



**El Colegio
de la Frontera
Norte**

EL DESARROLLO DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN
BAJA CALIFORNIA (2000-2013):
UN ANALISIS DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO
ENDÓGENO

Tesis presentada por

Diana Celaya Tentori

Para obtener el grado de

DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES

Tijuana, Baja California, México
2014

DEDICATORIA

A ti Dianita, ya que en tus ojos puedo lograr lo que sea.

A ti Aldo, por ser el mejor esposo,
gracias por el amor que me das.

A ti mamá, por ser mi principal inspiración, eres
el mayor ejemplo en mi vida.

A ti papá por acompañarme en este duro proceso.

A ustedes Mine y Tina, no podría pedir mejores hermanas,
son mi fuente de fortaleza.

A mis abuelitos, por inculcarnos que cada generación
debe superar a la anterior.

A toda mi familia, que de una manera u otra siempre
me demostraron su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

Al CONACYT y al Colegio de la Frontera Norte, por darme la oportunidad de realizar mis estudios de doctorado.

Al Dr. Alejandro Monsiváis por el trabajo conjunto, por su asesoría, cuestionamientos, supervisión y seguimiento, pero sobre todo por su paciencia durante la realización de esta tesis. A la Dra. Sarah Martínez-Pellegrini por su participación en el presente trabajo, por ser una importante guía y por las palabras de aliento que siempre me brindó en momentos difíciles. Al Dr. Luis F. Aguilar, por su contribución a la orientación de esta tesis, gracias por todos sus comentarios. A la Dra. Araceli Almaraz y al Dr. Mario Cerutti, gracias por dar lectura al presente trabajo y tomarse el tiempo de aportar comentarios y sugerencias para mejorarlo.

Agradezco especialmente a todas las personas que participaron en este trabajo a través de sus entrevistas: a los productores del sector vitivinícola, funcionarios y ex-funcionarios públicos, y empresarios relacionados al sector del vino, estaré siempre agradecida por la contribución de su tiempo, palabras, recuerdos y documentos para la realización de esta tesis.

A mis compañeros del doctorado, muchas gracias. Sin ustedes el camino hubiera sido más difícil, solitario y aburrido.

Gracias a mis amigas: a Rocío que siempre me centra y da energía positiva para seguir adelante; a las del Cuchubal, que me ayudaron a mantener la cordura y a cuidar y alimentar a mi hija en estos últimos 2 años; a las Uvas por siempre estar ahí para apoyarme; y a las Cacatúas por todas sus porras.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. Desarrollo Endógeno, Sistemas Territoriales y la Industria del Vino en Baja California: Planteamiento Introductorio

La actualidad de la vitivinicultura en el mundo

La actualidad de la vitivinicultura en México

Problematización

Pregunta de investigación

Objetivo principal

Justificación

Hipótesis General

Hipótesis Específicas

CAPÍTULO 2. La Construcción de un Modelo Analítico desde la Perspectiva del Desarrollo Endógeno: El Sistema Territorial Competitivo

2.1. Hacia la teoría del desarrollo endógeno

2.2. Teorías del desarrollo

2.3. Modelos y teorías de crecimiento endógeno y regional: del espacio al territorio

2.4. Las teorías del desarrollo endógeno

2.5. Resultados de la revisión teórica: La construcción de un modelo analítico para el estudio del desarrollo endógeno

CAPÍTULO 3. El Sector Vitivinícola en Baja California hasta el 2002: Agotamiento y Crisis de un Modelo de Desarrollo

3.1. La región vitivinícola en Baja California

3.2. Contexto de desarrollo de la era moderna del vino en México
El vino en México

3.3. Situación del sector antes del año 2000
Entonces, ¿qué detona el desarrollo del sector?

3.4. Arena de acción 2000-2002: La comercialización de la uva en Baja California

Semblanza de la situación del sector vitivinícola en Baja California antes de la coyuntura comercial de la uva vinificable: las variables exógenas.

La reestructuración de la industria del vino en Baja California: el período de transición 2000 – 2002

3.5. Resultados de la crisis comercial que reestructuró la industria del vino en BC

3.5. Conclusiones del capítulo

CAPÍTULO 4. El Auge del Sector Vitivinícola en Baja California 2002 – 2013: Los Mecanismos del Desarrollo Endógeno

4.1. Arena de acción 2002-2013: La construcción del sistema territorial vitivinícola

Semblanza de la situación del sector vitivinícola en Baja California después de la coyuntura comercial de la uva vinificable: las variables exógenas.

Los procesos de cambio en la industria del vino en Baja California: mecanismos del desarrollo endógeno

Arena de acción 1: Dimensión económica

Arena de acción 2: Dimensión política/gubernamental

Arena de acción 3: Dimensión sociocultural

4.2. La situación actual del sector vitivinícola

Variables endógenas: la situación de acción y los participantes al 2013

4.3. Conclusiones del capítulo

CAPÍTULO 5. La industria del vino en Baja California: la competitividad de un sistema territorial

5.1. La construcción del sistema territorial competitivo

5.2. Acciones que contribuyeron al desarrollo del sector vitivinícola entre 2000 y 2013

Desarrollo Económico del Sector Vitivinícola

Desarrollo Territorial

Identidad Local

5.3. Ventajas y desventajas competitivas del sector

Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades: un análisis comparativo entre el 2002 y el 2013

5.4. Conclusiones del capítulo

CAPÍTULO 6. Síntesis y Conclusiones

6.1. Aspectos Teóricos y Metodológicos

6.2. Panorama futuro de la industria vitivinícola en Baja California

6.3. Futuras investigaciones

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 2.1. Evolución hacia la teoría del desarrollo endógeno.
- Figura 2.2. Esquema de la construcción del marco analítico para el estudio del desarrollo endógeno.
- Figura 2.3. Cadenas productivas y entorno territorial.
- Figura 3.1. Distribución porcentual de la producción de vino en BC.
- Figura 3.2. Encadenamientos productivos de la viticultura.
- Figura 3.3. Modelos de producción antes del año 2000.
- Figura 3.4. Interacciones en el sector vitivinícola antes del año 2000.
- Figura 3.5. Comercialización de la uva en BC, año 2000.
- Figura 3.6. Interacciones entre los participantes: Domecq y viticultores 2000-2002.
- Figura 3.7. Nuevas interacciones en la arena de acción de la comercialización de la uva, después del 2002.
- Figura 4.1. Construcción del sistema territorial en torno al sector vitivinícola.
- Figura 4.2. Arena de acción: sub-arenas de la dimensión económica
- Figura 4.3. Modelos de producción después detectados en 2013.
- Figura 4.4. La capacitación en el sector, antes y después del año 2002.
- Figura 4.5. Interacciones entre participantes de la dimensión económica.
- Figura 4.6. Interacciones entre participantes de la dimensión política gubernamental.
- Figura 4.7. Organización del sector.
- Figura 4.8. Interacciones entre participantes de la dimensión sociocultural para la generación de referentes identitarios.
- Figura 5.1. Crecimiento de la producción vinícola en Baja California (1999-2013).
- Figura 5.2. Mercado laboral local.
- Figura 5.3. Oferta educativa: fuentes de capacitación, sujetos de la capacitación y puestos.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1.	Resumen de las dimensiones del desarrollo endógeno.
Tabla 3.1.	Empresas establecidas en Baja California en 1999.
Tabla 3.2.	Productores vitícolas establecidos en Baja California en 1999.
Tabla 3.3.	Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción de la comercialización de la uva vinificable en el año 2000.
Tabla 3.4.	Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción de la comercialización de la uva vinificable en 2002.
Tabla 4.1.	Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción del desarrollo del sector vitivinícola en 2002.
Tabla 4.2.	Redes empresariales detectadas en 2013.
Tabla 4.3.	Programas estatales en apoyo al sector vitivinícola.
Tabla 4.4.	Programas federales en apoyo al sector vitivinícola.
Tabla 5.1.	Resultados de las acciones realizadas para la obtención/fortalecimiento de los componentes relacionados a la competitividad en el territorio.
Tabla 5.2.	Componentes relacionados a la generación de desarrollo económico.
Tabla 5.3.	Porcentaje de crecimiento en producción vinícola (1999-2013).
Tabla 5.4.	Componentes relacionados a la generación de desarrollo territorial.
Tabla 5.5.	Componentes relacionados a la generación de identidad local.

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 3.1.	Los valles vitivinícolas en Baja California en 1999.
Mapa 5.1.	Valles vitivinícolas en Baja California en 2013.

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 4.1.	Un valle que siga siendo nuestro.
-----------------	-----------------------------------

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. Estrategia Teórico-Metodológica: el sistema territorial analizado por medio de las arenas de acción como herramienta para operacionalizar el abordaje del desarrollo endógeno

ANEXO 2. Historia del vino en México

ANEXO 3. Cadena de Valor del Vino

ANEXO 4. Variables exógenas. Arena de acción 2000-2002: La comercialización de la uva en Baja California

ANEXO 5. Variables exógenas. Arena de acción 2002-2013: La construcción del sistema territorial vitivinícola

ANEXO 6. Empresas vitivinícolas y vinícolas censadas

ANEXO 7. Documentos especializados sobre la definición de la vocación productiva para la zona vitivinícola del Valle de Guadalupe

ANEXO 8.

- 8.1. Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Desarrollo Económico
- 8.2. Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Desarrollo Territorial
- 8.3. Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Identidad Local

ANEXO 9. Calendario de Eventos del Vino 2013

CAPÍTULO 1

Desarrollo Endógeno, Sistemas Territoriales y la Industria del Vino en Baja California: Planteamiento Introductorio

En menos de una década, el estado de Baja California se ha posicionado a escala nacional e internacional como la región en la que se producen algunos de los mejores vinos de México. El desarrollo de la industria vitivinícola en esta entidad ha venido acompañado de una rápida expansión de la gastronomía regional, el turismo y otras actividades que han fortalecido la identidad y la iniciativa empresarial bajacaliforniana. El objetivo de esta tesis es dar cuenta del proceso que ha dado lugar a esta expresión del desarrollo regional. El argumento que sostendré es, que ha sido la capacidad de articulación que ha tenido el empresariado local lo que explica la rápida expansión de la industria vitivinícola en el estado. Como tal, se trata de un caso que ilustra las posibilidades, alcances y desafíos del desarrollo endógeno.

Esta tesis se origina en constatar la singularidad de la industria vitivinícola bajacaliforniana en el contexto de la producción de vino en México. Es precisamente en este estado donde, desde finales de los años ochenta, inicia la historia de modernización de la industria vitivinícola nacional. Dentro de Baja California, es el Valle de Guadalupe la zona más representativa en cuanto a los esfuerzos de la transformación del vino Mexicano, reconocida actualmente a nivel nacional e internacional como una región vitivinicultora de alta calidad. Este reconocimiento se da derivado de la combinación de esfuerzos empresariales, los vínculos con el sector público y las prácticas socioculturales, los cuales en poco más de una década, han contribuido a la evolución de este sector.

La actualidad de la vitivinicultura en el mundo

La estructura del sector vitivinícola a nivel mundial se ha modificado de manera significativa en los últimos 40 años, primero derivado del aumento de las exportaciones¹ de este producto y segundo debido a la importante tecnificación de esta industria. Esta actividad, que tradicionalmente se ha destacado por evocar la importancia de los procesos artesanales, hoy en día se distingue por la competencia internacional de vinos que son resultado de procesos de alta tecnificación a lo largo de toda la cadena productiva (Loubere, 1990; Paul, 1996), lo que ha ocasionado que algunos de los países comúnmente denominados como productores del “nuevo mundo”,² que antes de 1980 no eran importantes productores vitivinícolas a nivel mundial, estén ahora entre los líderes en exportaciones, en detrimento de las exportaciones de los proveedores europeos (o del “viejo mundo”), los cuales continúan dominando el mercado mundial del vino.

En Villanueva (2011), se afirma el aumento de las exportaciones de vino, versus el consumo local de este producto, inicia en los años setenta en Europa, seguido por el aumento en las exportaciones de nuevos países productores tales como Estados Unidos y Australia en los años ochentas; y Chile, Argentina, Sudáfrica y Nueva Zelanda a partir de los años noventas. Un claro ejemplo de este cambio lo constituye el hecho de que entre el año 2000 y el 2013, los cupos de exportación de los tres principales países productores del “viejo mundo” (Francia, Italia y España) pasan del 62 por ciento del mercado de exportación de vino, a únicamente el 48 por ciento (Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), 2013).

De acuerdo con la OIV, en 2013 las exportaciones de vino, en cuanto a volumen, fueron lideradas por Italia con 20.4 millones de hectolitros. Sin embargo, es Francia el país que encabeza la lista de exportadores en cuanto a valor facturado, con 7.8 millones de euros, seguido por Italia con 5.03 millones de euros. De los productores del “nuevo mundo”, Chile incrementó sus exportaciones entre 2012 y 2013 en 20.4 por ciento

¹ Antes de los años setentas, solo se exportaba menos del 10 por ciento de la producción total del vino elaborado a nivel mundial (Villanueva, 2011).

² Para un análisis sobre la categorización mundial de las zonas vitivinícolas ver Villanueva, 2011.

convirtiéndose en el cuarto exportador mundial de vino. Es importante notar que son únicamente 11 países los que controlan el 90 por ciento de las exportaciones globales, que por orden de importancia se enlistan a continuación: Italia, España, Francia, Chile, Australia, Sudáfrica, Alemania, Estados Unidos, Portugal, Argentina y Nueva Zelanda. Como se puede observar, de los 11 países que controlan las exportaciones mundiales de vino, 6 son de los denominados del “nuevo mundo”, aspecto indicativo de la transformación de esta industria, que hace apenas 30 años estaba dominada completamente por la producción vitivinícola de los países europeos.

La actualidad de la vitivinicultura en México

En el caso específico del México, el vino producido en este país no es aún un importante competidor en los mercados internacionales. La producción nacional representa menos del 1 por ciento del vino elaborado a nivel mundial (OIV, 2013) y sus exportaciones son menos del diez por ciento del total de la producción nacional. A pesar de esto, entre 2000 y 2013, en poco más de una década, la vitivinicultura en Baja California ha logrado constituirse en un importante promotor de desarrollo en la Ciudad de Ensenada.

Este sector tiene su base en una actividad productiva primaria, que a partir de su industrialización se convierte en un producto con alto valor agregado y que además promueve fuertes enlaces económicos con sectores conexos tales como el turístico y el de alimentos. Su cambio en el tiempo se evidencia en tres dimensiones: la económica a partir de la reconfiguración productiva y del aumento del número de empresas, el cual pasa de 10 en el año 2000 a más de 70 en 2013; la política/gubernamental: a partir de la creación de programas sectoriales y políticas públicas específicas para el apoyo a este sector, y la sociocultural, a partir de las prácticas realizadas en torno a esta actividad productiva, generando referentes que demuestran la identificación de un importante sector social de la Ciudad de Ensenada y del estado de Baja California con esta actividad productiva.

Problematización

La complejidad medioambiental, cultural, social e institucional propias de cada región contrastan con la perspectiva del crecimiento de las regiones como un hecho primordialmente económico, perspectiva que se ha modificado a partir de los años 40, producto de la crisis de la posguerra. Esto incentivó la producción de innumerables estudios que se han enfocado en destacar la importancia de otros aspectos de relevancia en el proceso evolutivo económico y de bienestar social, algunos de los cuales se relacionan con especificidades territoriales, evitando reducir los problemas de desarrollo a políticas económicas o sectoriales.

En investigaciones tales como las enfocadas al análisis de aglomeraciones productivas y sus resultados en el desarrollo de las regiones (ver capítulo 2), se ha demostrado que existen formas de organización productiva, institucional, público/privada, entre otros, que son detonantes de procesos que resultan en el bienestar de las sociedades en donde se realizan. El estudio de estos casos de desarrollo regional, analizados desde diferentes perspectivas, proveen entendimiento de algunos de los procesos y características, necesarios para lograr el desarrollo. A pesar de esto, en países como México, los diferentes programas gubernamentales continúan sin resolver el problema del desarrollo económico, o de mitigar los problemas de pobreza y de desigualdad (Moncayo, 2008). De tal manera, el tema sobre cómo fomentar el crecimiento de las regiones, que derive en procesos de mejora y bienestar, continúa siendo relevante en tanto la búsqueda de propuestas para mejorar el nivel de vida en las diferentes regiones, basadas en proyectos con viabilidad económica, social y ambiental siguen siendo un tema pendiente en lo que la formulación de políticas públicas se refiere.

Es por este motivo que se propone el estudio del caso del desarrollo de la industria vitivinícola en Baja California, entre el año 2000 y 2013, dado que su evolución ha posicionado a la vitivinicultura de Baja California como una actividad de gran crecimiento y oportunidad, que contrasta con la contracción económica mundial derivada de la crisis

sufrida en este mismo período de tiempo.³ Pero, ¿qué sucede en el resto de las regiones vitivinícolas en el mundo? ¿Existen otros casos de evolución del sector vitivinícola que se asemejen al caso específico de Baja California? Para responder a estas preguntas, se llevó a cabo una extensa revisión sobre investigaciones realizadas a nivel mundial relacionadas al tema del desarrollo de las zonas vitivinícolas. Dado que la vitivinicultura es una actividad que en países como Europa tiene una senda histórica incomparable a la de la situación mexicana, la estrategia fue el recuperar, en primer lugar aquellos trabajos que abordan el crecimiento de las principales zonas exportadoras, cuyo éxito económico es reciente (menor a veinte años). En un segundo esfuerzo, se recuperaron trabajos sobre zonas vitivinícolas que no figuran como zonas importantes en la producción mundial, pero que han detonado procesos de desarrollo en las localidades donde se establecen.

Este trabajo fue fructífero, ya que la reciente evolución de la vitivinicultura mundial ha producido una serie de estudios empíricos que buscan explicar el fenómeno y su importancia en el desarrollo económico de los países en cuestión, bajo diferentes enfoques. Por ejemplo, de acuerdo con Brunori y Rossi (2000), el éxito de las nuevas zonas vitivinícolas constituyen buenos ejemplos para analizar cómo las redes de colaboración crean sinergias para el desarrollo. La mayoría de los estudios empíricos revisados analizan el progreso reciente de las zonas productoras del “nuevo mundo” a partir de la colaboración entre actores de diferentes esferas tales como la económica, la política y la social, destacando la importancia de la aglomeración de empresas vitivinícolas como generadoras de sinergias para la innovación y que fomentan la creación de redes de conocimiento.

En estos estudios, la innovación tecnológica del sector vitivinícola mundial es uno de los principales factores explicativos de la competitividad en las zonas vitivinícolas que han modernizado sus sistemas productivos. Este proceso de tecnificación, que comienza en la década de 1980 en Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile, Argentina y Estados Unidos (Anderson et al., 2003; Cusmano et al., 2009), permite a estos países competir en los mercados internacionales acaparando parte del mercado que anteriormente dominaban

³ La crisis financiera de 2008 provocó una contracción mundial del comercio de hasta 11% en 2009 (OMC, 2010).

los vinos del “viejo mundo”, específicamente Francia, Italia y España (Anderson y Norman, 2001).

De acuerdo con los trabajos de investigación consultados, las organizaciones de investigación públicas han tenido un papel central en el desarrollo de esta industria. Varios autores (Aylward, 2003; Cusmano et al., 2009) reconocen que los *procesos de renovación tecnológica* (Giuliani et al, 2011:175) en la vitivinicultura del nuevo mundo han detonado fuertes inversiones por parte de dichas instituciones, las cuales son un componente clave para su competitividad. Entre estos países, destaca el trabajo realizado en Australia, Argentina y Chile, los cuales han mejorado radicalmente la calidad de sus vinos, así como la forma en que se comercializan y consumen en los mercados globales (Lara, 2013:2). Chile es un ícono, ya que el crecimiento de su producción y exportaciones en los últimos 30 años ha sido dramático. Sus exportaciones, como proporción al total del vino elaborado en este país han crecido a ritmos mayores que en resto de los productores del “nuevo mundo”, exportando más de la mitad de los vinos que ahí se fabrican anualmente. Esto ha resultado en una importante transformación de la estructura productiva y comercial de Chile. (Giuliani et al, 2011:752).

Argentina es otro país que ha desarrollado importantes redes de conocimiento en el sector vitivinícola, construyendo ventajas competitivas en cuanto a precio, calidad y reconocimiento de marca de sus productos. Sin embargo, como se presenta en Lara (2013), el hecho de que cada provincia Argentina tenga sus propios arreglos institucionales ha ocasionado un desarrollo desigual en la competitividad de las diferentes regiones del vino, destacando la importancia de la intervención gubernamental en los procesos de desarrollo.

Por su parte, en estudios que analizan el desarrollo de la industria vitivinícola australiana – compuesta principalmente por grandes exportadores multinacionales que no dependen del mercado doméstico y en segundo término por un gran número de pequeñas empresas, quienes enfocan su producción para el mercado nacional (ACIL, 2002) – se identifican como factores importantes para el éxito de las aglomeraciones vitivinícolas la capacidad de los actores económicos para cooperar entre sí (Marsh y Shaw, 2000). Ya que

a pesar de que existe competencia entre los diferentes productores, la colaboración en torno a ciertos temas comunes permite a los diferentes participantes de este sector coordinarse y trabajar de manera unida (Anderson, 2001), generando importantes articulaciones que han detonado capacidades regionales y la construcción de infraestructuras de conocimiento (Anderson, 2000).

Los cambios en los países del “nuevo mundo” también han influenciado la forma de producir y comercializar el vino de los países del “viejo mundo”. De tal manera, en Europa se ha buscado la modernización del sector a través de incentivos fiscales y crediticios, a lo largo de toda la cadena productiva y comercial (Anderson, 2001). Asimismo, se han producido una serie de políticas públicas orientadas a la mejora de la calidad de la producción vitivinícola, en la búsqueda de un cambio de visión de los productores, de un enfoque comercial para el abastecimiento del mercado interno, hacia la consolidación de una visión exportadora. Estas políticas también están focalizadas en disminuir la producción masiva de vinos baratos y aumentar la producción de vinos de mayor calidad y precio, de acuerdo con las tendencias del mercado mundial (Giuliani *et al.*, 2011). En Europa, todo este cambio se ha dado a partir de la reconfiguración de las políticas a nivel país, específicamente para los casos de Francia, España e Italia. De tal manera, puede afirmarse que la vitivinicultura europea contemporánea es en buena medida el resultado de las políticas de modernización productiva implementadas por los diferentes gobiernos nacionales, basados – como ya se mencionó – en incentivos fiscales y crediticios (BID, 2012).

En Italia, la reestructuración de la vitivinicultura se ha sustentado en las organizaciones públicas de investigación y desarrollo, las cuales juegan un papel central en la generación de sistemas de innovación que permiten la difusión de conocimiento entre las empresas (Morrison y Rabelotti, 2007). Asimismo, de acuerdo con Lorentzen (2009), existen en Italia importantes fondos para la investigación aplicada a resolver las necesidades de su industria vitivinícola, con especial énfasis en el acceso a usuarios finales. Por su parte, Francia y España, países que históricamente lideraron tanto los esfuerzos de investigación enológica como el comercio de exportaciones de vino, hoy en día basan su

competitividad, principalmente, en aspectos de imagen comercial, sustentados en la reputación como productores de vino de calidad, enfocando los esfuerzos de mercadeo en la distribución de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) (ICEX, 2013).

En estos estudios se destaca como la base y fundamento de los procesos exitosos de desarrollo de las zonas vitivinícolas, la estructura institucional del lugar donde se desenvuelven; a través de la integración de los actores del sector público y privado en los procesos de formulación de políticas públicas y el desarrollo de procesos de construcción institucional. De acuerdo con Giuliani, *et al* (2011), son las políticas públicas cuyos objetivos explícitos determinan la importancia de mejorar y fortalecer componentes de competitividad, tales como las redes de conocimiento, las que han llevado a los productores del “nuevo mundo” a alcanzar a los productores del “viejo mundo” en los mercados de exportación.

En la mayoría de las investigaciones revisadas, que estudian la relación entre el desarrollo y la competitividad de las zonas del vino exitosas en exportaciones, se establece como componente central del análisis la innovación y la generación de redes de conocimiento. Como lo expone Porter (1998), el éxito para crear sistemas innovadores depende de la capacidad de coordinación y cooperación de los actores en un contexto territorial: los enlaces empresariales, la confianza, las instituciones y la esfera social regional. De tal manera, en el contexto del mercado mundial del vino, la capitalización de estos factores ha sido clave en el desarrollo tanto de las nuevas regiones productoras, como en el sostenimiento de la competitividad de las regiones vitivinícolas tradicionales.

Los estudios enfocados en regiones vitivinícolas menos exitosas (en cuanto a exportaciones) también centran el análisis en factores relacionados a enlaces que generen sinergias. Sin embargo, enfatizan factores diferentes a la innovación y la tecnificación de la producción, tales como la importancia del territorio, la organización productiva y empresarial y los enlaces con sectores conexos, tales como el turístico (Brunori *et al*, 1990). Por ejemplo, en Pastore (1997), se analiza el desarrollo de las rutas del vino como una

estrategia que involucra el espacio físico natural, el espacio construido por el hombre, y el espacio como un conjunto complejo de valores, tradiciones y cultura, que fomenta las interconexiones entre los actores, los elementos inanimados y los símbolos regionales.

Los casos de estudios revisados, tanto para las grandes regiones productoras y exportadoras de vino, como para las zonas vitivinícolas más pequeñas, consideran los procesos de sinergia como un componente fundamental en los procesos de enlace entre los diferentes elementos del sistema, como incentivo para la generación de redes complejas de colaboración y su importancia como estrategia para detonar desarrollo regional. Esto puede relacionarse con las referencias teóricas provistas por las teorías de desarrollo endógeno, explicadas en el siguiente capítulo, aun cuando no se explicita en ninguno de los documentos revisados en este apartado su relación directa a este abordaje. Asimismo, se destaca la importancia de las diferencias de los sistemas productivos particulares, entre los casos de estudio, donde se comparan dos o más regiones vitivinícolas. En cada uno de estos estudios se evidencia la interdependencia de los componentes que dan competitividad al sistema, así como el hecho de que los procesos analizados no son lineales. Finalmente, se enfatiza la importancia de las instituciones públicas, como los principales promotores del proceso de desarrollo tecnológico y modernización de la producción.

Estas experiencias de desarrollo hacen notar que a diferencia de estos casos, donde se destaca la centralidad de las instituciones públicas como promotoras de políticas nacionales y regionales en pro del desarrollo vitivinícola, en el caso de Baja California, el actual éxito de esta actividad se da a pesar de que no existe un impulso de políticas nacionales que lo incentive. Por lo tanto, surge el interés por analizar cuáles han sido los mecanismos y episodios a los que se pudiera atribuir la transformación de este sector en el período de tiempo especificado, en Baja California, dado que la evolución de este sector ha detonado una serie de procesos que han llevado a su destacable crecimiento.⁴ Así, emergen una serie de interrogantes que se relacionan directamente con el desarrollo regional. En primer lugar, surge el cuestionamiento de si puede identificarse, para este caso particular,

⁴ En Baja California el número de empresas creció en un orden del 700 por ciento entre 2000 y 2012, de 10 empresas a más de 70 (SPV, 2012).

una ruta discernible de desarrollo donde las variables clave se originan en el propio entorno. De este cuestionamiento se desprenden algunas otras preguntas tales como: ¿Cuáles son los elementos que intervinieron en este fenómeno? ¿Se trata de un esfuerzo local únicamente? ¿Fue un esfuerzo de la iniciativa privada o hubo intervención del sector público? ¿Cuáles son las coyunturas y momentos clave del proceso? ¿Cuáles son los elementos de acuerdo, convergencia y cooperación? ¿Existen redes, alianzas y coaliciones relevantes en todo este proceso? ¿De qué tipo? ¿Cuáles son los ejes de conflicto y controversia?

Éstas, entre otras interrogantes planteadas sobre el caso del desarrollo de la industria vitivinícola en Baja California, en el período citado, pueden ser analizadas desde la perspectiva del desarrollo endógeno, ya que contrario a los tres primeros auge en la producción de vino en México, el presente auge de esta industria no se relaciona con un esfuerzo externo, tal como una política nacional; tampoco se relaciona al establecimiento de una o varias empresas extranjeras o foráneas en la localidad. Por el contrario, en un primer acercamiento al caso de estudio, es evidente que son los actores económicos locales de este sector: viticultores, vinicultores y vitivinicultores, quienes han liderado la construcción de un conjunto de relaciones en las que participan actores internos y externos a la industria, que contribuyen de manera directa a su desarrollo.

La perspectiva del desarrollo endógeno, como se describirá en el capítulo 2, tiene tres elementos constituyentes que proveen un resumen conciso de este abordaje: el marco territorial, en lugar del sectorial; la valorización y explotación de los recursos físicos y humanos locales; y, el enfoque en las necesidades, capacidades y perspectivas de las personas locales (Ray, 1999). En este contexto, se destaca la centralidad de los factores locales a partir del reconocimiento de su importancia como elementos en los que se sustentan y sostienen los procesos de desarrollo. De acuerdo con este abordaje, las necesidades, perspectivas y capacidades locales se enlazan a partir de las relaciones entre los actores locales, conformando un sistema territorial, constituido por procesos naturales y artificiales, dimensiones y articulaciones, que han tenido repercusiones sobre el territorio en el tiempo (Bustos, 2002).

Por lo tanto, el objeto de estudio de la presente tesis es la conformación del sistema territorial en torno al sector vitivinícola bajacaliforniano, en el período comprendido entre 2000 y 2013, en términos de conjuntos de acciones específicas y de los procesos de articulación entre los participantes del sector, de los cuales se deriva la naturaleza del sistema territorial en cuestión y que han generado el crecimiento y desarrollo observados. En dicho sistema, el territorio es la región vitivinícola bajacaliforniana, las dimensiones son la económica, política/gubernamental y la sociocultural. Suponemos que de acuerdo con la teoría de desarrollo endógeno, la dimensión económica detona las articulaciones del sistema, que en el tiempo, generan sinergias y competitividad. Este abordaje nos ofrece referencias teóricas importantes, sin embargo, el enfoque de este trabajo no es el desarrollo endógeno. El interés reside en el análisis del proceso que lleva al estado actual de un sector productivo cuyas articulaciones internas y externas han logrado, suponemos, la conformación de un sistema territorial. Se requiere entender la delimitación del sistema y sus rasgos distintivos, su construcción, composición y capacidades. Es decir, justificar por qué es un sistema y entender cómo se construyó, cómo se configura, cómo opera y evoluciona en el tiempo, desentrañar las interrelaciones que existen entre las dimensiones, la interdependencia de recursos, los principios económicos y políticos y los procesos que resultan en prácticas socioculturales en torno a dicha actividad productiva.

Pregunta de investigación:

¿Cuáles elementos determinaron la configuración actual del sistema territorial vitivinícola en Ensenada, Baja California? ¿Qué papel jugaron los principales actores locales en los procesos y mecanismos de interacción que permitieron la construcción del sistema territorial que resultó en el desarrollo de la industria del vino bajacaliforniano entre 2000 y 2013?

Objetivo principal

Identificar los mecanismos endógenos de articulación que contribuyeron a la construcción del sistema territorial vitivinícola.

Objetivos específicos

1. Discutir en un plano conceptual, la relación entre el desarrollo endógeno y los sistemas territoriales productivos.
2. Analizar e identificar las etapas del proceso de configuración del sistema territorial vitivinícola.
3. Analizar el rol de los empresarios locales, en el surgimiento de la industria y sus interacciones con el sector público y privado.
4. Identificar el cambio en las dimensiones del sistema territorial en el período especificado.

Justificación

El interés personal por analizar los procesos que llevaron al desarrollo de la industria del vino bajacaliforniano surge de tres aristas. Primero, existe la observación inicial de que en Baja California la vitivinicultura se ha convertido en un sector que en una década se ha reconfigurado para posicionarse como un importante promotor de desarrollo en la región, cuyo impulso endógeno es evidente. En un primer acercamiento, se vislumbra que es un sector que ha utilizado los recursos regionales y las propias potencialidades para generar la articulación de tendencias económicas, políticas y sociales que han logrado impulsar el crecimiento de este sector productivo.

Es especialmente interesante que un fenómeno de desarrollo como el de la industria del vino se presente en Baja California, debido a que es un estado fronterizo, cuyos principales promotores de crecimiento provienen de actividades impulsadas de manera exógena: ya sea por políticas nacionales tales como el “Plan Maquiladora”, o por inversiones extranjeras directas en distintas actividades productivas, que buscan aprovechar

la ubicación del estado y el acceso a mercados como el norteamericano o los mercados asiáticos. Sin embargo, el desarrollo suscitado en el sector vitivinícola bajacaliforniano, entre 2000 y 2013, no se caracteriza por ninguna de estas cuestiones. Por el contrario, no existió como detonante para el crecimiento de la industria vitivinícola bajacaliforniana, en el período delimitado, una política nacional de promoción sectorial, ni hubo el establecimiento de empresas extranjeras o foráneas con altas inversiones que detonaran un proceso de aglomeración productiva. Asimismo, al revisar estudios sobre el desarrollo reciente de las zonas vitivinícolas más importantes de la actualidad se observa que la mayoría de los trabajos realizados se basan primordialmente en el análisis de los sistemas de innovación para la evolución competitiva de estas zonas vitivinícolas y los fuertes enlaces entre gobierno, universidades e industria. En dichos estudios, se destaca que es el gobierno el actor que se vuelve el impulsor de los demás participantes y que las universidades se vuelven entes económicos a partir su participación en proyectos ligados al desarrollo de su región (Etzkowitz y Dzisah 2008; Etzkowitz 2003 y 2008). En cambio, para el caso de Baja California, se observa que el apoyo gubernamental existe, empero, como se expondrá en este trabajo, no es posible afirmar que este apoyo ha marcado el ritmo del cambio en la vitivinicultura bajacaliforniana, tal como ha sucedido en otros casos paradigmáticos de desarrollo agroindustrial en México (Cerutti y Rivas, 2012) o del desarrollo reciente de las zonas vitivinícolas a nivel mundial (Anderson, 2001; Morrison y Rabelloti, 2007; Lara, 2008; McDermot *et al*, 2009; Giuliani *et al*, 2011). El primer acercamiento a este caso indica que los actores económicos locales han logrado promover e impulsar la creación de articulaciones de colaboración entre industria y gobierno, que en el tiempo constituyen la base del desarrollo de este pujante sector.

Segundo, el estudio de este sector, en el período de tiempo especificado, ofrece una oportunidad única para poder observar la conformación en el tiempo de una industria que hace poco más de diez años no figuraba como un actor importante en la economía regional. Esta investigación se da en un momento en el que la mayoría de las empresas tiene menos de diez años de su fundación y los actores que han participado en su conformación pueden ser entrevistados directamente para obtener información de primera mano sobre los procesos que, de acuerdo con sus percepciones particulares, han determinado la evolución

de la vitivinicultura bajacaliforniana. Esto es interesante dado que el estado del arte sobre casos empíricos de desarrollo hace evidente que la mayoría de estas investigaciones estudian sectores que tienen décadas, e incluso siglos, de su constitución y progreso; en donde los procesos de interacción entre los actores se describen únicamente a partir de fuentes secundarias de información. Es, precisamente, el poder reconstruir los procesos económicos y sociales concretos, a partir de la participación de estos actores, un aspecto total de esta tesis, que puede aportar al entendimiento de la construcción de sistemas territoriales.

En tercer lugar, resulta atractivo el hecho de que en el territorio vitivinícola bajacaliforniano no abundan los casos de éxito en cuanto a eslabonamientos productivos, asociacionismo empresarial y organizaciones agrícolas o industriales, liderados por actores locales, contrario a otros casos de desarrollo regional en México, donde la capacidad de organización e inversión de los empresarios del sector agroindustrial son rasgos distintivos del tejido productivo regional (Cerutti y Rivas, 2012).

De tal manera, se considera que la relevancia del tema de estudio radica en analizar cuáles fueron los procesos que detonaron el crecimiento y desarrollo en la región vitivinícola, dado que las primeras aproximaciones al caso de estudio indican que son los agentes económicos quienes detonan y lideran los procesos de articulación entre los actores internos al sector y los actores externos al mismo. En este caso, el sector público ha apoyado las actividades económicas de esta industria, pero no encabeza su promoción. Asimismo, el papel de la sociedad regional es importante, en tanto surgen prácticas socioculturales que también promueven el desarrollo económico de este sector.

Por lo tanto, se plantea que este fenómeno debe abordarse a partir de propuestas teóricas enfocadas en el desarrollo regional, con énfasis en la importancia de los factores locales. Así, se propone utilizar los referentes teóricos provistos por la teoría de desarrollo endógeno, cuya perspectiva tiene una base económica que además reconoce la importancia de factores no económicos específicos a los territorios. Al centro de las diferentes propuestas del desarrollo endógeno está la vinculación de las dimensiones económica,

político/gubernamental y sociocultural para la generación de bienestar. Estas dimensiones, al articularse, generan procesos sinérgicos que promueven el crecimiento y desarrollo del territorio. Esto es, derivado de su proximidad geográfica y su inserción social, ciertas aglomeraciones productivas logran generar externalidades positivas, encuentran mecanismos que facilitan la innovación y la difusión del conocimiento y por lo tanto se vuelven territorios competitivos, generando desarrollo endógeno (Heanue y Jaboson, 2005).

Se propone el año 2000 como inicio del período a analizar ya que representa un año de coyuntura para el sector vitivinícola bajacaliforniano. Es en este año cuando la empresa Allied Domecq anuncia que deja de comprar variedades de uva de temporal utilizados en sus vinos,⁵ afectando a más de 100 familias productoras de uva para vino de mesa, que cultivaban más de 1,200 hectáreas de vid (Sarmiento, 2008). Hasta entonces, por no considerarse un cultivo primordial en la estadística de producción para Baja California, el soporte al sector vitivinícola por parte del sector público se había restringido tradicionalmente a apoyos destinados a subsidiar una pequeña parte de la actividad primaria (siembra y cosecha) (Sarmiento, 2008). Sin embargo, debido al número de productores afectados, y a la gestión de algunos empresarios vitivinícolas, el tema de la vitivinicultura se logra colocar en la agenda pública del gobierno estatal.⁶ Pero, a pesar de que el tema del fomento a la industria vitivinícola en Baja California ha logrado conservarse dentro de la agenda pública⁷ desde el 2002, no existen estudios que describan los procesos y las acciones públicas y privadas implementadas, que han impactado el desarrollo de este sector.

⁵ Las variedades eran: misión, barbera, garnacha, cariñana, palomino y rosa del Perú.

⁶ En 2002 se publica la Política de Desarrollo Empresarial de Gobierno del Estado, que reconoce a la producción vitivinícola como una vocación productiva para el municipio de Ensenada, y en 2004 el Plan Estratégico del Clúster Vitivinícola; en el orden federal, de conformidad con la Ley de Desarrollo Rural Sustentable y en coordinación con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural Pesca y Alimentación y la Secretaría de Fomento Agropecuario del Gobierno del Estado de Baja California, se constituye el Consejo Estatal de Productores de Vid; en el orden municipal en 2006 se presenta el Programa de Desarrollo Regional para la Región del Vino.

⁷ En el Plan Estatal de Desarrollo 2008 – 2013, el tema de la promoción al sector vitivinícola continúa siendo una línea estratégica; en 2008 se lleva a cabo el primer Foro Legislativo de la Industria Vitivinícola; en 2009 el Instituto Municipal de Investigación y Planeación (IMIP) publica el Programa sectorial de desarrollo urbano – turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino); en 2011 se aprueba la iniciativa de ley de Fomento a la Industria Vitivinícola, en 2012 se aprueba el ejercicio de 50 MDP en ejecución directa para el desarrollo industrial del sector vitivinícola a través de la Secretaría de Economía (PROVITI).

Hipótesis General

La conformación del sistema territorial vitivinícola en Ensenada, entre el 2000 y 2013, estuvo condicionada por la convergencia de intereses entre empresarios establecidos en la región y organismos gubernamentales, asociados a un grado de consensos y un número cada vez mayor de prácticas socioculturales relacionadas con esta actividad productiva.

