Ruta del Vino, que podría adoptar diversas formas jurídicas, y aquí es donde figuras como la Agrupación de Interés Económico (AIE) o incluso un Consorcio, una Asociación de Empresas (con un enfoque muy proactivo y capacidad de gestión), o una Fundación (si se busca un componente más de promoción y desarrollo sostenible con menor ánimo de lucro directo) podrían ser estudiadas. La investigación opta por una AIE, por considerar esta figura jurídica adecuada para el fin que se pretende, ya que su objetivo es facilitar o desarrollar la actividad económica de sus miembros, mejorar o acrecentar sus resultados, no tiene ánimo de lucro para sí misma, pero sí para sus socios, permite una gestión conjunta de actividades de marketing, compras, desarrollo tecnológico, etc., con una responsabilidad solidaria o subsidiaria limitada si así se pacta, siendo su flexibilidad fiscal y operativa la que la hace muy atractiva.

¿Cuál serían las funciones del Nexo? Definición de estrategia común, en el sentido de visión, misión y objetivos de la ruta (sostenibilidad, calidad, especialización, digitalización); gestión de la Marca, marketing conjunto, promoción nacional e internacional, eventos: estándares de Calidad, estableciendo y supervisando criterios de calidad y sostenibilidad para los servicios y productos ofrecidos por los miembros; fomento de la investigación, desarrollo e innovación en el enoturismo y, caso de que no exista una asociación, interlocución única, representando ante administraciones públicas y otras entidades. Asimismo, dentro del Nexo, se formarían comités específicos (Marketing Digital, Sostenibilidad, Experiencia del Cliente, Desarrollo de Producto) para fomentar la participación activa y el intercambio de conocimientos entre los miembros, sin olvidar la formación continua, articulada a través de programas de capacitación para los miembros en áreas como marketing digital, gestión de reservas, atención al cliente, sostenibilidad, nuevas tecnologías, etc.

3.3. La Tecnología

En cuanto a la Plataforma Tecnológica Unificada (*Smart Enotourism Hub*), es el motor del aspecto colaborativo y la digitalización, convirtiendo la ruta en un "Enoturismo Inteligente".

Un sistema CRM compartido y accesible por todos los miembros permitiría visión 360° del Turista, conocer sus preferencias, historial de visitas, interacciones con distintas bodegas/alojamientos de la ruta; segmentación avanzada, mediante la creación de ofertas personalizadas y campañas de marketing dirigidas; fidelización, a través de programas de puntos, descuentos cruzados y beneficios exclusivos para turistas que visitan múltiples establecimientos de la ruta; plataforma de reservas y gestión de la oferta integrada, como único portal web y app móvil para la ruta donde los turistas puedan buscar, comparar y reservar experiencias (visitas a bodegas, alojamientos, restaurantes, actividades complementarias); integración con los sistemas de gestión internos de cada miembro para disponibilidad en tiempo real y automatización de reservas; *big data* y analítica, recopilando y analizando datos sobre el comportamiento del turista, patrones de visita, preferencias, para una toma de decisiones estratégica en marketing y desarrollo de producto.

También, la disposición de herramientas Colaborativas (B2B), materializadas en un portal interno (Intranet/Extranet) para los miembros, facilitando la comunicación, el intercambio de información, la gestión de proyectos conjuntos y la oferta de servicios entre ellos (por ejemplo: un alojamiento puede ver disponibilidad en una bodega para un grupo, o un restaurante puede coordinar menús con una bodega); sistemas de comunicación interna (chats, foros, avisos), y no olvidar las tecnologías emergentes, explorando el uso de Inteligencia Artificial (IA) para personalización de la experiencia, realidad aumentada/virtual para visitas inmersivas, IoT¹⁷ para gestión de viñedos y bodegas o *blockchain*¹⁸ para trazabilidad del producto.

3.4. La Operatividad

Respecto a los modelos comerciales flexibles y de valor añadido, obviamente esta colaboración entre los miembros de un marco enoturístico también influye en el aspecto productivo, integrando la oferta comercial paquetes y experiencias conjuntas, mediante el desarrollo de productos turísticos integrados que involucren a varios miembros; venta cruzada y retribuciones económicas bien estructuradas mediante comisiones u otras compensaciones económicas, incentivando, de esta forma, la venta de productos y servicios de otros miembros de la ruta, con un sistema transparente de comisiones gestionado por el Nexo; compras agregadas, ya que el Nexo podría negociar con proveedores comunes (material de marketing, transporte, seguros) en nombre de todos los miembros para obtener mejores precios; comercialización B2B con agencias y touroperadores, actuando el Nexo como punto de contacto único para la venta a mayoristas, simplificando el proceso para los operadores externos y abriendo nuevos mercados, y una estrategia de precios dinámicos, utilizando la tecnología para optimizar la oferta de precios en función de la demanda, estacionalidad y eventos.

17 “Internet of Things”, que se traduce como “Internet de las Cosas” en español, tecnología referida a la red de objetos físicos que están conectados a internet, permitiendo que recopilen y compartan datos, y se comuniquen entre sí y con otros sistemas.

18 Tecnología que permite registrar y verificar transacciones de manera segura y transparente, mediante un libro mayor digital distribuido e inmutable. Es una base de datos descentralizada y criptográficamente segura que registra información de forma permanente.

4. Marco Jurídico-Económico Adaptativo y Protector

El cuarto elemento, marco jurídico, sobre el que se centra este artículo, el investigador lo considera un contrafuerte básico para dar solidez y seguridad al modelo colaborativo propuesto.

4.1. Alternativas para la forma jurídica

La Agrupación de Interés Económico (AIE) posibilita la colaboración empresarial con personalidad jurídica propia, pero sin ánimo de lucro para la AIE en sí misma, sino para los socios. Esto es ideal para actividades conjuntas de marketing, investigación, servicios compartidos, gestión de la plataforma tecnológica, etc. Su flexibilidad contractual permite adaptar los derechos y obligaciones de los socios.

Consorcio/Unión Temporal de Empresas (UTE): Si la colaboración es para proyectos específicos y de duración limitada, aunque el enoturismo busca continuidad.

Asociación de Empresas: Más flexible en su constitución, de hecho, existen en España muchas asociaciones representativas de rutas del vino. La investigación observa en esta figura una menor capacidad operativa comercial directa si no se estructura adecuadamente.

Convenios de Colaboración Internos: Más allá de la figura jurídica del Nexo, se redactarían convenios o acuerdos marco entre los miembros.

4.2. Agrupación de Interés Económico

De las alternativas barajadas, la investigación considera que la AIE es la que mejor se adapta al modelo EECD. La Ley 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico (LAAIE), publicada en el «BOE» núm. 103 del 30 de abril de 1991, introdujo en el ordenamiento jurídico español una nueva figura asociativa diseñada para facilitar o desarrollar la actividad económica de sus miembros. Esta ley vino a sustituir las figuras previas de las Agrupaciones de Empresas reguladas por leyes anteriores. La AIE posee personalidad jurídica y carácter mercantil, rigiéndose principalmente por lo dispuesto en la LAAIE, y de forma supletoria, por las normas de la sociedad colectiva que sean compatibles con su naturaleza específica. Este vínculo con la sociedad colectiva, siguiendo una trayectoria similar a la del Derecho alemán, buscaba aprovechar el caudal doctrinal y jurisprudencial existente para configurar un régimen completo para esta nueva figura.

