vinetur

“Hoy el consumidor quiere vivir el vino, no solo beberlo”

Entrevista a Carolina Inaraja propietaria y directora de Bodegas Monte la Reina, DO Toro

viernes 13 de marzo de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Desde la DO Toro, Carolina Inaraja, propietaria y directora de Bodegas Monte la Reina impulsa una modernización no solo en los vinos sino en la forma de comunicarlos y disfrutarlos.

Carolina Inaraja es propietaria y directora de Bodegas Monte la Reina, desde donde impulsa una nueva etapa para la Denominación de Origen Toro. Su proyecto combina respeto por la tradición vitivinícola de la comarca con innovación y una clara proyección internacional, aportando elegancia y modernidad a una región históricamente ligada a vinos potentes.

Aunque es la primera de su familia dedicada profesionalmente al vino, siempre ha estado vinculada al campo. Tras incorporarse a la bodega familiar y conocer todas sus áreas, asumió la dirección en 2012. Con formación en empresa y gestión vitivinícola, ha desarrollado una visión estratégica que apuesta por viñedos prefiloxéricos, nuevas variedades como Verdejo y Chardonnay y una fuerte identidad de marca.

Bajo su liderazgo, Monte la Reina se ha consolidado como uno de los proyectos más innovadores de Toro y ha ampliado su presencia internacional, exportando más de un millón de botellas al año.

¿Cómo llegó el vino a su vida?

El vino llegó a mi vida casi por casualidad. Empecé muy joven y, siendo sincera, con bastante poco conocimiento del sector. Fue una oportunidad que me brindó mi familia y que decidí aceptar con mucha ilusión, aunque al principio no era plenamente consciente de todo lo que implicaba. Con el tiempo, esa casualidad se convirtió en algo mucho más profundo. Después de casi 15 años vinculada a este mundo, hoy no concibo mi vida profesional de otra manera. El vino me ha enseñado a entender mejor la tierra, a valorar los tiempos y a descubrir una pasión que no sabía que tenía.

¿Qué la sedujo para dedicarse profesionalmente a esta industria?

Lo que realmente me sedujo fue descubrir que el vino es mucho más que un producto. Es paisaje, cultura, emociones y personas. Hay algo muy especial en saber que cada botella puede formar parte de momentos importantes en la vida de alguien. Recuerdo que hubo un momento muy concreto, una tarde entre viñedos, en la que entendí que el vino me estaba enseñando mucho más de lo que yo imaginaba: a ser paciente, a disfrutar del proceso y a vivir las cosas con más pasión.

¿Cómo observa actualmente a los vinos de la DO Toro?

Creo que los vinos de Toro están viviendo una evolución interesante. Siempre han tenido una personalidad muy marcada: vinos con estructura, carácter y capacidad de guarda. La denominación tiene algo muy valioso, que es su identidad. Toro tiene un terruño muy particular y un patrimonio vitícola extraordinario que hoy está siendo

reinterpretado con una mirada más contemporánea.

¿Qué cambios considera que deberían hacerse para que los vinos de la DO tengan una mayor proyección internacional?

Más que cambios profundos, creo que el reto está en seguir contando mejor la historia de Toro. Dejar de excusarnos y potenciar nuestro mensaje. Es una zona con una riqueza vitícola enorme, con mucho viñedo viejo, con suelos muy particulares y con una tradición histórica muy potente. El consumidor internacional busca autenticidad y origen y Toro tiene todo eso. Solo necesitamos seguir trabajando en comunicarlo mejor, con un lenguaje más moderno y posicionar nuestros vinos en los mercados adecuados.

¿Por qué considera que los viñedos prefiloxéricos son una gran apuesta a futuro?

Porque son un auténtico tesoro. Tener viñas que han sobrevivido a la filoxera y que siguen plantadas a pie franco es algo muy poco común en el mundo del vino. Son viñedos con muchísima historia, que dan producciones más limitadas pero con una calidad extraordinaria. En un momento en el que el consumidor busca autenticidad y singularidad, este tipo de viñas tiene un valor enorme.

En Monte la Reina tenemos la suerte de conservar viñedos centenarios en Morales de Toro, que forman parte de la esencia del proyecto para nuestros vinos de gama más alta.

¿Qué fortalezas cree que tienen el Verdejo o el Chardonnay?

El Verdejo tiene una capacidad increíble para expresar frescura, carácter aromático y versatilidad gastronómica. Es una variedad muy agradecida en elaboración y tiene potencial de guarda también o de fermentar en barrica. Y por supuesto es una variedad española que conecta muy bien con el consumidor actual, dentro y fuera de España.

El Chardonnay, por su parte, es la variedad más bebida del mundo y nos permite explorar estilos muy interesantes. En Monte la Reina apostamos por él precisamente porque queríamos abrir nuevas vías y demostrar que en nuestra tierra también se

pueden elaborar vinos blancos distintos. De hecho, elaboramos el primer Chardonnay monovarietal de Castilla y León, lo que fue una apuesta muy innovadora en su momento. Tiene más éxito en España que fuera de España, ya que en el mundo hay una gran oferta de vinos con esta variedad.

¿Cuáles fueron los cambios más radicales que aplicó en Bodegas Monte La Reina?

Mi objetivo siempre ha sido aportar una visión más abierta y contemporánea al proyecto y a la denominación. Hemos trabajado mucho en reforzar la identidad de la bodega, en cuidar el viñedo pero también en innovar tanto en los vinos como en la forma de conectar con el público. También hemos impulsado mucho el desarrollo del enoturismo y de la experiencia entorno al vino, porque creo que hoy el consumidor quiere vivir el vino, no solo beberlo.

¿Cuáles fueron los resultados cualitativos y cuantitativos?

A nivel cualitativo, creo que hemos conseguido consolidar un proyecto con personalidad propia, muy ligado al territorio pero también con una mirada innovadora. En términos cuantitativos, Monte la Reina ha logrado ampliar su presencia internacional y hoy nuestros vinos están presentes en más de 38 países, lo que demuestra el potencial de Toro y sobre todo, el nuestro, en los mercados exteriores.

En España, ¿cómo observa el rol de la mujer en el mundo actual del vino?

Creo que estamos viviendo un momento de cambio muy interesante. Durante mucho tiempo el sector ha sido mayoritariamente masculino, pero hoy cada vez vemos más mujeres liderando bodegas, dirigiendo equipos técnicos o impulsando proyectos innovadores. Todavía queda camino por recorrer, pero es evidente que la presencia femenina en el vino es cada vez más visible y más influyente.

Si hablamos de mujeres que dejan huella, ¿a quienes considera mujeres inspiradoras de la industria en España?

Afortunadamente hay muchas mujeres inspiradoras en el sector. Pienso en grandes enólogas y bodegueras que han contribuido a posicionar el vino español en el mundo. Pero también creo que hay muchas mujeres trabajando en viñedos, en bodegas familiares o en proyectos más pequeños que están haciendo un trabajo extraordinario y que forman parte de esa transformación silenciosa que está viviendo el sector.