Hipótesis específicas

- I. El sector vitivinícola bajacaliforniano, entendido como un sistema productivo local, detona articulaciones que en el tiempo constituyen una unidad mayor, identificada como un sistema territorial; ya que sus dimensiones, económica, política/gubernamental y sociocultural son interdependientes y sinérgicas.
- II. Las articulaciones que constituyen al sistema se originan en la capacidad de coordinación y colaboración de los empresarios locales.

CAPÍTULO 2

La Construcción de un Modelo Analítico desde la Perspectiva del Desarrollo Endógeno:

El Sistema Territorial Competitivo

El desarrollo endógeno es una forma de generación de crecimiento económico y bienestar social que se origina en un proceso virtuoso de articulación de recursos de distinta índole y actores locales con diferentes iniciativas y capacidades. Se trata de un fenómeno que no depende exclusivamente de la competitividad de una empresa o una política pública. Consiste en un sistema de articulaciones e interdependencias entre organizaciones y actores públicos y privados en un espacio geográfico y social determinado: el territorio. La premisa analítica de esta tesis es que para estudiar los procesos de desarrollo endógeno es necesario entender cómo se construye un sistema productivo territorial a partir de capacidades locales.

El objetivo principal de este capítulo es realizar una exploración teórica de los antecedentes del desarrollo endógeno, con el fin de construir un modelo analítico, desde una perspectiva que nos permita analizar al sistema territorial constituido en torno al sector vitivinícola bajacaliforniano entre los años 2000 y 2013. Dado que el abordaje para estudiar el fenómeno en cuestión es el desarrollo endógeno y esta teoría es resultado de varias escuelas de pensamiento, se hará un recuento de sus antecedentes conceptuales, los cuales se relacionan con los modelos económicos del crecimiento; así como con otras disciplinas como los son los estudios sociales, culturales, políticos e institucionales que, de manera paralela, han desarrollado nuevas explicaciones, marcos analíticos y metodologías para conceptualizar, identificar y medir el desarrollo social de manera general y el desarrollo endógeno como un tipo particular.

2.1. Hacia la teoría del desarrollo endógeno

Los antecedentes teóricos del desarrollo endógeno son variados, ya que a pesar de que los fundamentos de esta teoría se relacionan con los modelos económicos del crecimiento, otras disciplinas de las ciencias sociales han contribuido a su cuerpo teórico evolucionando en el tiempo hasta llegar a su conceptualización actual. En el presente capítulo se realiza una revisión de dichos antecedentes, cuya base principal es la información provista por los modelos económicos que pueden agruparse bajo la categoría general de modelos de crecimiento endógeno y regional y las teorías de desarrollo, que en conjunto proveen los referentes teóricos en los que se basan las teorías del desarrollo endógeno (figura 2.1).

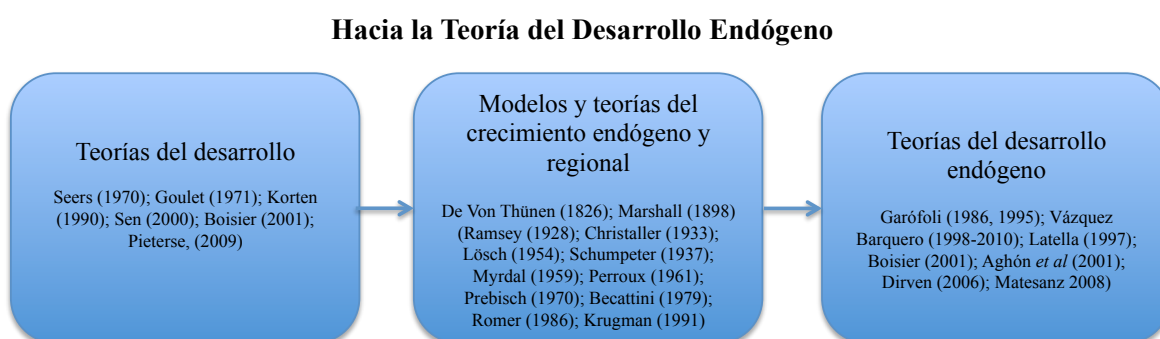


Figura 2.1. Evolución hacia la teoría del desarrollo endógeno. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos de la investigación teórica.*

Las teorías que se presentan parten de diferentes escuelas de pensamiento, algunas desarrolladas de manera paralela, que surgen como resultado de las críticas dirigidas a la falta de la inclusión de aspectos explicativos del crecimiento y desarrollo, diferentes a los contemplados en la función agregada de producción, la cual fue la base de la explicación y medición del crecimiento económico de la economía clásica y neoclásica. Se incluyen los estudios que destacan la importancia de la incorporación del espacio al análisis económico, contrastando, posteriormente, el concepto entre espacio y territorio, donde el territorio comprende no solo el espacio físico, sino también las interacciones sociales en un área específica de encuentro, que añade al análisis las especificidades locales como

características intrínsecas del espacio estudiado.

Una vez destacada la importancia del territorio, se procede a diferenciar los conceptos de crecimiento y desarrollo, debido a que en las ciencias económicas, por lo general, se toman como términos intercambiables. Sin embargo, para el presente estudio, crecimiento y desarrollo son entendidos como conceptos diferentes: el primero se refiere a un proceso de aumento en la producción de un país o región determinada, el segundo se refiere a un proceso multidimensional que incluye la existencia de otros factores que generan desarrollo y donde se reconoce que – contrario a lo que proponen las teorías económicas tradicionales – el crecimiento no siempre genera desarrollo, es decir, no siempre el aumento de la renta de un país o región beneficia a todos, por lo tanto crecimiento y desarrollo no pueden considerarse términos intercambiables. Al respecto, es importante aclarar que a pesar de diferenciar el concepto de crecimiento del concepto de desarrollo, el hilo conductor del análisis en la presente tesis continúa siendo la economía de mercado, representada por una actividad productiva específica como generadora de crecimiento, acumulación de capital y distribución del ingreso, que al mejorar las condiciones de vida de la población local genera desarrollo.

Al definirse desarrollo, la revisión teórica se enfoca en aquellos estudios que identifican las características particulares del desarrollo endógeno. De acuerdo con los autores citados, para que un fenómeno social pueda ser identificado como tal debe existir un cambio o transformación de la estructura económica y social, donde los actores y mecanismos que lo promueven estén ligados al territorio, construyendo un sistema en el que se crean capacidades suficientes para generar sinergias que garanticen su competitividad. Con relación a esto, se observa que en las variadas definiciones y descripciones de lo que es desarrollo endógeno los autores destacan siempre la importancia de la participación y coordinación entre los actores locales, tanto públicos como privados, así como el aprovechamiento y la articulación de una serie de componentes territoriales los cuales determinan el éxito – o fracaso – de los procesos de crecimiento y desarrollo. Estos componentes varían entre autor y autor, y en muchos casos no es claro cómo inician o se detonan dichas interacciones. Por el contrario, las interacciones de los actores locales, a

pesar de tener un carácter central en el desarrollo endógeno, quedan sin describirse y se incluyen únicamente como procesos sociales abstractos. De tal manera, fue necesario ampliar la revisión para incluir abordajes que permiten analizar cómo puede describirse y clasificarse la interacción entre actores privados y públicos tales como los estudios sobre redes, gobernanza y desarrollo institucional. Asimismo, se incluyen trabajos de investigación que describen qué tipos de componentes deben de existir en un territorio, para fomentar su competitividad.

Finalmente, dado que los autores del desarrollo endógeno proponen para su análisis una aproximación de sistemas, la revisión teórica se enfocó en la búsqueda de propuestas que aportaran a su definición, llegando a elegir como término central el concepto de sistema territorial, entendido como el estilo de desarrollo de una sociedad como proceso histórico-acumulativo y social: urbes, asentamientos, actividades económicas, usos de suelo, etc. (Farinós, 2006), que es el resultado de las actividades que la población practica sobre el medio físico y de las interacciones entre ellas, a través de los canales de relación que le proporcionan funcionalidad (Bustos, 2002).

De tal manera, se define lo que es un sistema territorial, planteando que este fenómeno puede construirse a partir de ciertas aglomeraciones productivas, que detonan articulaciones entre los actores locales, las cuales incluyen las acciones del Estado, los mercados y las fuerzas organizadas de la sociedad civil. La coordinación de esfuerzos públicos y privados permite la gestión y el fortalecimiento de componentes territoriales, generando sinergias que permiten a las empresas individuales competir de manera exitosa en los mercados, resultando en crecimiento económico. Este proceso mejora las condiciones de los componentes territoriales, resultando en la competitividad del sistema, que en el tiempo detona desarrollo en el territorio.

2.2. Teorías del desarrollo

Como se mencionó con anterioridad, el fracaso de políticas públicas aplicadas a nivel mundial, basadas en modelos económicos que proponen que el crecimiento

económico de un país o región conduce siempre a una distribución equitativa de los beneficios económicos en la población, y por ende al desarrollo social general, han hecho necesario diferenciar el concepto de crecimiento económico del concepto de desarrollo económico. De tal manera, el concepto de crecimiento económico adquiere un significado más estrecho que el de desarrollo, utilizándose únicamente en relación con aspectos cuantitativos ligados a la producción (*output*) de un país (Todaro y Smith, 2003).

Actualmente, se privilegia el uso del concepto de desarrollo económico al referirse a la evolución económica que tiende hacia una mejor calidad de vida de la población (Vázquez Barquero 1998; 2010). Esta distinción surge de la evidencia empírica a nivel mundial que demuestra que puede haber crecimiento económico en un país, sin embargo, no necesariamente esto resultará en desarrollo.

Seers (1970) inicia la discusión sobre el significado de desarrollo como un concepto normativo cargado de juicios de valor, diferenciándolo del significado de crecimiento. Sin embargo, es Goulet (1971), pionero de la línea de estudios de la ética del desarrollo, quien explica que si bien el desarrollo entendido de manera descriptiva es un proceso de cambio económico, implica también un cambio tecnológico, social y político, pero especialmente de valores, proponiendo tres valores centrales del desarrollo (en Todaro y Smith, 2003):

1. Sustento de vida: la habilidad de la población para cubrir las necesidades básicas.
2. Autoestima: no ser utilizado como instrumento de otros.
3. Libertad de elección.

Posteriormente, Sen (2000), conceptualiza la calidad de vida de un territorio conforme a la capacidad que tienen sus habitantes para vivir el tipo de vida que para ellos tiene valor. Destaca, al igual que Goulet (1971), categorías cualitativas tales como la libertad de opción como un aspecto medular del bienestar humano; el acceso a una variedad de productos (versus el enfatizar el ingreso individual) que permitan el desarrollo de sus propias capacidades – acceso a la salud, el conocimiento, una vivienda digna, etc. Este trabajo a su vez inspiró – junto con otros autores como Mahub ul Haq y Richard Jolly (en

Boisier, 2001) – la creación del Índice de Desarrollo Humano (IDH), utilizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como un indicador de desarrollo de los países desde 1990.

Asimismo, diversos autores han contribuido a la conceptualización de desarrollo, destacando, entre otros aspectos, el carácter territorial que lo define. Por ejemplo, para Stiglitz (1988) el *desarrollo representa una transformación de la sociedad, un movimiento de tradiciones: relaciones, formas de pensar, formas de abordar los problemas de salud y educación, y métodos de producción a otras formas modernas e innovadoras.*

En Boisier (2001) se puntualiza que una de las proposiciones más acertadas para definir el verdadero desarrollo se encuentra en la propuesta conocida como “Desarrollo a Escala Humana” de Max-Neef, Elizalde y Hopeyan en 1986: Este desarrollo se sustenta en 1) la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales; 2) la autodependencia; y, 3) la articulación de los seres humanos con la naturaleza y tecnología, de los procesos globales y locales, lo social y lo personal, lo público y lo privado. De acuerdo a este autor: *En el “desarrollo a escala humana” se avanza en la subjetivización del desarrollo, se categorizan los recursos no convencionales y se hace hincapié en la utilización de la sinergia como motor de desarrollo* (Boisier, 2001:4). Esta transición paradigmática conduce a nuevas áreas y líneas de estudio multidisciplinario, mediante las cuales se proponen nuevas formas de analizar, observar y, en la medida posible, medir el desarrollo.

Como ya se mencionó, actualmente el Índice de Desarrollo Humano (IDH) constituye un importante indicador del desarrollo de los países o regiones. Sin embargo, existen otras medidas utilizadas a nivel internacional como indicadores de desarrollo tales como: el índice de GINI (índice de desigualdad en la distribución del ingreso), índice multidimensional de pobreza (Naciones Unidas), índice de un mejor nivel de vida (OCDE), índice de densidad institucional (Naciones Unidas) e incluso existen países que miden los índices de felicidad en un esfuerzo por relacionarlos al propio desarrollo (Buthan, Reino Unido).

El desarrollo, al igual que otros conceptos utilizados en las ciencias sociales, no está libre de críticas. Destacan las críticas hechas al concepto de desarrollo como tal. La primera se deriva de la falta de coherencia externa del concepto, ya que como se ha mencionado, la palabra “desarrollo” y crecimiento han sido utilizadas de manera indistinta y las referencias teóricas, sobre todo de los autores económicos, contribuyen a esta confusión. Sin embargo, como ya se expuso, ahora se reconoce que son dos conceptos diferentes.

La segunda crítica, es con respecto a la coherencia interna del concepto; al igual que otros términos utilizados en las ciencias sociales, tales como democracia, capital social e instituciones, por mencionar algunos, el término “desarrollo” está siendo utilizado para definir varias realidades sociales, lo que ha llegado a provocar que el concepto pierda su significado distintivo. Asimismo, el concepto se acompaña de tantos adjetivos (por ejemplo: económico, endógeno, territorial, regional, local, autocentrado, alternativo, descentralizado, “desde arriba”, “desde abajo”, sustentable, entre otros) que existe ahora una multiplicidad de significados del desarrollo, dependiendo del adjetivo que lo acompañe. Esto ha resultado en lo que Boisier (2001) ha caracterizado como una confusión *que lleva a una verdadera “tautologización” del concepto...* cuya consecuencia es que *la identificación de medidas a favor del desarrollo se hace difícil e ineficiente* (Boisier, 2001:1).

Otros autores critican la conceptualización de desarrollo, independientemente de los adjetivos que lo acompañen. Existen críticas tales como las expresadas por autores como Latouche (1993), Porto Conçlaves (1996) o Nederveen (2009) que indican que actualmente el concepto de desarrollo implica un empuje hacia la occidentalización mundial (*development = westernization*)⁸, o la de Veiga (1993) que simplemente plantea la *“insustentable utopía del desarrollo”* (en Boisier 2001:6).

A pesar de la polémica causada por este término, los teóricos del desarrollo continúan privilegiando su uso sobre el de crecimiento, como crítica a las propuestas

⁸ En Pieterse, J. (2009) se presentan argumentos sobre las implicaciones “reales” del concepto de desarrollo, como se utiliza frecuentemente a nivel mundial.

reduccionistas del pensamiento económico, recordando que en el progreso social de un país no solamente inciden los factores económicos. Por lo tanto, en el presente trabajo, crecimiento se define como *el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado* (<http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>, consultado el 29 de abril de 2014); y desarrollo se define como *el proceso mediante el cual los miembros de una sociedad incrementan sus capacidades personales e institucionales para movilizar y manejar recursos que produzcan mejoras sustentables, equitativamente distribuidas, en su calidad de vida, consistentes con sus propias aspiraciones* (Korten, 1990:67).

2.3. Modelos y teorías de crecimiento endógeno y regional: del espacio al territorio

Los planteamientos agrupados bajo el concepto de modelos de crecimiento endógeno, tienen sus raíces en los trabajos de Ramsey (1928), Cass (1965), Koopmans (1965), y Schumpeter (1934, 1947) (en Todaro y Smith, 2003). Estos modelos, integran al análisis los supuestos de rendimientos crecientes a escala y competencia imperfecta, sustituyendo los supuestos ortodoxos de la economía neoclásica (Moncayo, 2006:12), explicando el crecimiento de una economía nacional a través de la inclusión de nuevas variables al modelo general de producción, tales como la tecnología, el ahorro y la inversión. Son denominados modelos de crecimiento endógeno, en referencia a la inclusión dentro de la función de producción de las variables citadas, no a una endogeneización espacial/territorial. Es decir, estos modelos no incluyen en su análisis factores espaciales o regionales, a excepción de la delimitación a nivel país.

Al centro de la propuesta de Ramsey (1928), está el incorporar la tasa de ahorro al modelo de crecimiento. Posteriormente, Schumpeter (1937) propone la inclusión de la innovación tecnológica en el modelo de crecimiento. Sin embargo, la formalización de la teoría del crecimiento endógeno se da a partir de la publicación del modelo de Romer en 1986, el cual asume que el proceso de crecimiento de un país inicia a nivel industrial, donde cada sector produce individualmente con retornos constantes a escala (de acuerdo con los

supuestos de la economía neoclásica). Sin embargo, a nivel país el crecimiento del total del *stock* de capital afecta positivamente la producción (*output*) a nivel industrial, permitiendo la existencia de economías crecientes a escala, externas a las empresas, que generan crecimiento económico a nivel país.

De tal manera, la contribución principal de los modelos de crecimiento endógeno es el planteamiento de que la producción industrial genera externalidades positivas para las industrias (externas a la industria, pero internas al país), mejorando el nivel de competitividad a una escala nacional. Contrario a la teoría económica ortodoxa, en estos modelos se reconoce que el crecimiento económico no es un proceso equilibrado, por lo que se incluyen diferentes variables que – observadas de manera empírica – señalan que existen procesos acumulativos a nivel nacional que pueden explicar la diferencia en las tasas de crecimiento entre un país y otro. Empero, debido a que estos estudios no analizan escalas menores a la nacional, estos modelos no contienen aspectos relacionados a la ubicación geográfica de las industrias, que podrían explicar la diferencia en las tasas de crecimiento dentro de las regiones de un mismo país.

Por su parte, las teorías de crecimiento regional, desarrolladas de manera paralela a los modelos de crecimiento endógeno, surgen también como crítica a la falta de la inclusión de otros elementos explicativos en la teoría económica clásica – diferentes a los incluidos en la función de producción – para dar respuestas al cuestionamiento sobre el por qué algunas naciones crecen más que otras.⁹ De tal manera, los modelos y teorías de crecimiento regional incluyen el espacio físico como elemento de análisis en el estudio del establecimiento geográfico de ciertas actividades económicas.

Este abordaje destaca la importancia en el crecimiento de aspectos tales como la ubicación de las industrias en un territorio determinado, los costos de transporte para las actividades productivas, la ubicación de los recursos productivos (humanos y materiales), la localización de los mercados, entre otros. Los autores que se dedicaron a desarrollar estos

⁹ Otra formulación de este cuestionamiento ha sido cómo disminuir las inequidades resultantes de esta diferenciación de crecimiento entre las naciones/regiones.

estudios proponen que el espacio es importante, en tanto existan maneras de maximizar su organización para afectar de manera positiva los procesos de crecimiento económico en espacios regionales acotados.

Teorías y modelos de la localización

Estos modelos inician con el interés de explicar el porqué de la localización de los productores y consumidores en un lugar determinado, partiendo del supuesto de que ambos agentes económicos tienen como finalidad maximizar sus beneficios. Von Thünen (1826), propuso que las decisiones de ubicación de diferentes actividades económicas es el resultado de un proceso racional, que busca la maximización de la razón costo/beneficio en el proceso productivo-comercial dado por los costos de transporte y renta de la tierra, donde la tierra más cercana a los centros urbanos (mercados) tiene el mayor costo y el costo de transporte aumenta proporcionalmente con la distancia. Weber (1909) ahonda en los estudios iniciados por Von Thünen al incluir al análisis la ubicación de la mano de obra como aspecto relevante para la ubicación de las actividades productivas. Christaller (1933) y Lösch (1954) contribuyen, a su vez, al análisis espacial de las actividades económicas al estudiar la ubicación de los sectores de comercio y de servicios.

Estos estudios constituyen las teorías de la localización, las cuales tienen como objeto de estudio la distribución espacial de las ciudades, a partir del análisis de la distribución de las actividades productivas, de comercio y servicios, desde un punto de vista económico. De tal manera, se incluyen por primera vez en los estudios económicos aspectos tales como el costo de la tierra, del transporte, de la ubicación de la mano de obra, de los tamaños de los mercados y de las capacidades tecnológicas, entre otros, como factores que determinan el crecimiento de las ciudades. Posteriormente, estos factores son incluidos en los estudios de desarrollo endógeno como factores que fomentan u obstaculizan la competitividad.

Entre las principales críticas a los modelos de localización se destaca el hecho de que no están contruidos para la explicación de la realidad, derivado de los supuestos en los

que se sustentan y de las generalizaciones realizadas para su modelaje matemático. Por ejemplo, estos estudios incluyen el espacio como factor explicativo, no obstante, el espacio es considerado como un factor homogéneo, sin características particulares entre las diferentes regiones. De tal manera, en estos estudios se supone que los resultados que se obtienen en un espacio determinado, pueden reproducirse indistintamente en otros espacios geográficos, dado que se asume que las condiciones espaciales son las mismas en todos lados.

A pesar de estas carencias conceptuales, los modelos matemáticos derivados de las teorías de localización son aún una útil herramienta utilizada en la planeación urbana. Asimismo, de estas líneas de investigación surge el interés por el estudio regional del crecimiento, el cual tradicionalmente se había analizado a nivel país. Es también de esta visión académica, inmersa en el área de la geografía económica tradicional, que se desprenden los estudios sobre aglomeraciones productivas (Tello, 2006:8), al destacar la relación entre la concentración de las actividades económicas ubicadas en áreas geográficas determinadas y el crecimiento.

Modelo de causación acumulativa

Este modelo plantea que la concentración espacial de las actividades económicas y los factores productivos son factores explicativos de la diferencia de crecimiento entre las regiones. Estas afirmaciones surgen de la evidencia empírica de que el progreso económico no aparece en todas partes al mismo tiempo, por lo que se plantea que estos procesos detonan fuerzas concentradoras alrededor de los primeros puntos de su comienzo (Hirschman, 1958), que hacen que dichas regiones crezcan más rápido.

En relación a estas observaciones, Myrdal (1959), propuso el modelo de causación circular acumulativa como marco de análisis integral para explicar las desigualdades entre países desarrollados y subdesarrollados. El autor, señala que el paradigma de la estabilidad generada por el libre juego de las fuerzas económicas es falso, dado que la evidencia empírica muestra que estas fuerzas tienden más bien a incrementar las desigualdades, de tal

manera que los países desarrollados y subdesarrollados tienden en el tiempo a divergir, en lugar de converger económicamente.

La principal contribución de estos estudios es el reconocimiento de que la concentración de actividades económicas induce a un proceso acumulativo de otros mercados y actividades, al cual se le da el nombre de economías de aglomeración. En estos estudios se indica que éste es un proceso finito, cuyo límite está asociado a la dimensión geográfica de la aglomeración, la cual tiene un punto máximo de eficiencia. Al superarse este punto máximo, el hecho de que siga aumentando el nivel de concentración de las actividades económicas en una ubicación geográfica particular comienza a generar costos para todos los ahí establecidos, transformándose en lo que se denomina como “deseconomías” de aglomeración. La importancia del reconocimiento de las “deseconomías” de aglomeración puede vincularse actualmente al reconocimiento de aspectos relacionados a la sustentabilidad del crecimiento regional, destacando que en cada espacio geográfico determinado existe un punto a partir del cual el uso de los factores productivos se vuelve más costoso, al no haber una cantidad infinita de recursos para mantener el creciente número de actividades productivas.

Los Polos de Crecimiento: el centro y la periferia

Continuando con el análisis de estudios de crecimiento regional, se destacan las importantes contribuciones de Perroux (1961), quien también reconoce que el crecimiento económico lleva a disparidades regionales, identificando como elemento explicativo la existencia de unidades propulsoras de crecimiento. De acuerdo con el planteamiento de este autor, dichas unidades propulsoras promueven un crecimiento acelerado en la región en la que se establecen, que es mayor al crecimiento general de la economía nacional, lo que genera polos de crecimiento que a su vez tienen un efecto difusor hacia la periferia. De tal manera surgen los modelos centro-periferia en los cuales se afirma que las asimetrías derivadas de estos polos de crecimiento tienden a reforzarse y a potenciar la divergencia espacial.

Debido a que los estudios enfocados en aspectos de localización centran sus estudios en las diferencias de las tasas de crecimiento entre regiones o áreas geográficas acotadas, estas investigaciones generan varias propuestas de intervención gubernamental, con el fin de reducir las disparidades entre las áreas con mayor y menor desarrollo. De tal manera, es a partir de estos modelos espaciales que se inició la aplicación de una serie de políticas de corte sectorial, las cuales buscaban apoyar a los sectores productivos con mayor valor agregado, por lo que la industrialización regional llegó a convertirse en un importante objetivo en la agenda política económica y de desarrollo en diferentes países (Martínez-Pellegrini, 2006).

Un claro ejemplo fueron las políticas basadas en la teoría del cambio estructural (Prebisch, 1970), que se derivaron de los modelos centro – periferia. Estas políticas tenían como meta el que los países “subdesarrollados” pasaran de una economía predominantemente agrícola, a una economía más moderna, urbanizada, industrialmente diversa y con enfoque en los servicios. En Latinoamérica, la principal herramienta para este cambio estructural fue la aplicación de políticas de sustitución de importaciones (Peet, 1999). Sin embargo, a partir de los ochenta, hechos como la disminución de las tasas de crecimiento y la inflación constante en los países en que se aplicaron dichas políticas hicieron perder credibilidad en esta y otras teorías de crecimiento que contuvieran pronunciadas intervenciones gubernamentales.

Asimismo, el éxito en Inglaterra y Estados Unidos de políticas de corte neoliberal, se presentan como argumento central para discutir que el subdesarrollo de los países resulta de la distorsión de precios y la mala distribución de los recursos, ocasionados por una excesiva participación gubernamental. De tal manera, resurgen con fuerza los nuevos modelos de crecimiento que proponen la liberalización de los mercados, la privatización de las empresas estatales y paraestatales, la promoción del libre comercio, la atracción y recepción de inversión extranjera y en general, la eliminación de todas aquellas regulaciones gubernamentales que distorsionen los precios de los factores de producción, los productos y los mercados financieros; lo cual – predicen – estimulará la eficiencia y el crecimiento económico (Todaro y Smith, 2003; Vázquez Barquero, 2010).

Las políticas recomendadas por estos modelos fueron identificadas a nivel mundial como “El Consenso de Washington” (Williamson, J. 1990). Sin embargo, a más de dos décadas de su aplicación, los pobres resultados económicos y las recurrentes crisis mundiales, han evidenciado las debilidades de este modelo de liberalización económica (CEPAL 2000 y 2001; Moncayo, 2002; Ocampo 2004).

La Nueva Geografía Económica

Posteriormente, de las teorías de crecimiento regional se desprenden nuevas escuelas de análisis tales como la “Nueva Geografía Económica” (Dixit y Stiglitz 1977; Fujita *et al* 1999). El pionero de esta nueva escuela de pensamiento fue Krugman (1991), quien lleva a cabo la integración formal de los efectos descritos en las teorías de crecimiento regional formulando una teoría general del espacio, en la que se plantea que la producción de un país se concentra en localizaciones determinadas, generando divergencia en el desempeño económico de las regiones, donde la interacción de las economías y deseconomías de aglomeración moldean la estructura en el espacio de una economía determinada (Krugman 1991)¹⁰.

De acuerdo a este autor, las concentraciones poblacionales, industriales y de mercados dependen de dos factores principales: 1) la dotación inicial de los factores de producción, y 2) un conjunto de aspectos clave relacionados a los actores locales y a la tecnología. Este crecimiento regional sigue la lógica de la causación circular acumulativa propuesta por Myrdal (1959), dado que las empresas localizadas en un área geográfica acotada detonan encadenamientos hacia atrás y hacia delante, que conducen a un proceso de aglomeración de empresas auto-reforzado, cuyo límite lo dicta el punto máximo de las economías de aglomeración (Moncayo, 2002).

De tal manera, la nueva geografía económica propone un planteamiento para explicar el desarrollo dispar entre regiones subnacionales dentro de un mismo país, o entre

¹⁰ Para un listado de estudios empíricos de la Nueva Geografía Económica ver Moncayo Jiménez, E. (2002).

diferentes países, a partir del estudio de factores que afectan la concentración geográfica de la producción manufacturera no intensiva en recursos naturales. En esta teoría se reconoce la existencia de otros factores, diferentes al capital y al trabajo, que llevan a los procesos de desarrollo observados, donde los factores centrales incluidos en el modelo son causa y efecto del crecimiento de una región, otorgando un carácter circular a la explicación del fenómeno analizado.

Estudios empíricos sobre las aglomeraciones productivas

Las investigaciones empíricas realizadas para analizar las aglomeraciones productivas son un antecedente directo de las teorías de desarrollo endógeno. Estos estudios iniciaron con el análisis de los distritos industriales ingleses de Marshall (1898, en Marshall 1938). Este autor inspiró a varios autores italianos, entre ellos Becattini, Brusco y Garófoli, considerados actualmente como los pioneros de los estudios modernos de los distritos industriales en Italia desde los setenta. Estos académicos identifican, a través de estudios de casos de la industrialización en pequeñas ciudades del sur de Europa, nuevos modelos de desarrollo que se contraponían a las teorías económicas paradigmáticas y las políticas públicas asociadas a las mismas. Buscaban explicar cómo aglomeraciones de empresas pequeñas y medianas en áreas geográficas acotadas, habían liderado el desarrollo de las regiones en las que estaban establecidas. Sus hallazgos retoman el concepto de economías externas¹¹ locales – derivadas de los derrames de conocimiento, las habilidades de la mano de obra especializada, y las interdependencias o encadenamientos locales – como variables que explican el éxito de estas aglomeraciones (Suzigan *et al*, 2007).

Becattini (1979) observa que – en el caso específico de Italia – se estaban presentando fenómenos de desarrollo fuera de las grandes ciudades, en centros urbanos pequeños o medianos. Al estudiar las dinámicas socioeconómicas en estos centros urbanos encuentra que están caracterizados por aglomeraciones de empresas y que en las empresas

¹¹ Externas a la empresa, pero internas al territorio. Para ejemplos teóricos muy citados sobre cómo las externalidades positivas concretas afectan el desarrollo económico pueden ver Murphy *et al* (1989), Rodrik (1996) y Lall y Teubal (1998).

ahí ubicadas se presentaban dinámicas territoriales específicas, ya que además de formar parte del sistema productivo estaban fuertemente relacionadas con la sociedad local, generando referentes identitarios en torno a la actividad industrial en cuestión.

Procede entonces a caracterizar los distritos industriales como concentraciones territoriales conformadas por un gran número de pequeñas y medianas empresas especializadas en una industria específica; con una extensiva división del trabajo entre ellas; insertas en una comunidad local con lazos socioculturales fuertes; donde los lazos comunitarios facilitan la cooperación basada en la confianza y la gobernanza local por organizaciones de empresas privadas y organizaciones públicas (Becattini, 1979).

En 1990, Sforzi propone un modelo de caracterización para los distritos industriales. Basándose en este modelo, en 1995 el Instituto Italiano de Estadística (ISTAT), divide al territorio italiano en sistemas productivos locales, identificando 199 distritos industriales. *El resultado es que las aportaciones teóricas de los distritos industriales se confirman de manera empírica. El distrito industrial es la forma autoreproductiva que la realidad italiana nos ha dado pero nada puede negar que puedan existir en otras* (Becattini, 2004:29). A partir de esto, se dieron un gran número de contribuciones bajo acercamientos diferentes y complementarios, los cuales se enfocaron a mejorar el conocimiento de las relaciones que existen entre la geografía, la industria, los sectores productivos y el crecimiento económico.

Así, de la relación entre los sistemas productivos y el territorio, surgen denominaciones tales como distritos industriales (Marshall, 1890 en Marshall 1938), sistemas productivos locales (Becattini, G. y Rullani, E.,1996), *clusters* (Porter, 1990 y 1998) y aglomeraciones productivas (Lastres y Cassiolato, 2005), entre otros. Todos representando formas de concentración industrial o productiva que se dan en un territorio, donde se interrelacionan actores de diversa naturaleza (empresas, instituciones y comunidad), estableciendo relaciones de cooperación y competencia que generan a su vez externalidades (Porter, 1990).

La evidencia empírica muestra que la existencia o generación de estas externalidades fomenta la competitividad territorial, la cual tiene un impacto sobre la dinámica productiva y social y que, independientemente de los conceptos que definen estas aglomeraciones productivas, todos los estudios realizados en torno a este fenómeno analizan aspectos teóricos y empíricos de los efectos de la organización de la producción sobre el crecimiento económico en un territorio. Por lo que es en estos estudios donde se empiezan a reconocer las particularidades del territorio, contrastando con la concepción paradigmática de espacio, utilizada comúnmente en los estudios económicos.

Teoría de la acumulación flexible

La acumulación flexible es un modelo que analiza la organización industrial caracterizada por la concentración de pequeñas y medianas empresas, que poseen fuertes redes de cooperación entre ellas, donde existe una importante interrelación de la comunidad local y existen economías de aglomeración industrial (externas a la empresa) (Moncayo, 2002:15). En esta teoría el énfasis se centra en la flexibilidad de la especialización productiva.

Piore y Sabel (1984), basados en evidencia empírica, retoman el concepto de distrito industrial de Marshall (1938), para describir una nueva manera de organización industrial caracterizada por la concentración de pequeñas y medianas empresas, que conforman fuertes redes de cooperación, aprovechando las economías externas de escala y las economías de aglomeración. En esta teoría se avanza hacia la inclusión de factores que reconocen que el crecimiento regional es un proceso basado tanto en los recursos productivos como en los recursos sociales existentes en una localidad (desarrollo autocentrado); ya que enfatiza la importancia de la proximidad espacial en el aprendizaje colectivo como determinante para la cooperación entre firmas, externalidades, efectos de diseminación, aprovechamiento del conocimiento implícito y de intercambios no-comerciales de información y movilidad de los trabajadores (Moncayo, 2002:16). Estos estudios también contribuyen al reconocimiento del territorio construido, que surge de las estrategias de los actores y de fenómenos de aprendizaje colectivo (Maillat, 1995:41-42).

La importancia del territorio

Antes de finalizar este apartado es importante enfatizar que en la evolución de los estudios económicos mencionados se da la inclusión de nuevas variables explicativas para describir el crecimiento económico, y entre estas destaca la incorporación del concepto de espacio y, posteriormente, de territorio. Por lo que, derivado de la revisión teórica presentada, es posible observar que los estudios económicos pasan de un análisis en el que no se toma en cuenta el espacio físico, a investigaciones posteriores que incorporan una conceptualización más integral del territorio.

Como se ha descrito con anterioridad, las primeras aportaciones de la economía describían el crecimiento a nivel país dejando fuera la dimensión del espacio, excepto por la determinación de las demarcaciones nacionales. Más adelante, se reconoce la importancia del espacio como el lugar físico donde se establecen las actividades económicas y los factores que las sustentan, por lo que se incluyen en el análisis del crecimiento económico aspectos que se relacionan a la dotación de factores explicativos – diferentes al capital y la mano de obra – y se reconoce que existen variables que promueven, y que también limitan, el desarrollo de las diferentes áreas geográficas. Sin embargo, el espacio se continúa asumiendo como homogéneo, de tal manera que las características entre una región y otra se suponen similares.

Después, surgen investigaciones de corte económico en las que se empieza a reconocer que entre países y entre regiones las características pueden ser disímiles, y que – en muchos casos – estas diferencias pueden ser muy pronunciadas. En busca de causalidades para explicar este fenómeno, se empiezan por reconocer las especificidades locales. De tal manera, se plantea la diferenciación entre la definición de territorio y espacio.

Esta diferenciación describe al espacio únicamente como el soporte físico de las actividades productivas, el cual no presenta características particulares entre un área

geográfica y otra. El territorio, por el contrario, redefine el espacio, al ser descrito como el resultado de su historia, y su organización económica, social y cultural (Friedman y Weaver, 1979; Störh y Tödling, 1979; Sachs, 1980; Störh y Taylor, 1981 en Vázquez Barquero, 2005:49).

Por lo tanto, en esta investigación se define el territorio como el lugar donde se agrupan *un conjunto organizado y complejo de potencialidades naturales, productivas, humanas e institucionales; es un espacio dinámico, socialmente construido, en donde los actores económicos interactúan, intercambian, aprenden, circulan información, generan corrientes de innovación. No contempla sus fronteras administrativas, es más bien un espacio económico funcional y constituido* (ASOCAM, 2007:4).

A partir de esta definición se plantea destacar que las especificidades locales son importantes para los procesos de crecimiento y desarrollo económico, dado que se reconoce la importancia tanto de los factores naturales y productivos, como de los factores humanos e institucionales, así como el entramado de relaciones que distinguen entre un espacio de vida particular y otro.

2.4. Las teorías del desarrollo endógeno

El abordaje del desarrollo endógeno recupera aspectos de cada uno de los estudios presentados con anterioridad. La propuesta es que las aglomeraciones derivadas de una actividad económica promueven la creación de mecanismos que facilitan el crecimiento sostenido y el desarrollo; ya que en este proceso incorporan las externalidades territoriales generadas por dichas aglomeraciones, fomentando así la competitividad del sistema productivo y generando una distribución territorial de los beneficios.

Para que el desarrollo pueda ser considerado como endógeno, deben de existir ciertas condiciones que lo caractericen. Los autores revisados, con el objetivo de definir cuáles son las condiciones suficientes para que un fenómeno pueda definirse como desarrollo endógeno proponen dimensiones en las cuales se sustenta la endogeneidad de

este fenómeno social. Boisier (2001) sostiene que la endogeneidad del desarrollo se presenta en cuatro dimensiones. La política, manifestada en la capacidad regional para tomar decisiones relevantes en relación a diferentes opciones de desarrollo (capacidad de selección, diseño e implementación de políticas públicas); la económica, por la capacidad de apropiación y reinversión regional de los excedentes productivos; la científica y tecnológica, sustentada en la capacidad del sistema para promover cambios a través de modificaciones cualitativas en el sistema; y la cultural, mostrada en la capacidad del sistema para formar *una suerte de matriz generadora de la identidad socioterritorial* (Boisier, 2001:14) .

En Aghón, *et al.* (2001) se identifica la endogeneidad como un proceso de desarrollo que se sustenta en tres dimensiones: la dimensión económica, caracterizada por el sistema productivo en el cual los empresarios locales utilizan de manera eficiente los factores de producción, logrando generar economías de escala y mayor productividad, lo que resulta en competitividad dentro de los mercados; la dimensión sociocultural, caracterizada por el sistema de relaciones económicas y sociales, donde las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo; y por la dimensión política y administrativa, caracterizada por las iniciativas locales, las cuales crean un entorno favorable a la producción e impulsan el desarrollo.

Por su parte, Vázquez Barquero (2010) también identifica tres dimensiones del desarrollo endógeno: la económica, caracterizada por un sistema de producción específico, que permite a los empresarios usar de manera eficiente los factores productivos, introducir innovación y creatividad, alcanzar los niveles de productividad deseados, logrando la competitividad en los mercados; la institucional, donde los actores económicos y sociales se integran a un sistema de instituciones y crean una compleja red de relaciones, incorporando valores sociales y culturales al proceso de desarrollo; la política, instrumentada a través de iniciativas locales, que llevan a la creación de un entorno local que estimula la producción y fomenta el desarrollo sostenible.

En las diferentes dimensiones que identifican la endogeneidad del desarrollo, se destaca la importancia del aprovechamiento de los recursos locales (humanos, institucionales, materiales, ambientales, etc.). Sin embargo, el término endógeno no equivale a que la actividad productiva esté sustentada únicamente en recursos disponibles en el territorio, ni tampoco que la dependencia de recursos externos sea reducida, o que estén exentos de la interacción con condiciones competitivas de los mercados. La endogeneidad¹² se refiere a que existe un sistema productivo local que tiene la capacidad necesaria para aprovechar los recursos internos, así como los externos, obteniendo valores superiores a los que obtendría de manera individual (Garófoli, 1986; Boisier, 2001).