La finalidad de una AIE es exclusivamente facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios, sin tener ánimo de lucro para sí misma. Su objeto se limita estrictamente a una actividad económica auxiliar de la que desarrollan sus socios. La ley establece una prohibición clave: la Agrupación no puede poseer participaciones en sus miembros ni dirigir o controlar sus actividades o las de terceros. Pueden constituir una AIE personas físicas o jurídicas que realicen actividades empresariales, agrícolas o artesanales, entidades no lucrativas dedicadas a la investigación, y quienes ejerzan profesiones liberales. Una característica es la responsabilidad de los socios. Los socios de la Agrupación responden personal y solidariamente entre sí por las deudas de esta. Esta responsabilidad es, además, subsidiaria de la de la Agrupación de Interés Económico.

En cuanto a su constitución y funcionamiento, la Agrupación debe inscribirse en el Registro Mercantil y en su denominación debe figurar necesariamente la expresión «Agrupación de Interés Económico» o las siglas A.I.E. La escritura de constitución debe contener información como la identidad de los socios, el capital (si lo hay), la denominación, el objeto, la duración, el domicilio y la identidad de los administradores. También puede incluir pactos sobre la adopción de acuerdos, el régimen de los administradores y las reglas para la distribución de resultados. La adopción de acuerdos puede realizarse en asamblea, por correspondencia o por otros medios escritos. Ciertas modificaciones de la escritura, como el objeto o el número de votos, requieren unanimidad de todos los socios. Para otras cuestiones, se requiere unanimidad salvo que la escritura establezca otras mayorías. La asamblea es convocada por los administradores, por iniciativa propia o a instancia de cualquier socio.

La administración de la Agrupación recae en una o varias personas, designadas en la escritura o por acuerdo de los socios. Pueden ser personas jurídicas (con representante natural) o no socios, a menos que la escritura disponga lo contrario. Los administradores responden solidariamente por los daños causados a la Agrupación si no actúan con la debida diligencia. La representación de la Agrupación corresponde a los administradores. Las limitaciones a sus facultades representativas no son eficaces frente a terceros, salvo en casos específicos donde se pruebe que el tercero conocía que los actos excedían del objeto social. La ley contempla la separación de socios, ya sea por los casos previstos en la escritura, por justa causa o por consentimiento de los demás socios. En el caso de AIEs constituidas por tiempo indefinido, la voluntad de separarse comunicada con antelación mínima de tres meses se considera justa causa. La pérdida de la condición de socio puede ocurrir por dejar de cumplir los requisitos legales o estatutarios, o por declaración de concurso, quiebra o suspensión de pagos. La quiebra, muerte o disolución de un socio no implica automáticamente la disolución de la Agrupación, a menos que los demás socios no lleguen a un acuerdo para su subsistencia.

La disolución de la Agrupación puede darse por diversas causas, como el acuerdo unánime de los socios, la expiración del plazo, la conclusión o imposibilidad de realizar el objeto, la paralización de los órganos sociales, la reducción a un único socio, o por justa causa. La ley también aborda el régimen de las Agrupaciones Europeas de Interés Económico (AEIE) con domicilio en España, regidas por el Reglamento CEE 2137/1985. A estas Agrupaciones se les aplica lo dispuesto en la ley española en aquellos aspectos en los que el Reglamento remite o habilita a la legislación interna. Tienen personalidad jurídica en España y se inscriben en el Registro Mercantil.

En cuanto al régimen fiscal, las AIEs se someten a la imposición general, pero con particularidades. Se les aplica un régimen de transparencia fiscal en el Impuesto sobre Sociedades (derogado en lo que afecte a este impuesto por Ley 43/1995), por el cual las bases imponibles positivas o negativas se imputan directamente a sus socios para su integración en sus impuestos personales. Gozan de exención en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados en operaciones como la constitución, aportaciones, disolución y liquidación. También, existen bonificaciones del 99% en el Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación en Ceuta y Melilla para ciertas operaciones vinculadas a su objeto social. La ley exigía a los socios residentes en España llevar contabilidad diferenciada para reflejar sus relaciones con la Agrupación. Es importante destacar que el régimen fiscal especial no aplica en ejercicios en que la AIE realice actividades distintas de su objeto o incurra en

prohibiciones. El régimen fiscal de las Agrupaciones Europeas (AEIEs) se rige por normas similares a las AIEs españolas en los artículos aplicables, incluyendo la transparencia fiscal para establecimientos permanentes y la imputación de resultados a socios residentes. (El artículo 30 también fue derogado en lo que afecte al Impuesto sobre Sociedades por Ley 43/1995).

Finalmente, la ley incluyó disposiciones adicionales y transitorias. Se suprimieron referencias a las "Agrupaciones de Empresas" en la Ley 18/1982, que pasan a referirse solamente a las "Uniones Temporales de Empresas" (UTES). Se modificaron artículos de la Ley 18/1982 referentes al régimen fiscal y socios extranjeros de las UTES. Las antiguas Agrupaciones y Sociedades de Empresas tenían un plazo de un año para adaptarse a la nueva ley, transformarse (solamente Agrupaciones) o disolverse, con exención fiscal para dichas operaciones. Se derogaron los artículos 4, 5, 6 y 19 de la Ley 18/1982 y la Ley 196/1963. En síntesis, la Ley 12/1991 estableció un marco jurídico y fiscal detallado para la AIE en España, proporcionando un vehículo para la cooperación interempresarial con personalidad jurídica propia y un régimen fiscal basado en la transparencia, adaptado a las nuevas circunstancias del mercado y la integración europea.

4.3. ¿Por qué la investigación considera idónea la AIE para el EECD?

Basándonos en la LAAIE, esta figura jurídica presenta varias características que la hacen ideal para articular la relación jurídica, mercantil y fiscal entre los miembros de una ruta del vino en torno a un EECD. A continuación se detallan los puntos clave extraídos de la ley que sustentan esta idoneidad:

- **Finalidad Específica y Objeto Auxiliar:** La AIE tiene como finalidad facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios. Su objeto se limita exclusivamente a una actividad económica auxiliar de la que desarrollan sus miembros. En el contexto de un EECD de una ruta del vino, la AIE no reemplazaría la actividad principal de las bodegas (producir vino), los hoteles (ofrecer alojamiento), o los restaurantes (servir comida), sino que se dedicaría a actividades de apoyo como la promoción conjunta del destino enoturístico, la creación de paquetes turísticos integrados, la gestión de una plataforma de reservas común, la organización de eventos promocionales, o la coordinación logística. Esto encaja perfectamente con el carácter auxiliar exigido por la ley.
- **No Ánimo de Lucro para sí Misma:** La AIE no tiene ánimo de lucro para sí misma. Los beneficios o pérdidas procedentes de sus actividades son considerados beneficios de los socios y se reparten entre ellos. En un modelo colaborativo como el EECD, el objetivo principal no es que la entidad central (la AIE) gane dinero por sí sola, sino que su actividad auxiliar genere más negocio y mejore los resultados para las empresas miembros individuales (bodegas, hoteles, etc.). Este rasgo se alinea directamente con la naturaleza colaborativa y no con la de una empresa independiente orientada a su propio beneficio.
- **Sujetos Legibles:** La ley permite que constituyan una AIE personas físicas o jurídicas que desempeñen actividades empresariales, agrícolas o artesanales, así como entidades no lucrativas dedicadas a la investigación y quienes ejerzan profesiones liberales. Los participantes típicos de una ruta del vino (bodegas como empresas agrícolas/empresariales, hoteles y restaurantes como empresas, artesanos locales, guías turísticos como profesionales

liberales, o incluso entidades de promoción turística) encajan en estas categorías legales, lo que facilita su integración como socios de la AIE.