A partir de la revisión teórica se puede afirmar que la base compartida por los diferentes abordajes del desarrollo endógeno es la percepción de que derivado de su proximidad geográfica y su inserción (*embeddedness*) social, ciertas aglomeraciones productivas logran generar externalidades positivas y encuentran mecanismos de articulación que permiten que se vuelven competitivas, pero para que el desarrollo de una región pueda ser considerado como endógeno, este proceso debe ser liderado por los actores locales, aprovechando las especificidades territoriales, sin minimizar la importancia de los enlaces sistémicos entre lo regional/local y lo nacional e internacional, ya que el desarrollo, aun cuando sea definido como endógeno, no puede darse de manera aislada del resto del mundo.

En la tabla 2.1 se presenta un resumen de las propuestas de las dimensiones del desarrollo endógeno, donde se destacan los elementos específicos de acuerdo a lo que cada autor considera como prioritario para explicar el fenómeno. En todos los casos los autores identifican la dimensión económica como un elemento central de desarrollo, relacionada principalmente a la organización de la producción. En algunas propuestas se incluyen componentes socioculturales, que integran a la explicación de esta dimensión aspectos que van desde la conformación de identidades regionales, hasta la capacidad de la población en

¹² La cuestión de la endogeneización de los mecanismos de desarrollo ha sido ilustrada por el análisis de los distritos industriales marshallianos (Pike, Becattini y Sengenberger; Brusco; Campi; Piore y Sabel;), de los “innovative milieux” (Camagni; Aydalot; Maillat y Perrin; Vázquez Barquero y Garófoli) y de los clúster (Porter; Feldman y Audretsch; Swann *et al.*; Porter y Sölvell), entre otros.

alguna región determinada para innovar, organizarse o cooperar. Asimismo, se destaca la dimensión política/gubernamental, afirmando que por medio de las políticas públicas es posible activar, incentivar y promover un entorno adecuado para que los mecanismos (condiciones o factores) necesarios para el desarrollo interactúen eficientemente y generen sinergias (economías de escala, competitividad) que redunden en un aumento del bienestar general dentro del territorio. En Boisier (2001), se incluye en una de las propuestas como una dimensión central la capacidad científica y tecnológica, la cual está implícita en la dimensión institucional de Vázquez Barquero (2010) y en la sociocultural de Aghón *et al* (2001).

Autor	Boisier (2001)	Aghón <i>et al.</i> (2001)	Vázquez Barquero (2010)
Dimensión			
Económica	Apropiación y reinversión regional.	Sistema de producción: uso eficiente de recursos; economías de escala. Esto lleva a competitividad en los mercados.	Sistema de producción: uso eficiente de los factores productivos, innovación, creatividad y competitividad.
Política	Capacidad regional para la toma de decisiones (selección, diseño e implementación de políticas públicas).	Política y administrativa: las iniciativas locales crean un entorno favorable a la producción e impulsan el desarrollo.	Instrumentada a través de iniciativas locales, que llevan a la creación de un entorno local que fomenta el desarrollo sostenible.
I	Científico/Tecnológico: Capacidad para generar modificaciones cualitativas en el sistema.	Sociocultural: el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo.	Institucional: los actores económicos y sociales se integran a un sistema de instituciones y crean una compleja red de relaciones, incorporando valores sociales y culturales en el proceso de desarrollo.
II	Cultural: Matriz generadora de identidad socioterritorial.		

Tabla 2.1. Resumen de las dimensiones del desarrollo endógeno. Fuente: *Elaboración propia con base en los autores citados.*

Es a partir de estas dimensiones, que los autores revisados proponen ciertas definiciones de desarrollo endógeno, algunas de las cuales se presentan a continuación:

Desarrollo endógeno significa, en efecto, la capacidad para transformar el sistema socioeconómico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción del aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de las características anteriores. Desarrollo endógeno es, en otras palabras, la habilidad para innovar a nivel local (Garófoli, 1995:117).

[Desarrollo endógeno es] un proceso de crecimiento económico y cambio estructural, liderado por la comunidad local utilizando el potencial de desarrollo, que conduce a la mejora del nivel de vida de la población local (Vázquez Barquero, 1999:32).

El desarrollo endógeno puede ser entendido como una propiedad emergente de un sistema territorial que posee un elevado stock de capitales intangibles y sinérgicos [sic]... se produce como resultado de un fuerte proceso de articulación de actores locales y de variadas formas de capital intangible, en el marco preferente de un proyecto político colectivo de desarrollo del territorio en cuestión (Boisier, 2001:14).

De acuerdo con estas definiciones, el desarrollo endógeno es un proceso que implica un cambio o transformación de la estructura económica y social, donde los actores y mecanismos que lo promueven están ligados al territorio y sus capacidades. Al respecto, Vázquez Barquero (2010) señala que para que exista un proceso de cambio estructural que detone desarrollo en un territorio, los siguientes factores son determinantes: *la difusión de la innovación en el sistema productivo; las habilidades de los recursos humanos; las capacidades de aprendizaje de los emprendedores; la transformación y adaptabilidad de las instituciones de apoyo; y la integración de las firmas, las ciudades y las regiones a redes competitivas e innovadoras a nivel nacional e internacional* (Vázquez Barquero, 2010:13). A su vez, otros estudios destacan que la confianza, el asociacionismo y las prácticas cívicas son elementos *desencadenantes del desarrollo endógeno* (PNUD, 2004:12).

Como se presentó con anterioridad, los investigadores que han estudiado diferentes aglomeraciones productivas exitosas en el mundo concuerdan en que existen interacciones entre los actores del territorio que facilitan la articulación y promueven la competitividad

total de un sistema productivo. Por ejemplo en Becattini (1979) se afirma que *Vivir en un sistema local como el distrito, implica que fortísimos impulsos de la competitividad se mezclan con extendidos fenómenos de cooperación, buena información e integración entre los agentes* (Becattini, 2004:28); Latella (1997) argumenta que la cooperación y la dimensión local del territorio se considera como catalizador de las interconexiones existentes entre el sistema productivo, el conocimiento tecnológico y las capacidades sociales; y Dirven (2006) asevera que la confianza, al limitar los esfuerzos, costos y riesgos, disminuye los costos de transacción y facilita la cooperación, especialmente en el caso de emprendimientos dinámicos, cuando las alternativas de control son insuficientes.

Asimismo, la evidencia empírica presentada por el estudio de casos exitosos de desarrollo territorial del PNUD dice demostrar que *el verdadero desarrollo es principalmente un proceso de activación y canalización de fuerzas sociales, de mejoramiento de la capacidad asociativa, de ejercicio de la iniciativa y de la creatividad* (PNUD, 2004:27). El argumento es que para que estas fuerzas se conviertan en sinergias territoriales se requiere de la conformación de capital social, el cual es activado a través de una visión compartida de desarrollo que se concreta en un proyecto territorial. Dirven (2006) es más cauteloso y a pesar de reconocer que la cooperación y el capital social son importantes para disminuir los costos de transacción, advierte que no es algo que se pueda generar rápidamente o de manera espontánea.

De esta manera, en el desarrollo endógeno se destaca la importancia de ciertos tipos de arreglos al interior de los sistemas productivos territoriales que representan acuerdos y relaciones entre actores públicos y privados, así como el aprovechamiento de una serie de recursos intangibles necesarios para que las aglomeraciones productivas estudiadas – ya sean distritos industriales, entornos innovadores, *clusters* o sistemas productivos locales – generen sinergia en el territorio. No obstante, a pesar de que los arreglos internos de las aglomeraciones o sistemas productivos se enfatizan como un componente central al proceso del desarrollo endógeno, no queda claro cómo se llevan a cabo estos procesos, ni qué factores los promueven, ya que por lo general las interrelaciones que generan estos arreglos quedan plasmadas como procesos sociales abstractos, donde pareciera que los actores

locales no juegan un papel activo y que son componentes secundarios de los procesos de desarrollo. Por lo que es necesario ahondar en términos utilizados por los autores que hablan sobre el desarrollo endógeno, para describir y clasificar los procesos de interacción entre actores privados y públicos en torno a una aglomeración productiva, retomando algunas de las categorías conceptuales mencionadas – más no descritas – en las diferentes propuestas para estudiar este fenómeno.

Uno de estos términos es el de sistema, en tanto se menciona en la mayoría de las propuestas revisadas (Garófoli, 1995; Latella, 1997; Boisier, 2001; Aghón *et al*, 2001; Dirven, 2006; Vázquez Barquero, 2010, entre otros). Al respecto, se reconoce que el abordaje sistémico es necesario para el análisis del desarrollo endógeno debido a que los autores que lo estudian identifican una pluralidad de variables que participan en este proceso, empero no establecen relaciones lineales de causalidad donde un elemento sea el claro origen de otro. Por el contrario, este proceso se caracteriza por la existencia de un complejo entramado de relaciones verticales y horizontales, que generan un proceso acumulativo y circular (a lo Myrdal).

Hasta este punto en la revisión teórica queda implícito que es una actividad productiva la que detona interacciones entre los actores locales en un territorio, creando mecanismos interdependientes que enlazan las relaciones entre economía, gobierno y sociedad (Matesanz, 2008), generando competitividad territorial y posteriormente desarrollo endógeno. Explicado de otra manera, el proceso de desarrollo inicia con la existencia de una aglomeración productiva que detona procesos deliberados, o fortuitos, para la generación y/o fortalecimiento de ciertos componentes necesarios para su competitividad económica. Estos actores y componentes se clasifican a su vez como económicos, político/gubernamentales y socioculturales, los cuales pueden - o no - preexistir en un territorio.

Dado que existe interdependencia entre las variables, se habla de la existencia de un sistema. De tal manera, es necesario que tanto los actores como los componentes territoriales estén articulados a partir de relaciones de cooperación o incluso conflicto. Es

decir, el sistema está conformado por ciertos actores y componentes territoriales, que aportan a la competitividad económica de una aglomeración productiva, siempre y cuando sean utilizados y estén enlazados por relaciones de colaboración, cooperación o conflicto, por los actores de las tres dimensiones: la económica, la político/gubernamental y la sociocultural.

Ya que las variables destacadas por los diferentes autores como promotoras del desarrollo endógeno tienen un fuerte énfasis territorial, se elige para el presente trabajo el concepto de sistema territorial para describir el conjunto de interrelaciones y componentes en las que se sustenta el desarrollo endógeno. Posteriormente, se recuperan otras categorías conceptuales las cuales aportan a la explicación de los procesos relacionales dentro del sistema y a la especificación de sus componentes. Dichas categorías son: articulaciones y redes, como los entramados de relaciones en los que se sustentan los liderazgos locales que fomentan el desarrollo; gobernanza, en tanto denota la capacidad local en la toma de decisiones de carácter público, en coordinación con el sector privado; y competitividad, como recurso para la descripción de los componentes específicos que la fomentan. La definición de estas categorías nos permitirá complementar el marco analítico propuesto por el desarrollo endógeno, al proveer conceptos específicos que indiquen cómo se pueden observar los fenómenos en cuestión.

2.5. Resultados de la revisión teórica: La construcción de un modelo analítico para el estudio del desarrollo endógeno

Derivado de la revisión teórica realizada, en el presente estudio se define desarrollo endógeno como la transformación de un sistema territorial, liderado por los actores locales, que resulta en la mejora del nivel de vida de su población. Los diferentes actores y componentes del sistema territorial pueden ser clasificados de acuerdo a las siguientes dimensiones:

- Dimensión económica: una actividad económica predominante en el sistema territorial, la organización de la producción y la capacidad de apropiación y reinversión de los excedentes productivos;
- Dimensión política/gubernamental: el quehacer gubernamental en relación a dicha actividad productiva, la capacidad de decisión dentro del territorio para la formulación y aplicación de políticas públicas, la participación de la sociedad en el proceso de la hechura de las políticas públicas y los procesos de gobernanza.
- Dimensión sociocultural: las instituciones locales y los valores que sirven de base al proceso de desarrollo, las organizaciones sociales con la capacidad de promover innovación que resulta en modificaciones cualitativas sobre el sistema y la identidad socioterritorial articuladora, relacionada a la actividad económica en cuestión.

Esto es, el desarrollo endógeno se sustenta en un sistema conformado por ciertos actores y componentes territoriales, que aportan a la competitividad económica de una aglomeración productiva, siempre y cuando sean utilizados y estén enlazados por relaciones de colaboración, cooperación o conflicto, por los actores de las dimensiones; económica, político/gubernamental y sociocultural. Se propone que estos componentes, descritos en el apartado de competitividad, son: infraestructura básica, marco jurídico y regulatorio, sistema fiscal favorable para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MPYMES), sistema de financiamiento y acceso al crédito, servicios de desarrollo empresarial, cultura emprendedora local, mercado de trabajo local, sistema de investigación, desarrollo e innovación, sistema educativo y de formación de personal (Albuquerque y Dini, 2008). A los cuales se agregan la generación de referentes identitarios en torno al sector productivo particular y los acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de participación.

En la figura 2.2 se representa el esquema propuesto en el presente trabajo para el análisis de la evolución del sector vitivinícola bajacaliforniano entre 2000 y 2013. Donde, son las teorías del desarrollo endógeno las que proveen los referentes teóricos para este estudio específico. En este contexto, se destaca la centralidad de los factores locales a partir del reconocimiento de su importancia como elementos en los que se sustentan y sostienen los procesos de desarrollo. De acuerdo con este abordaje, las necesidades, perspectivas y

capacidades se enlazan a partir de las relaciones entre los actores y los componentes locales conformando un sistema territorial, en términos de un conjunto de acciones específicas, así como de procesos de articulación de los cuales se deriva la naturaleza del sistema territorial en cuestión y que generan crecimiento y desarrollo. Estos actores, componentes y el entramado de relaciones que conforman el sistema territorial pueden ser clasificados – como se menciona previamente – de acuerdo a las dimensiones: económica, política/gubernamental y la sociocultural.

Marco Analítico Para el Estudio del Desarrollo Endógeno

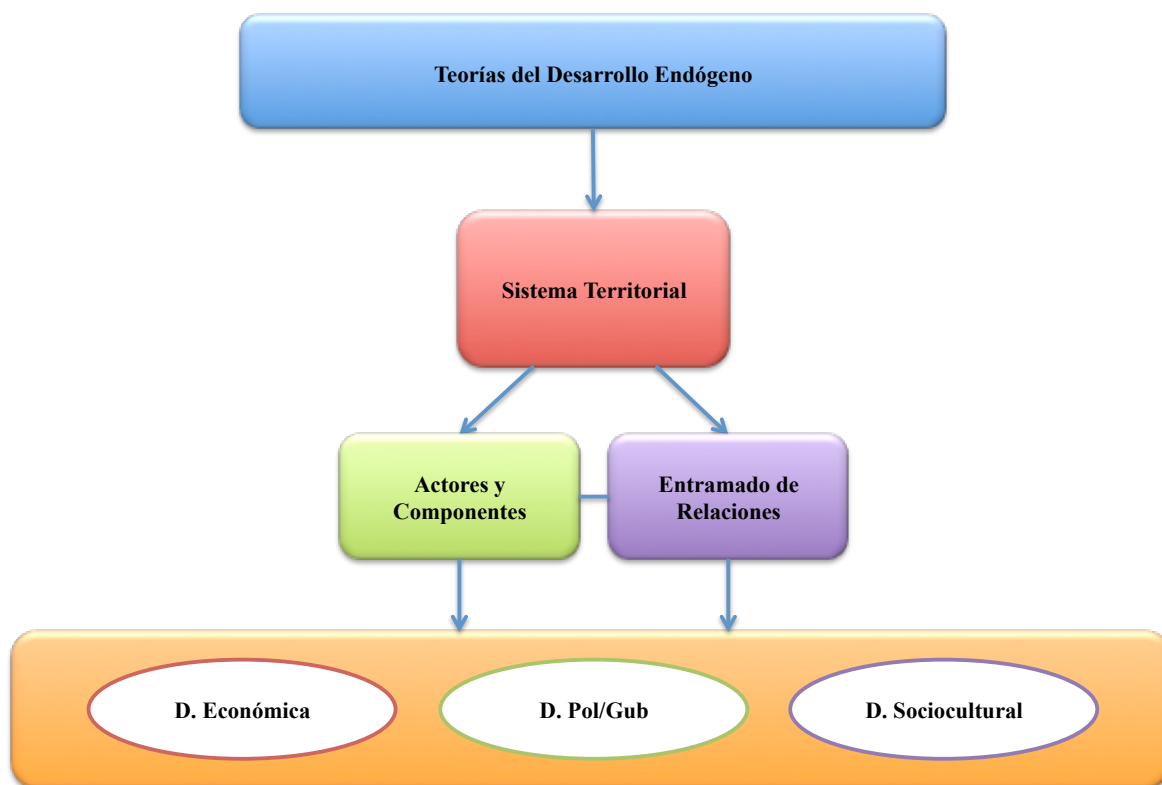


Figura 2.2. Esquema de la construcción del marco analítico para el estudio del desarrollo endógeno. Fuente: *Elaboración propia*.

De acuerdo a este planteamiento, se presenta la delimitación del sistema territorial, y sus rasgos distintivos, destacando la importancia del proceso de su construcción, composición y capacidades. Es decir, con base en los referentes teóricos provistos por el desarrollo endógeno se podrá estudiar cómo se construye un sistema territorial a partir de los actores, componentes y el entramado de relaciones que lo configuran, desentrañando las interrelaciones que existen entre las dimensiones ya mencionadas que generan este fenómeno.

El sistema territorial

Un sistema territorial puede ser entendido como un sistema constituido por procesos naturales y artificiales, dimensiones y articulaciones, que han tenido repercusiones sobre el territorio en el tiempo. Representa el estilo de desarrollo de una sociedad como proceso histórico-acumulativo y social. El resultado muestra el estado actual de lo que puede definirse como sistema territorial: urbes, asentamientos, actividades económicas, usos de suelo, etc. (Farinós, 2006) y es el resultado de las actividades que la población practica sobre el medio físico y de las interacciones entre ellas, a través de los canales de relación que proporcionan funcionalidad al sistema (Bustos, 2002). A partir de esta descripción de sistema territorial puede inferirse que si las actividades que la población realiza sobre el medio físico se relacionan, directamente o indirectamente, a un sistema productivo particular que detona articulaciones en el territorio, estamos hablando entonces también de un sistema territorial. Por lo que, un sistema territorial puede surgir a partir de la existencia de ciertas aglomeraciones productivas, que detonan articulaciones regionales las cuales incluyen las acciones del Estado, los mercados y las fuerzas organizadas de la sociedad civil. Si este sistema territorial, en el cual se entrelazan la dimensión económica, la político/gubernamental y la sociocultural, logra que la coordinación de estos esfuerzos públicos y privados genere sinergias que le permitan competir de manera exitosa, resultando en crecimiento económico y, posteriormente, en la mejora del nivel de vida de la población en el territorio estamos hablando entonces de un sistema territorial competitivo. Con base en esto se propone que el desarrollo endógeno se sustenta en la existencia de un sistema territorial competitivo, cuyas interacciones permiten a dicho sistema – como un todo – y a las empresas individuales – como parte de él – responder de manera exitosa a los desafíos que presenta la competencia mundial.

Articulaciones y Redes

Como ya se mencionó, el desarrollo endógeno se sustenta en interacciones entre actores locales, las cuales son necesarias para la articulación de las diferentes dimensiones identificadas que detonan este proceso. Estas interacciones pueden clasificarse de acuerdo a

diferentes características tales como: los resultados que se obtienen de ellas, su permanencia en el tiempo, el tipo y número de participantes que las conforman y el enfoque (de colaboración o de conflicto), entre otras. Para el presente trabajo definiremos las interacciones entre los actores de un sistema territorial de acuerdo con las siguientes categorías adaptadas de Dini (2010):

- A) Articulación productiva y de colaboración: cualquier tipo de interacción entre 2 o más actores que tiene como fin la obtención de un bien o servicio para el sector y/o los participantes, pueden ser entendidas como coaliciones transitorias.
- B) Red productiva y de colaboración. Interacción entre 2 o más actores que además de tener como fin la obtención de un bien o servicio se caracteriza por: 1) la identificación positiva, como grupo, de los participantes; 2) una meta estratégica común; 3) un mecanismo de toma de decisiones; 4) un horizonte de planificación de mediano/largo plazo.
- C) Red empresarial. Interacción entre dos o más empresas en las que se cumplan las siguientes características 1) la identificación positiva, como grupo, de los participantes; 2) una meta estratégica común; 3) un mecanismo de toma de decisiones; 4) un horizonte de planificación de mediano/largo plazo. 5) resultados altamente apropiables, *lo cual las diferencia de las asociaciones* (Dini, 2010:14).

La articulación productiva y de cooperación es la única interacción que tiene un carácter temporal de corto plazo. Las redes, por el contrario, son estructuras más estables, que indican una conciencia de pertenencia y la participación activa de los actores que las conforman.

Gobernanza

El concepto de gobernanza, enfocado desde la perspectiva del desarrollo, consiste en un proceso de cooperación y coordinación, de estrategias y tácticas y de interacciones entre los actores del sector público y privado en un proceso institucional que afecta la actividad económica y la producción (Vázquez Barquero, 2006).

Aguilar (2007) identifica como gobernanza: al proceso en el que la definición del sentido de dirección de la sociedad, de las formas de organizarse para realizar los objetivos (resolver problemas, enfrentar desafíos, crear futuros de valía) y del modo como se distribuirán los costos y beneficios ya no puede ser obra exclusiva del gobierno, considerado como el actor único o el dominante, sino que es el resultado de la deliberación conjunta – interacción – interdependencia – coproducción – corresponsabilidad – asociación entre el gobierno y las organizaciones privadas y sociales, en el que el gobierno y las organizaciones juegan roles cambiantes con acoplamientos recíprocos según la naturaleza de los problemas y las circunstancias sociales. (Aguilar, 2007:8)

Por lo tanto, se puede afirmar que el término gobernanza se refiere a procesos de gobernación, realizados de manera coordinada con la sociedad, para la toma de decisiones que respectan a asuntos de carácter colectivo. Así, la gobernanza representa un tipo de gestión pública que *implica un cambio en el mapa mental de los actores* (PNUD, 2004:17). Este tipo de gestión pública promueve la asociación entre los actores territoriales, buscando reflejar los intereses comunitarios, que se traduzcan en una mayor competitividad del territorio y por ende un mejor nivel de vida para sus habitantes. La gobernanza, y los anteriores ejemplos de los arreglos sociales e institucionales, conforman algunas de las corrientes de pensamiento que analizan los procesos de desarrollo endógeno. Este enfoque, por lo tanto, *apunta a la necesidad o conveniencia de un nuevo proceso directivo de la sociedad* (Aguilar, 2007:6) y se entiende como el proceso o la actividad de gobierno o dirección de la sociedad, orientada a la realización de las preferencias sociales, valores y objetivos definidos entre gobierno y sociedad con unas acciones, recursos, instrumentos y formas de organización consensuadas (Zapico, 2010), donde el antiguo papel directivo del gobierno cambia al tener organizaciones económicas y sociales jugando un papel más activo en la definición e implementación de las políticas públicas, estableciéndose un proceso de gobernanza que dota de competitividad al territorio.

Competitividad

De acuerdo al abordaje del desarrollo endógeno, cada región o territorio determinado, cuenta con el potencial para crear un *circulo virtuoso de desarrollo sostenible* (Stimson *et al.*, 2009:20), a partir de la existencia de la concentración de pequeñas y medianas empresas y la articulación con otros agentes locales en un territorio que crean mecanismos que articulan las relaciones entre economía, gobierno y sociedad (Matesanz, 2008) generando competitividad territorial. Aubad (2005) define la competitividad territorial como la capacidad efectiva de un territorio para incrementar su producción de manera sostenida derivada de la inversión empresarial y la elevación social de la productividad, como plataformas para la generación de riqueza y de bienestar con equidad. De tal manera, la competitividad territorial se construye derivada de la proximidad espacial que permite interacciones entre los actores locales que participan en un sistema productivo las cuales detonan el aprendizaje colectivo, la cooperación y el desarrollo de externalidades.

Para entender las externalidades asociadas al territorio, primero hay que recordar que existen fallas de mercado en las economías (Lall y Teubal 1998; Murphy *et al* 1989, Rodrik 1996) – tales como fallas de coordinación, falta o dificultad para el acceso oportuno a la información y tecnología, falta de economías de escala para la producción y generación de innovación tecnológica, altos costos de transacción, etc. Estas fallas de mercado no pueden ser afrontadas por empresas pequeñas o medianas de manera individual debido a los altos costos que esto implicaría. Para ser superadas, debe de existir un entorno local (ver *milieu* en Aydalot, 1986) que proporcione y/o genere el soporte necesario para que las pequeñas y medianas empresas puedan afrontar de manera conjunta estas fallas de mercado y competir exitosamente. El desarrollo endógeno busca explicar la existencia de estas externalidades asociadas al territorio, que son externas a las empresas pero internas al sistema local de producción, ya que favorecen al conjunto de los actores locales ubicados en el territorio, permitiendo que como grupo obtengan resultados mayores a la suma de las producciones individuales.

Explicado desde otro punto de vista, la competitividad de un sistema productivo no depende exclusivamente de los recursos internos de las empresas, sino de la competitividad de otros actores relacionados y del tipo de relaciones que se establecen entre ellos (Albuquerque y Dini, 2008:82).¹³ De tal manera que se requiere de la existencia y eficiencia en el territorio de otros factores tales como el del mercado de trabajo, el sistema de salud, el sistema educativo y de formación de recursos humanos, la dotación y calidad de las infraestructuras básicas, la oferta territorial de servicios de desarrollo empresarial, el sistema de investigación y desarrollo para la innovación local, el sistema de acceso al crédito, el sistema fiscal, la existencia de una cultura emprendedora local, y el marco jurídico y regulatorio (Albuquerque y Dini, 2008:86 y 87), así como las articulaciones de estos factores en relación con el sector productivo (figura 2.3). Cada uno de estos aspectos es importante para generar un entorno competitivo, por lo cual se explicará brevemente su contribución.

Infraestructura Básica: La relación entre la existencia de infraestructura básica suficiente y de calidad y el desarrollo territorial ha sido cuestión de análisis en diversos trabajos de investigación.¹⁴ De acuerdo con Rozas y Sánchez (2004), *la infraestructura básica y la provisión eficiente de servicios de infraestructura son vehículos de cohesión territorial, económica y social porque integran y articulan el territorio, lo hacen accesible desde el exterior y permiten a sus habitantes conectarse con el entorno, además de dotarlo de servicios fundamentales para la producción* Rozas y Sánchez (2004:47). Para el desarrollo de infraestructura básica, las administraciones locales como actores primarios, en coordinación con la sociedad, deben incorporar en sus programas una visión común de desarrollo territorial que contemple: la preservación del patrimonio cultural local, la valorización del medio ambiente y aspectos biofísicos relacionados a la conservación y ordenamiento territorial y el planeamiento urbano.

¹³ Estos autores se refieren a la competitividad de redes empresariales. Se extrapolan los hallazgos de estos dos autores aplicándose al caso de un sistema territorial conformado por articulaciones y redes de colaboración.

¹⁴ Ver Serie Recursos Naturales e Infraestructura, CEPAL.

Marco Jurídico y Regulatorio: En el proceso de desarrollo territorial, las autoridades de la región son agentes importantes y muchas veces son los líderes principales de las iniciativas de desarrollo al impulsar en sus territorios la movilización y concertación de actores y recursos destinados a este fin. En otras ocasiones, son otros actores (organismos de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales, entidades financieras de desarrollo, emprendedores locales, etc.) los que inician los procesos de desarrollo. En este segundo caso, es importante la incorporación activa de los gobiernos locales, lo cual permite dotar a las iniciativas de desarrollo emanadas del sector privado de una institucionalidad mucho mayor. La búsqueda de pactos locales de carácter suprapartidario y con la mayor participación posible de actores territoriales tiene como finalidad dotar a dichas iniciativas de los mayores niveles de certidumbre ante los posibles cambios políticos, por lo que es necesario, a través de un esquema de gobernanza, considerar las acciones que tiendan a generar un marco jurídico y regulatorio, que lleve el desarrollo hacia un esquema de territorio.

Sistema Fiscal Favorable para las MPYMES: En lo que se refiere al crecimiento económico de las empresas, ciertas políticas de promoción económica en el nivel territorial, provocan o inhiben la generación de entornos favorables para el emprendimiento; de aquí la necesidad de considerar las acciones que se llevan a cabo dirigidas a conformar un sistema fiscal favorable para las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES), que permita la incorporación de innovaciones en este nicho de empresas.

Financiamiento y Acceso al Crédito: Es importante considerar diversos programas, tanto federales como estatales con que cuentan algunas dependencias públicas para el fomento del desarrollo económico y social. Estos programas, en general, requieren de la cooperación pública y privada, como condición necesaria para operar, a fin de crear entornos innovadores territoriales. Por lo que una estrategia de desarrollo económico a considerar es la coordinación territorial de algunos programas e instrumentos de fomento sectorial. Algunos definidos desde el nivel central, pero que deben ser ejecutados territorialmente y otros a nivel estatal. En ambos casos, la eficiente coordinación de los diferentes programas sectoriales de diseño centralista exige su orientación por la demanda, esto es, por las

necesidades que deben atender, las cuales deben ser identificadas y priorizadas por los actores locales. De igual manera, considerando que la mayoría del tejido de empresas existente en los sistemas productivos locales está compuesto por microempresas y pequeñas empresas, es importante considerar la necesidad de asegurar el acceso al crédito a este colectivo de empresas locales, sobre todo para operaciones a mediano y largo plazo.

Servicios de desarrollo empresarial: Finalmente, una labor importante de las administraciones, tanto central como local, de acuerdo con las necesidades planteadas por los actores de la región, es la de facilitar su desarrollo, ya sea directamente o a través de agencias privadas, para otorgar servicios de asesoría técnica y científica, capacitación y consultoría general, entre otros servicios.

Cultura emprendedora local: La existencia de una cultura emprendedora local es importante en el sistema territorial, ya que son precisamente los empresarios quienes generan nuevos proyectos productivos, crean nuevos productos o procesos de producción y prestan servicios, generando empleo, lo que se traduce en un efecto multiplicador de la economía. En este sentido, la disponibilidad de recursos financieros no es un factor suficiente, es necesario también que estos recursos financieros se vinculen a la inversión productiva y al empleo de calidad. Estos factores dependen de la capacidad de los emprendedores locales para *introducir innovaciones productivas y organizativas en el tejido empresarial, así como el grado de articulación que ello supone al interior de la base socioeconómica en un territorio* (Albuquerque y Dini, 2008:9).

Mercado de trabajo local: Los factores económicos, socioculturales y políticos que intervienen en la configuración del mercado de trabajo difieren de un área geográfica a otra. De esta manera, se recupera en este trabajo la territorialidad del mercado laboral; *la estructura de la población ocupada y desempleada, las condiciones de empleo, y lo que es más importante los niveles de bienestar que alcanza la población que vive del trabajo, responde en cada zona a unos rasgos distintivos propios* (Sánchez y Moreno, 2010:121). Por lo tanto, las características de la oferta y demanda en un mercado de trabajo local se modelan a partir de las instituciones socioeconómicas establecidas en el territorio, tales

como las instituciones educativas y de formación profesional, la organización de la producción y gestión de los recursos humanos por parte de las empresas, la política de empleo y legislación laboral, entre otras, determinando cómo interactúa la oferta y la demanda en el mercado de trabajo y en qué condiciones (Sánchez y Moreno, 2010).

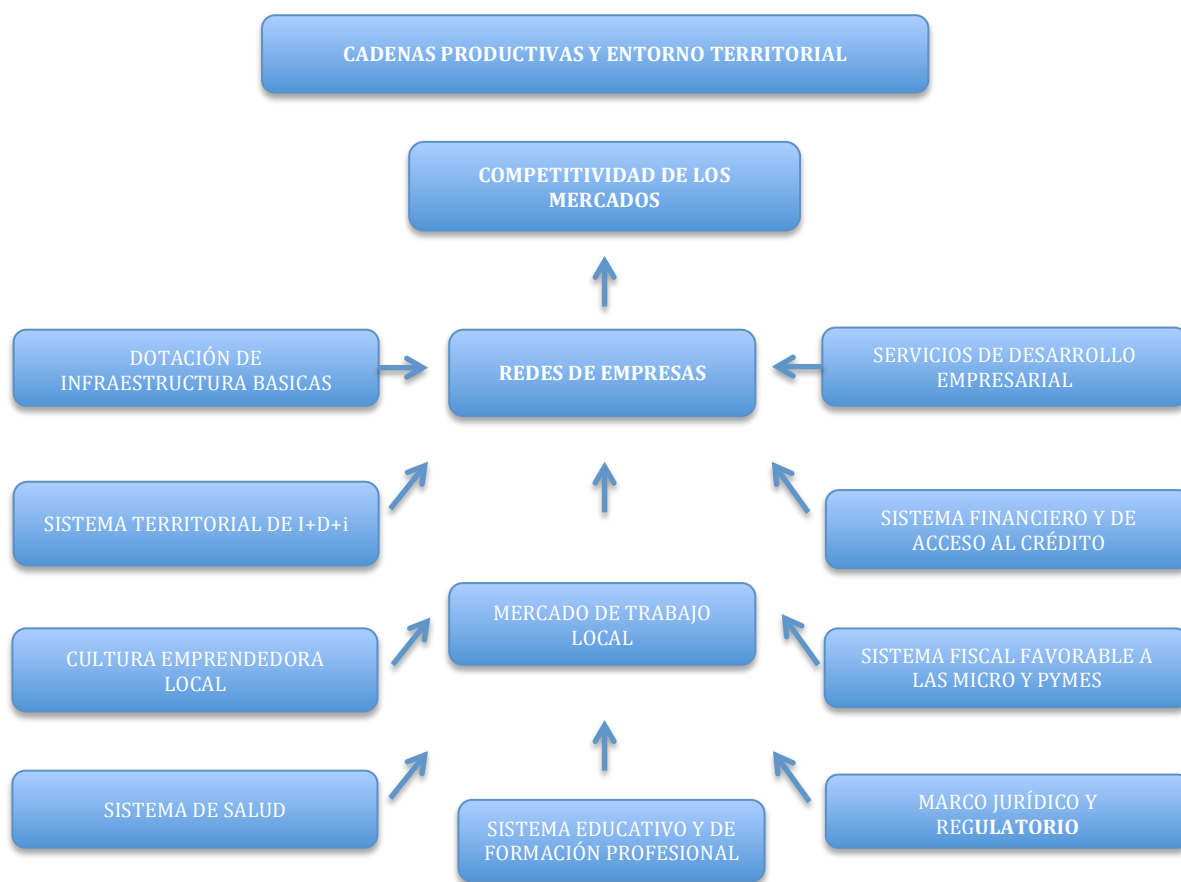


Figura 2.3. Cadenas productivas y entorno territorial. Fuente: Alburquerque y Dini (2008).

Sistema territorial de desarrollo, investigación e innovación: En el presente trabajo, cuando se hace mención al tema de la introducción de innovaciones, la referencia incluye tanto la introducción de innovaciones productivas (tecnologías de producto o de proceso productivo), como las innovaciones de gestión, de organización de la producción, e innovaciones socioculturales que afecten el desarrollo territorial. De acuerdo con Vázquez Barquero (1993) los sistemas locales de producción pueden llevar a cabo, a través de articulaciones, redes de cooperación y redes empresariales, la introducción de dichas

innovaciones en los sistemas territoriales.

Sistema Educativo y de Formación de Personal: El desarrollo requiere directamente de la utilización de todos los recursos territoriales, pero de una forma especial de los recursos humanos, en quienes recae la responsabilidad de impulsar y materializar las acciones productivas y de interacción para la conformación del sistema. Así, las acciones educativas encaminadas a capacitar a los recursos humanos son de importancia total para dar sustentabilidad a los procesos de desarrollo (Orduna Allegrini, 2003).

Este enfoque hace notar que los factores económicos relacionados a las cadenas productivas siguen jugando un rol importante, pero se completan con otros menos específicos, tales como la dotación de infraestructuras básicas y especializadas, la existencia de instituciones de apoyo y de centros de servicio a la producción y se complementan e integran con los factores socio-institucionales, humanos y medioambientales (Dini, 2010:86). Así, la competitividad territorial es construida por los participantes del sistema productivo y otros actores locales que contribuyen a mejorar las condiciones que permiten competir de manera exitosa a las empresas ubicadas en el territorio. Es este entorno construido, lo que en el presente trabajo estamos identificando como un sistema territorial competitivo, a partir del cual se estudiará el desarrollo del sector vitivinícola en Baja California en el período de 2000 a 2013¹⁵.

¹⁵ Para una descripción detallada de la estrategia metodológica referirse al Anexo 1.

CAPÍTULO 3

El Sector Vitivinícola en Baja California hasta el 2002:

Agotamiento y Crisis de un Modelo de Desarrollo

En este capítulo se reconoce que antes del año 2000 se sientan las bases en Baja California para el desarrollo de una industria vitivinícola de calidad; son las trece empresas establecidas en aquella época las que, conjuntamente con los enólogos de la región, comenzaron a partir de esta década al proceso de cambio técnico que sentó las bases en las que se sustenta el surgimiento del gran número de pequeñas casas vinícolas y productores artesanales que existen hoy en día (Faesler y Cerón 2003:12). Sin embargo, la propuesta central de este capítulo es que fue un hecho de coyuntura el que detonó la reestructuración del sector, del cual se desprenden los procesos de articulación que derivaron en el estado actual de la industria del vino bajacaliforniana.

Para poder realizar la reconstrucción de estos procesos y mecanismos que llevaron a la reestructuración de la del sistema territorial vitivinícola, primero debemos conocer un poco más sobre el contexto de la era moderna en el desarrollo del sector en Baja California. Se describen posteriormente, de manera detallada, las interacciones que existían en el sector antes del año 2000. Se construye una arena de acción en torno a un evento coyuntural: la comercialización de la uva, el cual detona la reestructuración del sistema a partir del rompimiento del modelo productivo paradigmático y sus consecuencias en el entorno. El enfoque es el surgimiento de interacciones entre los participantes que conforman dicha arena de acción, las cuales contribuyen para la constitución posterior del sistema territorial en torno al sector vitivinícola. Por lo tanto, en este capítulo se describe cómo en el período de transición las interacciones generadas entre los actores indirectos y los actores directos de la arena de acción empiezan a modificar las variables exógenas sobre las que se sostenía el sector, cambiando en este proceso la arena de acción misma y construyendo nuevos planos relacionales en los que los mismos participantes se desenvuelven e interactúan al integrarse nuevos actores a la mezcla.

3.1. La región vitivinícola en Baja California

La región vitivinícola bajacaliforniana se encuentra localizada dentro de la “*franja del vino*”¹⁶ entre los paralelos 32°35' y 31°15' Latitud Norte (Faesler y Cerón 2003:42).

Sus valles se extienden en una posición perpendicular al océano Pacífico, por lo que tienen un buen grado de influencia marina debido a un permanente ir y venir de los vientos tierra-mar-tierra. Así, el océano es determinante en la condición climática de los viñedos ya que se ha demostrado que existe una relación muy estrecha entre la temperatura del mar y los eventos climatológicos en los valles. (Faesler y Cerón 2003:42)

Las condiciones climatológicas de esta extensión territorial, caracterizada por los climas cálidos, no extremosos, la vid pueda alcanzar su desarrollo óptimo. En la Ciudad de Ensenada existen 4 zonas productoras de vid (Vinícolas Integradas, 2009):

1) Hacia el noreste de la ciudad de Ensenada está la zona que comprende: San Antonio de las Minas, el Valle de Guadalupe y el Valle de Calafía; 2) Hacia el Sudeste de Ensenada está el Valle de Ojos Negros; 3) Hacia el Sur, a 45 km de distancia de Ensenada, se encuentran el Valle de Santo Tomás y el Ejido Uruapan; 4) A 45 km al sur de estos dos valles se encuentra el Valle de San Vicente Ferrer. Asimismo, entre el municipio de Tecate y Tijuana, se encuentra la zona vitícola conocida como Valle de las Palmas (Enciclopedia del Vino de Baja California 2009). Es importante destacar que geográficamente el Valle de Guadalupe únicamente está integrado por dos ejidos: El Porvenir y Francisco Zarco. Sin embargo, comúnmente se identifica como el Valle de Guadalupe a la zona que lleva este nombre, junto con los valles de San Antonio de las Minas y Calafía, los cuales colindan en el sur y norte, respectivamente, con esta reconocida zona vitivinícola. Por lo tanto, para facilitar las explicaciones que proceden en este trabajo, de aquí en adelante se incluye en la mención del Valle de Guadalupe a estas tres zonas vitivinícolas.

¹⁶ La franja del vino está localizada entre los 30 y 50 grados de latitud de cada hemisferio, zona geográfica sobre la cual - se presume - existen las condiciones ideales para el cultivo de la vid. (Sayrols, *et al* 2008:10)

El vino en México

Existen tres periodos significativos de auge para la producción de vino en México, previos al período actual de desarrollo de esta industria (ver Anexo 2). En cada una de estas etapas la actividad vitivinícola crece y posteriormente decae llegando casi al punto de su desaparición. El primer periodo se da en la época de la colonia, el segundo se extiende entre los siglos XVIII y XIX; el tercero data de la década de 1940, y se extiende hasta la década de 1980. En estos períodos, la industria del vino en México experimenta un desarrollo exógeno, que se sustenta en políticas nacionales o centrales que fomentaron la producción de esta actividad. Cuando se abandonan estas políticas, la actividad decae.

3.2. Contexto de desarrollo de la era moderna del vino en México

El inicio de la era moderna del vino en México tiene su cuna en Baja California. Si bien se continúa produciendo vino en otras entidades del país,¹⁷ es Baja California el estado que aporta más del 90% de la producción. A diferencia de los tres periodos anteriores, el actual auge de la vitivinicultura en México no es la consecuencia del fomento de esta actividad por parte de políticas nacionales. Por el contrario, este auge se da en un clima de deterioro de la actividad vitivinícola resultado de la apertura comercial de México. Sin embargo, los esfuerzos empresariales, en conjunción con la adopción social de esta actividad, hacen que la vitivinicultura en Baja California se posicione en un inicio a nivel regional y posteriormente a nivel nacional e internacional como un referente económico y cultural importante para el estado.

Como se verá más adelante, el éxito actual de la vitivinicultura en México se atribuye a la participación de un gran número de actores y empresarios que a pequeña escala empiezan a producir vino. Empero, el hecho de que las grandes empresas bajacalifornianas productoras de vino sobrevivieran la apertura comercial derivada del GATT es determinante para la continuidad de la vitivinicultura en este estado. Sin esto la historia sería otra. Así, la situación de la producción de vino en Baja California al final de

¹⁷ Las principales entidades productoras de vino en México son: Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Querétaro y Zacatecas.

la década de los ochentas se caracterizaba por la producción de vinos de calidad variable, concentrada en su mayoría en 3 empresas: Casa Pedro Domecq, L.A. Cetto y Bodegas de Santo Tomás.

A mediados de los años 80's, varios empresarios establecidos en Baja California coincidían en la idea de que en este estado se tenían las condiciones geográficas y climatológicas requeridas para producir vinos excelentes. Aunado a esto, la población europea - o de ascendencia europea - que residía en la entidad, mantuvo vivo el interés por el consumo de vino. De tal forma se gesta, de manera fortuita, un movimiento con base en la población de clase media y alta, que, en búsqueda de actividades recreativas exclusivas, empieza a producir vino a baja escala, intentando reproducir la calidad de los vinos europeos. Sin embargo, a decir de varios de los enólogos y vinicultores entrevistados, el verdadero parteaguas de la producción vitivinícola mexicana se da en 1987, cuando se funda la vinícola Monte Xanic.

Esta empresa marca el nacimiento de la nueva era en los vinos mexicanos. El propósito de los socios fundadores fue - y continúa siendo - producir vinos de alta calidad con técnicas agrícolas y tecnología vitivinícola de punta (Backoff, Hans, entrevista, 2013). Monte Xanic se crea con la idea de atender a un nicho de mercado de consumidores mexicanos de muy altos ingresos que buscan consumir productos únicos. De tal forma, inicia sus operaciones con una fuerte inversión en la zona del Valle de Guadalupe, desarrollando sus propios cultivos y adquiriendo maquinaria y equipo de vinificación europeo. Esto la posiciona como la primer vinícola mexicana que logra colocar sus vinos en el nicho de mercado de los vinos *boutique* y *premium*.

Al momento en que se establece Monte Xanic, en Baja California operaban las siguientes empresas: Casa Pedro Domecq, L.A. Cetto, Bodegas de Santo Tomás, Cavas Valmar y Vinos Bibayoff. Las tres primeras representaban la mayor parte de la producción vinícola del estado y del país. Las dos últimas eran empresas familiares, que producían vinos a muy baja escala. Contrario al desarrollo de las empresas vitivinícolas existentes en la región, caracterizadas por obtener parte de su producción de uva a través de contratos

con terceros, Monte Xanic, integró todas las actividades de la cadena de valor¹⁸ del vino dentro de la misma empresa¹⁹. Asimismo, este proyecto logra producir exitosamente vinos a una escala comercial mucho menor a las escalas de producción consideradas como comercialmente viables.

En 1989, Bodegas de Santo Tomás contrata al enólogo Hugo D'Acosta. A partir de su contratación se comienzan a implementar nuevas técnicas de cultivo y vinificación enfocadas a mejorar la competitividad de esta empresa. Más adelante, siguiendo la idea de promover una nueva etapa en la producción de vinos mexicanos, se funda en 1991 Viña de Liceaga, que, al comprobar el éxito comercial de Monte Xanic, inicia operaciones de producción vitivinícola a baja escala, de vinos de alta calidad, denominados en el mundo del vino como vinos *boutique*.

El movimiento empresarial alrededor de la vitivinicultura continúa, y en 1994 inicia operaciones Château Camou, bajo el mismo esquema implementado por Monte Xanic. Esta empresa realiza importantes inversiones en material vegetativo, bodegas con clima controlado, equipo y tecnología de vinificación, entre otros, para producir vinos *boutique* y *premium*. Contrata como su enólogo al Dr. Víctor Torres Alegre, primer enólogo mexicano que estudia la especialidad en vitivinicultura en Burdeos, Francia. Es también en este año que la compañía inglesa Allied Lyons adquiere la mayor parte del capital de Casa Pedro Domecq (España) fusionando ambas empresas bajo el nombre Allied Domecq. Como consecuencia, se lleva a cabo una reestructuración de las operaciones de la empresa, incluyendo también a Casa Pedro Domecq México, con el objetivo de mejorar su competitividad. Estos cambios comprenden el delegar las operaciones de varios de los eslabones de la producción en otras empresas. De tal forma, la parte agrícola de Casa Pedro Domecq, ahora Allied Domecq, queda por completo fuera de las actividades principales de la empresa, la cual continúa siendo el principal comprador de uva en Baja California.

¹⁸ La cadena de valor es un modelo teórico, propuesto por Porter (1985) que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.

¹⁹ Para una descripción detallada de la cadena de valor del vino ver Anexo 3.

El éxito aparente de las empresas vitivinícolas mexicanas establecidas resulta en la conformación de nuevas empresas, de tal forma que en 1997 se fundan²⁰: Casa de Piedra, Adobe Guadalupe, Barón Balch'é y Viñedos Lafarga y en 1998 se formalizan las operaciones como vinícola de Vinos Bibayoff. Así, entre 1990 y el 1999, se crearon 5 nuevas vitivinícolas en Baja California, sumando un total de 13 empresas establecidas al final del milenio. La mayoría de estas firmas eran empresas familiares,²¹ de personas arraigadas²² a Baja California (tabla 3.1).

Empresas Vitivinícolas Establecidas en Baja California antes del año 2000

EMPRESA	AÑO	TIPO DE EMPRESA	Arraigo al estado
Bodegas de Santo Tomás	1888	Empresa familiar	No
Casa Pedro Domecq	1973	Spin off empresa española	No
L.A. Cetto	1937	Empresa familiar	Si
Cavas Valmar	1983	Empresa familiar	Si
Mogor Badán	1986	Empresa familiar	Si
Monte Xanic	1988	5 socios/inversionistas:	
		Hans Backoff	Si
		Tomás Fernández	Si
		Manuel Castro	Si
		Eric Hagstater	No
		Ricardo Hojel	No
Viña de Liceaga	1993	Empresa familiar	Si
Château Camou	1994	2 socios/inversionistas:	
		Fernando Favela	Si
		Ernesto Alvarez Murphy-Camou	No
Casa de Piedra	1997	Empresa familiar	Si
Adobe Guadalupe	1997	Empresa familiar	No
Barón Balch'é	1997	Empresa familiar	Si
Viñedos Lafarga	1997	Empresa familiar	Si
Bodegas Valle de Guadalupe (Vinos Bibayoff)	1998	Empresa familiar	Si

Tabla 3.1. Empresas establecidas en Baja California en 1999. Fuente: *Villa (2002) y trabajo de campo*.

²⁰ Si bien, estas empresas fueron fundadas en 1997, las primeras cosechas y la producción de sus primeros vinos se dio hasta después del 2000.

²¹ Olson (2003) define empresa familiar como aquella “empresa que es propiedad de y está dirigida por uno o más miembros de un hogar o dos o más personas relacionadas entre sí por lazos de sangre, matrimonio o adopción (Olson, 2003:641).

²² Que han habitado en Baja California por más de 10 años, antes del establecimiento de la vinícola.

A pesar de estos cambios en el sector industrial, el sector primario de la industria del vino, es decir la producción de uva vinificable, no presentó mayores modificaciones entre 1990 y 1999. De tal manera, para finales del siglo XX, en Baja California existían 181 productores vitícolas de diferentes tamaños (tabla 3.2). En el caso de los grandes productores, la mayoría eran socios de las grandes empresas (L.A. Cetto y Allied Domecq), en el caso de los productores medianos y pequeños, la mayor parte ellos se dedicaban exclusivamente a esta actividad primaria y no participaban en el proceso de industrialización de la uva (Sarmiento, 2008).

Productores Vitícolas Establecidos en Baja California Antes del Año 2000

No. de Productores	Tipo de productor	Superficie	Porcentaje de producción
148	Pequeño productor	Menos de 20 hectáreas	82%
21	Productor mediano	20 a 50 hectáreas	12%
12	Productor grande	Más de 50 hectáreas	6%

Tabla 3.2. Productores vitícolas establecidos en Baja California en 1999. Fuente: *Sarmiento (2008)*.

3.3. Situación del sector antes del año 2000

La mayoría de las empresas existentes en Baja California, antes del año 2000, mantenían el proceso de la industrialización de la uva en el Valle de Guadalupe, con la excepción de tres empresas: Bodegas de Santo Tomás y Cavas Valmar, las cuales tenían sus plantas de procesamiento industrial en el centro de Ensenada y L.A. Cetto, que mantenía varios eslabones del proceso de vinificación en la ciudad de Tijuana. Si bien existían trece empresas, en aquella época los grandes volúmenes de producción de vino en el estado se elaboraban en L.A. Cetto y Allied Domecq, quienes producían aproximadamente el 90 por ciento del vino en Baja California, con una distribución similar entre ambas (figura 3.1).

Producción de vino en BC Año 2000

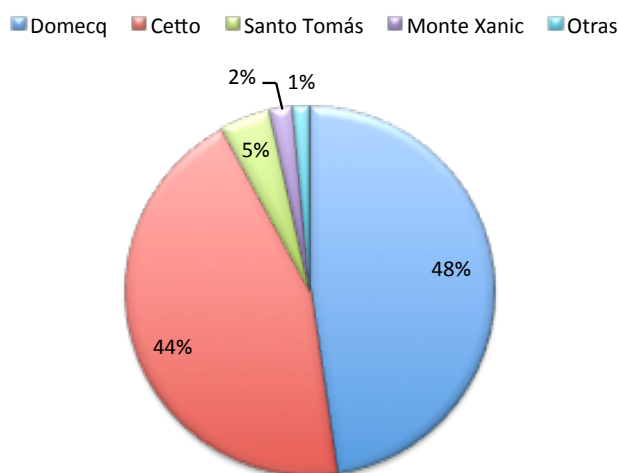


Figura 3.1. Distribución porcentual de la producción de vino en BC. Fuente: *Elaboración propia con datos de OEIDRUS 2013.*

En cuanto a la producción de uva vinificable (figura 3.2), o primer eslabón de la cadena de valor del vino (figura 3.3) esta actividad se realizaba tanto en el Valle de Guadalupe como en los valles de Santo Tomás, San Vicente y de las Palmas (Tecate), tal como se indica en el mapa 3.1. En aquella época eran dos los modelos de producción que prevalecían en estos valles: en el primero (Modelo 1, figura 3.3) se realizan dentro de cada empresa todos los eslabones de la cadena valor del vino; en el segundo (Modelo 2, figura 3.3.) la producción primaria la realiza un productor externo a la firma. Por lo que, contrario a otras aglomeraciones productivas²³ en las que las empresas se especializan en eslabones específicos de una cadena de valor particular, en el sector vitivinícola la mayoría de las empresas incluían la totalidad de las actividades de la producción de vino: desde la actividad primaria, hasta la actividad comercial.

²³ Ver Marshall 1938, Becattini (1979), Murphy *et al* (1989), Rodrik (1996) y Lall y Teubal (1998), Suzigan *et al*, 2007, entre otros.

Encadenamiento productivo de la vid

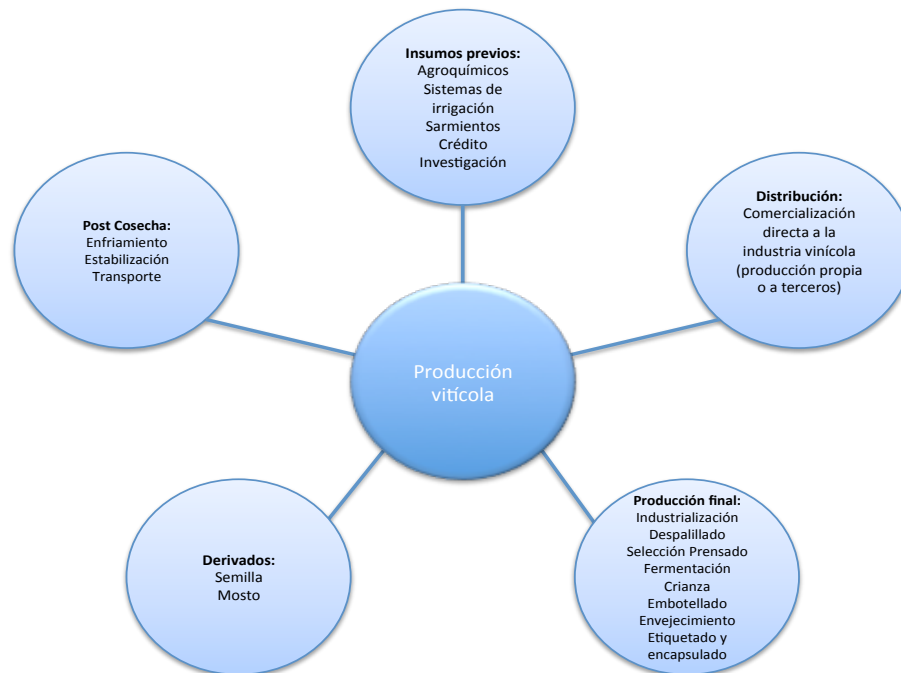


Figura 3.2. Encadenamientos productivos de la viticultura. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos de la investigación de campo.*

MAPA DE LAS ZONAS PRODUCTORAS DE UVA VINIFICABLE ANTES DEL AÑO 2000



Mapa 3.1. Valles vitivinícolas en Baja California en 1999. Fuente: *Elaboración propia. Datos SEFOA 2003.*

A pesar de que al interior de las empresas existentes se concentraban la mayor parte de los eslabones de la cadena valor del vino (figura 3.3), existían interacciones de cooperación en el sector entre los socios o propietarios de las vinícolas, así como entre el personal contratado, mediante las cuales se compartía información sobre la producción en todos sus procesos, favoreciendo la transmisión de conocimiento y mejorando el nivel de los vinos en su conjunto (Villa, 2002). Al finalizar el siglo XX, los vinos bajacalifornianos empezaban a ganar notoriedad nacional e internacional debido a que se habían hecho acreedores de una gran cantidad de premios internacionales.²⁴

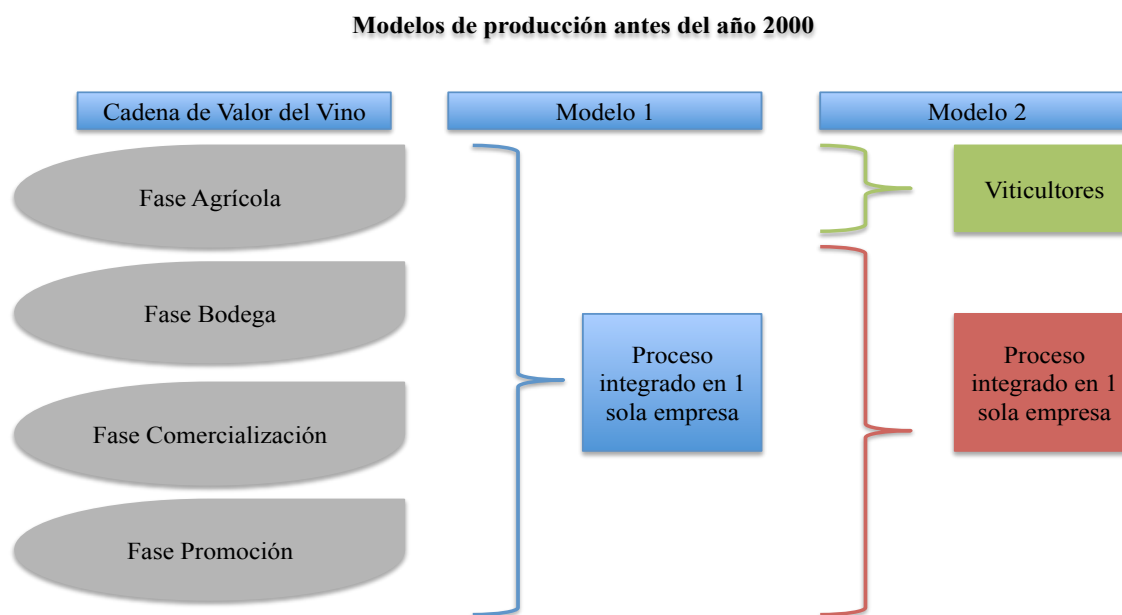


Figura 3.3. Modelos de producción antes del año 2000. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo*.

Interacciones en el sistema productivo antes del año 2000

Dado que el interés del presente análisis es recuperar los procesos de interacción en los que se sustenta el desarrollo del sector vitivinícola, es necesario dar una semblanza previa de la situación en cuanto a los enlaces al interior de la industria del vino y al exterior

²⁴ En el año 2000, los vinos mexicanos tenían en su haber un total de 83 premios internacionales (Villa, 2002).

de la misma. De tal manera, se describe a continuación el entramado de relaciones identificado a partir del trabajo de campo, que prevalecía antes del año 2000. Para presentar la información recabada, a manera de organización, se agrupa la información en tres conjuntos de acuerdo al tipo de actores que participan en las interacciones de colaboración (figura 3.4). En el primer grupo se presentan las interacciones entre el sector económico y el sector social; el segundo son las interacciones internas al sector vitivinícola; el tercer grupo son las interacciones entre el sector económico y el sector público.

1. Interacciones entre el sector vitivinícola y la sociedad

Las principales interacciones entre el sector vitivinícola y la sociedad ensenadense se daban en torno a dos actividades: la realización de las Fiestas de la Vendimia las cuales inician en 1983; y las interacciones suscitadas a partir de un modelo de trabajo y colaboración instrumentado por el enólogo Hugo D'Acosta, quien al poco tiempo de su arribo a Ensenada (en 1989) para trabajar en Bodegas de Santo Tomás, comienza a enseñar a sus conocidos a producir vino para el autoconsumo. Todas estas interacciones entre sector y sociedad tienen como fin el consumo y la difusión de la cultura del vino.

2. Interacciones al interior del sector vitivinícola

En las interacciones al interior del sector destacamos en primer lugar las sostenidas entre Allied Domecq y los productores vitícolas, cuyo principal fin era el de comercializar el insumo básico para la producción de vino: la uva. En segundo lugar subrayamos las interacciones que se daban entre las empresas del sector institucionalizadas por la Asociación de Vitivinicultores de Baja California (AVBC), asociación virtual²⁵ integrada por representantes las siguientes empresas: Allied Domecq²⁶, Bodegas de Santo Tomás, Monte Xanic, Château Camou, Casa de Piedra, Viñas de Liceaga, Cavas Valmar, Mogor Badán y

²⁵La organización conocida como “Asociación de Vitivinicultores” fue una organización informal (no constituida legalmente), cuyo fin era la organización de las Fiestas de la Vendimia, precedente del Comité Pro Vino, A.C.

²⁶En el caso de Allied Domecq, el representante de la empresa ante la Asociación de Vitivinicultores era el C.P. Melchor Flores. A pesar de que asistía a todas las reuniones de la AVBC, su participación era limitada debido a que las decisiones empresariales no se tomaban a nivel local (Flores, Melchor, entrevista, 2013).

Vinos Bibayoff. Esta asociación se crea con el objetivo principal de promover el consumo de vino regional a través de eventos promocionales conocidos como las Fiestas de la Vendimia.

Los que estábamos en esas épocas, tratando de darle fuerza a la zona, hicimos una agrupación que nos permitiera pelear por la agenda del sector, promover nuestros vinos, etc. [...] La idea era empezar a hacer esfuerzos comunes, la manera más fácil para hacer esfuerzos comunes tenía que ver con esfuerzos de comunicación, entonces se hacen las primeras “Fiestas de la Vendimia.” (D’Acosta, Hugo, entrevista, 2013)

Esta asociación empezó a utilizarse también como medio de interlocución para llevar a cabo gestiones conjuntas ante las diferentes instancias gubernamentales sobre temas de importancia para el sector vitivinícola, por lo que desde antes del año 2000 ha sido una fuente importante de competitividad para el sector, dado que desde sus inicios ha fomentado cooperación a nivel inter-empresarial, generando mecanismos de *participación e intervención colectiva* (Villa, 2002:113).

3. Interacciones entre el sector vitivinícola y el gobierno

Las relaciones que se daban entre el sector vitivinícola y el gobierno municipal se basaban primordialmente en relación al tema de la organización de las “Fiestas de la Vendimia”. *El apoyo municipal consistía en: la exención de los pagos de derechos para los permisos de colocación de publicidad en espacios públicos, la disminución de los impuestos pagados en la venta de boletos para la realización de los eventos organizados por la AVBC y las vinícolas particulares, así como apoyo el policiaco para los eventos realizados* (Martain, Fernando, entrevista, 2011). A nivel del gobierno estatal, previo al año 2000, la principal relación del sector era con la Secretaría de Fomento Agropecuario (SEFOA). Sin embargo, el tema de la vitivinicultura no se menciona en ninguno de los informes de gobierno antes del año 2004, y de acuerdo al presupuesto ejercido por la SEFOA entre los años de 1997 y 1999 (consulta Fondo de Fomento Agropecuario del Estado de Baja California [FOFAEBC]), el sector vitivinícola no formaba parte de la agenda presupuestal de la SEFOA. Es hasta 1999 que la dirección de agricultura de la SEFOA, la

cual tiene a cargo la sanidad vegetal – entre otras atribuciones y responsabilidades en atención al sector agrícola – tiene su primer acercamiento con el sector vitivinícola. Esto se da derivado de una contingencia sanitaria en el estado de California ocasionada por una plaga que transmite la enfermedad de Pierce.²⁷ Dicha situación genera una alerta sanitaria en el estado vecino, la cual se transmite al gobierno de Baja California a través del esquema de coordinación entre los estados fronterizos conocido como “Conferencia de Gobernadores Fronterizos”. La preocupación era que se tenían afectaciones graves en las zonas vitícolas de California,²⁸ específicamente en el valle de Temécula, y el temor era que la enfermedad llegara a los valles vitícolas bajacalifornianos. En atención a este riesgo sanitario se activó un operativo por parte de la dirección de agricultura, que de acuerdo con el entonces director de agricultura, el Ing. Juan Pablo Hernández Díaz, representa el primer acercamiento en esa administración,²⁹ con el sector vitivinícola. La siguiente contingencia que lleva al gobierno estatal a trabajar con el sector vitivinícola se da a partir del problema de la comercialización de la uva, suscitado en el año 2000.



Figura 3.4. Interacciones en el sector vitivinícola antes del año 2000. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

²⁷ Enfermedad cuarentenaria sin cura viable económicamente causada por la bacteria *Xylella Fastidiosa*. <http://www.cesavebc.com>.

²⁸ Esta enfermedad causó daños catastróficos en el Valle de Temécula, con niveles que alcanzaron la destrucción de más del 50% de los viñedos establecidos hasta 1999. *Idem*.

²⁹ Administración del Lic. Alejandro González Alcocer (1998-2001).

De acuerdo a los criterios de Dini (2010) del primer grupo de interacciones entre el sector y la sociedad, los enlaces para la capacitación en la producción de vino son catalogados como interacciones productivas y de colaboración, ya que existe una identificación positiva como grupo y un fin específico, con una visión de corto plazo. Las interacciones dadas entre Domecq y los viticultores pueden clasificarse como una red empresarial, sin embargo, en aquel entonces no existía una estrategia común para el beneficio mutuo de los participantes, por lo tanto no se catalogan como red empresarial. En cambio los enlaces entre empresas al interior de la AVBC se identifican como red de cooperación, ya que los resultados de la misma no son altamente apropiables; por lo que los beneficiarios no eran únicamente los empresarios que formaban parte de esta asociación, sino cualquier empresa que produjera y/o comercializara vino, incluyendo la empresa más grande, L.A. Cetto, la cual no formaba parte de esta organización gremial. En tercer lugar, las interacciones entre los sectores público y privado, de acuerdo con la clasificación de Dini (2010), también son identificadas como red de cooperación. Basados en esta evidencia podemos afirmar que en el sector vitivinícola bajacaliforniano, antes del año 2000 las interacciones para abordar aspectos que mejoraran la competitividad del sector se generaron a partir de articulaciones y redes productivas de colaboración y cooperación y no por redes empresariales. Es en las articulaciones y redes productivas y de colaboración donde se sientan las bases para la generación de normas aceptadas por la colectividad, la eficiencia y la credibilidad de los actores (privados y públicos). Estas interacciones son el fundamento para la conformación de redes conformadas después del año 2000, las cuales contribuyeron a que se construyera el sistema territorial competitivo en torno al sector vitivinícola bajacaliforniano.

Entonces, ¿qué detona el desarrollo del sector?

El desarrollo actual del sistema territorial vitivinícola en Baja California se sustenta en los antecedentes históricos de esta actividad en el estado, así como en las articulaciones que generaron condiciones propicias para el crecimiento de este sector. Sin embargo, los cambios que detonaron la reestructuración del sector se originan de un hecho coyuntural

relacionado con el insumo básico – la uva – sin el cual, la historia sería totalmente diferente. Este detonante fue: el problema de la comercialización de la uva.

En el año 2000, Allied Domecq, el comprador más importante de uva vinificable en Baja California, anuncia una reestructuración de las operaciones de la empresa. Entre las operaciones anunciadas destaca la implementación de sistemas de calidad en la compra de su principal insumo: la uva. En el presente trabajo se propone que esta acción específica constituye un evento detonante que desencadena una serie de sucesos que resultan en la reestructuración del modelo productivo del sector vitivinícola bajacaliforniano. A partir de este hecho se inicia el análisis del desarrollo del sector vitivinícola a través de la construcción de una primera unidad de análisis: la reestructuración de la comercialización de la uva en Baja California entre el año 2000 y 2002.

3.4. Arena de acción 2000-2002: La comercialización de la uva en Baja California

Utilizando la metodología para el Análisis y Desarrollo Institucional (ADI) (Ostrom, 2005), explicada en el anexo metodológico (Anexo 1), se construye una primer arena de acción, dentro de la cual se analizará la situación particular suscitada en torno la comercialización de la uva vinificable en Baja California. Este esquema es una herramienta de sistematización de la información obtenida a partir del trabajo de campo, mediante el cual se representan los procesos de coyuntura que se suscitan a partir del cambio de políticas de comercialización del mayor comprador de uva en el estado de Baja California en el año 2000: la empresa Allied Domecq. En esta primer arena de acción (figura 3.5), las variables exógenas: reglas en uso, atributos comunitarios y aspectos biofísicos, los cuales se describen en referencia a la comercialización de la uva vinificable en Baja California (ver anexo 4), a inicios del año 2000 estructuran la arena de acción. De tal manera, el conjunto de decisiones a las que tienen acceso los participantes de la arena de acción están delimitadas por estas variables estructurantes.

Comercialización de la uva vinificable en Baja California, año 2000

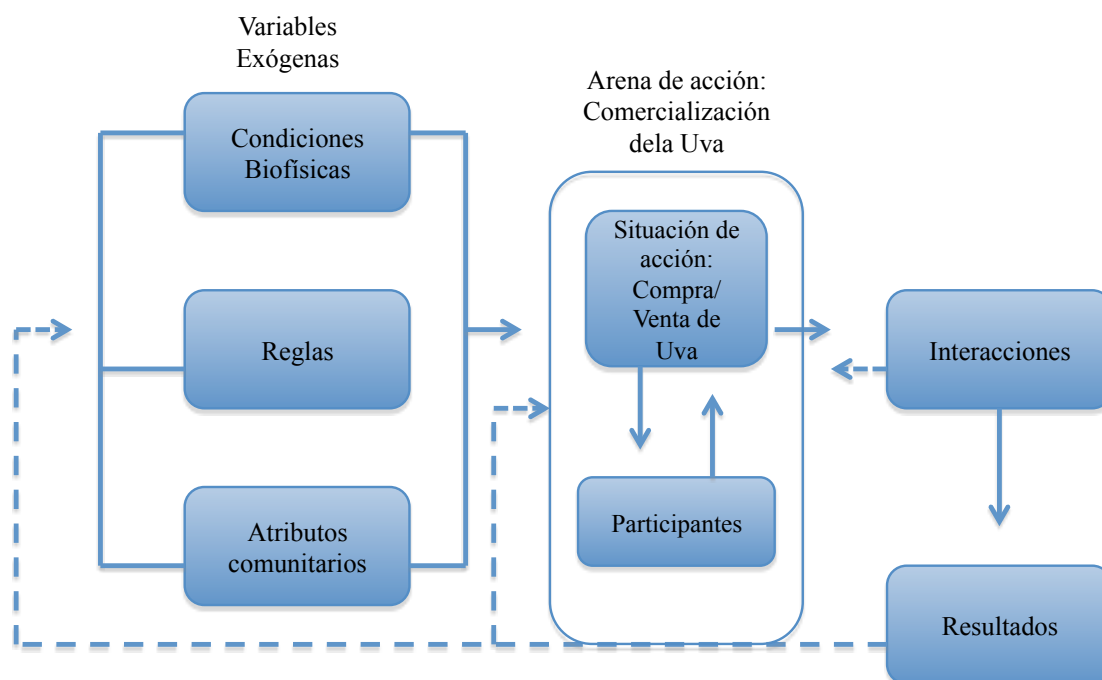


Figura 3.5. Comercialización de la uva en BC, año 2000. Fuente: *adaptado de Ostrom, 2005.*

Semblanza de la situación del sector vitivinícola en Baja California antes de la coyuntura comercial de la uva vinificable: las variables exógenas.

El primer recuento de la situación en la vitivinicultura mexicana en el año 2000 inicia con la descripción del mercado del vino en México, el cual se regía bajo las leyes del libre mercado. De tal manera, la producción nacional competía con los vinos internacionales derivado de la entrada de México al GATT y de la firma de otros tratados comerciales celebrados por México³⁰. Como ya se expuso en el capítulo 1, los vinos de exportación tenían una estrategia comercial donde se buscaba mejorar la relación precio/calidad. Los principales países productores de vino buscaban ingresar y conquistar los mercados internacionales a través de estrategias agresivas de exportación. Para tal

³⁰ Por tratados celebrados por México, debe entenderse cualquier "acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional, ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular" (artículo 2, inciso a), de la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados de 1969), así como aquellos celebrados entre México y organizaciones internacionales. Secretaría de Relaciones Exteriores. Disponible en: <<http://www.sre.gob.mx/tratados/>> Consultado el 20 de Octubre de 2013.

efecto, los gobiernos de países como Chile, Argentina, Francia, España e Italia implementaron políticas públicas dirigidas a lograr mejorar los precios de sus productos vitivinícolas, sin disminuir su calidad, a través de estrategias implementadas para la modernización de esta industria.

Para poder competir contra la introducción de estos vinos, las empresas en Baja California deciden, como estrategia comercial, especializarse en la producción de vinos *premium o boutique*. Por lo tanto, destinan su esfuerzos a la elaboración de vinos de muy alta calidad y/o de producción limitada (pocas cantidades) para atacar un nicho específico de mercado. De tal manera, las empresas establecidas en México antes del año 2000 empiezan a modificar sus técnicas y tácticas de producción y comercialización, que previo a los años 90 estaban enfocadas en la producción masiva de vinos de baja o mediana calidad.

La producción de vino en Baja California, hasta el año 2000, se caracterizaba porque el sector primario estaba impulsado por un gran comprador: Domecq, quien era la principal empresa compradora de uva vinificable en el estado y la principal bodega productora de vino en el país. En aquella época, los grandes productores de uva en el estado eran socios de Domecq. El resto de los productores medianos y pequeños eran productores independientes. En este escenario, el sector primario y el industrial estaban prácticamente desvinculados (con excepción de los grandes productores de uva asociados directamente a la empresa Domecq). La oferta de uva era mayor a la demanda y al existir únicamente un gran comprador, éste tenía el poder de establecer los precios de mercado, ya que en la práctica funcionaba como un monopsonio. La empresa Domecq, además manejaba contratos de comercialización de uva vinificable con los grandes productores de uva (sus propios socios). Estos productores, tales como la familia Cetto, estaban asociados con algunos de los propietarios de Domecq México únicamente en la parte de producción de uva. Los productores pequeños, por lo general, no tenían contratos formales de comercialización con ningún comprador. En cuanto a la calidad de la producción, se afirma que existían algunos estándares de calidad para la cosecha, sin embargo, no para la producción de uva vinificable, por lo que la calidad entregada variaba entre un productor y

otro. Tampoco existían incentivos para la calidad para que los productores aplicaran buenas prácticas en su producción.

La producción de uva entre los viticultores era fija, es decir, no había inversión para aumentar la extensión de viñas plantadas en Baja California, excepto por las nuevas empresas vinícolas que plantaban viñedos para el autoconsumo (Sarmiento, 2008). Existían también pequeños compradores de uva, sin embargo, no representaban ni siquiera el 10 por ciento de la compra/venta total de uva vinificable en el estado y tenían acceso únicamente a los excedentes de uva que no comprara Domecq.

Otra de las características de la producción vitivinícola antes del año 2000 es que para esta época las bodegas que se habían establecido en la década de los ochenta y los noventa seguían funcionando y eran comercialmente exitosas. El especializarse en un nicho de mercado con producciones de vino en pequeños volúmenes y altos niveles de calidad, probó ser un modelo económicamente viable, ya que a poco más una década de la constitución de las primeras empresas que implementaron esta estrategia comercial, las firmas continuaban en crecimiento, lo que representó un referente importante para la constitución posterior de nuevas empresas. En cuanto a los atributos comunitarios y los enlaces sociales y culturales en torno a la actividad vitivinícola, a decir de algunos de los entrevistados, la viticultura en Baja California estaba completamente desvinculada de su tierra; *la viticultura era de 2 o 3 personajes monopólicos, y la comunidad [bajacaliforniana] no tenía, a excepción de un recuerdo histórico de Santo Tomás, ninguna liga con el valle, ni sus pobladores.*” (D’Acosta, Hugo, entrevista, 2013) En lo que a los aspectos biofísicos se refiere, los temas del agua y la vocación del uso de la tierra todavía no eran temas importantes en la agenda del sector productivo. Los problemas más importantes del sector vitivinícola se relacionaban al control de plagas, específicamente la enfermedad de Pierce, como el principal factor de riesgo para la continuidad de la producción vitivinícola en el estado y en la región California – Baja California.

La reestructuración de la industria del vino en Baja California: el período de transición 2000 – 2002

Como se muestra en la figura 3.5, para la sistematización de la información obtenida del trabajo de campo se requiere la construcción de arenas de acción a partir de la especificación de una situación de acción y la identificación los participantes involucrados. En este caso, la situación de acción es la coyuntura de la comercialización (compra/venta) de uva vinificable en Baja California. Este hecho particular detona articulaciones que dan inicio a la conformación de relaciones formales e informales entre actores existentes y nuevos actores relacionados al sector vitivinícola. Si bien, este hecho de coyuntura no es el único factor relevante en el desarrollo del sector, es identificado por los actores entrevistados como un parte aguas en lo que al desarrollo del sector vitivinícola se refiere.

Antes de explicar en que consistió este período coyuntural se procederá a identificar y definir los papeles de los participantes que intervinieron en esta etapa en el tiempo. Iniciando con una definición propuesta para agrupar a los diferentes actores en grupos con características más o menor homogéneas. De tal manera, se presentan los siguientes grupos: 1) Empresas; 2) Viticultores; 3) Vinicultores artesanales o informales; 4) Enólogos; 5) Organizaciones y; 6) Gobierno. Siguiendo la metodología para el ADI se prosigue a clasificar a los participantes de acuerdo a las siguientes cualidades que los describen: i) las posiciones, ii) el tipo de participación, iii) el control y iv) la información que poseen. Asimismo, se definen cuatro categorías para las posiciones de los participantes: proveedor comprador, procesador y facilitador. Para este caso particular, la participación de los actores puede ser Directa, si el participante está vinculado directamente en el proceso de compra/venta de la uva (compran o venden); o bien, Indirecta, cuando no participan directamente en la compra/venta de la uva, pero pueden ser compradores potenciales o influir en el proceso de compra/venta de este producto.

El grado de control en la toma de decisiones para cada participante, en esta arena de acción específica, puede ser alto o bajo. Dado que sólo hay dos tipos de actores con participación directa: proveedor y comprador; y en el supuesto de que la compra de la uva

vinificable se da en un mercado monopsonista, llegamos a la conclusión de que el control sobre el proceso de compra/venta le pertenece al comprador. Por lo tanto, el proveedor tiene un control bajo sobre las decisiones que se suscitan en esta arena de acción, al tener un número limitado de elecciones a su disposición. Asimismo, los participantes indirectos, debido a que no tienen injerencia directa sobre el proceso de compra/venta, tienen también un control bajo sobre este proceso. Para el caso de la comercialización de la uva, la información necesaria para tomar decisiones tiene que ver con los precios de mercado de la uva, los costos de producción, la producción anual proyectada, pero sobre todo, con las estrategias empresariales de los compradores. De esta manera, el único participante que puede tener información completa es el comprador monopsonista, en este caso Domecq. Los demás participantes solo tienen acceso a parte de la información debido a que no saben cuáles son las estrategias comerciales de la empresa compradora.

De tal manera, la empresa Domecq, en su posición comprador monopsónico, es un participante ya que está involucrados de primera mano en la compra/venta de la uva vinificable. Esta empresa tiene un control alto en esta arena de acción, ya que no solo tiene el poder de establecer los precios, cantidades y calidades de compra, sino que además su acceso a la información es alto. Otro grupo participante importante es el de “las empresas”, el cual está conformado por todas las firmas vitivinícolas formalmente establecidas en la región, en el período de tiempo comprendido en el análisis (a excepción de Domecq). Su posición es como procesador, ya que son autosuficientes en la producción de uva vinificable, por tal motivo, no tienen necesidad de comprar a terceros productores. En este caso su papel es importante, pero indirecto, pues a pesar de que no compran uva, son potenciales compradores; de así decidirlo pueden aumentar su producción de vino comprando uva a terceros. Su control sobre la compra/venta de uva es bajo, ya que no participan como actores directos. Su acceso a la información es media, ya que tienen acceso limitado a información sobre las estrategias de la empresa principal (Domecq), derivado de la cercanía con empleados de la firma.