- **Personalidad Jurídica y Carácter Mercantil:** La AIE posee personalidad jurídica y carácter mercantil. Esto significa que la agrupación es una entidad legalmente reconocida, distinta de sus miembros, que puede actuar en el tráfico jurídico: firmar contratos (con proveedores, agencias de viajes, etc.), tener empleados, poseer bienes (como un sitio web, material promocional), y representar a los socios en actividades conjuntas. Esto proporciona la estructura formal necesaria para gestionar un EECD de manera eficaz.
- **Régimen Fiscal de Transparencia:** El régimen fiscal original de la AIE, según la ley, aplicaba la transparencia fiscal en el Impuesto sobre Sociedades. Esto implicaba que las bases imponibles (positivas o negativas) de la AIE se imputaban directamente a sus socios para su integración en sus respectivos impuestos personales (Sociedades, IRPF). Este régimen evita la doble imposición (la AIE pagando impuestos y luego los socios pagando impuestos sobre los resultados distribuidos) y simplifica la tributación de la AIE. Además, ciertas operaciones clave (constitución, aportaciones, disolución, liquidación) gozaban de exención en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Es importante notar que el artículo 24 sobre Impuesto sobre Sociedades fue derogado posteriormente en lo que le afectaba por la Ley 43/1995. Sin embargo, el concepto original de transparencia fiscal era una característica central que la hacía atractiva para este tipo de colaboraciones.
- **Flexibilidad en la Organización Interna:** Aunque existen requisitos mínimos para la escritura de constitución, la ley permite consignar otros pactos lícitos, incluyendo la forma de adoptar acuerdos, el número de votos de cada socio, el régimen de los administradores y las reglas de distribución de resultados. Esto ofrece una importante flexibilidad para adaptar la gobernanza y el funcionamiento de la AIE a las necesidades específicas de la colaboración entre los distintos miembros de la ruta del vino. Ciertas decisiones clave, como la modificación del objeto o el sistema de votación, requieren unanimidad, asegurando que los socios mantengan el control sobre los aspectos fundamentales de la agrupación.
- **Responsabilidad de los Socios:** Un aspecto importante y distintivo es que los socios de la AIE responden personal y solidariamente entre sí por las deudas de aquélla. Esta responsabilidad es subsidiaria a la de la propia AIE. Si bien esto implica un mayor riesgo personal para los socios que en otras figuras (como las sociedades de responsabilidad limitada), en un contexto de colaboración estrecha como un EECD, puede fomentar un mayor compromiso y control por parte de los miembros sobre la gestión de la agrupación.
- **Adaptación y Sustitución de Figuras Previas:** La ley misma señala que la AIE viene a sustituir las figuras previas de las Agrupaciones de Empresas reguladas por leyes anteriores, buscando un régimen jurídico más completo y adaptado a la creciente necesidad de cooperación interempresarial, especialmente en el contexto de la integración europea.

En conclusión, la AIE, tal como se describe en la LAAIE, proporciona una estructura legal con personalidad jurídica, un objeto auxiliar a las actividades de sus socios, un régimen fiscal (originalmente) transparente, y una flexibilidad interna considerable, todo ello enfocado

a facilitar la colaboración y mejorar los resultados de las empresas que la integran. Aunque la responsabilidad personal y solidaria de los socios es un factor a considerar, estas características la hacen especialmente adecuada como vehículo para formalizar y gestionar las actividades conjuntas de promoción, comercialización y desarrollo de servicios en un Ecosistema Enoturístico Colaborativo Dinámico.

4.4. ¿Y qué sucede con el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en el modelo?

Pues, sencillamente, cumplir con el Reglamento de la Unión Europea sobre Inteligencia Artificial (IA), que establece un marco jurídico uniforme para el desarrollo, introducción en el mercado, puesta en servicio y uso de sistemas de IA en la Unión, siendo su objetivo principal mejorar el funcionamiento del mercado interior al tiempo que se promueve una IA centrada en el ser humano y fiable, lo que implica garantizar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los derechos fundamentales consagrados en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (la "Carta"), incluyendo la democracia, el Estado de Derecho y la protección del medio ambiente. El Reglamento busca proteger frente a los efectos perjudiciales de los sistemas de IA y, al mismo tiempo, brindar apoyo a la innovación. Al establecer normas uniformes, el Reglamento pretende impedir que los Estados miembros impongan restricciones divergentes que puedan fragmentar el mercado interior, reduciendo la seguridad jurídica y obstaculizando la libre circulación, la innovación y el despliegue de sistemas de IA.

El Reglamento se aplica a los proveedores que introducen sistemas de IA o modelos de IA de uso general en el mercado de la Unión, a los responsables del despliegue (usuarios) de sistemas de IA establecidos en la Unión, a los representantes autorizados de proveedores no establecidos en la Unión y a las personas afectadas ubicadas en la Unión. También, se aplica a las instituciones, órganos y organismos de la Unión cuando actúan como proveedores o responsables del despliegue. Sin embargo, existen exclusiones importantes: el Reglamento no se aplica a los ámbitos fuera del Derecho de la Unión, ni a las competencias de los Estados miembros en materia de seguridad nacional, defensa o fines militares. Tampoco se aplica a los sistemas o modelos de IA desarrollados y puestos en servicio exclusivamente con fines de investigación y desarrollo científicos, ni a las actividades de investigación, prueba o desarrollo previas a la introducción en el mercado. El uso puramente personal y no profesional de sistemas de IA por parte de personas físicas también está excluido. Los sistemas de IA divulgados bajo licencias libres y de código abierto están generalmente excluidos, a menos que sean sistemas de alto riesgo o caigan bajo prácticas prohibidas u obligaciones de transparencia específicas.

El Reglamento se basa en un enfoque basado en el riesgo. Establece diferentes niveles de regulación en función del potencial de un sistema de IA para causar daño. Prácticas de IA Prohibidas (Capítulo II). El Reglamento prohíbe expresamente ciertas prácticas de IA consideradas incompatibles con los valores de la Unión y los derechos fundamentales. Estas incluyen el uso de técnicas subliminales o manipuladoras/engañosas que alteren sustancialmente el comportamiento de una persona o grupo, perjudicando su capacidad de tomar decisiones informadas y causando o pudiendo causar un perjuicio considerable. Se aclara que esto no incluye prácticas médicas lícitas o prácticas comerciales comunes y legítimas que cumplan

con otras leyes aplicables; sistemas de IA para la “puntuación ciudadana” (*social scoring*) que evalúen o clasifiquen a personas basándose en su comportamiento social, resultando en trato perjudicial o desfavorable en contextos no relacionados o desproporcionado. Las evaluaciones lícitas para fines específicos conformes al Derecho de la Unión y nacional no están prohibidas; sistemas de IA para evaluaciones de riesgos de personas físicas con fines policiales, si se basan únicamente en el perfilado o la evaluación de rasgos de personalidad. Esto no prohíbe los análisis de riesgos que no se basen en el perfilado individual o rasgos de personalidad, como los utilizados para evaluar el fraude financiero empresarial o la detección de estupefacientes por parte de aduanas.