El grupo de los viticultores es aquel conformado por los proveedores primarios. Es decir, son todos aquellos productores de uva que no la procesan (no producen vino). Estos

son participantes directos ya que están involucrados de primera mano en la compra/venta de la uva vinificable. Sin embargo, su control es bajo, puesto que la compra de uva se maneja bajo prácticas monopsónicas. Consiguientemente, su acceso a la información es bajo, porque tampoco conocen las estrategias del comprador principal.

El grupo de los vinicultores artesanales o informales está integrado por aquellos productores de vino que no tienen operaciones formalmente establecidas. Eso es, son todos aquellos productores ocasionales, que producen vino como actividad recreativa y que antes del año 2000 no estaban constituidos legalmente como empresa vinicultora. Su posición es la de comprador, por lo que son participantes directos al estar involucrados de primera mano en la compra/venta de la uva vinificable. Sin embargo, las cantidades que ellos compran son tan bajas que el control que tienen en esta arena de acción es pobre, no tienen el poder de establecer los precios, cantidades y calidades de compra.

Los Enólogos son otro grupo de interés en el presente estudio. Este grupo de profesionistas está conformado por las personas encargadas de la vinificación en las diferentes empresas establecidas formalmente en la región. Su posición es como facilitadores, ya que pueden promover e influenciar la compra/venta de uva. Si bien trabajan contratados dentro de las empresas vinícolas, también tienen actividades económicas fuera de ellas. Su papel es indirecto, al no participar directamente en la compra/venta de uva vinificable, motivo por el cual su control es también bajo. Asimismo, su acceso a la información es bajo.

Existen también otros grupos, que incluiremos bajo el nombre de organizaciones, constituido por aquellas agrupaciones gremiales y/o empresariales, no gubernamentales, cuyas actividades giran en torno a la actividad vitivinícola. Su posición es la de facilitadores, ya que pueden promover e influenciar la compra/venta de uva. Su papel es indirecto, dado que no participan directamente en la compra/venta de uva vinificable, motivo por el cual su control es también bajo. Su acceso a la información es bajo.

Finalmente, tenemos el grupo denominado gobierno. Son todas las entidades públicas que participaron, en el período de tiempo comprendido, en la conformación del sistema generado en torno a la comercialización de la uva vinificable. En este caso, es el gobierno estatal, a través de la Secretaría de Fomento Agropecuario (SEFOA), la instancia que participa en esta arena de acción. Su posición es la de facilitador. Influye en la arena de acción a través de programas que incentivan la comercialización de uva entre compradores y productores. Su papel es indirecto ya que no participa directamente en la compra/venta de uva vinificable, motivo por el cual su control es bajo. Su acceso a la información también es bajo. En la tabla 3.3 se resume la caracterización de los participantes involucrados en la arena de acción de la comercialización de la uva. Se observa que en un inicio las interacciones entre los participantes se realizan en situaciones dispares, dado que únicamente Domecq tiene un control alto sobre la situación de acción.

Situación de acción: Compra/venta de uva vinificable				
PARTICIPANTE	POSICION	PARTICIPACIÓN	CONTROL	INFORMACION
Domecq	Comprador	Directa	Alto	Alto
Empresas	Procesador	Indirecta	Bajo	Medio
Viticultores	Proveedor	Directa	Bajo	Bajo
Vinicultores artesanales o informales	Comprador	Directa	Bajo	Bajo
Enólogos	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo
Organizaciones	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo
Gobierno	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo

Tabla 3.3. Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción de comercialización de uva vinificable en el año 2000.
Fuente: *Elaboración propia.*

Para explicar por qué se considera el año 2000 como un tiempo de coyuntura en las interacciones del sector, hay que iniciar con la descripción de los cambios de dirección productiva y comercial de la empresa Allied Domecq, que a partir de este año implementa cambios en sus operaciones para mejorar su posición competitiva en el mercado nacional. Estos cambios se dan a partir de la pérdida de mercado de los vinos de esta empresa. El problema principal estaba directamente relacionado a la comercialización de sus vinos: *teníamos un sobre stock de vino que no se estaba vendiendo porque competía mal contra los chilenos y argentinos que estaban llegando en ese tiempo...* (Ceja, Alberta, entrevista, 2014). La nueva política de Domecq consistía en entrar a competir al mercado internacional con los varietales de uva que eran comercialmente populares en esos momentos. En este caso se buscaba producir vinos de los varietales *cabernet sauvignon*, *cabernet franc*,

merlot, cabernet blanc y chardonnay, principalmente. El efecto de estas medidas sería que se dejaría de comprar los varietales de uva de temporal utilizados en sus vinos por ser uvas poco atractivas, comercialmente hablando; también se dejaría de comprar toda la uva que no cumpliera con los nuevos sistemas de calidad especificados.

Estas medidas iban dirigidas principalmente a los grandes productores, que eran los grandes proveedores de esta bodega y que antes de que Domecq México se convirtiera en Allied Domecq eran socios de la misma (Flores, Melchor, entrevista, 2014). Sin embargo, muchos de los pequeños productores que tenían viñedos muy antiguos de variedades de temporal³¹ se verían desplazados del mercado con estas nuevas políticas. A partir de estos cambios operativos, Domecq, como comprador monopsónico, controla las interacciones con sus proveedores en cada nodo del proceso de decisiones, por su parte, los productores únicamente tenían la opción de aceptar o rechazar las ofertas realizadas por esta empresa. De tal manera, se esquematizan las elecciones disponibles para estos dos participantes en la figura 3.6.

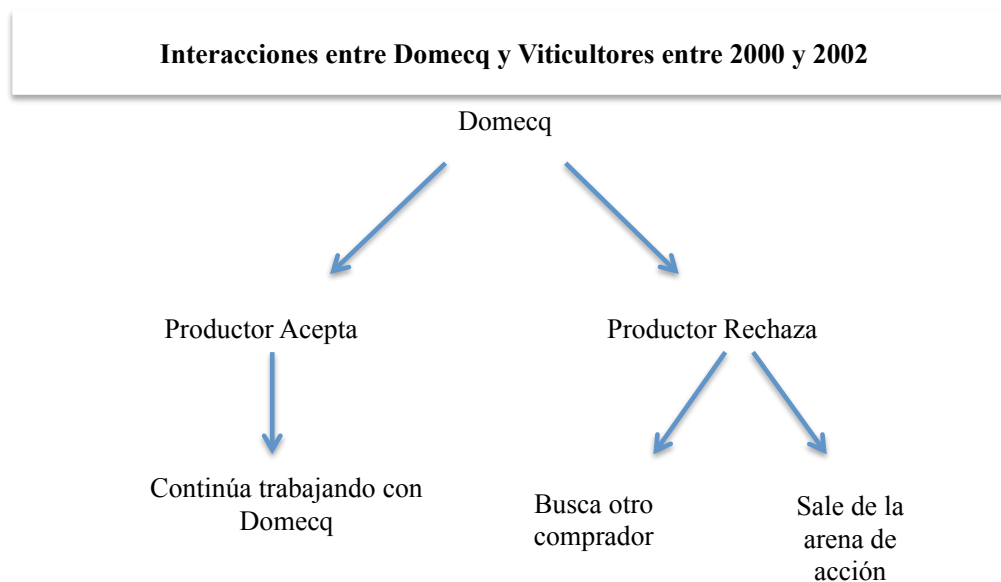


Figura 3.6. Interacciones entre participantes: Domecq y Viticultores 2000-2002. Fuente: *Elaboración propia con información obtenida del trabajo de campo.*

³¹ Uvas que no únicamente se riegan con las lluvias anuales.

En esta figura se observa que si los productores vitícolas elegían rechazar las propuestas planteadas por Domecq, entonces prácticamente quedaban fuera del sector vitícola. Esto es debido a que en el año 2000 los productores de uva únicamente tenían las siguientes opciones: 1) aceptar los cambios de política de Domecq: invertir en cambiar sus variedades, vender a los precios y en las cantidades que les compraran; 2) tratar de colocar su producto en otros mercados, opción que en la práctica no era viable para todos los productores ya que no existía un mercado de uva vinificable que pudiera compensar las cantidades que Domecq compraba; y, 3) dejar de producir uva vinificable – cambiar de actividad productiva. Por lo tanto, las decisiones tomadas por Domecq afectaban a todos los productores de uva para vino de mesa ya que, como se ha mencionado en repetidas ocasiones, como mayor comprador, el control sobre la comercialización de la uva lo tenían ellos.

De acuerdo al testimonio de varios de los entrevistados, en el año 2000, primer año en que Domecq anuncia el cambio de políticas de compra de uva vinificable, los productores vitícolas se mostraban incrédulos de que el cambio anunciado en realidad sucediera, por lo tanto, ningún productor cambió sus prácticas de producción o de comercialización. Entre 2001 y 2002 Domecq prácticamente suspende la compra de uva. Los grandes productores de uva eran los únicos que tenían contratos comerciales; así, estos productores lograron colocar su producto con Allied Domecq en 2001, pero tuvieron que hacerlo a precios muy inferiores a los de los años anteriores. Los pequeños productores no gozaban de contratos comerciales y aquellos que tenían viñedos muy antiguos de variedades de temporal³² automáticamente se vieron desplazados del mercado (Sarmiento, 2008:12).

De acuerdo al padrón de productores de vid en Baja California, realizado por la Secretaría de Fomento Agropecuario en el año 2001, 94 pequeños productores resultaron directamente afectados por las políticas de compra de la empresa Allied Domecq, y no tuvieron un comprador en este período de tiempo. Estos productores tenían una superficie

³² Se conoce como variedades de temporal aquellos viñedos que únicamente se riegan con las lluvias anuales.

total de 1,232 hectáreas (42% del total de las superficies establecidas), ubicadas en los Valles de Guadalupe, San Antonio de las Minas, Santo Tomás y San Vicente (Sarmiento, 2008:13).

En 2002 no se renovaron contratos de comercialización por parte de la empresa Domecq (Durand, José Luis, entrevista, 2013). Como resultado, se desplomaron los precios de este producto, pasando de \$5,000.00 a menos de \$2,500.00 pesos por tonelada entre 2000 y 2002 (Sarmiento, Francisco Javier, entrevista, 2013). Esto hacía incosteable el sostenimiento de esta actividad productiva para los productores pequeños establecidos en el estado (Bibayoff, David, entrevista, 2013). Dado que las opciones para los productores de uva estaban limitadas a vender al precio que fuera o salirse de la actividad vitícola, la actividad vitivinícola en el estado se vio fuertemente amenazada, evidenciando que el modelo de comercialización monopsónico era insostenible. Es a partir de esto que inicia el proceso de cambio que dio surgimiento a un nuevo esquema de comercialización de uva, a partir de la generación de modelos productivos alternativos para la elaboración de vino en la región, y que se modifica el hecho de que previo a esta coyuntura los vínculos entre los demás participantes, en torno a la comercialización de uva vinificable, eran prácticamente inexistentes.

3.5. Resultados de la crisis comercial que reestructuró la industria del vino en BC

Es a partir de este período que inician los procesos de articulación entre el Gobierno del Estado, los enólogos y las organizaciones gremiales (la AVBC). Estos participantes aumentan sus interacciones entre sí, generando nuevas articulaciones y redes que a su vez reestructuran la arena de acción inicial (figura 3.7). De tal manera que, como se expondrá a continuación, se generan nuevos esquemas de comercialización de la uva vinificable a partir del surgimiento de nuevos enlaces de colaboración y cooperación entre los participantes.

Nuevas Interacciones, después del año 2002

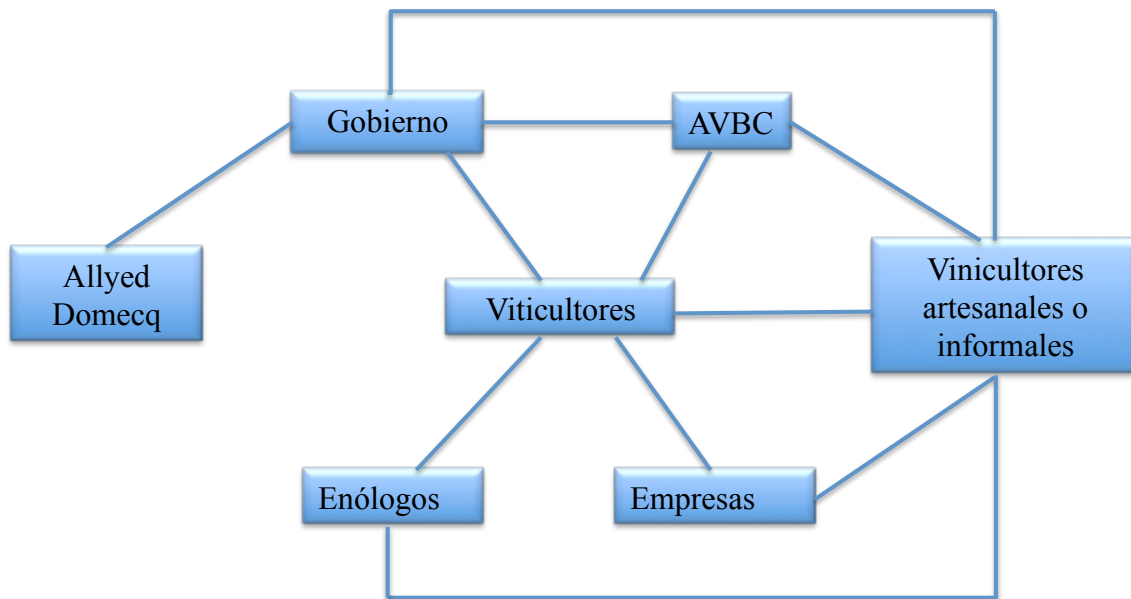


Figura 3.7. Nuevas interacciones entre los participantes de la arena de acción de la comercialización de la uva, después del año 2002 Fuente: *Elaboración propia con información obtenida del trabajo de campo.*

Las interacciones entre los actores de esta arena de acción se dan con el fin de apoyar al sector vitícola a encontrar nuevos canales de comercialización para sus productos. Como resultado se da, a través de varios procesos de coordinación entre el sector público y privado, la generación de acciones y asignación de recursos públicos para el apoyo a la vitivinicultura en Baja California (Sarmiento, 2008:25 y 26), cuyas principales líneas operativas buscaban mitigar los problemas de la comercialización de la uva vinificable en beneficio de los pequeños productores que dependían de esta actividad productiva para vivir. Estas líneas de acción buscaban atacar diferentes frentes, por lo que las estrategias fueron variadas. Entre las acciones establecidas estaba la venta al menudeo en pequeños volúmenes de la uva vinificable como uva para consumo en fresco, línea que no fue exitosa debido a las características propias de este producto las cuales son muy diferentes a las buscadas por el consumidor de uva en fresco. Por lo tanto, no se logró una salida importante de la uva por medio de esta línea de acción (Sarmiento, 2008). Asimismo, se buscó comercializar esta uva con otras empresas compradoras productoras de vino en el estado o en el país, estrategia que tampoco fue exitosa dado que las demás empresas

vinícolas que estaban establecidas en México en aquella época eran autosustentables en lo que a la proveeduría del insumo uva se refiere.

Otra estrategia propuesta fue el establecimiento de un programa de incentivos para la reconversión de cultivos de vid a otros cultivos más rentables, como el establecimiento de hortalizas, o bien, a otro tipo de uvas “más comerciales” (Hernández, Juan Pablo, entrevista, 2013). Esta segunda opción se ofrece derivado de que uno de los condicionantes técnicos para la compra de uva por parte de Domecq, se relacionaba con los varietales preferidos para la producción de sus vinos: *cabernet sauvignon*, *cabernet franc*, *merlot*, *sauvignon blanc*, *chardonnay*. Privilegiando estas uvas sobre otras de temporal como el *grenache*, el *carignan*, y la uva misión, entre otras. De tal manera que la SEFOA instrumentó un programa para la reconversión de cultivos cuyo propósito era que los productores que así lo desearan pudiesen cambiar de actividad productiva, o convertir sus viñedos de uvas tradicionales a uvas más comerciales.

[En Domecq] querían las variedades que estaban de moda en el mundo vinícola como la *cabernet sauvignon* y el *merlot*. Entonces era muy sencillo, tumba la *grenache* y planta *cabernet sauvignon*. Era muy lógico, si no te compran la A y si te compran la B pues plántala, o injértala. [La vid] es un cultivo donde sobre la planta ya existente le injertan una planta nueva y ésta se puede desarrollar como esa variedad. (Hernández, Juan Pablo, entrevista, 2013)

Como apoyo para la reconversión de cultivos, de uvas tradicionales a uvas comerciales, el Gobierno del Estado inició a partir del año 2003 la reproducción de 27,000 patrones portainjertos de la clase *Harmony*, *Freedom*, *5CV* y *5BB* en el Centro Frutícola del Valle de Mexicali, para iniciar los procesos de enjertación en huertos a partir de 2004 y tener un *stock* de material vegetativo para el establecimiento de nuevas superficies para el año 2005 (Sarmiento, 2008:26). Se estableció también un vivero madre para la producción de los barbados, esperando con esto iniciar un proceso de producción anual que permitiera reconvertir los huertos en etapas, para poder permitir a los productores que dividieran su

superficie y no parar por completo la producción³³. Para los productores que desearan mantener sus huertos sin cambiar la planta, y únicamente reinjertar, el Gobierno del Estado en coordinación con el Gobierno Federal, a través del programa Alianza Para El Campo, dispusieron de apoyos para el establecimiento y rehabilitación de huertos. De esta manera los productores podían reinjertar sus áreas de producción utilizando el mismo pie, pero con yemas de variedades comerciales. Los apoyos que se autorizaron fueron de hasta el 50% del costo total de la inversión en material vegetativo, o hasta \$500,000.00 pesos por unidad productiva en el caso de grupos y \$150,000.00 pesos en el caso de individuos (Sarmiento, 2008:26).

A partir de esta controversial estrategia, sustentada en la reconversión de cultivos, se sostienen una serie de reuniones entre el grupo de vitivinicultores que conformaban la AVBC y representantes de la SEFOA. En primer lugar, el grupo de agremiados de la AVBC informa a gobierno del estado que estaban promoviendo el establecimiento de más vinícolas en el estado con el fin de colocar al municipio de Ensenada en el mapa de las regiones productoras de vino (Hernández, Juan Pablo, entrevista, 2013). De tal manera que, bajo la tutela de Hugo D'Acosta, una salida para parte de la uva producida entre 2001 y 2002 se estaba realizando por medio de un grupo de empresarios que, como actividad recreativa, comenzaron a elaborar vinos en las instalaciones y con el apoyo del personal de las vinícolas ya establecidas en el estado (D'Acosta, Hugo, entrevista, 2013). El destino de estos vinos era principalmente el autoconsumo. Sin embargo, la compra de uva de estos empresarios no representaba ni el 20% de las compras realizadas originalmente por Allied Domecq (Sarmiento, Francisco Javier, entrevista, 2013). De tal manera, en esta época, las empresas que se agremiaron en la Asociación de Vitivinicultores³⁴ complementaron su producción vitícola, comprando uva a terceros productores, e impulsaron a otros personajes del medio (cofrades, amigos y viticultores) a producir vino y a participar en los eventos organizados por la AVBC. El principal temor de los empresarios vitivinícolas de la época era que el hecho de que los viticultores no tuvieran un mercado para dar salida a la producción

³³ Una vez injertada la planta, hay un período de espera en lo que llegan a su etapa productiva.

³⁴ Bodegas de Santo Tomás, Allied Domecq, Monte Xanic, Château Camou, Viñas de Liceaga, Cavas Valmar, Vinos Bibayoff, Casa de Piedra, Mogor Badán eran las empresas que formaban la Asociación de Viticultores en el año 2000. Destaca la ausencia de la vinícola más grande, L.A. Cetto.

de su uva ponía en peligro la continuidad de esta actividad a nivel regional: *Lo que nosotros veíamos era que se necesitaba una masa crítica de productores y que se hablara del vino. No puedes hablar de una buena zona en la cual no hay suficientes productores y no hay suficiente oferta* (D'Acosta, Hugo, entrevista, 2013).

En las reuniones sostenidas entre gobierno del estado y representantes de la AVBC también se informó que el reinjertar los viñedos existentes con uvas más comerciales implicaría perder uvas de temporal de más de 50 años de antigüedad, las cuales estaban adaptadas a las condiciones climáticas en el estado, además de que dicha acción iría en detrimento de la promoción futura de una identidad vitivinícola propia para Baja California. Asimismo, se expuso formalmente el hecho de que existía el interés por parte de la AVBC de que se generara una definición oficial, en el municipio de Ensenada, de la vocación productiva en el Valle de Guadalupe como zona de explotación vitivinícola. Por lo que las estrategias del gobierno estatal, como el establecimiento de otros cultivos y actividades productivas en esta región, iba en detrimento de dichas gestiones (Backoff, Hans, entrevista, 2013).

Por su parte, Allied Domecq continuaba implementando estrategias para mejorar la comercialización de sus vinos, así como programas de mejora para la calidad en la producción primaria. De tal manera, la empresa buscó establecer programas de capacitación agrícola para el manejo de viñedos a partir de la utilización de protocolos de buenas prácticas. Esto lo hizo mediante la contratación de enólogos extranjeros, cuyo propósito era establecerse en Baja California y dar un giro a la situación de crisis por la que atravesaba la empresa (Flores, Melchor, entrevista, 2013).

En toda esta lucha, por tratar de mejorar la calidad de la uva, estamos hablando del 2001 y 2002, nosotros lo que proponíamos era analizar cuáles eran los casos de éxito [entre los viticultores] y ayudarlos con tecnología y con apoyos económicos a que hicieran el cambio, a que mejoraran sus sistemas de irrigación... educarlos en cómo regar, no hacerlo en forma industrial, etc., pero había muchos que simplemente se negaron. (Durand, José Luis, entrevista, 2013)

A pesar de estas acciones, la compra de uva por parte de la empresa continuaba restringida y los precios de mercado a la baja, por lo que, de acuerdo con las opciones de decisión disponibles para los proveedores de uva, muchos viticultores eligieron rechazar la oferta de Domecq, se negaron a recibir dichas asesorías y no aplicaron nuevas técnicas de cultivo en sus viñedos. Domecq promete entonces establecer contratos de comercialización con períodos de hasta 5 años a todos aquellos productores que realizaran la reconversión de sus variedades, ofreciéndoles asesoría técnica, material vegetativo y pagos anticipados de parte de la producción para poder capitalizarse (Sarmiento, 2008:25). Sin embargo, para finales del año 2003 representantes de Allied Domecq anuncian que, por políticas del corporativo, no iban a poder concretar para 2004 los convenios y contratos comerciales prometidos a los productores que implementaran los cambios recomendados; *la idea era hacer anticipos de la uva para ayudar a este cambio. Esto no sucedió, por una directiva del corporativo, y entonces todo este cambio que tenía que ver, no solo con la educación, sino también con el apoyo, no se dio.* (Durand, José Luis, entrevista, 2013)

Sin embargo, a partir de las acciones de coordinación entre el gobierno del estado, las empresas vitivinícolas agremiadas en la AVBC y un sector de empresarios de la sociedad ensenadense, se mitiga el problema de la comercialización de la uva y se crean nuevos canales de comercialización, aumentando así la demanda y mejorando los precios de este insumo en la región. Asimismo, se utilizaron extraoficialmente los fondos de Alianza para el Campo, destinados para la reconversión de cultivos, para subsidiar parte del ingreso de los pequeños productores vitícolas.

Un factor importante en todo este proceso fue el hecho de que tanto viticultores como miembros del gobierno observaron que empresarios que no tenían ni viñedos, ni instalaciones de vinificación estaban elaborando vino. Lo que significaba que era posible, a partir de políticas públicas dirigidas, que los viticultores comenzaran a transformar su uva en vino. Esta propuesta, que había sido planteada por parte del Gobierno del Estado a inicios del 2002, fue rechazada por los viticultores en un principio. A decir de Carlos Orozco: *Lo que afectaba [a los viticultores] era tener canales de comercialización de sus productos. Ellos eran, en primer lugar, productores de uva y no de vino; entonces llegar y*

decirles ‘ponte a moler y a hacer vino’ era una locura”... (Orozco, Carlos, entrevista, 2013). A inicios del año 2003, en vista de que el problema de comercialización de uva continuaba en el sector, esta propuesta fue mejor recibida.

Es así como, derivado de la coyuntura de la comercialización de la uva vinificable, se gesta un movimiento con base en la población de clase media y alta, que, en búsqueda de actividades recreativas exclusivas consume vino, crea asociaciones sociales en torno al tema del consumo y apreciación del vino y en algunos casos empieza a producirlo de manera artesanal, a baja escala, con el apoyo de los enólogos establecidos en la región. Como resultado del aumento en la demanda de uva, entre 2002 y 2004 el precio de la uva pasa de \$2,500 pesos por tonelada (precios promedio para cualquier tipo de uva) a \$5,900.00 pesos para la uva de riego y \$3,000 pesos para la uva de temporal (precios promedio por tipo de uva).³⁵ Finalmente, sólo algunos de los productores quitaron parte de sus viñedos y los menos abandonaron por completo esta actividad. Tampoco se generalizó la reconversión de cultivos a viñedos de uvas más comerciales. De tal forma que entre el año 2000 y el 2003 la superficie sembrada de vid para uva vinificable pasó de 4,359 a 3,983 hectáreas³⁶ y únicamente 376 hectáreas fueron destinadas a otros cultivos u otras actividades productivas. En este proceso de cambio, el tema del agua se convierte en una cuestión toral dentro de la agenda del sector productivo, como el insumo primordial del cual depende la calidad de la producción primaria.

En cuanto a la situación particular de los participantes, entre el inicio del año 2000 y el final del período de reestructuración del sector, la forma en que interactúan los actores cambia. Es así como Domecq, al finalizar el período de transición pierde el poder monopsónico que ejercía sobre el sector. Las empresas vitivinícolas establecidas complementan su producción con uva adquirida a terceros productores. Su control como compradores en un mercado que se rige por la libre competencia es medio, ya que al consumir cantidades importantes de uva tienen la posibilidad de elegir antes que otros

³⁵ Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS). Censo productivo frutícola 1970 – 2012. Secretaría de Fomento Agropecuario del Estado de Baja California.

³⁶ Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS). Censo productivo frutícola 1970 – 2012. Secretaría de Fomento Agropecuario del Estado de Baja California.

compradores más pequeños (los viticultores artesanales o informales). Asimismo, su acceso a la información es mediano, teniendo información sobre sus propias estrategias comerciales, pero no sobre las estrategias generales de los demás compradores.

Por su parte, los viticultores a partir de los cambios en el sistema empiezan procesos de cambio en sus unidades productivas que consistían en el mejoramiento de sus prácticas agrícolas y que posteriormente los llevaron al procesamiento de parte de su propia producción. Si bien el cambio no fue inmediato, esta coyuntura mejora las condiciones de participación en el mercado de comercialización de la uva para este grupo de participantes. De tal manera que tienen un mayor control: pueden elegir entre diversos compradores, incluyendo la opción de no vender y procesar la uva ellos mismos; mejoran su acceso a la información, ya que manejan y conocen sus propias estrategias comerciales, además de información sobre las estrategias de los demás compradores.

Los viticultores artesanales o informales, no modifican mucho su papel en este período de tiempo, excepto por el hecho de que aumenta la cantidad de productores que pueden agruparse en este conjunto de participantes. De tal manera, crece el número de productores ocasionales, que producen vino como actividad recreativa y que no están constituidos legalmente como empresa vinicultora. Sin embargo, es de este grupo de donde surgen muchas de las empresas formalmente establecidas hoy en día.

Por su parte, los enólogos mejoran su posición como participantes centrales en la producción de vino en Baja California, ya que promueven e influyen la compra/venta de uva vinificable a partir de evaluaciones de la calidad de la misma, diversifican sus operaciones laborales, están contratados dentro de empresas vinícolas establecidas, participan en la conformación de nuevas empresas y prestan sus servicios a otros viticultores artesanales o informales. Su control en este período, dentro de esta arena de acción, es alto. Es también alto su acceso a la información, debido a que conocen las estrategias comerciales de varias de las empresas y viticultores artesanales o informales.

En la tabla 3.4 se resume como a partir de la ruptura del monopsonio en la comercialización de uva vinificable, existe un mayor equilibrio en el poder, dado por la igualdad en las condiciones de control de la compra/venta de la uva, así como un mejor acceso a la información por parte de todos los participantes dentro de la arena. Estos cambios son favorables para los participantes del sistema, pero sobre todo para los productores de uva, quienes previo a estos cambios representaban el eslabón más vulnerable de la cadena de valor del vino.

Situación de acción: Compra/venta de uva vinificable				
PARTICIPANTE	POSICION	PARTICIPACIÓN	CONTROL	INFORMACION
Domecq	Comprador	Directa	Medio	Medio
Empresas	Comprador	Directa	Medio	Medio
Viticultores	Proveedor/Procesador	Directa	Medio	Medio
Vinicultores artesanales o informales	Comprador	Directa	Bajo	Medio
Enólogos	Facilitador	Directa	Alto	Alto
Organizaciones	Facilitador	Indirecta	Bajo	Medio
Gobierno	Facilitador	Indirecta	Bajo	Medio

Tabla 3.4. Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción de comercialización de uva vinificable en 2002. Fuente: *Elaboración propia.*

3.5. Conclusiones del capítulo

En este capítulo se presenta información que demuestra que antes del año 2000 se sientan las bases para el proceso de modernización del sector vitivinícola en Baja California. Se describe un sector productivo primario desvinculado del sector industrial, pero impulsado por un gran comprador. En este panorama, el equilibrio del sector depende de la compra/venta de uva vinificable de este gran comprador: Domecq. Al cambiar esta firma la dirección de sus políticas de compra el sistema se desestabiliza y se produce la coyuntura que cambia el modelo productivo del sector.

En la segunda parte del capítulo se presenta cómo se gestan interacciones entre los participantes de la arena de acción relacionada con la compra/venta de uva con el fin de encontrar un nuevo punto de equilibrio, esta etapa de transición se lleva a cabo primordialmente entre el año 2000 y el 2002, dado que el equilibrio del sector se empezó a construir de manera más evidente a partir del 2003. Como resultado de estas interacciones, se crean políticas públicas en las que participa el sector productivo, el gubernamental y la

sociedad, las cuales son el resultado de acciones conjuntas entre empresarios y enólogos locales con apoyo gubernamental. Esto reestructura la arena de acción y provoca el surgimiento de nuevas articulaciones productivas y de colaboración, redes de cooperación y redes empresariales.

Se describe cómo en el período de transición las interacciones generadas entre los actores indirectos y los actores directos de la arena de acción empiezan a modificar las variables exógenas sobre las que se sostenía el sector, cambiando en este proceso la arena de acción misma y construyendo nuevos planos relacionales en los que los mismos participantes se desenvuelven e interactúan al integrarse nuevos actores a la mezcla de participantes. En congruencia con el marco metodológico utilizado, los resultados de las interacciones afectan las variables exógenas, tal como se destaca en Ostrom (2005) *cuando los participantes ven las interacciones como injustas o inapropiadas pueden cambiar sus estrategias...* (Fehr y Gächre 2000b en Ostrom 2005:14). De tal manera, en el sector vitivinícola bajacaliforniano, cuando el *status quo* no es favorable para aquéllos involucrados, los participantes pueden tomar acciones que modifican la estructura de la situación para mejorar los resultados logrados. Eso explica que, a partir del análisis realizado, se encuentre que los elementos que estructuran el sistema se modifican, ya que las articulaciones entre participantes dan como resultado la transformación de la arena de acción inicial al cambiar tanto las variables exógenas como las características distintivas de cada uno de los participantes de la arena. Así, el panorama de la comercialización de la uva vinificable en Baja California cambia.

En poco más de 2 años, las variables exógenas de la arena de acción analizada se modifican derivado de las negociaciones entre los participantes, quienes de acuerdo a sus propias estrategias, valores y recursos buscan mejorar sus posiciones en la arena. En primer lugar, derivado del crecimiento en el número de empresas establecidas en el Valle de Guadalupe, el tema del agua empieza a ser toral en la agenda del sector. La vinculación social en apoyo al sector aumenta y las reglas en uso cambian; las empresas vinícolas establecidas, así como otros nuevos compradores, complementan las compras de Domecq, rompiendo el monopsonio de la compra de uva. La comercialización de uva se empieza a

dar de acuerdo a las reglas del libre mercado, y al aumentar la demanda, aumentan los precios de este producto. Asimismo, los compradores pequeños tienen acceso a productos de calidad, dado que se inicia en el sector la implementación de estándares de calidad en la producción de uva vinificable derivado del hecho que pagan precios diferenciados de acuerdo a la calidad de la uva, conforme a características físicas y químicas evaluadas por los enólogos. Por lo tanto, se pagan precios más altos por la uva de mayor calidad. Es a partir de estos movimientos que se puede empezar a hablar de la construcción de un sistema territorial, que se basa en procesos y mecanismos de coordinación entre los actores locales, generando vínculos evidentes con el territorio.

Finalmente, puede afirmarse que estos mecanismos de coordinación pueden ser definidos como procesos de gobernanza local, dado que se involucra el sector productivo, el sector gubernamental y la sociedad bajacaliforniana y el resultado es la aplicación de una serie de políticas públicas consensuadas para el apoyo a una actividad productiva particular. De tal manera que lo que resulta es un esquema informal de colaboración entre el sector productivo, el sector público y la sociedad bajacaliforniana, proceso que se continúa reproduciendo y fortaleciendo a partir de este período y en el que se sustentan la mayoría de las articulaciones y redes dentro del sector vitivinícola hoy en día.

CAPÍTULO 4

El Auge del Sector Vitivinícola en Baja California 2002 – 2013: Los Mecanismos del Desarrollo Endógeno

La propuesta del presente capítulo es que el fortalecimiento de las articulaciones que surgen a partir de la coyuntura de la comercialización de la uva, detonan las condiciones que hacen posible el desarrollo endógeno del sector vitivinícola en Baja California. Como se describe en el capítulo anterior, al generarse un desequilibrio en el sistema, los actores, los papeles que juegan, su participación y la estructura del sector se modifican para encontrar un nuevo equilibrio. Es así como en el sector productivo vitivinícola surgen interacciones regionales a partir de la decisión de los actores económicos independientes de establecer – de manera espontánea – acuerdos de colaboración y cooperación.

La parte central analítica de este apartado consiste en adaptar los componentes de la teoría del desarrollo endógeno al marco metodológico de ADI (ver anexo 1). Así, se describen como arenas de acción los procesos y mecanismos de las dimensiones económica, político/gubernamental y sociocultural que detonan el desarrollo del sector vitivinícola bajacaliforniano entre los años 2002 y 2013. En cada arena se presenta el entramado de relaciones que se suscitan entre los actores participantes, describiendo el surgimiento de acuerdos de colaboración y cooperación categorizados como: articulaciones productivas y de colaboración, redes de cooperación y redes empresariales. Finalmente, en el proceso de construcción de estas redes se van generando externalidades³⁷ en el territorio, las cuales permitieron obtener a todos los participantes logros mayores a los que hubieran conseguido de actuar de manera aislada, fenómeno que en el tiempo llevó al desarrollo competitivo del sector.

³⁷ Externas a la empresa, pero internas al sistema. Para ejemplos teóricos muy citados sobre cómo las externalidades positivas concretas afectan el desarrollo económico ver Murphy *et al* (1989); Porter, (1990); Rodrik (1996); Lall y Teubal (1998).

4.1. Arena de acción 2002-2013: La construcción del sistema territorial vitivinícola

En este apartado se afirma que a partir de la coyuntura de la comercialización de la uva que detonó interacciones entre los actores (ver figura 3.6), se empezó a generar un entorno al que se fueron integrando nuevos participantes locales, quienes a su vez conformaron enlaces de relaciones cuya característica principal fue (y continúa siendo) el haber podido generar un entorno que ha fomentado la competitividad de las empresas establecidas en el territorio vitivinícola. Este fenómeno ha sido identificado en el presente trabajo como la construcción de un sistema territorial competitivo.

De acuerdo con la definición propuesta en el capítulo 2, un sistema territorial es un sistema constituido por procesos naturales y artificiales, dimensiones y articulaciones, que han tenido repercusiones sobre el territorio en el tiempo y que se forma mediante las actividades que la población practica sobre el medio físico y a partir de las interacciones entre ellas, a través de los canales de relación que le proporcionan funcionalidad al sistema (Bustos, 2002). En este trabajo de investigación, estos canales de relación son las interacciones entre los actores de la arena de acción, a partir de las cuales se erige el sistema territorial competitivo. En primer lugar, el análisis de esta construcción, se centra en las relaciones entre los actores que se detonan a partir de la coyuntura de la comercialización de la uva vinificable, que permitieron que en poco más de una década el sector vitivinícola pasara de la existencia de 13 empresas a la existencia de más de 70 empresas vitivinícolas.

De acuerdo con la metodología planteada, esquematizada en la figura 4.1, el análisis inicia a partir de la situación de acción del sector vitivinícola en Baja California a partir del año 2002. Se propone sistematizar la información obtenida en el trabajo de campo sobre las relaciones entre los actores, la generación y/o fortalecimiento de componentes territoriales y de esta manera describir, desde de las dimensiones provistas por el abordaje del desarrollo endógeno, cuáles fueron los procesos de configuración del sistema territorial.

Construcción del sistema territorial vitivinícola en Baja California

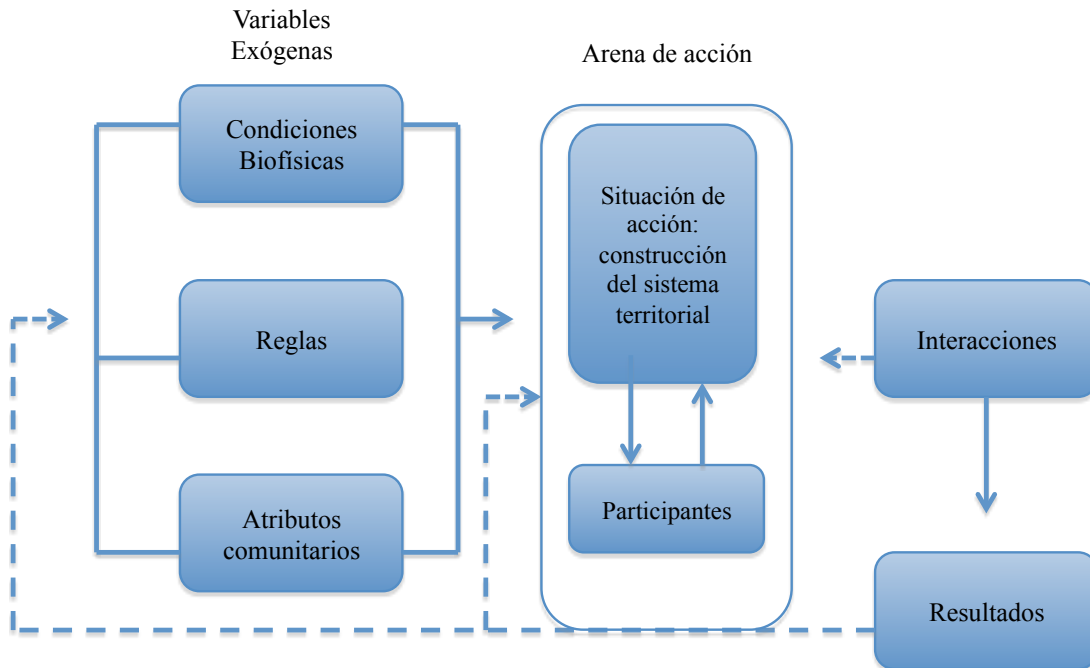


Figura 4.1. Construcción del sistema territorial en torno al sector vitivinícola. Fuente: *Elaboración propia, adaptado de Ostrom, 2005.*

A manera de recordatorio, es importante destacar que en las teorías del desarrollo endógeno se indica que existen ciertos mecanismos que incorporan las externalidades territoriales generadas por las aglomeraciones empresariales a los sistemas locales de producción, fomentando así la competitividad. Los autores que estudian este fenómeno (ver capítulo 2) proponen diferentes dimensiones para analizar la información sobre estos mecanismos, de las cuales se utilizan para la presente investigación las siguientes: dimensión económica, dimensión político/gubernamental y dimensión sociocultural.

En el actual análisis cada una de estas dimensiones representa una arena de acción individual (ver anexo 1), las cuales a su vez forman una unidad mayor de análisis que, como ya se ha mencionado, identificamos en este trabajo como el sistema territorial vitivinícola. Buscamos entonces, a través del marco metodológico de ADI, analizar las articulaciones detonadas por el sistema productivo, para describir cómo los productores y empresarios, el Estado, los mercados y las fuerzas organizadas de la sociedad civil, a través

de esquemas de colaboración, hicieron que dicho sistema territorial – como un todo – y las empresas individuales – como parte de él – pudieran responder a los desafíos del mercado, convirtiéndose en un sistema territorial competitivo.

Aplicando el marco metodológico ADI, se describen las partes de la arena de acción: variables exógenas (ver anexo 5): reglas en uso, atributos comunitarios y aspectos biofísicos; y variables endógenas: situación de acción y participantes. Esta arena de acción (figura 4.1) está conformada por arenas más pequeñas representadas por las dimensiones: económica, político/gubernamental y sociocultural. A su vez estas arenas/dimensiones están compuestas por arenas más pequeñas, que denominaremos sub-arenas. Cada arena y sub-arena funciona estructurada por las mismas variables externas, la cuales definen las elecciones a las que tienen acceso los participantes.

Semblanza de la situación del sector vitivinícola en Baja California después de la coyuntura comercial de la uva vinificable: las variables exógenas.

Después de la coyuntura de la comercialización de la uva, la producción vitivinícola en Baja California continúa siendo de unos cuantos, dado que son pocas las empresas establecidas y no existe información socializada sobre los procesos de elaboración de vino. De igual manera, existe la percepción de que para iniciar operaciones de producción vitivinícola se requiere de la realización de inversiones cuantiosas, cuyo retorno de inversión es mayor a los 5 años³⁸. Por lo tanto, la producción de vino no constituye en esta época una oportunidad de negocios evidente.

La comercialización de uva ahora se rige de acuerdo a las reglas del libre mercado. Los compradores pequeños tienen acceso a productos de calidad, dado que se implementan estándares en la producción de uva vinificable y los viticultores se ven obligados a producir uva con buenas prácticas para poder comercializarla, ya que hay diferencias en precios

³⁸ La producción de un viñedo empieza de 4 a 5 años después de su plantación. Por lo que el ciclo del producto inicia una vez dada la primer cosecha. A partir de esto, se requiere de un año más (aproximadamente), para terminar el proceso de producción vitivinícola (procesamiento, añejamiento, embotellado, comercialización).

dependiendo de la calidad de la uva, conforme a características físicas y químicas evaluadas por los enólogos; se paga un precio más alto por la uva de mayor calidad.

El papel de los enólogos se fortalece, ya que trabajan directamente con los productores vitícolas para mejorar la calidad de la uva y deciden qué producción se compra. Además, continúan contratados en las grandes empresas, pero ahora asesoran a nuevos productores de vino a través de relaciones formales (contratos) e informales (relaciones de amistad). La mayoría de estos nuevos vinicultores son empresarios o profesionistas que, en búsqueda de actividades recreativas exclusivas, empiezan a producir vino de manera artesanal, a baja escala. Los menos, son empresarios que poseen recursos suficientes para la realización de inversión directa en el establecimiento de vinícolas formales. Aún no existe una identificación social generalizada en la ciudad de Ensenada y en el resto del estado de Baja California con la producción y consumo de vino.

En cuanto a los aspectos biofísicos, derivado del crecimiento poblacional del municipio de Ensenada y de las políticas que privilegian el uso urbano de los recursos hídricos sobre el agrícola, el tema del agua se convierte en una cuestión total en la agenda del sector productivo, como un factor de sustentabilidad de la producción vitivinícola en el estado. A pesar de que existen varios temas de interés del sector que requieren de la intervención del gobierno para su solución, no se detectan relaciones institucionalizadas, si bien ahora se tiene una mayor vinculación entre el sector productivo y el público a través de la AVBC.

En Baja California, al igual que en el resto del país, las leyes para la comercialización de bebidas alcohólicas, incluyendo la venta de vino, no están formuladas para fomentar la comercialización de los productos directamente desde las vinícolas productoras, o a través de restaurantes y hoteles. Aunado a esto, en 2002 se publica en el Diario Oficial de la Federación la "Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios" (IEPS), misma que establece las nuevas tasas impositivas para las bebidas alcohólicas, en la cual el vino de mesa queda gravado con el 25% de impuesto sobre el precio *ad valorem*. A pesar de esta situación, en Baja California se vuelven emblemáticos

algunos casos de éxito donde empresas que producen volúmenes pequeños de vino se han posicionado de manera exitosa en un nicho particular del mercado nacional: el de los vinos de producción limitada, que se comercializan a precios altos.

Los procesos de cambio en la industria del vino en Baja California: mecanismos del desarrollo endógeno

El sistema específico para desarrollar la situación de acción de la construcción del sistema territorial está formado a su vez por arenas de acción más pequeñas, representadas por la dimensión económica, político/gubernamental y sociocultural. Esta arena de acción representa la construcción del sistema territorial y describe el desarrollo del sector a partir de las articulaciones que se conforman en torno al sistema productivo y que empiezan a modificar el territorio al generar nuevas relaciones formales e informales entre diversos actores públicos y privados. Es entonces cuando se puede hablar de la conformación de un sistema territorial.

Se identifican los siguientes participantes: 1) Empresas vitivinícolas establecidas; 2) Viticultores (productores de uva); 3) Vinicultores artesanales o informales; 4) Empresas vitivinícolas nuevas; 5) Enólogos; 6) *Winemakers*; 7) Agrónomos y otro personal técnico capacitado; 8) Hoteles Boutique; 9) Restaurantes; 10) Tiendas especializadas en venta de vino; 11) Gobierno; 12) Instituciones educativas; 13) Artistas; que de acuerdo con la metodología ADI se pueden clasificar de acuerdo a las siguientes cualidades que los describen: i) las posiciones, ii) el tipo de participación, iii) el control y iv) la información que poseen. Sus posiciones son como usuario; proveedor de servicio; o, facilitador y su participación puede ser Activa, cuando es una participación diligente; o Pasiva, cuando no participan activamente, pero forman parte de la arena de acción. La información necesaria para tomar decisiones tiene que ver con los precios de mercado de la uva, los costos de producción, las estrategias empresariales, gubernamentales, así como la información interna sobre las redes de cooperación existentes.

Las empresas vitivinícolas establecidas, son todas aquellas firmas y bodegas que estaban funcionando como vinícolas formales en la región, previo al año 2002. Su posición puede ser como productor o prestador de servicios, dependiendo de si la empresa apoya – o no – a otros participantes productores a elaborar vino, en cualquiera de sus etapas en este episodio. Son participantes Directos, pues están involucrados de primera mano en la producción de vino. Debido a que este grupo de participantes estaba establecido previamente, su antigüedad les provee de un control y acceso a información Altos sobre las redes conformadas. Son a su vez quienes contratan a los enólogos que, en la mayoría de los casos (con muy pocas excepciones), son personas que vienen de otros estados, e incluso de otros países. Por lo tanto, tienen el poder de incluir a nuevos actores en la arena de acción.

Los viticultores en esta arena de acción continúan siendo los productores de uva. Sin embargo, son ahora también productores de vino o están en proceso de serlo, por lo que se les puede clasificar como participantes Directos. Su control es Medio, dado que no cuentan con los conocimientos necesarios para producir vino, no tienen recursos económicos, instalaciones o equipamiento para la vinificación, pero son los propietarios de la materia prima utilizada por los demás participantes. Su acceso a la información es Bajo, ya que todavía no forman parte de las redes de cooperación y redes empresariales existentes.

Los vinicultores artesanales e informales son productores de vino que no operan de manera formal, fiscalmente hablando. A diferencia del capítulo anterior, en que la producción de los vinicultores artesanales e informales se hacía de manera esporádica y no tenía fines comerciales, en esta etapa estos vinicultores producen vino de manera constante, realizando vinificaciones cada año con el propósito de comercializarlo, en la mayoría de los casos. La producción de vino se hace de manera artesanal en bodegas improvisadas o en las instalaciones de otras vinícolas establecidas. Su posición es la de productor, por lo que son participantes Directos al estar involucrados de primera mano en la elaboración de vino. Su control es Bajo, ya que al igual que los viticultores todavía no cuentan con los conocimientos y experiencia, necesarios para producir vino, no tienen recursos económicos, instalaciones o equipamiento adecuado para la vinificación. Al contrario que los

viticultores, estos productores no producen uva, por lo que también dependen de terceras personas para la adquisición de su materia prima. Su acceso a información es Bajo, ya que todavía no consolidan su posición en las redes de cooperación y redes empresariales existentes. Sin embargo, entre ellos se empiezan a fortalecer articulaciones productivas y de colaboración y redes de cooperación adicionales a las ya establecidas.

En este período empieza el establecimiento de empresas vitivinícolas nuevas, que son las empresas vinícolas que se establecen formalmente después del año 2002. Su posición es la de productor. Son participantes Directos, pues están involucrados de primera mano en la producción de vino. Al ser empresas de creación reciente tienen un control y acceso a información Medios dentro de las redes existentes. Por lo general, no contratan enólogos foráneos, por el contrario, trabajan con los enólogos que ya están establecidos en la región, o con *winemakers*.

Los enólogos en este período juegan un papel muy importante en la arena de acción, dado que son las personas encargadas de la vinificación en las diferentes empresas establecidas formalmente en la región. Los enólogos son proveedores de servicio y cada empresa establecida formalmente cuenta con los servicios (de tiempo completo o medio tiempo) de uno de estos especialistas. Son también quienes empiezan a estructurar, a través de la toma de decisiones, el mercado de la uva (como ya se mencionó en el capítulo 2). Asesoran a los nuevos participantes, incluyendo viticultores, vinicultores artesanales e informales y nuevas empresas. Si bien, trabajan contratados dentro de las empresas vinícolas, también tienen actividades económicas fuera de ellas. Su participación es Directa, tienen un control Alto y cuentan con información privilegiada en esta arena de acción. La única desventaja que tienen en este período de tiempo es que dependen económicamente de las grandes empresas establecidas que los contratan.

El *winemaker* es una nueva figura, que surge en el proceso de crecimiento de la industria vitivinícola. Se clasifica con este mote a aquellas personas que se dedican a hacer vino, pero que no poseen un título universitario que los identifique profesionalmente como enólogos. Muchos de ellos iniciaron su formación empírica trabajando con enólogos

locales, o empezaron a producir vino asesorados por un enólogo. Por lo general, los *winemakers* producen vino para nuevas vinícolas, en calidad de propietarios o socios/propietarios. Debido a que aun no existe un reconocimiento generalizado del papel de estos productores de vino en el sector, su control y acceso a información son Bajos.

Otro grupo de participantes relevantes es el de los agrónomos y personal técnico capacitado, donde se agrupa a aquellas personas que contribuyen en las etapas de producción primaria en la cadena de valor del vino. Los agrónomos y técnicos que han recibido formación académica como especialistas de la vid, por lo general, han estudiado fuera del estado. Ellos a su vez capacitan a otros agrónomos y/o técnicos agrícolas en las unidades productivas donde laboran. Su participación es Directa, el control de estos profesionistas es Bajo y su acceso a la información es Bajo también.

De nuevo, destacamos el rol del gobierno, definido como todas aquellas entidades públicas que participan en la conformación del sistema generado en torno a la producción de vino en Baja California. En este caso, al referirnos al gobierno municipal estaremos hablando de la alcaldía del municipio de Ensenada. En lo que se refiere al gobierno estatal, y gobierno federal, nos referimos a las diferentes secretarías de apoyo al sector vitivinícola. La posición de cada instancia gubernamental es la de facilitador, se influye en la arena de acción a través de programas que incentivan la producción y comercialización de vino. Su papel es Directo ya que a partir del año 2002 empiezan a participar diligentemente con el sector. El control que tienen sobre las redes es Bajo y su acceso a información es Medio.

Los siguientes grupos de participantes representan sectores conexos a la producción vitivinícola, que en el tiempo se vuelven un importante soporte para las actividades de promoción de esta industria. De tal manera, surgen enlaces entre el sector productivo y estos grupos que hacen relevante su inclusión entre el listado de participantes en la construcción del sistema territorial vitivinícola.

El primero de estos grupos, que de inicio no se relaciona directamente a la producción de vino, es el de los hoteles boutique. En esta categoría nos referimos a los

empresarios hoteleros que tienen una relación importante y Directa con las actividades y el entorno vitivinícola. Son hoteles boutique aquellos hoteles ubicados en la ruta del vino y en Ensenada, que poseen las siguientes características: son hoteles más pequeños (menos de 20 habitaciones), tienen un estilo arquitectónico único y un tema que los distingue. Estos hoteles no están estandarizados, sino que están diseñados para proporcionar una atención personalizada a cada huésped en un ambiente íntimo. De inicio, su participación en la arena de acción es Indirecta, su control es Bajo y el acceso a información es Bajo. Pero como se mostrará en el presente capítulo, terminan siendo actores Directos en la industria del vino.

El grupo de restaurantes en el presente trabajo, se refiere a todos aquellos empresarios restauranteros y chefs con relación directa con el sector vitivinícola en Baja California derivado de la compra/venta de vinos en sus locales. En un inicio la participación de los restaurantes en la arena de acción es Indirecta, su control es Bajo y el acceso a información es Bajo. Otro grupo de participa en la cadena comercial del vino bajacaliforniano es el de las tiendas especializadas, definidas como aquellos negocios, ubicados en Baja California, que se dedican principalmente a la venta de vinos regionales. Sus acciones en un inicio son las de comercialización de vinos regionales en sus locales, por lo que su participación es Indirecta, su control es Bajo y el acceso a información es Bajo.

Por primera vez, se destaca el papel de las instituciones educativas como un actor importante en el desarrollo del sector vitivinícola. Esto debido a que antes de este período de tiempo, ninguna institución educativa ofrece licenciaturas, ingenierías y/o especialidades específicas relacionadas al sector vitivinícola. Finalmente, se incluye el grupo de artistas, por jugar un papel importante como promotores de la cultura del vino y la generación de referentes identitarios a través de sus expresiones artísticas. Al ser actores externos al sector, su control y acceso a información son Bajos. En la tabla 4.1 se resume la situación de los participantes al iniciar el período de análisis, es decir, es la situación de los participantes en el año 2002.

Situación de acción: construcción del sistema territorial vitivinícola				
PARTICIPANTE	POSICION	PARTICIPACIÓN	CONTROL	INFORMACION
Empresas vitivinícolas establecidas	Productor/Prestador de Servicio	Directa	Alto	Alto
Viticultores	Productor	Directa	Bajo	Bajo
Vinicultores artesanales e informales	Productor	Directa	Bajo	Bajo
Empresas vitivinícolas nuevas	Productor	Directa	Medio	Bajo
Enólogos	Prestador de Servicio	Directa	Alto	Alto
Winemakers	Prestador de Servicio	Directa	Bajo	Bajo
Agrónomos y otro personal técnico capacitado	Prestador de Servicio	Directa	Bajo	Bajo
Hoteles Boutique	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo
Restaurantes	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo
Tiendas Especializadas en Venta de Vino	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo
Gobierno	Facilitador	Directa	Bajo	Medio
Instituciones Educativas	Prestador de Servicio	Indirecta	Bajo	Bajo
Artistas	Facilitador	Indirecta	Bajo	Bajo

Tabla 4.1. Categorización de los participantes involucrados en la arena de acción del desarrollo del sector vitivinícola. Fuente: *Elaboración propia.*

Siguiendo con la metodología ADI, se inicia la descripción de las interacciones en el plano económico, ya que de acuerdo con la propuesta metodológica del presente estudio es a partir de esta dimensión que se detonan las articulaciones en el sistema. Posteriormente, se incluyen las interacciones entre los participantes que tienen que ver con las dimensiones público/gubernamental y la sociocultural, las cuales fueron surgiendo de manera espontánea entre los participantes del sistema. Estas nuevas interacciones se fortalecen y a la vez fomentan que un mayor número de actores participen en la arena de acción, logrando generar capacidades regionales para la producción vitivinícola, lo que fue fundamental para lograr que existieran condiciones de competitividad en el sistema.

Arena de acción 1: Dimensión económica

La actividad económica central en el territorio para el presente análisis es la producción de vino elaborado por empresas formalmente constituidas. El planteamiento de este apartado es que las características particulares del crecimiento del sector vitivinícola en Baja California, en lo que a la dimensión económica se refiere, tienen que ver con la organización de la producción, la capacitación para la producción vitivinícola y el liderazgo local en cuanto a las inversiones iniciales para el establecimiento de la mayoría de las empresas vitivinícolas del estado. Para obtener información al respecto se realizó investigación de campo, obteniendo información de 56 vinícolas establecidas formalmente en Baja California (Anexo 6). De los datos obtenidos destaca que en la región hay

únicamente un total de 15 enólogos y 26 *winemakers*, que actualmente dan servicio a las más de 70 empresas establecidas en Baja California. De las empresas censadas la mayor parte (76 por ciento) son de origen familiar; únicamente el 26 por ciento son completamente autosuficientes en toda la cadena de valor del vino; del total de empresas, el 35 por ciento producen entre 500 y mil cajas de vino y 39 por ciento entre mil y 5 mil cajas de vino anuales, por lo que la mayoría (el 75 por ciento) son micro o pequeñas empresas. Únicamente se contabilizaron 12 empresas de viticultores, no obstante, de acuerdo a información provista por el Sistema Producto Vid (SPV), la mayoría de los viticultores procesan actualmente parte de su producción en vino, pero no todos están formalmente establecidos como bodegas vitivinícolas, por lo que no formaron parte del censo. Tampoco se incluye información sobre los productores que elaboran menos de 500 cajas de vino, ni de las vinícolas o marcas de vino que no cuentan con ningún tipo de inversión inmueble, es decir, que todas sus operaciones se realizan en otras bodegas. Estas exclusiones se realizaron dado que no se contaba con la información específica de cada empresa, rancho o productor particular. Así, se pueden agrupar las empresas fundadas después del año 2000 de la siguiente manera:

- a) Empresas iniciadas por viticultores (11) que empiezan a procesar parte de su producción.
- b) Empresas de vinicultores artesanales (9), fundadas por profesionistas quienes apoyados por enólogos, *winemakers* y empresas vinícolas de la región iniciaron la producción de vino de manera comercial a partir del año 2000. Como grupo reinvierten las ganancias para mejorar su equipamiento y sus instalaciones. Por lo general, dependen de uvas de terceros.
- c) Empresas de actores previamente relacionados al sector productivo: enólogos, *winemakers*, agrónomos y otro personal capacitado, restaurantes, hoteles y tiendas especializadas (10). Estas empresas son iniciadas por participantes que ya eran parte de la arena de acción, muchas veces en asociación con socios capitalistas que no están previamente relacionados al sector. En el caso de los enólogos, ellos mismos

se encargan de la vinificación; los *winemakers*, agrónomos y otro personal capacitado inician operaciones con asesoría directa de enólogos, pero encargándose personalmente de la vinificación; los otros participantes (hoteles boutique, restaurantes y tiendas especializadas) que no tienen conocimientos previos de producción vitivinícola contratan a un enólogo o *winemaker*. Por lo general, no tienen tierras para producir uva por lo que compran la uva a terceros. En caso de no contar con capital suficiente, aprovechan las relaciones que han formado en el sector, así que tienen acceso a equipo de vinificación, barricas y almacenaje en las vinícolas existentes, las cuales les prestan o rentan lo necesario para producir. Conforme progresan comercialmente, reinvierten las ganancias en el establecimiento de viñedos, equipamiento e instalaciones adecuadas.

- d) Empresas de nuevos vinicultores establecidos después del año 2000 (13) estos actores no estaban previamente relacionados al sector. Sin embargo, cuentan con recursos económicos para invertir en el establecimiento de una vinícola. Estas nuevas empresas contratan enólogos ya establecidos en Baja California o bien, utilizan los servicios de *winemakers*, mejorando el papel que juegan estos participantes dentro de la arena de acción. Al inicio de sus operaciones no cuentan con la materia prima necesaria para producir vino, pero tienen recursos para invertir en el establecimiento de viñedos, la compra de equipo de vinificación, barricas y las instalaciones necesarias para el almacenaje.

Como ya se mencionó, el crecimiento de este sector productivo se dio debido a la capacidad de organización de la producción, los esfuerzos de capacitación entre actores económicos, así como las fuentes del financiamiento de estas empresas. Para analizar estos factores se utiliza de nuevo la metodología ADI, por lo que se crean nuevas arenas de acción, que en este caso estaremos identificando como sub-arenas (figura 4.2), al conformar una arena mayor, que es la dimensión económica.

Sub-arenas de acción dentro de la arena económica



Figura 4.2. Arena de acción: sub-arenas de la dimensión económica. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

Sub-arena: organización de la producción

La flexibilidad de las empresas para adaptarse a los cambios en el sector ha sido un factor primordial en el crecimiento de esta industria. Las firmas ya establecidas (grandes, medianas y pequeñas) se ajustan a su nuevo entorno, el cual se caracteriza por el surgimiento de empresas más pequeñas, que requieren de menor inversión inicial y que son más versátiles por sus mismas características. Las empresas ya establecidas se convierten, en muchos casos, en proveedoras de bienes y servicios para las nuevas empresas recién creadas. Estos bienes y servicios se prestan en las diferentes etapas de la cadena de valor del vino, generando economías de escala tanto al interior de las operaciones de las empresas proveedoras, como al interior de las que reciben el servicio en particular, en un esquema gana-gana. Este tipo de cooperación se formaliza como un nuevo modelo de producción (figura 4.3), que como se muestra en el censo de las empresas, prevalece en más del 75 por ciento de las bodegas vinícolas establecidas en el estado, las cuales subcontratan o están asociadas con otras empresas en varios de los procesos de la cadena de valor del vino.

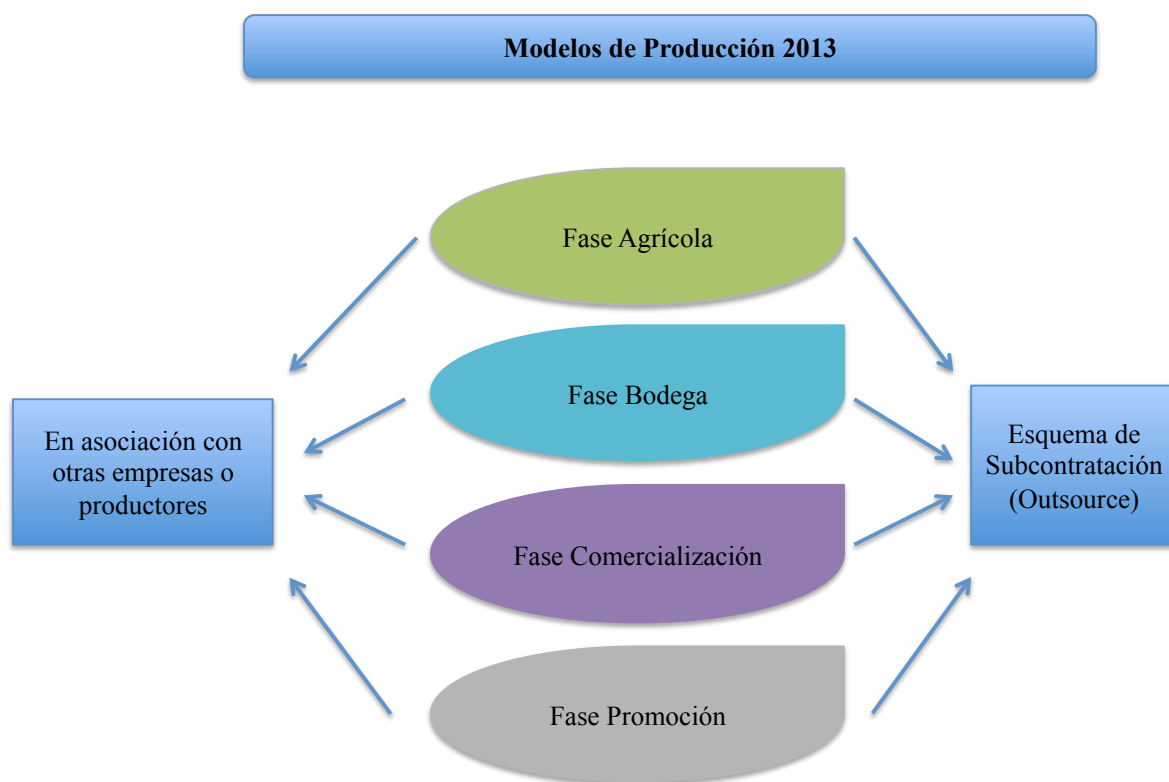


Figura 4.3. Modelos de producción detectados en 2013. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

Desde la reestructuración del modelo de producción paradigmático en el sector vitivinícola bajacaliforniano surgen nuevas articulaciones, que en el tiempo se han convertido en redes empresariales. Algunas de las redes detectadas a partir del trabajo de campo son:

REDES EMPRESARIALES EN 2013

Nombre	No. de Empresas	Año	Eslabón de la cadena de valor
Colectivo enológico	6	2013	Añejamiento y Almacenamiento
Envinarte	22	2012	Comercialización
Bodega Estación de Oficios el Porvenir	No disponible	2007	Toda la cadena de valor
Pioneros del Sur	12	2007	Procesamiento, Añejamiento, Almacenamiento y Comercialización
Sinergi	8	2007	Procesamiento, Añejamiento, Almacenamiento y Comercialización
Tres Mujeres	5	2005	Toda la cadena de valor

Tabla 4.2. Redes empresariales detectadas en 2013. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo..*

La importancia de estas redes empresariales reside en la capacidad que tienen estos actores para organizarse y generar competitividad empresarial, en donde los esfuerzos

realizados son altamente apropiables, es decir, no serán aprovechados por actores que no aportaron para que se generaran (*free riders*) (Dini, 2010); de tal manera, estas redes empresariales generan competitividad al interior de las empresas que la integran, más no generan externalidades positivas para el resto de los participantes del sector.

Sub-arena: financiamiento

Un aspecto total para el crecimiento de cualquier sistema productivo es la inyección de capital económico. A pesar de esto, el tema de financiamiento ha sido y continúa siendo una problemática importante para el sector, ya que en México no existe un acceso real a créditos competitivos para el sector agroindustrial. Sin embargo, el sector vitivinícola ha sabido aprovechar diferentes fuentes de financiamiento, que van desde el endeudamiento privado (créditos personales) y el capital de riesgo de inversionistas, hasta el acceso a recursos públicos. De acuerdo con las entrevistas realizadas tanto a actores del sector privado como del sector público, estos fondos de apoyo han sido gestionados directamente por los empresarios vitivinícolas ante las diferentes instancias públicas, las cuales han contribuido al financiamiento del sector a través de los siguientes programas: El Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO), Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), el Programa de Apoyo a la Industria Vitivinícola (PROVITI), otros recursos específicos para el sector vitivinícola a través de Alianza para el Campo y Procampo, así como la promoción para el acceso al crédito a través del Fondo de Garantías de Baja California (FOGABAC)³⁹. Asimismo, los entrevistados afirman que actualmente, la mayor parte de los excedentes productivos se reinvierten en la mejora o ampliación de viñedos, equipo e instalaciones inmuebles.

³⁹ Para un estudio detallado sobre políticas públicas relacionadas al sector vitivinícola ver Font *et al* (2009).

Sub-arena: capacitación

Sin desestimar la importancia que tuvo la inyección de capital de inversión en la parte productiva primaria e industrial del sector, una de las acciones más importantes para su resurgimiento fue el acceso a cursos y talleres de capacitación para los productores en aspectos relacionados a toda la cadena de valor del vino. Estos cursos promueven la producción de un producto primario de calidad y permiten a los viticultores industrializar por primera vez su materia prima. Los enólogos y agrónomos de la región son quienes han liderado la socialización del conocimiento necesario para producir vino en la región, antes del año 2002 de manera informal al interior de las vinícolas en las que trabajan, posteriormente institucionalizando estas prácticas con el apoyo de gobierno y algunas instituciones educativas de la región a través de talleres anuales y creación de cursos, diplomados, especialidades y escuelas enológicas tal como se muestra en la figura 4.4. A partir de estas interacciones tanto viticultores, como otros actores, han obtenido las capacidades requeridas para introducirse en el sector vitivinícola de manera exitosa.

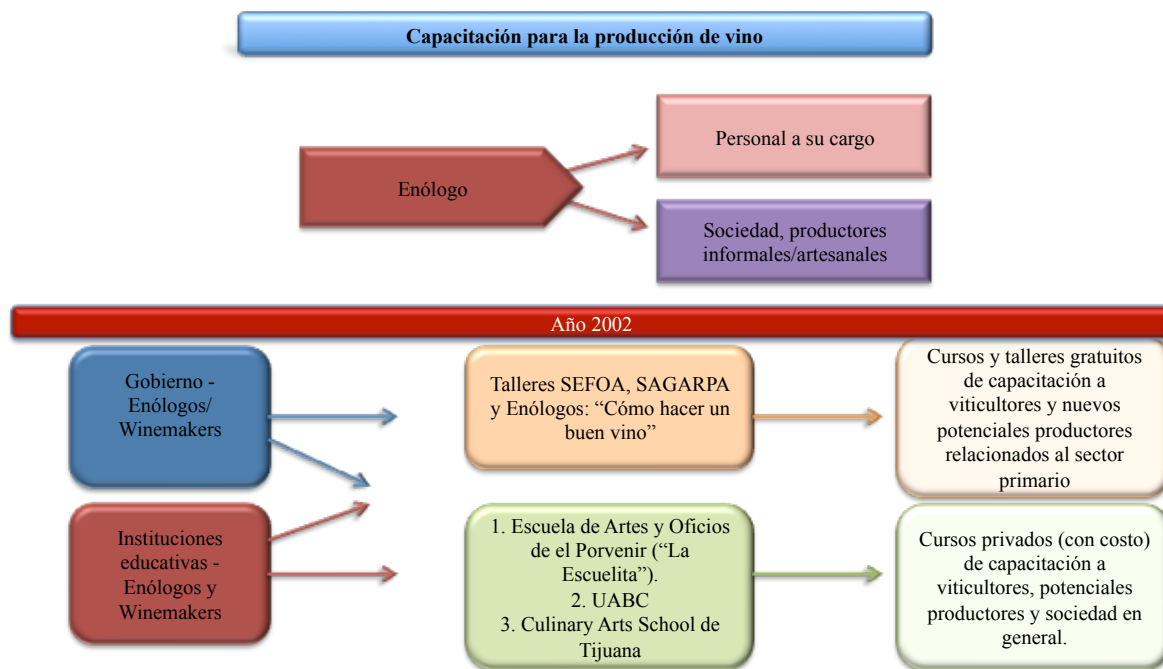


Figura 4.4. La capacitación en el sector, antes y después del año 2002. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

Resultados de la dimensión económica

En la figura 4.5 se representan las articulaciones exclusivas a la dimensión económica de la arena de acción. No se incluye la parte de financiamiento, ya que de acuerdo a las entrevistas y cuestionarios realizados, la mayor parte del financiamiento externo (que no son préstamos personales o ahorros) para las empresas proviene del sector público, por lo que dichas articulaciones serán representadas en la arena de acción de la dimensión político/gubernamental. Las conexiones entre los participantes de la arena de acción económica, representadas en la siguiente figura, significan actividades de capacitación, asesoría y/o trabajo conjunto en el proceso de elaboración de vino y compra/venta de producto primario (uva) y producto final (vino).

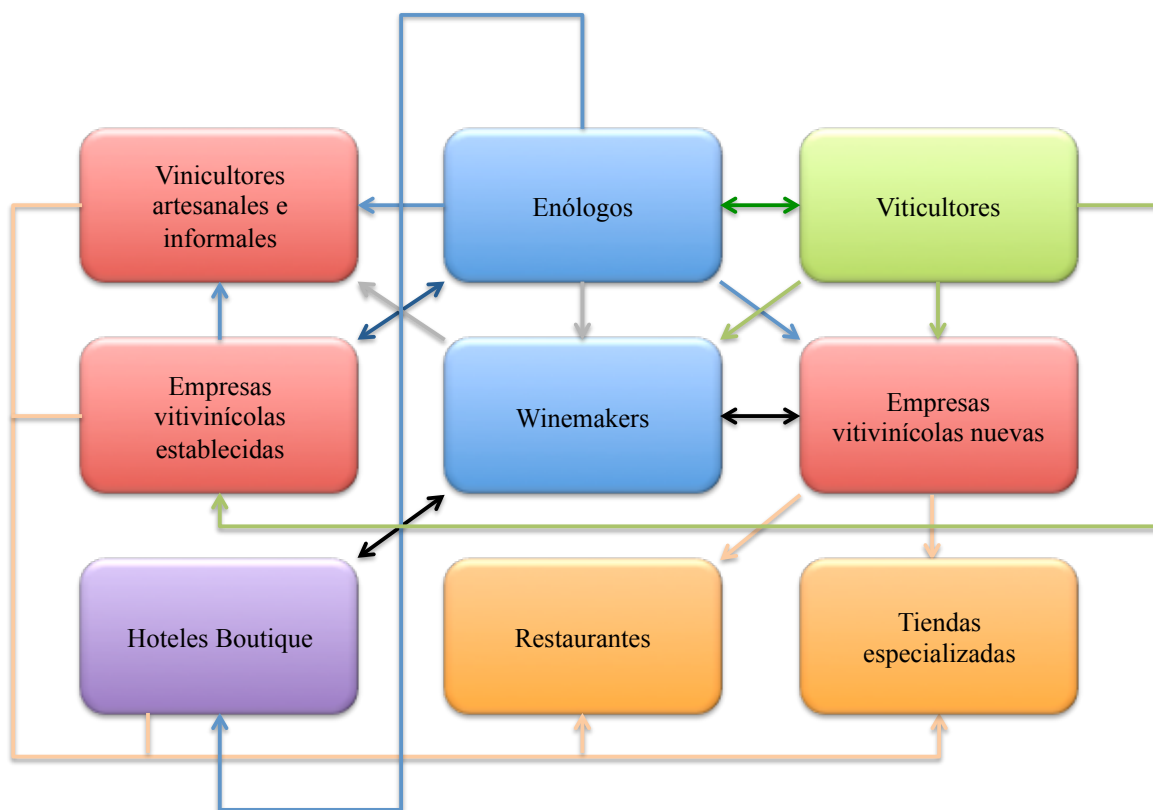


Figura 4.5. Interacciones entre participantes de la dimensión económica. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

La dirección de las articulaciones va en el sentido del proveedor hacia la persona que recibe ese servicio (capacitación) o producto en cuestión (uva o vino). Podemos

observar que los enólogos se articulan directamente con todos los productores de vino, así como con los viticultores, a quienes compran la uva y a su vez asesoran en la producción primaria e industrial, de tal forma esta relación es bidireccional; los viticultores proveen la uva, los enólogos proveen capacitación. Los *winemakers*, por lo general, se relacionan únicamente con nuevas empresas, incluyendo los hoteles boutique, los cuales también elaboran vino. Finalmente, todos los productores de vino venden su producto a restaurantes y tiendas especializadas, generando esquemas de comercialización que fomenten el consumo de vino nacional en los establecimientos locales.

Estas interacciones inician como articulaciones productivas, con el fin de obtener un bien o servicio particular, en un período corto de tiempo. Sin embargo, conforme aumentan la confianza y el número de participantes, las articulaciones, en algunos casos, se convierten en redes empresariales haciendo que el trabajo realizado por sus participantes tenga resultados que son altamente apropiables, con un horizonte de planificación de mediano y largo plazo.

Arena de acción 2: Dimensión política/gubernamental

Los textos revisados enfatizan diferentes conjuntos de factores clave, algunos económicos y algunos otros que, como los identifican Albuquerque y Dini (2008), son menos específicos pero complementan a los primeros, tales como la dotación de infraestructuras básicas y especializadas, la existencia de instituciones de apoyo y de centros de servicio a la producción, etc. y se complementan e integran con los factores socio institucionales, humanos y medioambientales (ver figura 2.3). Por lo tanto, el segundo grupo de articulaciones importantes se relaciona con la dimensión política/gubernamental del desarrollo endógeno. Esta es la vinculación del sector con los tres niveles de gobierno para la creación de algunos servicios complementarios, necesarios para abastecer las necesidades de las nuevas empresas vitivinícolas que se empezaron a crear en la región en un período corto de tiempo. Al igual que la dimensión económica, la dimensión política/gubernamental se analizará a partir de tres su arenas denominadas: gobierno municipal y estatal; gobierno federal; y legislativo. El fin es identificar los

procesos de encuentros y desencuentros entre el sector productivo y el sector público, que han contribuido al estado actual del desarrollo vitivinícola en Baja California.

Sub-arena: Gobierno municipal y estatal.

El tema del fomento a la vitivinicultura se establece en 2002 como política estatal, publicándose en el Plan de Estatal de Desarrollo (PED). A partir de este año, promovido por acciones específicas por parte del gobierno estatal, se fortalece la vinculación del sector con los tres niveles de gobierno para la creación de algunos servicios complementarios necesarios para las nuevas empresas vitivinícolas que se empezaron a crear en la región.

Gobierno Municipal

Hacia el año 2002, la vinculación entre el sector vitivinícola y el gobierno municipal continuaba siendo la misma que se tenía previa al año 2000. Esto es, el involucramiento del municipio con la industria del vino se limitaba principalmente a proveer apoyo en relación a la realización de las Fiestas de la Vendimia. Esta situación, como se presentará a continuación, ha continuado así excepto por dos situaciones de conflicto entre el sector y la alcaldía de este municipio, suscitadas tanto en el año 2003 como en el año 2013.

En 2003, la Dirección de Ecología Municipal del XVII Ayuntamiento de Ensenada otorgó un permiso de uso de suelo para el establecimiento de una planta proveedora de gas en el Valle de Guadalupe (Olvera, 2003). El sector vitivinícola se opuso al establecimiento de esta planta, sustentando su argumento en la vocación agrícola del Valle de Guadalupe. Las gestiones para la cancelación del permiso se realizaron directamente con las instancias gubernamentales municipales, al no obtener respuesta positiva se procedió a realizar una campaña en medios de comunicación. Con el lema de “Un Valle de Verdad, la Vendimia Bajo Protesta”, (Alarcón, 2003) la amenaza de la cancelación de varios de – o todos – los eventos de las Fiestas de la Vendimia se logró colocar el tema en la agenda pública estatal, y por instrucción directa del gobernador del estado, el Lic. Eugenio Elorduy Walther, se intervino a través de la Secretaría de Infraestructura y Desarrollo Urbano del Estado

(SIDUE) para impedir la instalación la empresa proveedora de gas. *La instrucción fue sustentarse en los reglamentos estatales para parar la instalación de esta planta. Era absurdo permitir que en este valle, que de por si es chico y cada hectárea es un tesoro, haya instalaciones de contaminantes y actividades que no son congruentes para la región.* (Elorduy, Eugenio, entrevista, 2013)

La segunda confrontación entre el sector con el gobierno municipal por el tema del uso de suelo en el Valle de Guadalupe se suscita en 2013, ya que a 23 días de que finalizara el trienio del XX Ayuntamiento Municipal de Ensenada, el alcalde – Enrique Pelayo – a través del cabildo de Ensenada presentó y aprobó en sesión extraordinaria un reglamento que permitía cambiar el uso de suelo de agrícola a habitacional en la zona del Valle de Guadalupe. Esta acción se realizó en contradicción con trabajos realizados desde 1995 por entidades municipales, estatales y federales, para el ordenamiento territorial de la región vitivinícola bajacaliforniana, los cuales se produjeron en coordinación con miembros del sector vitivinícola, habitantes de la zona mencionada, investigadores del Centro de Investigación Científica y Educación Superior de Ensenada (CICESE), el Colegio de la Frontera Norte (COLEF) y la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (ver anexo 7).