También, sistemas de categorización biométrica que clasifiquen individualmente a personas basándose en datos biométricos para inferir raza, opiniones políticas, afiliación sindical, convicciones religiosas o filosóficas, vida sexual u orientación sexual. Esto no incluye el etiquetado o filtrado de conjuntos de datos biométricos adquiridos lícitamente ni la categorización biométrica en el ámbito policial; el uso de sistemas de identificación biométrica remota “en tiempo real” en espacios de acceso público con fines policiales, salvo en situaciones estrictamente limitadas y definidas (como la búsqueda de víctimas de delitos, la prevención de amenazas específicas o la localización de sospechosos de delitos graves). Este uso requiere una autorización judicial o administrativa independiente previa y está sujeto a condiciones estrictas en cuanto a tiempo, geografía y alcance personal, además de una evaluación de impacto sobre los derechos fundamentales. Los Estados miembros pueden optar por no permitir este uso o limitarlo aún más en su Derecho nacional. Asimismo, los sistemas de IA de alto riesgo están sujetos a requisitos estrictos antes de su introducción en el mercado o puesta en servicio.

El Reglamento también aborda específicamente los modelos de IA de uso general (GPAI), definidos por su capacidad para realizar una gran variedad de tareas distintas y su potencial de integración en diversos sistemas. Se distinguen de los sistemas de IA que son aplicaciones con una interfaz de usuario.

Los GPAI que presentan riesgos sistémicos están sujetos a obligaciones adicionales. Un modelo se clasifica con riesgo sistémico si tiene capacidades de gran impacto o un impacto considerable en el mercado interior. Los proveedores deben notificar a la Comisión si su modelo cumple el umbral y pueden argumentar excepcionalmente que no presenta riesgos sistémicos. Más allá de los sistemas de alto riesgo, el Reglamento impone obligaciones de transparencia específicas para ciertos sistemas de IA que pueden plantear riesgos de suplantación o engaño, independientemente de su clasificación de riesgo. Los sistemas diseñados para interactuar directamente con personas físicas deben informar a los usuarios de que están interactuando con una IA, a menos que sea obvio. Los proveedores de sistemas de IA (incluidos los GPAI) que generen contenido sintético (audio, imagen, vídeo, texto) deben asegurar que los resultados estén marcados y sean detectables como generados o manipulados artificialmente, en la medida de lo técnicamente posible.

El Reglamento incluye medidas para apoyar la innovación, especialmente para las pymes y startups. Se fomenta el establecimiento de espacios controlados de pruebas para la IA (*AI sandboxes*). Estos marcos controlados permiten a proveedores e innovadores desarrollar, entrenar, validar y probar sistemas de IA innovadores bajo supervisión regulatoria, incluso en

condiciones reales. Buscan mejorar la seguridad jurídica, apoyar a los innovadores, facilitar el aprendizaje regulatorio y acelerar el acceso al mercado. Bajo ciertas condiciones, se permite el tratamiento de datos personales recogidos para otros fines en estos espacios controlados para desarrollar IA en favor de intereses públicos esenciales. También, se prevé la posibilidad de realizar pruebas de sistemas de IA de alto riesgo en condiciones reales fuera de los espacios controlados. Esto está permitido bajo condiciones estrictas, incluyendo la solicitud de consentimiento informado de los sujetos de las pruebas (con una excepción limitada para ciertos usos policiales).

4.5. ¿Y en qué puede afectar y ayudar el Reglamento IA al EECD?

El Reglamento (UE) 2024/1689, establece normas armonizadas en materia de inteligencia artificial en la Unión Europea. Aunque el documento no menciona específicamente el enoturismo ni los ecosistemas colaborativos, proporciona un marco legal para los sistemas de IA que podrían ser utilizados dentro de un EECD, con el objetivo de promover una IA fiable y centrada en el ser humano, al tiempo que se impulsa la innovación. ¿Cómo puede ayudar este Reglamento a un EECD?

Promoción de una IA fiable y centrada en el ser humano: El reglamento tiene como objetivo mejorar el funcionamiento del mercado interior mediante un marco jurídico uniforme para los sistemas de IA, garantizando un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los derechos fundamentales, al tiempo que se apoya la innovación. Para un EECD, esto significa que cualquier sistema de IA implementado dentro del ecosistema deberá diseñarse y utilizarse respetando los valores de la Unión y la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE. Esto es importante para generar confianza entre los participantes del ecosistema (bodegas, alojamientos, restaurantes, guías, turistas) y los usuarios de los sistemas de IA.

Impulso a la innovación y seguridad jurídica: El reglamento busca impulsar el desarrollo, la utilización y la adopción de la IA en el mercado interior, proporcionando al mismo tiempo seguridad jurídica a los operadores (proveedores y responsables del despliegue). Un EECD que incorpore tecnologías de IA para, por ejemplo, optimizar rutas, personalizar experiencias turísticas, gestionar reservas o analizar datos de visitantes, se beneficiaría de esta claridad normativa, evitando la fragmentación derivada de normas nacionales divergentes.

Apoyo a la innovación, especialmente para pymes y startups: El reglamento incluye medidas de apoyo a la innovación, prestando especial atención a las pequeñas y medianas empresas (pymes), incluidas las empresas emergentes. Dado que un EECD probablemente involucre a muchas pymes (bodegas, alojamientos rurales, restaurantes), estas medidas son muy relevantes.

Se insta a los Estados miembros a establecer espacios controlados de pruebas para la IA (*AI regulatory sandboxes*) que faciliten el desarrollo y la prueba de sistemas de IA innovadores bajo supervisión regulatoria antes de su introducción en el mercado. Estos espacios buscan aumentar la seguridad jurídica, fomentar el aprendizaje regulatorio y acelerar el acceso al mercado, con un enfoque en la accesibilidad para las pymes. Un EECD podría desarrollar y probar nuevas aplicaciones de IA dentro de estos *sandboxes*. Asimismo, se permite la prueba en condiciones reales fuera de los *sandboxes* bajo ciertas condiciones y salvaguardias, lo que puede acelerar la introducción en el mercado de sistemas de IA de alto riesgo.

Los Estados miembros deben desarrollar iniciativas de sensibilización y comunicación de información dirigidas a pymes, proporcionar canales de comunicación específicos para asesoramiento y responder dudas, y fomentar la participación de pymes en el desarrollo de la normalización. Se tendrán en cuenta los intereses de las pymes al fijar las tasas de evaluación de la conformidad, buscando reducirlas proporcionalmente a su tamaño.

Requisitos para sistemas de IA de alto riesgo: El Reglamento establece requisitos obligatorios para los sistemas de IA considerados de alto riesgo para garantizar un nivel elevado de fiabilidad y protección. Si alguna aplicación de IA dentro del EECd cae en una de las categorías de alto riesgo (como AI utilizada en la gestión de infraestructuras críticas, empleo, evaluación de solvencia), el Reglamento exige que cumplan con requisitos como un sistema de gestión de riesgos, gobernanza de datos (asegurando la calidad y mitigando sesgos), documentación técnica y registro, transparencia, supervisión humana y precisión, solidez y ciberseguridad. El cumplimiento de estos requisitos por parte de los proveedores y responsables del despliegue aumentaría la seguridad y la fiabilidad de las herramientas de IA utilizadas en el EECd.

Obligaciones de transparencia: El Reglamento impone normas de transparencia para ciertos sistemas de IA, como aquellos diseñados para interactuar directamente con personas (deben informar que son un sistema de IA, excepto cuando sea obvio). También establece obligaciones para los proveedores de sistemas que generen contenido sintético (audio, imagen, vídeo, texto) de marcar el contenido para que sea posible detectar que fue generado o manipulado artificialmente. Para los responsables del despliegue que utilicen sistemas de reconocimiento de emociones, categorización biométrica o que generen “ultrasuplantaciones” (*deepfakes*), también hay obligaciones de informar o divulgar su origen artificial. Estas reglas pueden ayudar a mantener la confianza de los usuarios y turistas dentro del EECd al asegurar que son conscientes cuando interactúan con IA o con contenido generado por IA.

Fomento de la alfabetización en materia de IA: El reglamento subraya la importancia de la alfabetización en materia de IA para proveedores, responsables del despliegue y personas afectadas, dotándoles de los conocimientos necesarios para tomar decisiones informadas y ser conscientes de las oportunidades, riesgos, salvaguardias y derechos. Los proveedores y responsables del despliegue deben tomar medidas para garantizar que su personal tenga un nivel suficiente de alfabetización en IA. Esto es básico para un EECd, ya que permite que los miembros del ecosistema (empleados, gestores) utilicen eficazmente las herramientas de IA y que los turistas entiendan sus interacciones.

Códigos de conducta voluntarios: Para los sistemas de IA que no son de alto riesgo, el reglamento fomenta la elaboración de códigos de conducta voluntarios para impulsar la aplicación de requisitos de forma voluntaria. Un EECd podría adoptar o contribuir a tales códigos para garantizar el uso responsable y ético de sistemas de IA de menor riesgo (por ejemplo, para la personalización de ofertas, análisis de reseñas, gestión interna no crítica), basándose en los principios éticos de la IA fiable. Esto puede mejorar las condiciones de trabajo y apoyar una IA fiable.

En síntesis, el reglamento proporciona un marco que, si bien impone requisitos estrictos para la IA de alto riesgo, también apoya la innovación, aumenta la seguridad jurídica, promueve la transparencia y fomenta la alfabetización en IA. Estos elementos son necesarios

para el desarrollo y la operación de un EECD, asegurando que las soluciones de IA utilizadas sean seguras, fiables y generen confianza entre todos los participantes, al tiempo que se facilita la adopción de tecnologías innovadoras. La atención específica a las pymes dentro del reglamento es una ventaja adicional para muchas entidades que probablemente formen parte de dicho ecosistema.

4.6. ¿Y la protección de datos de carácter personal?

La Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, representa un hito en el ordenamiento jurídico español. Su objeto principal es doble: adaptar el Derecho español al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016 (Reglamento General de Protección de Datos - RGPD), y completar sus disposiciones. Simultáneamente, la ley busca garantizar los derechos digitales de la ciudadanía. Este marco legal se fundamenta en el derecho fundamental a la protección de datos personales, amparado por el artículo 18.4 de la Constitución Española, el cual garantiza a la persona el control sobre sus datos y su uso. La ley es aplicable a cualquier tratamiento total o parcialmente automatizado de datos personales, así como al tratamiento no automatizado contenido o destinado a ser incluido en un fichero. Se excluyen ciertos tratamientos específicos, como los de datos de personas fallecidas (con excepciones para acceso familiar/herederos bajo ciertas condiciones) o los tratamientos regidos por normativa específica que trasponga la Directiva (UE) 2016/680 (sobre protección de datos para fines penales), aunque transitoriamente se aplicaba la Ley Orgánica 15/1999 a estos últimos.

La ley detalla los principios de protección de datos. Subraya la exactitud de los datos, estableciendo supuestos en los que el responsable no será imputable por inexactitud si ha tomado medidas razonables para suprimir o rectificarla, como cuando los datos provienen directamente del afectado, de un intermediario, del ejercicio del derecho a la portabilidad, o de un registro público. Se recoge explícitamente el deber de confidencialidad para todos los intervinientes en el tratamiento de datos, complementario a los deberes de secreto profesional. El tratamiento basado en el consentimiento requiere una manifestación de voluntad libre, específica, informada e inequívoca, mediante una declaración o una clara acción afirmativa, eliminando el "consentimiento tácito". Para múltiples finalidades, el consentimiento debe ser específico para cada una. La ley fija la edad para el consentimiento de los menores en catorce años. El tratamiento basado en obligación legal o interés público debe estar amparado por una norma de rango de ley.

Se establecen normas específicas para el tratamiento de categorías especiales de datos (ideología, afiliación sindical, salud, etc.), exigiendo base legal de rango de ley para tratamientos basados en interés público, salud o seguros, y prohibiendo el consentimiento como única base para identificar ideología, afiliación sindical, etc., para evitar discriminación. El tratamiento de datos penales también requiere base legal. La ley aborda el tratamiento de datos de salud para investigación, permitiendo el consentimiento general para áreas de investigación y regulando la reutilización de datos y el uso de datos seudonimizados bajo salvaguardias específicas. Un aspecto innovador de esta ley orgánica es su Título X, dedicado a la garantía de los derechos digitales. Se reconoce que los derechos y libertades constitucionales son plenamente aplicables en Internet. Se garantizan derechos como la neutralidad de Inter-

net y el acceso universal a Internet, buscando superar las brechas digitales. Se consagra el derecho a la seguridad digital.

Se da gran importancia a la educación digital en el sistema educativo, buscando un uso responsable, crítico y seguro de los medios digitales, y la formación del profesorado en esta área. La protección de los menores en Internet es prioritaria, incluyendo la supervisión familiar y la intervención judicial ante la difusión ilegítima de su información personal en redes sociales. La ley reconoce el derecho de rectificación en Internet y el derecho a la actualización de informaciones en medios digitales. En el ámbito laboral, se garantizan derechos como la intimidad en el uso de dispositivos digitales (requiriendo políticas claras con participación de representantes de trabajadores), el derecho a la desconexión digital, y la intimidad frente al uso de videovigilancia y geolocalización (con requisitos de información y límites en su uso). Los convenios colectivos pueden establecer garantías adicionales para los derechos digitales laborales.

Se regula el derecho al olvido en las búsquedas de Internet (eliminación de enlaces inadecuados o desactualizados) y en servicios de redes sociales/equivalentes (derecho a solicitar la supresión de datos propios o de terceros bajo ciertas condiciones, facilitado si los datos se publicaron durante la minoría de edad). Los usuarios de redes sociales también tienen derecho a la portabilidad de sus contenidos. Finalmente, se introduce el derecho al testamento digital, permitiendo a personas vinculadas, herederos o designados acceder y gestionar contenidos digitales de personas fallecidas según sus instrucciones. La ley también impulsa políticas públicas para fomentar estos derechos. En síntesis, la Ley Orgánica 3/2018 adapta el marco español al RGPD, sentando las bases para un tratamiento de datos personales más seguro y controlado, abordando de manera integral la garantía de una serie de derechos fundamentales en el entorno digital, reconociendo su creciente importancia en la sociedad actual.

4.7. ¿Cómo puede ayudar y afectar el ordenamiento jurídico en materia de protección de datos al EECD?

Basándonos en los extractos de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD), y considerando el concepto de un EECD recogido en los apartados anteriores, la ley proporciona el marco legal para que dicho ecosistema pueda operar de manera responsable, segura y respetuosa con los derechos de las personas. No es tanto que la ley “ayude” a crear el ecosistema, sino que establece las condiciones y obligaciones bajo las cuales debe funcionar para ser lícito y generar confianza. ¿Qué contenidos de la ley se relacionan y “ayudan” al EECD?