En estos trabajos se especifica como vocación primordial del Valle de Guadalupe la agricultura, priorizando la vitivinicultura y la producción olivarera. Asimismo, en el Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada se establecen límites para la construcción de viviendas habitacionales. A pesar de la publicación de este documento en el Periódico Oficial del Estado, el municipio nunca publicó un reglamento correspondiente para su aplicación, hasta que el 7 de noviembre de 2013 se suscribió en sesión extraordinaria un reglamento que cambiaba la vocación de la tierra de agrícola a turística-habitacional y de recreación, dejando sin efecto *todas y cada una de las disposiciones contenidas en el programa sujeto al presente reglamento* [Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada, 2010], *que tengan que ver con áreas no urbanizables, particularmente en lo que se refiere a zonas clasificadas en*

el mismo con limitación por alto rendimiento agrícola; así como áreas de reserva para extensión urbana, agropecuaria o extractiva (Reglamento Valle de Guadalupe, 2013).

De nuevo, el sector realizó una campaña en medios de comunicación y redes sociales⁴⁰, bajo el tema “Por un valle que siga siendo nuestro” (ver fotografía 4.1).



Fotografía 4.1. Un valle que siga siendo nuestro. Fuente: *Provino, A.C.*

Al igual que en el 2013, los empresarios del sector afirmaron que se cancelarían las Fiestas de la Vendimia (Madrigal, 2013) de no abrogarse el reglamento aprobado en cabildo. El tema llegó a ser noticia nacional e internacional, presentándose en noticieros reconocidos como el de Carmen Aristegui (Aristegui, 2013) y publicándose en diarios como el *New York Times* (Cave, 2013). Debido a la naturaleza controversial en la aprobación de este reglamento, el gobernador del estado (el recién electo Francisco “Kiko” Vega), declaró en medios públicos que dicho documento no sería publicado en el Periódico Oficial del Estado (<http://www.zonalider.com/estatal/no-publicara-gobernador-kiko-vega->

⁴⁰ Se utilizaron redes sociales como Facebook: <https://www.facebook.com/porunvalledeverdad?fref=ts>, consultado el 3 de mayo de 2014; Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=x_VugDi0mz0#t=99, consultado el 3 de mayo de 2014 y Tweeter #porunvalledeverdad, consultado 3 de mayo de 2014.

modificaciones-al-valle-guadalupe, consultado el 13 de julio de 2014), por lo que oficialmente no entró en vigor. Finalmente, el 5 de febrero de 2014 fue revocado por el pleno del cabildo del XXI Ayuntamiento de Ensenada (Alfaro, 2013) quedando todavía como tema pendiente la publicación de un reglamento que permita la aplicación del plan de ordenamiento publicado originalmente.

De tal forma, puede afirmarse que las interacciones entre el sector vitivinícola y el gobierno municipal son débiles, a pesar de que existe trabajo conjunto que data desde los inicios de las Fiestas de la Vendimia. Estas articulaciones podrían identificarse como productivas, por tener como fin único la obtención de un bien o servicio para el sector y/o los participantes. Sin embargo, el sector requiere que el gobierno municipal asuma temas torales para la seguridad y sustentabilidad de la industria vitivinícola, como lo es la publicación del reglamento para el reconocimiento oficial de la vocación vitivinícola y olivarera como actividad prioritaria en la zona del Valle de Guadalupe.

Gobierno Estatal

La cuestión del potencial vitivinícola, como actividad productiva primaria, se posiciona – desde la coyuntura de la comercialización de la uva vinificable – como un punto importante en la agenda del gobierno estatal, a través de la Secretaría de Fomento Agropecuario, por lo que en 2002 representantes de esta dependencia presentan el tema, la problemática y el trabajo realizado en coordinación con el sector al entonces gobernador, el Lic. Elorduy Walther.⁴¹ A partir de esto, se promueven una serie de reuniones entre representantes del sector vitivinícola, el gobernador y el gabinete económico⁴² quienes enfatizan el potencial de la vitivinicultura no solo como actividad primaria, sino industrial y turística (Elorduy, Eugenio, entrevista, 2013). Posteriormente, el gobernador instruye a su gabinete, específicamente a los titulares de las secretarías de Desarrollo Económico, Fomento Agropecuario y Turismo del estado, a incluir el tema de la producción y promoción del vino y la región vitivinícola en su agenda de trabajo (Hernández, Juan Pablo,

⁴¹ Gobernador de Baja California de Noviembre de 2001 a Octubre de 2007.

⁴² Extraoficialmente se define como el Gabinete Económico del gobierno del estado en Baja California a las secretarías de Desarrollo Económico, Turismo y Fomento Agropecuario.

entrevista, 2013). La instrucción era trabajar en una agenda conjunta, en la que se aprovecharan los recursos concurrentes federales y estatales de las secretarías mencionadas para generar una estrategia integral realizada de la mano con los productores (Elorduy, Eugenio, entrevista, 2013). Es entonces cuando, por primera vez, el apoyo al sector vitivinícola se establece como política estatal, publicándose en el Plan de Estatal de Desarrollo (PED) en 2002. De acuerdo a información obtenida en los portales institucionales, así como por información directa del SPV, los rubros en los que se ha apoyado al sector vitivinícola por parte del gobierno del estado de Baja California han sido los que se resumen en la tabla 4.3.

ESLABÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA	Concepto del Apoyo	SEFOA	SEDECO	SECTURE
Producción Primaria	Capacitación: En técnicas de cultivo	X		
	Recuperación y reconversión de cultivos	X		
Infraestructura	Construcción de bodegas, plantas de procesamiento y salas de degustación	X		
Industrialización	Capacitación para la producción de vino	X		
	Adquisición de equipo para la vinificación	X		
	Adquisición de tanques fermentación y barricas	X		
Comercialización y promoción	Capacitación en temas administrativos, comerciales y de mercadotecnia	X	X	X
	Apoyo para la adquisición de botellas, etiquetas, casquillos y corchos	X		
	Contratación de diseñadores para el diseño de etiquetas	X	X	
	Promoción en eventos nacionales e internacionales	X	X	X
	Apoyo para la impresión de material promocional	X		X
	Programa de promoción regional: Ruta del Vino			X
	Apoyo para la realización de las Fiestas de la Vendimia			X

Tabla 4.3. Programas estatales en apoyo al sector vitivinícola. Fuente: *Elaboración propia con información de las instancias gubernamentales mencionadas y el Sistema Producto Vid.*

La mayor parte de los apoyos a los que han tenido acceso los productores vitivinícolas surgen de programas gubernamentales federales preexistentes, en concurrencia

con recursos estatales. Empero, a partir del año 2002 es prerrogativa estatal dar prioridad a los proyectos relacionados al sector vitivinícola. Aunado a estos apoyos, el gobierno estatal modifica la Ley Estatal de Alcoholes, para facilitar la comercialización de vino nacional a nivel estatal.

La Modificación de la Ley Estatal de Alcoholes. El 19 de abril de 2002 fue reformado el Capítulo Tercero por Decreto No. 42, publicado en el Periódico Oficial No. 16, expedido por la H. XVII Legislatura, siendo Gobernador Constitucional el C. Lic. Eugenio Elorduy Walther (2001-2007), estableciéndose que se otorgarán permisos para venta de vino, sin costo para el permisionario, bajo la condición de que únicamente venda para consumo o almacene en el establecimiento vinos de mesa que lleven impreso en su etiqueta la leyenda “Hecho en México”, perdiendo el beneficio al momento de vender, almacenar o permitir el consumo de cualquier otro tipo de bebida alcohólica o vinos de mesa de origen distinto al Mexicano. Esto permite que muchos de los restaurantes que no contaban con permiso para venta de alcohol, puedan acceder a permisos para venta de vino nacional, promoviendo así la compra de vino regional y aumentando los canales de distribución para la industria vitivinícola (Congreso del Estado, 2007).

Se crea como complemento a estas acciones la “La Ruta del Vino” en el año 2004. Este era un programa de promoción para la región del vino como producto turístico, el cual surge por iniciativa de la Secretaría de Turismo del Estado con el fin de atraer turismo nacional e internacional a la zona vitivinícola, como parte de los esfuerzos de promoción del consumo de vino bajacaliforniano.

Se realizó un estudio de la oferta turística existente en el Valle de Guadalupe – hoteles, restaurantes y vinícolas. Era importante saber qué vinícolas contaban con instalaciones apropiadas y personal para atender turistas. Este programa incluyó apoyos económicos por parte de la secretaría para inversión en las vinícolas, para que adecuaran sus instalaciones y para poder recibir gente. Se apoyó también a los restaurantes y hoteles para mejorar sus instalaciones. También se capacitó al personal de las vinícolas en atención turística, para que pudieran proporcionar información a los visitantes. Lo más importante era que tuvieran información no solo de su propia vinícola, sino de la zona, y concientizarlos de que eran parte de una ruta y no unidades aisladas (Moreno, Alejandro, entrevista, 2013).

Aunado a la creación de la “Ruta del Vino” como producto de mercadeo de la región vitivinícola, se aprueban programas para la capacitación del personal en las unidades productivas (vinícolas) para poder ofrecer un producto turístico de calidad. En 2004 se imprime la primer Guía de la Ruta del Vino, la cual incluía un mapa e información de contacto para la visita a 16 vinícolas, 4 hoteles y 6 restaurantes. Esta guía se promovió a través de eventos a nivel estatal, nacional e internacional. Actualmente, la guía de la Ruta del Vino es el principal medio de promoción de la región vitivinícola con el que cuentan las vinícolas, restaurantes, hoteles y tour-operadores de la localidad, actualizando su información cada año, con el fin de incluir a todos los nuevos negocios que se crean en la zona.

Es a partir de una relación de reciprocidad entre los empresarios vitivinícolas y el gobierno del estado, que los primeros han podido mantener sus temas de interés en la agenda pública. Por lo que se concluye que las interacciones entre el gobierno estatal y el sector vitivinícola son más fuertes que con el gobierno municipal. Sin embargo, también se clasifican como articulaciones productivas, ya que no existe una identificación positiva como grupo, las interacciones son esporádicas y de corto plazo, dependen mucho de los liderazgos gubernamentales y no han podido institucionalizarse como estructuras más estables de gobernanza, de tal manera que pueden ser definidas como redes de cooperación, tal como las define Dini (2010).

Sub-arena: Gobierno federal

Como se mencionó en la sección anterior, la mayor parte de los apoyos que recibe el sector vitivinícola provienen de recursos federales que se ejercen en coordinación con el gobierno estatal. Sin embargo, en el período de tiempo analizado se crea un programa federal ex profeso para el sector vitivinícola, este es: el *Programa de Apoyo a la Industria Vitivinícola* (PROVITI). Este programa se instaura en el año 2012, por la Secretaría de Economía, y forma parte del *Programa para Impulsar la Competitividad de los Sectores Industriales* (PROIND). Su finalidad es incrementar la producción, estimular la

competitividad, mejorar los procesos productivos, fortalecer las cadenas productivas y contribuir al desarrollo y modernización de la infraestructura industrial para favorecer la integración de las capacidades técnicas, operativas y comerciales del sector vitivinícola (DOF, 2012). El programa se crea con un fondo exclusivo para el sector de 50 millones de pesos a fondo perdido para el apoyo en conceptos tales como compra de maquinaria e inversión en infraestructura, con un monto máximo por unidad productiva de entre el 50 y 60 por ciento o hasta 1.3 millones de pesos.

Por su parte, la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR), destina recursos para apoyar al sector vitivinícola, específicamente en los rubros de promoción de las Fiestas de la Vendimia (Consulta a Provino, A.C., 2013), sin embargo, no se obtuvieron los montos totales apoyados. Finalmente, es por parte de la SAGARPA que se obtienen recursos para el desarrollo de la cadena valor vino, desde la parte productiva hasta la parte industrial, y que se ejercen por medio del Gobierno Estatal. Sin embargo, estos apoyos están sujetos a demanda libre. Esto es, no son exclusivos para el sector, por lo que los productores vitivinícolas deben competir con el resto de los productores primarios de Baja California, para la obtención de dichos apoyos.

En la tabla 4.4. se resumen los principales rubros en los que participa el gobierno federal en apoyo al sector vitivinícola. Si bien, son varias las instancias federales que participan en el fomento del sector vitivinícola, la gestión para la aplicación de recursos se realiza principalmente a través del gobierno estatal. De tal forma, puede afirmarse que al igual que en con el gobierno municipal, las interacciones entre el sector vitivinícola y el gobierno federal son débiles, con excepción de la relación actual entre el SPV y la SE, en torno a los recursos de PROVITI (Ceja, Alberta, entrevista, 2014). La relación entre el sector y las diferentes dependencias del gobierno federal son también identificadas como articulaciones productivas.

ESLABÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA	Concepto del Apoyo	SAGARPA	SE	SECTUR
Producción Primaria	Recuperación y reconversión de cultivos	X		
Infraestructura	Construcción de bodegas, plantas de procesamiento y salas de degustación	X		
Industrialización	Capacitación para la producción de vino	X		
	Adquisición de equipo para la vinificación	X	X	
	Adquisición de tanques fermentación y barricas	X	X	
Comercialización y promoción	Promoción en eventos nacionales e internacionales	X		X
	Apoyo para la impresión de material promocional			X
	Programa de promoción regional: Ruta del Vino			X
	Apoyo para la realización de las Fiestas de la Vendimia			X

Tabla 4.4. Programas federales en apoyo al sector vitivinícola. Fuente: *Elaboración propia con información de las instancias gubernamentales mencionadas y el Sistema Producto Vid.*

Sub-arena: Aparato Legislativo

Para terminar el análisis de la dimensión político/gubernamental es necesario identificar los procesos de articulación entre el aparato legislativo y el sector vitivinícola. De acuerdo al trabajo de campo realizado, entre las interacciones más relevantes está el hecho de que en agosto de 2008 se llevó a cabo el primer Foro Regional de la Vitivinicultura en Baja California (Vargas, 2008). A este foro asistieron miembros de la rama legislativa del gobierno federal. El propósito era proponer la conformación de una ley para el fomento a la vitivinicultura en México; informar a los asistentes sobre la problemática del sector para iniciar una mayor vinculación con esta rama de gobierno que mejorara los esfuerzos de gestión.

A ese foro regional vinieron muchos políticos, que en aquel entonces eran presidentes e integrantes de diferentes comisiones de la cámara de diputados y de senadores, inclusive asistió gente de aquí del municipio. Estaban el presidente municipal y el gobernador del

estado en la inauguración. Las mesas de trabajos las hicimos nosotros [los vitivinicultores], entre productores y los integrantes de las diferentes comisiones. Las mesas eran sobre temas de agricultura, hacienda y lo del agua, que eran problemas muy grandes y turismo. Dos años después se hizo el segundo foro, pero este fue nacional, porque asistieron vitivinicultores de otros estados. (Martain, Fernando, entrevista, 2013)

En agosto 2010 se llevó a cabo el Primer Foro Nacional para Impulsar la Industria Vitivinícola y Productos de la Vid. El resultado fue la instauración de una comisión especial para el desarrollo de este sector en la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados, y en 2011 se aprobó la Ley Federal de Fomento a la Industria Vitivinícola. Sin embargo, no se ha encontrado evidencia de que estos hechos hayan tenido algún logro tangible en lo que a la promoción del sector se refiere.

En la relación con el legislativo estatal, el 29 de diciembre de 2011 la XX Legislatura Constitucional del Congreso del Estado de Baja California aprobó el Impuesto a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico (IVFBCA) el cual grava con un 4.5 % *Ad Valorem*, aplicado antes del IEPS e IVA, a estos productos, para entrar en vigor el 1 de febrero del año 2012 (POE, 2011). Derivado de este hecho, en enero de 2012 se realizó una reunión en las instalaciones de la Delegación de SAGARPA en Ensenada, a la que asistió el Secretario de Finanzas del Gobierno del Estado, el Lic. Manuel Francisco Aguilar Bojórquez, quien aseguró que el sector vitivinícola no se vería afectado por el nuevo impuesto, toda vez que se publicaría un decreto por parte del gobernador exentando a los vinos locales de esta obligación fiscal (El Sol de Tijuana, 2012). De tal manera que se publica el 1 de febrero de 2012 en el POE el decreto en el que se exenta al vino del pago de este nuevo impuesto creado en Baja California.

En cuanto a las interacciones entre la rama legislativa del gobierno estatal y el sector vitivinícola, el hecho de que no existan muchas instancias identificadas por los entrevistados de enlace directo nos permite afirmar que por el momento las articulaciones entre estos dos grupos de participantes son débiles, dado que el sector continúa realizando sus gestiones directamente con la rama ejecutiva. Sin embargo, en el caso del legislativo federal, los vinicultores han buscado desde 2008 una mayor vinculación, en tanto son estos

diputados y senadores quienes tienen las facultades para generar y aprobar programas y presupuestos en beneficio de este sector. Para ambos casos, las interacciones pueden clasificarse como articulaciones productivas, ya que son interacciones que se realizan esporádicamente, y no existe todavía una fortaleza en sus relaciones que pueda llevarlos a constituir una red de cooperación.

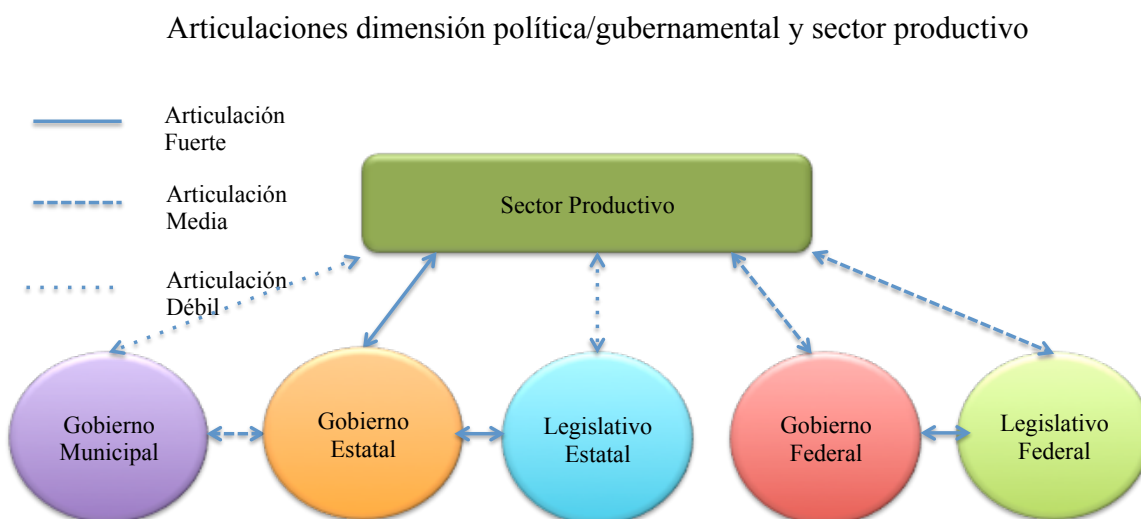


Figura 4.6. Interacciones entre participantes de la dimensión política/gubernamental. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

Resultados de la dimensión política/gubernamental

En la figura 4.6 se presentan las interacciones de la arena de acción político/gubernamental en torno al tema del sector vitivinícola. Se puede observar que estas interacciones son bidireccionales, sin embargo, es importante destacar el papel que juega el sector productivo para fomentar el surgimiento y fortalecimiento de estas articulaciones, ya que desde la coyuntura de la comercialización de la uva los empresarios del vino han sabido aprovechar el hecho de que el tema de la producción vitivinícola se ha vuelto un tema de interés para la sociedad y, por ende, para el gobierno ejecutivo y legislativo. De tal manera, logran colocar y mantener en la agenda pública temas de interés para el sector. Sin embargo, temas torales para la industria como la definición oficial de la vocación productiva del Valle de Guadalupe, la escasez de agua en los valles vitivinícolas y la

excesiva fiscalización siguen todavía sin ser resueltos por ninguna de estas ramas de gobierno.

Arena de acción 3: Dimensión sociocultural

La dimensión sociocultural del territorio se refiere a todos aquellos actores y componentes que influyen en las prácticas socioculturales en torno al sector vitivinícola bajacaliforniano. Esto se analiza a partir de las interacciones entre actores públicos y privados (individuales o en grupos organizados) que se relacionan al sistema productivo para la realización de actividades que promueven la producción, consumo, aprendizaje y apreciación del vino. Hasta ahora, el análisis del territorio vitivinícola ha sido funcional al estudiarse la dimensión utilitaria del espacio. Sin embargo, en esta sección se expone el surgimiento organizaciones y eventos que han resultado en la generación de referentes identitarios en torno a este sector, lo que ha sido fundamental para su desarrollo.

Es importante destacar que a pesar de que la historia de la producción vitivinícola bajacaliforniana comienza desde la época de la colonización española, en realidad la adopción regional del vino como un elemento identitario en Baja California es reciente. Esto es contrario a la algunas otras regiones agrícolas, cuya identidad en torno a dichas actividades se ha venido construyendo a lo largo de siglos (Corona, 2005). En el caso de la vitivinicultura bajacaliforniana, si bien han existido expresiones identitarias relacionadas al sector vitivinícola previas al período actual, la identificación social de la población de baja california con esta actividad es naciente. Por ejemplo, de acuerdo con Explora - investigación de mercados - (2002), en un estudio comisionado por la SEFOA para conocer qué productos eran identificados como “típicos” en Baja California, el vino no figuraba entre la lista de los productos mencionados; al preguntar directamente si tenían conocimiento de que Baja California era el mayor productor de vino en México, únicamente tres de cada diez personas respondieron de manera positiva. En 2010, Explora repite el mismo estudio, encontrando que el vino es ahora el primer producto mencionado entre los encuestados como algo típico de Baja California. De igual manera, IMERK (2014) publica en un estudio de mercado independiente que actualmente ocho de cada diez

habitantes del estado saben que Baja California es uno de los principales productores de vino en México. De tal manera, es posible afirmar que la identificación con la producción y consumo de vino, que previo al 2000 se limitaba primordialmente a la Ciudad de Ensenada, actualmente ha permeado en una parte importante de la sociedad bajacaliforniana, a través de la apropiación y valoración simbólico-expresiva del territorio (Giménez, 2007), por lo que existe una identificación social alrededor de esta actividad productiva evidenciada por la creación de referentes identitarios de asociación interna y externa que vinculan la imagen de Baja California con la producción de vino en México.

Sub-arena: organizaciones y asociaciones

La creación de organizaciones sociales en torno al sector vitivinícola es un factor importante para la difusión de la cultura del vino en la región, pero para entender los lazos que se han logrado entre sector y sociedad es necesario también incluir en este análisis a las organizaciones empresariales, las cuales han sido las principales interlocutoras entre sector productivo y sociedad. Es a partir de los vínculos detonados entre organizaciones empresariales y sociedad que se genera el respaldo para promover procesos de gobernanza con el sector público, utilizadas en numerosas ocasiones para gestionar temas a favor de este sector productivo.

La Asociación de Vitivinicultores de Baja California

La Asociación de Vitivinicultores de Baja California (AVBC), es una organización de empresarios del vino que se forma en 1991 por representantes de las siguientes empresas: Bodegas de Santo Tomás, L.A. Cetto, Casa Pedro Domecq, Monte Xanic, Cavas Valmar y Viñas de Liceaga (Martain, Fernando, entrevista, 2013). Esta asociación se funda con el objetivo principal de organizar las Fiestas de la Vendimia, que hasta aquel entonces eran organizadas por la Cofradía del Vino (Ellig, 1985). Desde sus inicios, y hasta la fecha funciona como una organización informal, que no tiene reglamentos ni estatutos descritos para su funcionamiento, por lo que no existe un mecanismo oficial para incluir nuevos miembros. Si bien, esta asociación es informal, la participación está sujeta a ciertas normas

sociales conocidas por todos sus miembros. Existen varios requisitos para participar en esta organización, tales como el aportar recursos monetarios por empresa – de acuerdo a las posibilidades económicas de cada uno de los participantes – y participar de las reuniones informativas que se realizan, así como colaborar activamente en lo que se solicite o requiera para llevar a cabo las actividades anuales de la asociación.

Al 2013, las empresas que se identifican como parte de esta asociación son: Adobe Guadalupe, Casa de Piedra, Cavas Valmar, Bodegas de Santo Tomás, Vinos Bibayoff, Monte Xanic, Château Camou, Vinos Pedro Domecq (Pernaud Richard), Viñas de Liceaga, Cavas del Mogor, Aborigen, Viñedos Lafarga, Vinos Shimul, Sinergi-VT, Vena Cava, Villa Montefiori, Vitivinícola Tres Valles, Tintos del Norte 32, Viñas Pijoan, Vinisterra, Viñas de Garza, Viñedo las Nubes, Hacienda La Lomita y Rincón de Guadalupe. Esta asociación se desempeña como red de cooperación, tal como la define Dini (2010), ya que además de tener como fin la obtención de bienes y servicios existe una identificación positiva, como grupo, de los participantes; hay metas estratégicas en común; y tienen un mecanismo de toma de decisiones. Sin embargo, sus resultados no son altamente apropiables, ya que cualquier gestión realizada beneficia no solo a los miembros de esta asociación virtual, sino al sector vitivinícola como un todo. De igual manera, su horizonte de planificación es de corto plazo, aun cuando los temas de interés que forman parte de su agenda requieren de acciones planeadas a mediano y largo plazo. Estos temas son: la escasez de agua y el ordenamiento territorial en los valles vitivinícolas, la organización de las Fiestas de la Vendimia y otros eventos para la promoción de la cultura y la comercialización del vino.

El enólogo Hugo D'Acosta fue, y continúa siendo, un importante líder a la cabeza de las decisiones tomadas por los miembros de esta asociación, a pesar de no ser el presidente “oficial” de la misma. Esto es evidente, al conocerse que en 10 de las 24 empresas que actualmente conforman esta organización este personaje ha participado de manera activa ya sea como enólogo, propietario, socio y/o consultor externo. La AVBC, con el tiempo, estructura redes importantes las cuales no se han limitado al nivel empresarial al interior del sector vitivinícola, sino también hacia de la industria del vino con sectores

conexos como el de servicios turísticos, el sector cultural y, evidentemente, con el sector público. Se puede afirmar que el establecimiento de la AVBC marca el inicio de la construcción de procesos de gobernanza que el sector vitivinícola ha promovido ante gobierno con el respaldo social. Esta fortaleza se hace evidente en momentos de coyuntura tales como el problema de la comercialización de la uva en el año 2000, el bloqueo para el establecimiento de la planta de gas en el Valle de Guadalupe en 2003, el decreto para exentar al vino del Impuesto a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico y, finalmente, la revocación del reglamento para el cambio del uso de suelo en el Valle de Guadalupe en 2013.

Comité ProVino, A.C.

En el año 2005, los miembros de la AVBC constituyen el Comité ProVino, A.C. Esta asociación civil es *el brazo de los vitivinicultores en la promoción y difusión, no solo de [los] vinos, sino del quehacer de sus integrantes y sus diferentes actividades.*⁴³ A pesar de ser una asociación civil formalmente constituida, que cuenta con oficinas propias y un sistema gerencial y administrativo independiente, es dirigida actualmente por la AVBC, ya que los miembros de esta asociación conforman el comité directivo de ProVino, A.C.

Sistema Producto Vid, A.C.

A pesar de la importante labor que desempeña la Asociación de Vitivinicultores de Baja California, el hecho de que la entrada a nuevos miembros esté restringida por normas no escritas deja fuera al creciente número de nuevos productores que para el 2004 doblaba la cantidad de miembros de la AVBC. Estos nuevos vinicultores buscan organizaciones que puedan darles cabida al no poder, o no querer entrar - o seguir - en la AVBC. De tal forma, al surgir una nueva política federal implementada por SAGARPA que promueve la agrupación de las cadenas productivas en “Sistemas-Producto”⁴⁴ se conforma una nueva asociación: El Sistema Producto Vid de BC, A.C.

⁴³ <http://www.provinoac.org/comite.php> consultado el 5 de mayo de 2014.

⁴⁴ En 2003, a partir de la firma del Acuerdo Nacional para el Campo – en la que se establece que para fortalecer a los productores primarios, las cadenas productivas se deberán organizar en sistemas producto

El Sistema Producto Vid de Baja California (SPV) se funda en 2004 e integra en su seno a todos los eslabones de la cadena, proveeduría, producción primaria e industrial, así como comercialización. Este sistema logra colocarse como un importante interlocutor entre gobierno y sector privado, paralelo a la Asociación de Vitivinicultores de Baja California, cuya membresía no estaba abierta a los productores y empresas en general. El SPV empieza en 2004 con 17 miembros activos, que en el año 2013 crece a 92 vinicultores. Con recursos concurrentes del gobierno federal y estatal se financian las operaciones de esta asociación entre el año 2004 y 2010. Esto incluía el pago de oficinas y la contratación de un gerente. Asimismo, muchos de los recursos gubernamentales existentes se ligan a través del SPV, a través de reuniones y promoción directa de los funcionarios de gobierno a los miembros de este sistema, por lo que la AVBC pierde fuerza y se le vincula en este tiempo únicamente con la organización de las Fiestas de la Vendimia. Así, la agenda política de la AVBC es superada por la del SPV, debido a la naturaleza propia del programa gubernamental del que emana esta asociación. De igual manera, el SPV empieza a vincularse con instituciones educativas; trabaja con el COLEF para definir la agenda de trabajo y el plan rector de la organización y con el CICESE y la UABC en proyectos diversos de investigación vitivinícola. Sin embargo, en el 2011 el gobierno retira el apoyo para los gastos gerenciales, lo que obliga a los participantes a tener que dar aportaciones para poder continuar con esta asociación. De tal manera, son unos cuantos productores los que continúan participando activamente en el SPV, y son estos mismos productores los que financian el funcionamiento de la asociación. Si bien, hay muchos productores que dejan de asistir a las reuniones, no todos dejan la organización de manera oficial. El discurso de los productores entrevistados que dejaron esta asociación va en dos vertientes: 1) no entienden el papel SPV, ya que no perciben beneficios por pertenecer a esta asociación; 2) no están de acuerdo en el involucramiento directo del gobierno – el hecho de que el gobierno forme parte de la mesa directiva del SPV hace que piensen que el SPV “simula” la agenda política, pero para no perder las dádivas gubernamentales no presiona como debería.

regionales y nacionales para generar mecanismos de coordinación y concertación entre productores primarios, industriales y los diferentes órdenes de gobierno, con miras a que estas organizaciones promuevan la mejora de la situación de los productores del campo y población rural.

En 2012, al aprobarse los recursos de PROVITI, el SPV logra validarse como organismo intermedio⁴⁵, lo que le da fortaleza de nuevo a esta organización, reactivando la participación de muchos de sus miembros. Asimismo, participa en las gestiones gubernamentales, en coordinación con la AVBC para los temas de los impuestos (IVFBCA) en 2012 y la revocación del reglamento para el cambio del uso de suelo en el Valle de Guadalupe en 2013. Estas acciones cimientan de nuevo, en 2013, a esta asociación como un actor importante de interlocución entre gobierno y sector productivo.

Otras organizaciones gremiales

Existen otros pequeños grupos organizados en los que los integrantes participan para llevar a cabo acciones que no son atendidas por ninguna de las organizaciones antes mencionadas. Algunos de estos grupos son informales, es decir, no están constituidos legalmente, sin embargo, funcionan como redes de colaboración: al contar con una identificación positiva como grupo por parte de sus integrantes, tener metas estratégicas en común y contar con un mecanismo de toma de decisiones. Los grupos identificados a partir del trabajo de campo fueron:

Los guatequeros

Este grupo se forma en el año 2002, por productores artesanales egresados de “La Escuelita”, con el propósito de realizar una fiesta para dar a conocer “sus creaciones”, es decir, los vinos en los que trabajaron a lo largo de su capacitación en la Estación de Artes y Oficios del Porvenir. La última edición de este evento fue en el 2011, por lo que el grupo actualmente se ha desintegrado. Sin embargo, fue de 2002 a 2011 un importante promotor de la cultura del vino en Ensenada, de cuyo seno han salido más de una veintena de las vinícolas formales existentes hoy en día.

⁴⁵ Los organismos intermedios son aquellas asociaciones empresariales del sector industrial vitivinícola, autorizadas por el Consejo Directivo para fungir como tal de conformidad con su objeto y lo dispuesto en los Lineamientos del PROIND y de a los criterios de operación de PROVITI. *El Consejo Directivo y los Organismos Intermedios, en los términos de los Lineamientos, son responsables de administrar los recursos federales destinados al PROVITI, de conformidad con la normativa aplicable.* (DOF, 2011)

Los pioneros de la antigua ruta del vino.

Este grupo fue creado en el 2005 por microproductores de vino que provenían del sector vitícola (en su mayoría). El propósito inicial de este grupo en un inicio era el promover la vinculación de la Ruta del Vino, hacia los valles vitivinícolas de la zona sur de Ensenada, ya que hasta el 2007, sólo era considerada como “Ruta del Vino” la zona San Antonio de las Minas - Valle de Guadalupe. Derivado de las gestiones de este grupo, actualmente se da promoción a la zona sur de Ensenada, denominada como “La Antigua Ruta del Vino”, nombre propuesto por los miembros de esta organización, cuyo fin actual es promover esta “antigua” ruta del vino a través de fiestas y eventos turísticos en asociación con otros sectores conexos. Además de estas acciones de promoción el grupo se constituye como empresa integradora. De tal manera, que constituye una red empresarial, la cual ha sido beneficiaria de apoyos gubernamentales para el establecimiento de una bodega de producción vitivinícola y recursos para su equipamiento, el cual es utilizado por los diferentes miembros de dicha organización.

De tal manera, las organizaciones existentes actualmente en torno al sector vitivinícola pueden representarse como se muestra en la figura 4.7, en la cual se observa cómo algunos productores son miembros de varias de las asociaciones, e incluso hay algunos otros que dicen no pertenecer a ninguna de las asociaciones aquí descritas. Cabe mencionar que a nivel nacional existen dos organizaciones relevantes para al sector vitivinícola. Una de estas es el Consejo Mexicano Vitivinícola, conformado por las empresas productoras de derivados de la uva, incluyendo brandis y otro tipo de destilados, así como jugos y concentrados derivados de la uva. En el consejo han participado algunas de las principales empresas productoras de vino en México como L.A. Cetto, Casa Madero, Freixenet, La Redonda, Monte Xanic, Casa Pedro Domecq, por mencionar algunas. Sin embargo, su injerencia a nivel regional es casi nula. Motivo por el cual la mayor parte de las empresas vitivinícolas bajacalifornianas han declinado su adscripción a dicho consejo. Una segunda organización es el Sistema Producto Vid Nacional. Sin embargo, a decir de los entrevistados, este sistema nacional no ha logrado consolidarse como una organización

representativa para el sector. Por lo tanto, los productores bajacalifornianos tampoco participan en este organismo.

Organizaciones y asociaciones del sector vitivinícola en 2013

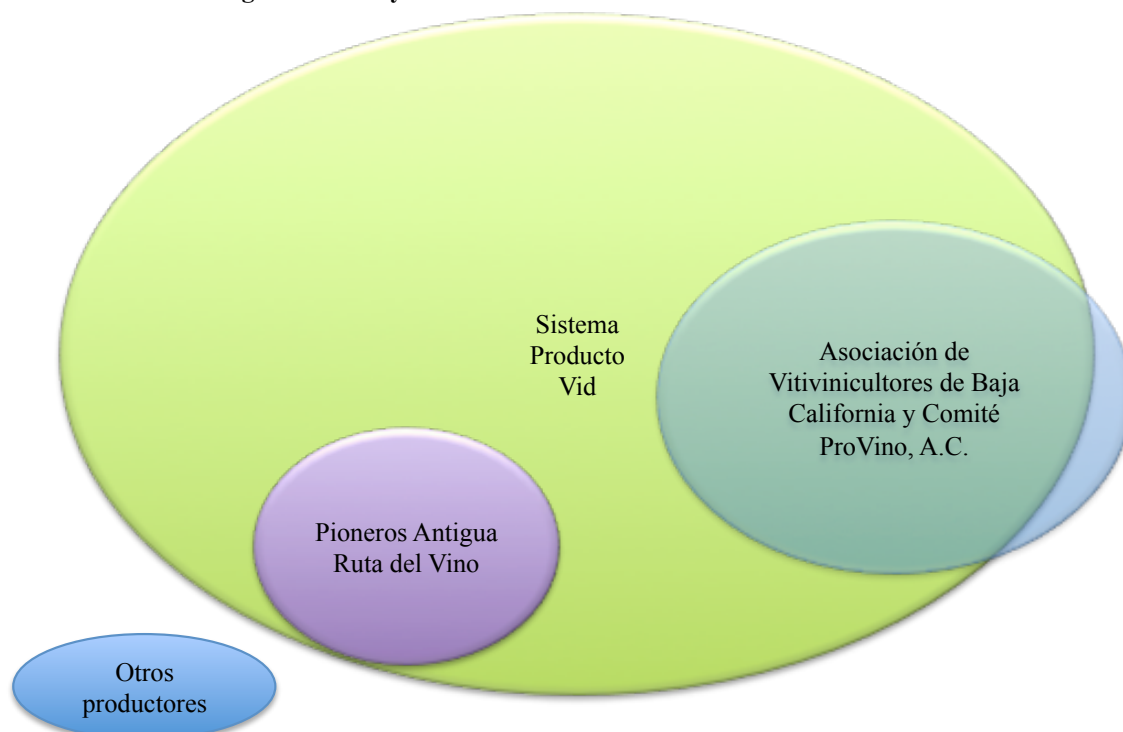


Figura 4.7. Organización del Sector. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos del trabajo de campo.*

Sub-arena: Referentes identitarios

La dimensión sociocultural del territorio incluye las interacciones entre los actores públicos y privados (individuales o en grupos organizados) que se relacionan al sistema productivo, así como todas aquellas actividades socioculturales que realizan y que conforman referentes identitarios en torno a dicha actividad productiva. Hasta ahora, el análisis del espacio vitivinícola ha sido funcional al analizarse la dimensión utilitaria del espacio, el cual es usado para la producción de vid para vino de mesa. Sin embargo, el territorio es resultado de la apropiación y de la valoración simbólico-expresiva del espacio (Giménez, 2007), se forma mediante las actividades que la población practica sobre el medio físico y a partir de las interacciones entre ellas. Así, se afirma que el tema del vino permea en la sociedad bajacaliforniana, empezando a conformarse una identidad alrededor

de esta actividad productiva que deriva en la producción de referentes identitarios. A continuación se reseñan algunas de estas organizaciones, eventos, imágenes promocionales e incluso instituciones educativas que han contribuido a la generación de prácticas socioculturales resultantes en la identificación del estado, tanto interna como externa, con la producción de vino.

La Cofradía del Vino

El primer referente identitario que citamos es un club privado llamado: La “Cofradía⁴⁶ del Vino de Baja California”. Si bien, actualmente no existe una gran parte de la sociedad bajacaliforniana identificada con esta asociación, representa un referente importante para los miembros del sector vitivinícola de esta región. “La cofradía”, se funda en Ensenada en 1985 y es la primer organización social conformada en torno al tema del consumo de vino en Baja California (Arriola, 1994), cuyo objetivo principal era conocer y promover la cultura del vino. Las relaciones informales (de amistad) forjadas al seno de esta asociación se constituyen en poco tiempo en importantes lazos de colaboración que llevan a que ésta se convierta, más adelante, en semillero de empresarios que fundan varias de las nuevas vinícolas establecidas actualmente en el estado.