- **Establecimiento de un Marco Jurídico Claro para el Tratamiento de Datos:** El objeto principal de la ley es adaptar el derecho español al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y garantizar los derechos digitales. Un EECD, por su naturaleza colaborativa y dinámica, inevitablemente implicará el tratamiento (recogida, almacenamiento, uso, intercambio) de datos personales de visitantes, empleados, socios, etc. La ley define qué es el tratamiento de datos y a quién se aplica, proporcionando las reglas del juego.
- **Definición de Principios Fundamentales:** La ley detalla principios como la exactitud de los datos, el deber de confidencialidad para todos los que intervengan en el tratamiento,

y cómo debe obtenerse el consentimiento (libre, específico, informado e inequívoco, sin consentimiento tácito). Para un EECD que busca ofrecer experiencias personalizadas, la exactitud de los datos es clave. La confidencialidad es importante para generar confianza entre los socios y con los clientes. Un consentimiento claro y bien gestionado es la base legal para muchos tratamientos de datos dentro del ecosistema.

- **Regulación de las Bases de Licitud del Tratamiento:** La ley, en consonancia con el RGPD, establece bajo qué condiciones es lícito tratar datos personales (consentimiento, obligación legal, interés público, interés legítimo, etc.). Esto permite al EECD determinar, por ejemplo, si puede tratar datos de clientes basándose en un contrato de servicio, en su interés legítimo para mejorar la oferta (siempre ponderando los derechos del interesado), o si necesita su consentimiento específico para ciertas actividades (como el envío de comunicaciones comerciales dirigidas, a menos que usen sistemas de exclusión publicitaria).
- **Protección de Derechos Individuales:** La ley garantiza una serie de derechos a las personas (afectados), como el derecho a la información, acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad y oposición. Para un EECD, esto significa que los visitantes y socios pueden saber qué datos suyos se tratan, para qué fines y por quién, acceder a sus datos, corregir datos erróneos o incompletos, solicitar la supresión de sus datos (derecho al olvido, incluso en búsquedas de Internet y redes sociales si aplica), limitar el tratamiento de sus datos en ciertas circunstancias, recibir sus datos en un formato estructurado y solicitar su transmisión a otro responsable (derecho a la portabilidad). Esto es particularmente relevante en un ecosistema donde los usuarios pueden interactuar con múltiples proveedores y podrían querer llevarse sus datos o compartirlos fácilmente entre servicios, oponerse al tratamiento de sus datos en ciertos casos. Facilitar el ejercicio de estos derechos de manera gratuita (salvo excepciones) y accesible genera confianza y transparencia, elementos clave para la colaboración y la participación en un EECD.
- **Regulación de las Relaciones entre Responsables y Encargados (y Corresponsables):** En un ecosistema colaborativo, varios actores (bodegas, hoteles, agencias) pueden ser responsables del tratamiento de datos, y otros pueden ser encargados (proveedores de software, marketing, etc.). La ley establece las obligaciones generales de ambos, cómo deben formalizarse los encargos mediante contrato, y regula los supuestos de corresponsabilidad, donde varios actores deciden conjuntamente los fines y medios del tratamiento. Definir claramente estos roles y responsabilidades conforme a la ley es vital para el buen funcionamiento del EECD y para asegurar que la protección de datos se aplica en toda la cadena de valor.
- **Principio de Responsabilidad Activa y Medidas de Seguridad:** La ley, siguiendo el RGPD, enfatiza la responsabilidad activa. Los responsables y encargados del EECD deben valorar los riesgos de sus tratamientos y adoptar medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar la seguridad de los datos. Esto es necesario en un entorno digital donde la seguridad frente a ciberataques es una preocupación constante. La ley incluso lista supuestos que generan mayores riesgos a considerar, como el tratamiento de categorías especiales de datos, la elaboración de perfiles, o el tratamiento masivo.
- **La Figura del Delegado de Protección de Datos (DPD):** La ley detalla la obligación de designar un DPD para ciertas entidades. Si alguno de los participantes principales del

EECD (o el propio EECD como entidad) entra en estos supuestos (por ejemplo, tratamiento a gran escala, datos de salud si ofrecen servicios médicos, videovigilancia extendida, perfiles de usuarios a gran escala), deberán designar un DPD. La figura del DPD, como interlocutor con las autoridades y asesor interno, con acceso a datos y procesos, es clave para supervisar el cumplimiento normativo dentro de la complejidad de un ecosistema. Además, el afectado puede dirigirse al DPD antes de reclamar a la autoridad de control.

- **Fomento de Códigos de Conducta y Certificación:** La ley impulsa la creación de códigos de conducta voluntarios y mecanismos de certificación para fomentar el cumplimiento. Un EECD podría desarrollar su propio código de conducta que detalle cómo sus miembros deben tratar los datos personales en el contexto del enoturismo colaborativo. Adherirse a estos códigos (que pueden incluir mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos) o buscar certificaciones puede demostrar la diligencia debida del ecosistema y aumentar la confianza de usuarios y socios.
- **Regulación de Tratamientos Específicos Relevantes:** La ley contiene disposiciones para tratamientos como la videovigilancia (relevante en bodegas, hoteles) y el tratamiento de datos de contacto profesional. Establece requisitos (información, límites, supresión) que el EECD debe cumplir si utiliza estas tecnologías o trata estos datos.
- **Garantía de Derechos Digitales en el Ámbito Laboral:** Si el EECD involucra el tratamiento de datos de empleados (por ejemplo, uso de dispositivos digitales, videovigilancia, geolocalización, desconexión digital), la ley establece derechos específicos para los trabajadores y empleados públicos que deben ser respetados, a menudo requiriendo la participación de representantes de los trabajadores en la definición de políticas.
- **Enfoque en la Educación y Seguridad Digital:** La ley promueve la educación digital y el derecho a la seguridad digital. Para un EECD, esto subraya la importancia de formar a sus empleados y socios en buenas prácticas de protección de datos y seguridad, y de garantizar que las plataformas y sistemas utilizados sean seguros.

En síntesis, la LOPDGDD proporciona el andamiaje normativo para que un EECD maneje los datos personales de forma legal y ética. Al cumplir con sus requisitos (transparencia, consentimiento, seguridad, respeto de derechos, definición de roles), el EECD evita sanciones y problemas legales, y construye una base de confianza sólida con sus participantes (bodegas, alojamientos, operadores, visitantes). Esta confianza es vital para la colaboración y el éxito a largo plazo de un ecosistema dinámico. La ley “ayuda” al proporcionar las reglas claras que, una vez seguidas, permiten que el ecosistema funcione de manera legítima y sostenible en la era digital.

4.8. Otros aspectos jurídicos que se deben tener en cuenta en el modelo EECD

A título orientativo, no excluyente y a modo conclusivo, por economía de espacio, se enumeran otros aspectos jurídicos que también son relevantes en el modelo EECD.

Reparto de Responsabilidades: Quién hace qué en las acciones conjuntas dentro de un modelo colaborativo, es decir, la necesidad básica de definir con claridad los roles, funciones, tareas y niveles de autoridad de cada miembro de la Ruta del Vino (bodega, alojamiento,

restaurante, agencia, etc.) en cualquier iniciativa o proyecto que decidan emprender juntos. Dicho de otra forma, no basta con tener la voluntad de colaborar; hay que estructurar esa colaboración para que sea efectiva, eficiente y evite conflictos o duplicidades. En la práctica, esto implica claridad en las tareas específicas, en el sentido de, por ejemplo, si se crea un paquete turístico conjunto, ¿quién es el responsable de coordinar las reservas de alojamiento? ¿Quién se encarga de la comunicación con la bodega para las visitas? ¿Quién gestiona el transporte? Si se lanza una campaña de marketing digital conjunta, ¿quién diseña el contenido? ¿Quién gestiona la inversión en publicidad? ¿Quién mide los resultados? Si se implementa el CRM centralizado, ¿quién es el responsable de la carga inicial de datos de cada establecimiento? ¿Quién formará al personal en su uso?

Otro aspecto importante es la definición de roles claros para cada iniciativa. Por ejemplo: Líder de Proyecto: Coordina la iniciativa global. Responsable de Contenido: Crea los materiales para marketing. Gestor de Reservas: Centraliza y procesa las reservas. Representante de la Bodega X: Asegura que su bodega cumple con su parte del paquete. Establecimiento de Procesos y Flujos de Trabajo: ¿Cómo se comunican los miembros? ¿Con qué frecuencia? ¿Qué pasos hay que seguir para lanzar un nuevo producto conjunto? ¿Quién aprueba cada fase de una acción? Rendición de Cuentas (*Accountability*): Que cada miembro sepa de qué es responsable y ante quién debe rendir cuentas. Si una tarea no se completa, debe ser claro quién es el responsable de esa omisión y cómo afecta al conjunto. Evitar Duplicidades y Vacíos: Sin un reparto claro, puede ocurrir que dos miembros intenten hacer lo mismo (duplicidad de esfuerzos) o que nadie asuma una tarea importante (vacío de responsabilidad), lo que frena la colaboración y genera frustración. Se trata de traducir la buena intención de colaborar en un plan de acción concreto y desglosado, donde cada participante sabe exactamente cuál es su contribución y qué se espera de él para que la acción conjunta sea un éxito. Esto es básico para la eficiencia y la sostenibilidad de cualquier modelo colaborativo.

Modelos de Pago/Comisión: Cómo se retribuyen las ventas cruzadas y las colaboraciones. En el contexto de un ecosistema enoturístico colaborativo, consiste en la necesidad de establecer mecanismos financieros claros y transparentes que regulen cómo se compensa económicamente a los miembros cuando un miembro genera negocio para otro miembro (venta cruzada), varios miembros colaboran para crear un producto o servicio conjunto o un miembro aporta a una iniciativa colectiva que genera beneficios para todos. Es primordial para la sostenibilidad y la equidad del modelo colaborativo, ya que la incertidumbre o la percepción de injusticia en el reparto de beneficios puede erosionar rápidamente la confianza y la voluntad de cooperar.

Entre los puntos clave se encuentran las ventas cruzadas, es decir, cuando, por ejemplo, una bodega recomienda o reserva un alojamiento de la ruta a sus visitantes, o un alojamiento sugiere un restaurante que ofrece un menú maridado con vinos locales de una bodega específica de la ruta. Se establecería un sistema de comisiones donde el miembro que «refiere» o «vende» el servicio de otro recibe un porcentaje preestablecido del valor de esa venta. Este porcentaje puede variar según el tipo de servicio o producto. Es importante que las condiciones de las comisiones sean conocidas y aceptadas por todos los miembros. El «Nexo» (esa AIE como entidad de coordinación de la ruta) podría ser el encargado de gestionar estas transacciones, liquidar las comisiones y proporcionar informes detallados a cada miembro. Ejemplo: Una bodega refiere a sus clientes a un hotel rural asociado. El hotel le paga a la

bodega (o al Nexo, que luego liquida a la bodega) un 10 % de la tarifa de la habitación por cada reserva confirmada a través de esa recomendación.

Otro punto sería el relativo a las colaboraciones y Productos Conjuntos, esa creación de experiencias integradas, como un «Paquete Fin de Semana Enoturístico» que incluye visita a una bodega, cena en un restaurante y noche de hotel, o la organización de un evento especial como un festival de la vendimia que involucra a varios productores y servicios. Se deben definir de antemano cómo se distribuyen los ingresos generados por estos paquetes o eventos conjuntos entre los participantes. Esto puede ser un porcentaje fijo, es decir, cada participante recibe un porcentaje acordado del precio total del paquete; basado en Costes, el sentido que los ingresos cubren primero los costos directos de cada participante, y el remanente se reparte según una fórmula establecida o aportación de Valor: se valora la contribución de cada miembro al paquete (ej. la bodega aporta el atractivo principal, el hotel el servicio de alojamiento) y se asigna un porcentaje en función de ese valor percibido o costo. Ejemplo: Un paquete «Experiencia Total» de 200€ se divide así: 60€ para la bodega (visita y cata), 80€ para el alojamiento, 50€ para el restaurante y 10€ para la gestión del Nexo. Finalmente, para iniciativas que no generan ingresos directos, como una campaña de marketing general de la ruta, se establecería un sistema de reparto de costes basado en cuotas de participación, tamaño del negocio o beneficio esperado.

En cuanto a la transparencia y gestión centralizada, la Plataforma Tecnológica Unificada (*Smart Enotourism Hub*) y el Nexo son necesarios aquí. La plataforma podría registrar automáticamente las ventas cruzadas y los ingresos de paquetes conjuntos, mientras que el Nexo se encargaría de las liquidaciones periódicas (mensuales, trimestrales) y de proporcionar informes detallados a cada miembro, lo que asegura que todos los participantes tengan una visibilidad clara de cómo se generan y se distribuyen los beneficios. En síntesis, establecer modelos de pago/comisión claros y justos es la columna vertebral económica de la colaboración. Sin ellos, las buenas intenciones se diluyen en desconfianza y la colaboración se vuelve insostenible. Permiten que cada miembro vea un retorno tangible y predecible de su participación en las acciones conjuntas, incentivando la proactividad y el compromiso con la red.

5. Conclusiones

La finalidad de la investigación es analizar los aspectos jurídicos y económicos de un modelo de gestión optimizado para miembros de un marco enoturístico que, mediante la integración tecnológica y la consideración del marco legal, impulse la rentabilidad y contribuya al desarrollo local sostenible. Se propone el EECD como un modelo de interrelación en modo economía colaborativa, una estructura flexible y escalable que integra gobernanza, comercialización, financiación y cumplimiento, aprovechando la tecnología. El marco jurídico-económico adaptativo y protector es considerado un contrafuerte básico para dar solidez y seguridad al modelo colaborativo propuesto. Las principales áreas jurídicas analizadas y sus implicaciones para el EECD son:

La Forma Jurídica del “Nexo” (Entidad Central): El documento explora varias alternativas para la entidad central de coordinación y gestión (el “Nexo”), como Consorcios, Asociaciones de Empresas o Fundaciones. La investigación considera idónea la Agrupación de Interés Económico (AIE) para articular esta relación jurídica, mercantil y fiscal entre los miembros

de la ruta del vino en torno al EECD. La Ley 12/1991 regula la AIE como una figura asociativa con personalidad jurídica y carácter mercantil, diseñada para facilitar o desarrollar la actividad económica de sus miembros. La idoneidad de la AIE para el EECD se basa en que su finalidad es facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios, limitándose a una actividad económica auxiliar (como promoción conjunta, gestión de plataforma, etc.). No tiene ánimo de lucro para sí misma, sino que los beneficios o pérdidas se reparten entre los socios. Permite integrar a los diversos actores del enoturismo (bodegas, hoteles, restaurantes, artesanos, profesionales liberales) como socios. Su régimen fiscal original de transparencia (aunque el artículo específico del Impuesto sobre Sociedades fue derogado) era atractivo al evitar la doble imposición. Además, ofrece flexibilidad en la organización interna. Es importante anotar que la responsabilidad personal y solidaria y subsidiaria de los socios por las deudas de la AIE puede fomentar el compromiso, si bien implica un riesgo.

El Uso de la Inteligencia Artificial (IA) y el Reglamento (UE) 2024/1689: El uso de IA en el EECD (por ejemplo, para personalización, análisis de datos, optimización de rutas) debe cumplir con el Reglamento de IA de la UE. Este Reglamento ayuda al EECD al establecer un marco jurídico uniforme que promueve una IA fiable y centrada en el ser humano, garantizando la protección de derechos fundamentales. Proporciona seguridad jurídica a los operadores (proveedores y responsables del despliegue) e impulsa la innovación, con especial atención a las pymes y startups. El Reglamento facilita el desarrollo y prueba de sistemas de IA innovadores mediante espacios controlados de pruebas (*sandboxes*). Establece requisitos obligatorios para sistemas de IA de alto riesgo (gestión de riesgos, gobernanza de datos, transparencia, supervisión humana, etc.), lo que aumentaría la seguridad de las herramientas utilizadas en el EECD. Impone obligaciones de transparencia para ciertas IA, como informar a los usuarios que interactúan con un sistema artificial o marcar contenido sintético, lo que ayuda a mantener la confianza de usuarios y turistas. Fomenta la alfabetización en materia de IA para empleados y gestores del ecosistema, y promueve códigos de conducta voluntarios para sistemas de menor riesgo. En resumen, el Reglamento proporciona un marco que, aunque impone requisitos, también apoya la innovación y genera confianza.

La Protección de Datos de Carácter Personal y la LOPDGDD: La Ley Orgánica 3/2018 (LOPDGDD), que adapta el derecho español al RGPD, es el marco legal para que el EECD opere de manera responsable, segura y respetuosa con los derechos de las personas. No "ayuda" a crear el ecosistema, sino que establece las condiciones y obligaciones bajo las cuales debe funcionar para ser lícito y generar confianza. Proporciona un marco jurídico claro para el tratamiento de datos personales de visitantes, empleados y socios. Define principios fundamentales como la exactitud de los datos, el deber de confidencialidad y cómo obtener el consentimiento libre, específico, informado e inequívoco (sin consentimiento tácito), necesarios para la confianza y la personalización en el EECD. Regula las bases de licitud del tratamiento (consentimiento, contrato, interés legítimo, etc.), permitiendo al EECD determinar bajo qué condiciones puede usar los datos. Garantiza derechos individuales como información, acceso, rectificación, supresión (olvido), limitación, portabilidad y oposición. El derecho a la portabilidad es particularmente relevante para usuarios que interactúan con múltiples miembros del ecosistema y desean llevarse o compartir sus datos. Facilitar estos derechos genera confianza y transparencia. Regula las relaciones entre Responsables, Encargados y Corresponsables. Definir estos roles conforme a la ley es vital para el funcio-

namiento del EECDD y asegurar la protección de datos en toda la cadena de valor. Enfatiza la responsabilidad activa y la necesidad de adoptar medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar la seguridad de los datos, necesario en un entorno digital. Detalla la figura del Delegado de Protección de Datos (DPD), que podría ser necesario para el EECDD o sus miembros si cumplen ciertos supuestos (tratamiento a gran escala, perfiles masivos, etc.), actuando como supervisor interno e interlocutor. Impulsa códigos de conducta voluntarios y mecanismos de certificación. Un código propio del EECDD o la búsqueda de certificaciones demostraría diligencia y aumentaría la confianza. Regula tratamientos específicos como videovigilancia y datos de contacto profesional, relevantes para hoteles o bodegas. Garantiza derechos digitales en el ámbito laboral (uso de dispositivos, desconexión, videovigilancia), requiriendo políticas claras. Promueve la educación digital y la seguridad digital, subrayando la importancia de formar a empleados y socios en buenas prácticas de protección de datos.

Otros Aspectos Jurídicos Clave: Además de las regulaciones específicas, el documento destaca la necesidad de considerar:

- El Reparto de Responsabilidades: Es relevante definir claramente los roles, funciones, tareas y niveles de autoridad de cada miembro en las acciones conjuntas para garantizar la eficiencia, evitar conflictos y duplicidades, y asegurar la rendición de cuentas. Se trata de traducir la voluntad de colaborar en un plan de acción concreto.
- Los Modelos de Pago/Comisión: Establecer mecanismos financieros claros y transparentes sobre cómo se compensan las ventas cruzadas y los productos/paquetes conjuntos. Definir cómo se distribuyen los ingresos y quién gestiona estas transacciones (potencialmente el Nexo) es necesario para la sostenibilidad y equidad del modelo colaborativo, evitando que la percepción de injusticia erosione la confianza. En síntesis, el ordenamiento jurídico, particularmente las leyes de protección de datos y el futuro Reglamento de IA, junto con una adecuada estructuración legal del Nexo (AIE) y la definición clara de responsabilidades y flujos económicos internos constituyen el marco protector y facilitador que permite al EECDD operar de forma segura, legal, transparente y confiable. Este marco legal es indispensable para el éxito y la sostenibilidad de un modelo que busca la colaboración y la integración en el entorno digital.

6. Bibliografía

- AMMIRATO, S., LINZALONE, R., CARLUCCI, D. (2022). Digital business models in cultural tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- ANGLANI, F., PENNETTA, S., REAICHE, C., BOYLE, S. (2023). Crossing digital frontiers with cultural intelligence— A new paradigm for project managers. *International Journal of Project Management*.
- AVINÇ, G.M., YILDIZ, A. (2024). Evaluating the attractiveness of architectural destinations with content analysis method and artificial intelligence: the case of Ankara. *HBRC Journal*.
- BUHALIS, D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*.
- GILMORE, J., PINE, J. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- KIRAFOVA, A. (2019). Sustainable tourism marketing strategy: Competitive advantage of destina-

tion. Information Resources Management Association (Ed.), Sustainable Tourism: Breakthroughs in Research and Practice.

LOPES, C., RENGIFO GALLEGU, J., LEITÃO, J. (2022). Los productos de calidad y el desarrollo de actividades turísticas: el caso de Extremadura (España) y Região Centro (Portugal). Finisterra. Recogido en Velasco-Carretero, Manuel (2023). *Enoturismo como estrategia integral*. Sitio *vinopost*. Visitado el 07/09/2024. <https://vinopost.blogspot.com/2023/01/enoturismo-como-estrategia-integral.html>

LÓPEZ, T.J., SÁNCHEZ, S.M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.

MALIK, R., MADAPPA, T., CHITRANSHI, J. (2017). *Diversity management in tourism and hospitality: An exploratory study*. Foresight.

MOLINA COLLADO, M. V., GÓMEZ RICO, M. (2022). La importancia de la comunicación y la marca de vino en la intención de visitar bodegas. In A. Monfort & S. Fernández Lores (Coords.), *Leveraging new business technology for a sustainable economic recovery*.

MORGAN, M., ELBE, J., CURIEL, J. E. (2009). Has the experience economy arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas. *International Journal of Tourism Research*.

SOLDATO E, MASSARI S. (2024). Creativity and digital strategies to support food cultural heritage in Mediterranean rural areas. *EuroMed Journal of Business*.

SZPILKO, D. (2017). *Tourism supply chain—Overview of selected literature*. Procedia Engineering.

YAGÜE, M. J., JIMÉNEZ, A. I. (2002). La denominación de origen en el desarrollo de estrategias de diferenciación: percepción y efectos de su utilización en las sociedades vinícolas de La Mancha y Valdepeñas. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*.