En 1990 se abre una sede de esta asociación en Tijuana y en 1996 en Mexicali. Esta asociación, conformada principalmente por profesionistas, es presidida en cada ciudad por un gran maestro del vino, que es en cada caso un enólogo o *sommelier* reconocido por el grupo. Las reuniones son mensuales y en ellas se llevan a cabo diferentes tipos de actividades en torno a la cata de vinos nacionales e internacionales. Su reconocimiento social ha aumentado desde que son los anfitriones de tres importantes eventos en el marco de las fiestas de la vendimia: “La noche de la cofradía del vino”, el cual se lleva en tres ediciones, la primera en Ensenada, la segunda en Tijuana y la tercera en Mexicali.

Las Fiestas de la Vendimia

⁴⁶Cofradía: Gremio o asociación de personas con un determinado fin. Diccionario de la lengua española 2005 Espasa-Calpe. <http://www.wordreference.com/definicion/cofradia>. Consultado el 6 de Junio de 2011.

Otro referente identitario importante son las Fiestas de la Vendimia. Estas festividades aportan a la construcción de representaciones vividas en un lugar como un espacio simbólico y como un lugar de desenvolvimiento de representaciones acerca de lo urbano y de lo rural. Así, estas fiestas permiten interiorizar el espacio, constituyéndose como parte del sistema sociocultural bajacaliforniano reconocido así al interior del estado y fuera de sus fronteras. A pesar de la importancia de estas festividades, existe muy poca información documentada, fuera de reseñas anuales en los diarios locales de Ensenada, sobre los inicios de estas fiestas, su organización y los procesos de cambio que han resultado en su transformación hasta llegar al formato de celebración actual. Estas fiestas son relativamente nuevas; afiches de los primeros eventos datan su inicio en el año de 1983, en el municipio de Ensenada, celebrándose entre los meses de agosto y septiembre, señalando el inicio de la época de cosecha – o vendimia – de la uva. Inicialmente, era el Club de Leones de Ensenada la organización que promovió la celebración de estas fiestas. En 1985, toma las riendas de su organización la Cofradía del Vino de Baja California y en 1991 se ceden estas funciones a la Asociación de Vitivinicultores de Baja California. La configuración de estas fiestas resultan un factor importante en la conformación actual de las relaciones de poder y de interacción al interior del sector (entre empresas) y con el sector público, por lo que brevemente se describirá un episodio que ilustra la visión de algunos empresarios vitivinícolas en cuanto a la importancia potencial de este tipo de eventos en la Ciudad de Ensenada.

En 1989 se realiza por primera vez como evento inaugural “La Muestra del Vino”, evento que a poco más de una década después de su primer edición es un evento emblemático en el marco de estas fiestas derivado de su interesante formato; en este evento, al ingresar al recinto en el que se lleva a cabo, cada asistente recibe una copa de vino, las botellas de las diferentes casas vitivinícolas se distribuyen de acuerdo a las uvas (o mezclas) con las que se producen, donde edecanes sirven muestras⁴⁷ de vino a los asistentes. La intención de este formato es presentar los vinos de todas las vinícolas de manera homogénea (Prieto, Joaquín, entrevista, 2014) para que la antigüedad y/o tamaño de

⁴⁷Cada muestra equivale aproximadamente a 1 oz. de vino. (Martain, Fernando, entrevista, 2011)

la empresa productora no influya sobre las preferencias de los asistentes. En este evento se lleva a cabo la ceremonia inaugural de las Fiestas de la Vendimia, actualmente presidida por el presidente del Comité Provino, A.C., y algunas autoridades invitadas de los tres niveles de gobierno. *Generalmente se invita al Gobernador del Estado, al Presidente Municipal de Ensenada, y a miembros de ambos gabinetes, así como funcionarios de la administración federal...* (Martain, Fernando, entrevista, 2011). Por lo tanto, se reconoce – desde sus inicios – el potencial de este tipo de eventos para generar capital social y político, por lo que el liderazgo en la organización de estas fiestas se convierte en una fuente importante de poder dentro del sector. Las interacciones originadas por estas fiestas contribuyen también a la configuración del sector vitivinícola, ya que a partir de estos eventos se inicia una lucha por la reestructuración de las relaciones de poder que prevalecían entre las grandes empresas vitivinícolas, en específico Casa Pedro Domecq y L.A. Cetto, con el resto de las empresas más pequeñas establecidas en el estado. Esto se hace evidente en 1989, cuando se invita a inaugurar la primer edición de “La Muestra del Vino” al entonces gobernador del estado, el Lic. Ernesto Ruffo Appel.

Si Ruffo no hubiera ido a inaugurar la primera Muestra del Vino, “las fiestas” no hubieran nacido como nacieron... Habían 6 vinícolas y fueron 100 gentes... el éxito fue que iba a ir a inaugurar el gobernador de oposición, quien era una insignia nacional, no nada más para Baja California. Entonces pudimos hacer un nuevo modelo de evento, donde a las vinícolas se les quitaba la personalidad y se presentaba por primera vez una región. Esto consistía en poner los vinos mezclados. La gran oferta eran blancos, rosados y tintos. Pusimos tres mesas, creo que de tintos hicimos dos, clásicos y no clásicos y así fue... lo curioso es que todavía en la mañana Pepe Ariza [Ex – propietario de Casa Pedro Domecq México] me decía: “mira Hugo estás muy chamaco, nunca – mientras yo viva – vas a ver mis vinos separados. Si quieres que participe tengo que tener mi propio stand y hacer mi propia comunicación”. Entonces le dijimos: “bueno Don Pepe, pues qué lástima, pero tiene que ser así, en este formato”... como iba el gobernador, accedieron a romper su esquema y eso hizo que, de alguna manera, se volviera mucho más atractivo para el público y además encontramos un elemento donde los vinos se mostraran por sí solos, quitándole la fuerza comercial a las casas. (D’Acosta, Hugo, entrevista, 2013)

Actualmente, las Fiestas de la Vendimia se constituyen como el evento turístico más importante para el estado, debido a la importante derrama económica que detona (Tintos Funcke, Juan, entrevista, 2013). Esto es aprovechado por las asociaciones del sector vitivinícola, quienes gestionan su agenda política utilizando el capital social conformado por estas fiestas, las cuales se utilizan como escaparate anual para promover temas del sector al tener acceso constante a medios de comunicación locales, regionales, nacionales e internacionales.

La Ruta del Vino

A pesar de que La Ruta del Vino inicia como un programa de gobierno del estado para la promoción de la región del vino como producto turístico, esta ruta ha sido apropiada por el sector vitivinícola y sectores conexos como el hotelero, restaurantero y de servicios turísticos, quienes han encontrado en esta representación, de este espacio, un escaparate de promoción para sus productos y servicios. Así, la Ruta del Vino es reconocida por la sociedad regional, nacional e internacional, como el territorio del vino bajacaliforniano.

Las escuelas del vino

Otro referente identitario importante lo constituyen las escuelas que ofrecen temas en torno al sector vitivinícola. De las cuales, la más reconocida es La Estación de Oficios y Artes Tradicionales del Porvenir (“La Escuelita”). Este instituto educativo se crea en un afán por formalizar las actividades de formación de vinicultores artesanales, por parte del enólogo Hugo D’Acosta. Se inaugura en 2004 la escuela de vinificación en el Ejido El Porvenir. Su finalidad es enseñar a los productores de uva, habitantes del Valle de Guadalupe, así como a otras personas interesadas en aprender más sobre la producción de vino, a transformar los productos primarios tradicionales de esta región vitivinícola, principalmente vid y olivo, para transformarlos en un producto terminado: vino, aceite de oliva y aceitunas procesadas. Este es el primer proyecto del tipo que se crea en el estado de Baja California, financiado con recursos del gobierno federal y estatal, así como con aportaciones del sector privado.

Posteriormente, se construye la Escuela de Enología y Gastronomía en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (Reglamento Escuela de Enología y Gastronomía, UABC, 2008). Esta es la primer escuela de educación superior que incluye en su oferta escolar temas relacionados al sector vitivinícola, lo que fortalece los vínculos entre sector, sociedad y academia. Finalmente, le sigue en el 2009 el *Culinary Art School* de Tijuana, al crear el diplomado en *Sommelier*, cuyo fin es la capacitación de especialistas en la cata de vino.

Otros referentes identitarios

Otras evidencias sobre la asociación identitaria bajacaliforniana con el sector vitivinícola son:

- Las placas vehiculares que desde 2010 incorporan la imagen de las uvas y el paisaje vitivinícola bajacaliforniano.
- El establecimiento del Museo del Vino de Baja California en 2011.
- Diversas expresiones artísticas tales como fotografía, pintura y música, relacionadas al sector vitivinícola. Así como la creación de una obra de teatro⁴⁸, una película⁴⁹ y una telenovela⁵⁰ desarrolladas en el entorno vitivinícola de Baja California.

Resultados de la dimensión sociocultural.

En la figura 4.8 se realiza una representación de las interacciones entre los participantes de esta dimensión que fomentan las prácticas socioculturales en torno al sector vitivinícola, las cuales han contribuido de manera directa a su desarrollo. De nuevo, es el sector el que detona y promueve estas articulaciones, sin embargo, la participación de todos los sectores descritos: gobierno, sociedad y artistas locales, es necesaria para la generación de estos referentes identitarios en este período de tiempo.

⁴⁸ Pasión por la Viña.

⁴⁹ Recién cazado.

⁵⁰ Cuando me enamoro.

Interacciones dentro de la dimensión sociocultural

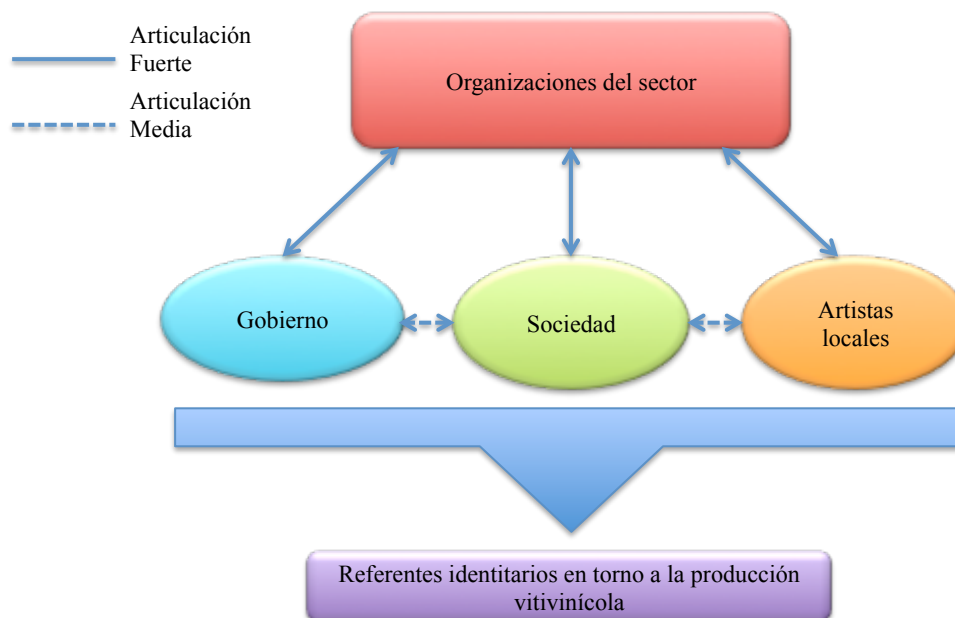


Figura 4.8. Interacciones entre participantes de la dimensión sociocultural para la generación de referentes identitarios. Fuente: *Elaboración propia con información obtenida del trabajo de campo.*

Así, la apropiación y valoración del espacio, aunado a los conceptos de cultura e identidad, nos llevan a proponer la interiorización social del territorio, (Giménez 2007) donde, la Ruta del Vino, las Fiestas de la Vendimia y los demás referentes identitarios mencionados se aprecian como distintivos de sedimentación simbólico-cultural, que no existen únicamente en su dimensión instrumental como espacio económico, social y político, sino que también existen también como soporte de la actividad simbólica y lugar de inscripción de particularidades culturales de un sector importante de la sociedad en Baja California.

4.2. La situación actual del sector vitivinícola

En cada arena de acción descrita en este capítulo podemos identificar aspectos económicos, político/gubernamentales y socioculturales que influyen y caracterizan la de decisiones de los actores que participan en ellas. Para sistematizar la información, fue

necesario clasificar las interacciones dentro de una de las dimensiones, de acuerdo a la característica más predominante del hecho en cuestión. Estas interacciones en el tiempo se fueron modificando, transformando también las variables exógenas que estructuran la arena de acción. Así, siguiendo con la metodología ADI, se presentan a continuación las modificaciones al sistema que se suscitan en el período 2002-2013.

En cuanto a los cambios de las variables exógenas en el período de tiempo analizado, se observa que actualmente, la producción en Baja California está estructurada por un sector dedicado a la elaborar de vino en volúmenes pequeños, para nichos de mercado especializados en productos exclusivos. Se generaliza la creencia entre muchos productores que solo con pequeños lotes de producción, menores a las 10 mil cajas anuales, se puede garantizar la calidad vinícola. Existe socialización de la información necesaria para la producción vitivinícola en toda la cadena de valor. Sin embargo, dicha socialización no garantiza que la información transmitida no se vaya desvirtuando. Se generalizan las prácticas de *outsourcing*. Así, cada eslabón de la cadena de valor del vino es independiente de los demás, por lo cual ya no se requiere de inversiones cuantiosas para abrir una vinícola formalmente constituida, ya que una empresa, o vinicultor en potencia, pueden subcontratar una, varias o todas las actividades que conlleva el producir vino, para aminorar las inversiones iniciales de ingreso a esta actividad productiva. Se modifican también algunas leyes para la venta de vino en Baja California, lo que promueve la creación de vínculos comerciales para la venta de vino en restaurantes y hoteles.

En cuanto a los atributos comunitarios, la actividad vitivinícola se vuelve un área de crecimiento y oportunidad, generando negocios que se vinculan directamente a este sector tales como hoteles, restaurantes, operadoras turísticas y tiendas especializadas en venta de vino. Existe ahora una identificación social generalizada tanto en la zonas vitivinícolas, como en la ciudad de Ensenada con la producción vitivinícola. Esta identificación es todavía latente en el resto del estado de Baja California. Hay relaciones institucionalizadas sector vitivinícola – gobierno a través del Sistema Producto Vid. Asimismo, existen instancias en las que se han dado procesos de gobernanza en la creación de algunas políticas públicas y asignación de recursos gubernamentales a favor de este sector. Existe

actualmente una vinculación entre sector productivo, sociedad y academia, dada por la creación de escuelas especializadas en temas relacionados al vino y la cultura de su consumo. Finalmente, las redes sociales son utilizadas ampliamente por todas las empresas vitivinícolas, así como organizaciones del sector, como medio para presentar y gestionar temas de interés para la industria del vino.

Con respecto a los aspectos biofísicos que estructuran el sector vitivinícola, el tema más importante es la escasez de agua, por lo que ahora es este un tema coyuntural, del cual depende la sustentabilidad de la producción vitícola. Asimismo, lo es el ordenamiento territorial y la vocación del uso de la tierra, como medios para evitar el establecimiento de actividades no compatibles con la producción vitivinícola en los valles donde se cultiva la vid.

Variables endógenas: la situación de acción y los participantes al 2013

La arena de acción ha cambiado. Ahora se puede afirmar que existe ya un sistema territorial construido en torno a la industria vitivinícola, estructurada por nuevas variables exógenas, que cambian la situación de acción y el papel que juegan algunos de los participantes. Algunas de las modificaciones más evidentes se dan en el grupo de los viticultores, cuyo número de participantes va actualmente en aumento (SPV, 2013), derivado de la conversión de algunas tierras agrícolas a la producción de viñas vinificables. Es importante también destacar que los viticultores que estaban establecidos antes del 2000 son ahora todos vinicultores. Sus viñedos, por ser los más antiguos de la región, hacen que el precio por su producto sea de los mejores en el mercado. Ahora estos productores cuentan con los conocimientos necesarios para producir vino y en algunos casos tienen ya instalaciones y equipamiento para la vinificación. Su acceso a la información es Alto y forman parte de algunas redes de cooperación y redes empresariales existentes.

El grupo de vinicultores artesanales e informales también crece. Al igual que sus predecesores, los nuevos vinicultores artesanales empiezan produciendo vino de manera informal, sin tener claro si es para fines comerciales o para el auto consumo. Por su parte, algunos de los productores artesanales más antiguos, que estaban establecidos al inicio del

período analizado, se han constituido como empresas legales, otros incluso producen uva, pero por lo general continúan dependiendo de terceros productores para la adquisición de su materia prima. Su acceso a información es Alto, y ya forman parte de las redes de cooperación y redes empresariales existentes.

El grupo de empresas vitivinícolas nuevas, como se describe en la arena de acción económica, tiene características diferentes dependiendo del origen de los empresarios que fundan estas nuevas bodegas. Son participantes Directos, pues están involucrados de primera mano en la producción de vino y algunos forman parte de las redes de cooperación o empresariales existentes. Siguen trabajando con enólogos que ya están establecidos en la región y con *winemakers*. Incluso, algunos de los propietarios o socios se convierten a su vez en *winemakers*.

En cuanto al grupo de profesionistas especializados, al aumentar el número de vinícolas, aumenta la necesidad de los servicios prestados por los expertos en producción vitivinícola. Tanto es así que crece el grupo de enólogos establecidos en Baja California y por primera vez hay enólogos de origen bajacaliforniano, con formación formal en el extranjero. En este período de tiempo fortalecen su posición y no dependen de una sola vinícola, sino que participan en varios proyectos, e incluso son ahora socios o propietarios de sus propias vinícolas, por lo que la mayoría de ellos se han independizado de las empresas que los contrataron originalmente. Los *winemakers* también fortalecen su posición en el sector, debido a que todavía no hay muchos enólogos en Baja California. Por lo tanto, el *winemaker* se convierte en una opción para todas aquellas nuevas empresas que se crean en el estado y que no tienen los recursos para contratar a los enólogos establecidos o bien a enólogos foráneos. Por lo general, los *winemakers* producen vino para su propia empresa, y trabajan, al igual que los enólogos, en varios proyectos de otras vinícolas a la vez. También los agrónomos, expertos en producción vitivinícola, fortalecen su posición en el sector, al ser ahora ellos quienes capacitan a otros agrónomos y/o técnicos agrícolas en otras unidades productivas externas, diferentes a las de su contratación inicial.

En cuanto a los sectores conexos, de inicio la participación en la arena de acción de la mayoría de estos era Indirecta. Sin embargo, con el tiempo la mayoría se involucra de manera Directa en algún eslabón de la cadena valor del vino. Por ejemplo, los hoteles *boutique* establecidos en los valles vitivinícolas son ahora también productores de vino. Por su parte, los restaurantes se convierten en los principales aliados del sector, en lo que a promoción del consumo de vino se refiere. De tal manera, se genera una relación simbiótica, donde sector productivo y sector restaurantero dependen de sí mutuamente. De tal manera, se generan lazos estrechos de promoción que han posicionado a Baja California en un destino gastronómico reconocido a nivel internacional⁵¹. A su vez, la mayoría de las tiendas especializadas en la comercialización de vinos, producen también sus propias líneas a través de contratos con las vinícolas existentes.

Finalmente, están los grupos de instituciones y personajes que funcionan como facilitadores para la promoción del desarrollo vitivinícola del estado. Entre estos está el gobierno, grupo en el que se considera a todas las entidades públicas que participan en la conformación del sistema generado en torno a la producción de vino en Baja California, a través de programas que incentivan la producción, comercialización y promoción del vino y las zonas vinícolas del estado. Otro grupo que en 2013 toma un papel importante en la promoción del sector es el de las instituciones educativas, que se compone por todas aquellas instituciones educativas formales, establecidas en Baja California, que actualmente ofrecen cursos, talleres, licenciaturas, ingenierías y/o especialidades específicas relacionadas al sector vitivinícola, así como proyectos de investigación científica. Incluimos en este apartado también al grupo de artistas, quienes son todas aquellas personas que elaboran arte en relación al sector vitivinícola. Su papel es Indirecto, ya que no producen vino, sin embargo, juegan un papel importante como promotores de la cultura del vino y la generación de referentes identitarios a través de sus expresiones artísticas.

⁵¹ Se han publicado múltiples noticias, así como realizado programas televisivos internacionales sobre la cocina de Baja California, definiéndose como uno de los lugares más importantes de la actualidad en lo que al movimiento gourmet se refiere. Aquí algunos ejemplos: <http://www.sandiegored.com/noticias/30399/Baja-California-triunfa-en-los-Gourmet-Awards/>; <http://elgourmet.com/programa/alta-cocina-en-baja-california>; http://www.nytimes.com/2011/03/09/dining/09tijuana.html?pagewanted=all&_r=0 (consultado el 5 de mayo de 2014).

4.3. Conclusiones del capítulo

En este capítulo se describe el complejo entramado de relaciones informales y formales, públicas y privadas, ubicadas en un territorio delimitado, que en el tiempo conformaron el sistema territorial del sector vitivinícola. Este entramado de articulaciones y redes se analiza como arenas de acción a partir de las dimensiones propuestas por la perspectiva del desarrollo endógeno. En estas arenas se describe cómo al aumentar el número de participantes, y las relaciones entre ellos, se crean articulaciones productivas y redes de colaboración que de manera paralela, al irse integrando, detonan la creación de factores competitivos, o capacidades, dentro del sistema. Asimismo, son estas interacciones las que generan una imagen externa y una representación interna específica, asociadas a un sentido de pertenencia e identidad regional.

Se observa que en un inicio, como sucede en la mayoría de las cadenas de valor del vino en el mundo, la cadena vitivinícola estaba estructurada de manera jerárquica (Richard - Jorba, 1998), donde los productores primarios individuales se encontraban en una posición de debilidad respecto de otros actores, por lo que el grupo de los productores de uvas eran el segmento más vulnerable del sector vitivinícola. Sin embargo, a partir de la reestructuración de la comercialización de la uva vinificable, este eslabón de la cadena productiva se fortalece, al grado de que las operaciones de los productores primarios se enlazan formalmente al eslabón industrial, cambiando las relaciones de poder entre comprador y vendedor. De tal manera, puede afirmarse que un grupo especialmente beneficiado del desarrollo de este sector es el de los productores primarios, que hoy en día se han convertido en vitivinicultores (Provino, 2013).

Otro cambio relevante es la organización de la producción, que antes del año 2000 estaba caracterizada por la existencia de redes horizontales entre los propietarios de las vinícolas y/o enólogos que laboraban en ellas. Actualmente, existen también importantes redes de cooperación vertical, las cuales permiten a los empresarios vitivinícolas tener una mayor flexibilidad en sus operaciones en cuanto a la integración de sus procesos productivos y comerciales. Esta flexibilidad los hace competitivos en los mercados,

derivado de la disminución de costos y la generación de economías de escala al interior de dichas redes.

Una característica más de esta transformación es la creación de articulaciones de colaboración entre el sector económico y el sector público, las cuales han detonado procesos de gobernanza a nivel local. A tal respecto, se puede mencionar que no todos los mecanismos de colaboración entre gobierno y sector productivo son permanentes o tienen un alcance que supere el corto plazo por lo que no pueden ser caracterizados como redes estables. Sin embargo, se puede afirmar que el Sistema Producto Vid funciona actualmente como una estructura local de gobernanza, ya que es principalmente a través de esta organización público/privada que se construyen acuerdos y consensos entre el sector económico y el sector público de los tres niveles de gobierno, reflejados en políticas públicas.

Con respecto a las prácticas socioculturales, construidas en torno a este sector productivo, como ya se mencionó, a pesar de que la historia de la producción vitivinícola bajacaliforniana comienza desde la época de la colonización española, en realidad la adopción regional del vino como un elemento identitario en Baja California es reciente, y previo al 2000 se limitaba primordialmente a la Ciudad de Ensenada. Sin embargo, actualmente ha permeado en una parte importante de la sociedad bajacaliforniana, por lo que existe una identificación social alrededor de esta actividad productiva evidenciada por la creación de referentes identitarios de asociación interna y externa que vinculan la imagen de Baja California con la producción de vino en México.

Finalmente, se concluye que el desarrollo endógeno que se gesta en el entorno productivo vitivinícola se debe a la capacidad que han tenido los actores de colaborar para promover la competencia en esta región determinada, y que a pesar de que muchos de los esfuerzos realizados no concluyeron en acciones exitosas para el sector, o bien, derivaron hacia modalidades de alianzas transitorias o más sencillas en el sector vitivinícola bajacaliforniano, en aproximadamente una década, se lograron formalizar articulaciones público/privadas, redes de cooperación y redes empresariales cuyo horizonte es de mediano

y largo plazo y en cuyas estructuras se sustenta la competitividad del sistema. Con base en estos resultados, en el siguiente capítulo se analiza, cómo es que a partir de las interacciones entre los participantes de cada arena se obtienen y/o fortalecen los componentes específicos que conforman el sistema territorial competitivo y que detonan el desarrollo endógeno en torno al sector vitivinícola de Baja California.

CAPÍTULO 5

La Industria del Vino en Baja California: La Competitividad de un Sistema Territorial

En el capítulo anterior se describe cómo a partir de las interacciones que surgen después de la coyuntura de la comercialización del vino se genera un entorno que desencadena procesos de colaboración y aprendizaje en la industria del vino. Estas interacciones son los enlaces en los que se sustenta el sistema territorial, dado que es únicamente a través de las relaciones entre los actores que se vinculan, que emergen los componentes territoriales para generar el desarrollo observado. Esto es, de no haber existido un entramado de relaciones vinculantes, los componentes territoriales pueden haber existido en el espacio, sin contribuir al crecimiento y evolución del sector vitivinícola.

La propuesta del presente capítulo es presentar momentos específicos de dichas interacciones, en tanto causantes para la obtención y fortalecimiento de algunos de los componentes territoriales necesarios para la competitividad de la industria vitivinícola. Dichos componentes son de nuevo clasificados de acuerdo a las dimensiones: económica, político/gubernamental y sociocultural que, de acuerdo a la propuesta metodológica, al intersecarse entre sí han generado desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local (ver Anexo 1). Son precisamente las interacciones entre los actores, que al vincularse con los componentes territoriales crean el sistema territorial y lo mantienen funcionando. De tal manera, se puede afirmar que es el entramado de relaciones el que genera competitividad en el sistema y desarrollo endógeno en torno al sector productivo. Por último, en la sección final del capítulo se realiza un análisis FODA comparativo entre el año 2002 y el año 2013, para corroborar si ha existido un avance sustancial en lo que a la generación de factores competitivos se refiere (Porter, 1999).

5.1. La construcción del sistema territorial competitivo

En esta sección, se tratará de mostrar cómo la generación y fortalecimiento de los componentes de un sistema territorial, a partir de las interacciones entre los actores del mismo – tal como se explica en el capítulo 2 – son los factores en los que se sustenta el desarrollo endógeno observado en el sector vitivinícola bajacaliforniano en el período de tiempo establecido para el presente trabajo de investigación.

Antes de proseguir con la explicación es importante recordar que para el caso específico de la industria vitivinícola bajacaliforniana, en el año 2002, no existían muchos de los componentes identificados como necesarios para que exista un sistema territorial competitivo (figura 2.3), tampoco existía el entramado de relaciones prevaleciente en el año 2013 (ver capítulo 4). Estos componentes se fueron obteniendo y/o fortaleciendo a partir de las interacciones entre los participantes de las arenas de acción, las cuales – en el tiempo – fueron transformándose de simples interacciones transitorias a articulaciones y redes más permanentes. En este caso, estamos definiendo a este fenómeno como la construcción de un sistema territorial competitivo, entendido como la generación o fortalecimiento de las condiciones de soporte, o componentes, que responden a las necesidades de las empresas localizadas en el territorio, mediante un entramado de relaciones entre los actores que conforman el sistema. Donde la continuidad de dicho sistema depende de la existencia de enlaces dinámicos entre los actores y los componentes que lo integran.

Como se presentó en el capítulo 4, los procesos de enlace mediante los cuales se obtuvieron dichos componentes en Baja California fueron cambiando. Sin embargo, al existir una continuidad en la generación de interacciones, se obtuvo como resultado la creación de capacidades regionales identificadas en el presente trabajo como determinantes para que exista desarrollo endógeno, tales como *la difusión de la innovación en el sistema productivo; las habilidades de los recursos humanos; las capacidades de aprendizaje de los emprendedores; la transformación y adaptabilidad de las instituciones de apoyo; y la integración de las firmas, las ciudades y las regiones a redes competitivas...* (Vázquez Barquero, 2010:13). De tal manera, la generación y fortalecimiento de los componentes

necesarios, a partir de las relaciones entre los actores del sistema, determinan la existencia del sistema mismo y generan a su vez capacidades territoriales. Dicho proceso es facilitado – y en ocasiones obstruido – por las articulaciones productivas y de colaboración, las redes de cooperación y las redes empresariales existentes.

Para analizar los resultados específicos de los entramados de relaciones presentados en el capítulo 4 recuperamos, como se indica en el apartado metodológico (Anexo 1) las condiciones propuestas en Albuquerque y Dini (2008) (figura 2.3) y las adaptamos al esquema utilizado para estudiar el proceso de construcción del desarrollo competitivo del sector vitivinícola (figura A.2). Así, se representa el sistema territorial competitivo como se indica en la figura A.3.

Retomando lo expuesto en el Anexo 1, en esta figura cada punta del triángulo representa una dimensión del desarrollo endógeno; los componentes de la competitividad territorial se clasifican de acuerdo al tipo de resultado que pueden generar: desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local; que en la figura A.2 son las intersecciones entre cada dimensión. Finalmente, se expone cómo las articulaciones productivas y de colaboración, las redes de cooperación y las redes empresariales son centrales para la existencia del sistema, en tanto enlaces dinámicos que vinculan los componentes y los actores que lo conforman.

5.2. Acciones que contribuyeron al desarrollo del sector vitivinícola entre 2000 y 2013

En el caso del desarrollo del sector vitivinícola bajacaliforniano, no todos los componentes identificados por Albuquerque y Dini (2008) funcionan como componentes de competitividad en el territorio. A pesar de esto, la evidencia que se presentará en este capítulo muestra que, en poco más de una década, acciones específicas realizadas por los diferentes actores identificados en el capítulo anterior, han logrado que se creen o fortalezcan algunos de estos componentes dando competitividad y fomentando el desarrollo endógeno en torno al sector vitivinícola.

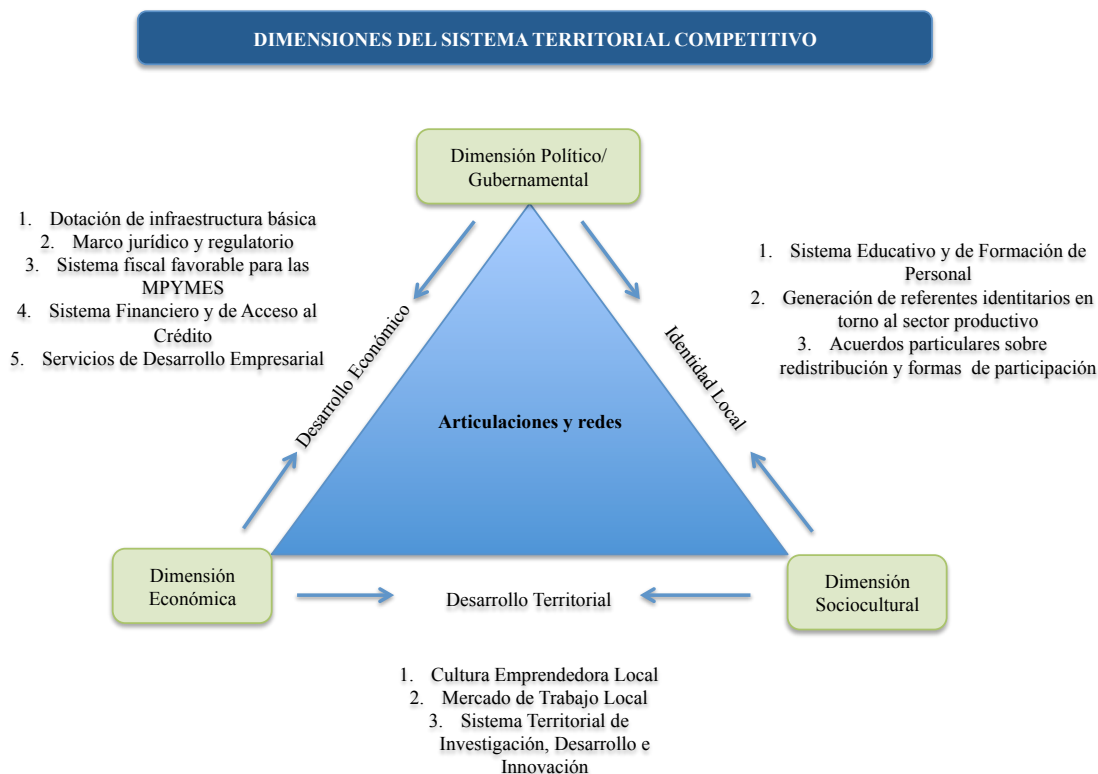


Figura A.3. Construcción del sistema territorial competitivo. Fuente: *Elaboración propia, adaptado de Alburquerque y Dini (2008).*

La información presentada en este apartado es resultado del trabajo de investigación de campo, de tal manera que se presentan únicamente las acciones identificadas por los entrevistados como hechos clave u obstáculos en el desarrollo del sector, las cuales, de acuerdo a los resultados positivos o negativos que puedan generar, se agruparon en los temas de: desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local. Con el fin de profundizar en su análisis se utilizó el método de consulta a expertos para captar la percepción que tenían los entrevistados sobre la importancia de cada una de estas acciones en el desarrollo del sector vitivinícola (ver Anexo 1). Se propuso una escala ordinal con valores que van de -2 a $+2$, donde los valores negativos se atribuyen a acciones que tuvieron efectos negativos en el sector, los valores positivos se atribuyen a acciones que tuvieron efectos positivos y el cero es valor neutro. Asimismo, se define cada hecho como factor endógeno o exógeno dependiendo de si existe la percepción de que hubo, o no, actores locales involucrados en la realización de dicha acción. Para considerar que un componente es una fortaleza para el sector vitivinícola, es decir, aporta competitividad para

el desarrollo, se toma una valoración de +1 a +2; así, una debilidad, es un componente que resta competitividad al sector valorado entre -1 o -2. Finalmente, el periodo de análisis (2000 al 2013) se divide en tres etapas: 2000-2004, 2004-2008, 2008-2013.

Ejercicio de evaluación de resultados: resultados globales

No.	INDICADOR	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF		FACTOR		FACTOR	
				2013-2000	%	EXO	END	EXO %	END %
1	DESARROLLO ECONÓMICO	-1.50	-0.38	-0.10	-2%	0.10	-0.20	-100%	200%
2	DESARROLLO TERRITORIAL	11	0.92	4.33	72%	0	13	0%	100%
3	IDENTIDAD LOCAL	13.00	3.25	4	72%	0	4	0%	100%
	TOTAL	7.50	1.26	2.86	48%	0.03	5.71	33%	67%

Tabla 5.1. Resultados de las acciones realizadas para la obtención/fortalecimiento de los componentes relacionados a la competitividad en el territorio. Fuente: *Elaboración propia*.

En la tabla 5.1 se presentan los resultados globales de este ejercicio de evaluación de resultados. Destaca el hecho de que únicamente el desarrollo económico está calificado negativamente en cuanto a los esfuerzos para la obtención o fortalecimiento de los componentes territoriales para la competitividad. En este caso, a pesar de que existen acciones exógenas instrumentadas que pudieron haber detonado el crecimiento económico del sector, de acuerdo a los resultados analizados, las acciones endógenas las nulificaron, impidiendo un mayor desarrollo económico. Por el contrario, en lo que se refiere a desarrollo territorial e identidad local, las calificaciones fueron positivas, considerándose que el 100% del avance se debe a acciones endógenas. Finalmente, se puede observar que la calificación total indica que de acuerdo con los actores consultados el sistema puede calificarse como competitivo, al tener una puntuación global de +1.26. Asimismo, se evidencia que son las acciones endógenas las que contribuyeron primordialmente a la competitividad; contribuyendo con el 67 por ciento, contra un 33 por ciento de las acciones exógenas.

A continuación se presenta el desglose de cada uno de los resultados expuestos en la tabla 5.1, de acuerdo con los componentes que los generan. Para revisar la información sobre las acciones específicas, y sus evaluaciones individuales, hay que referirse al Anexo 8 del presente trabajo.

Desarrollo Económico

En el desarrollo económico local, para garantizar una perspectiva de más largo plazo a la que pudiera lograr el sector empresarial de manera aislada, es importante la participación de las instancias gubernamentales, ya que a través de alianzas virtuosas se pueden lograr objetivos comunes de crecimiento y bienestar para la sociedad. En este apartado, se propone que para la generación de desarrollo económico local debe verificarse la existencia de cinco componentes, que dependen directamente de la participación gubernamental, y que en el caso de la industria vitivinícola en Baja California, algunos se han ido fortaleciendo derivado de los procesos de gestión del sector económico del sistema que han encontrado eco en las instancias públicas correspondientes. Estos componentes son: 1. Dotación de infraestructuras básicas; 2. Marco jurídico y regulatorio; 3. Sistema fiscal favorable para las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES); 4. Sistema financiero y de acceso al crédito, y 5. Servicios de desarrollo empresarial.

La existencia de estos componentes es prerrogativa de los gobiernos nacionales, regionales y locales. Su importancia para el desarrollo de cualquier actividad productiva puede ser apreciada de manera intuitiva. Para el caso de México es precisamente en estos componentes donde se encuentran las mayores deficiencias estructurales que impiden el funcionamiento competitivo de cualquier actividad económica, estos problemas se acentúan en lo que al sector primario se refiere. Por lo tanto, es importante recuperar la percepción de los entrevistados acerca del estado inicial de cada uno de estos factores, cómo fueron cambiando en el período de tiempo bajo análisis y la participación de los actores locales a través de gestiones o participación directa en la mejora, o incluso empeoramiento, de las condiciones relacionadas a estos factores de competitividad.

Factores que incentivan o inhiben el desarrollo económico

Dotación de infraestructuras básicas. Para llevar a cabo el análisis del componente de infraestructura básica este punto fue subdividido en dos tipos de acciones, las correspondientes a la parte federal y las correspondientes a la parte estatal y municipal. Los entrevistados mencionan varias deficiencias que existían antes del año 2000, algunas de las cuales continúan hasta el día de hoy. Por ejemplo, con respecto a la infraestructura de acceso para las zonas vitivinícolas, se destaca que antes del año 2000 no se contaba con caminos pavimentados y las vías de comunicación eran precarias, lo que dificultaba el paso de los vehículos utilitarios y camiones de carga, así como la entrada a los turistas que visitaban las diferentes vinícolas. Hoy en día se han mejorado las vías de comunicación en estas zonas: en el Valle de Guadalupe, se realizaron, en 2007, inversiones directas por parte del gobierno estatal de Baja California para la pavimentación del libramiento que conecta la carretera libre Tijuana – Ensenada con el Valle de Guadalupe. Entre 2010 y 2011 se realizó por parte del Gobierno Federal la construcción de una carretera de alta velocidad, que conecta la ciudad de Ensenada con Tecate; asimismo, hacia el sur se mejoró la Carretera Transpeninsular en 20 kilómetros, beneficiando a las vinícolas ubicadas en esta zona. Además, existe un mantenimiento constante de los caminos vecinales realizado por parte de las delegaciones municipales. Estas acciones, aunadas a la inversión realizada en señalética en todos los valles vitivinícolas han impulsado la afluencia turística de la región, aumentando la comercialización local de los vinos producidos en el estado y detonando proyectos económicos complementarios a la actividad vitivinícola.

Sin embargo, el mayor problema en cuanto a infraestructura actualmente lo representa el acceso sustentable a agua de calidad para riego. La problemática consiste, principalmente, en que las reservas de los diferentes acuíferos que proveen agua para la producción vitivinícola se sobreexplotan anualmente. Específicamente, para el caso del Valle de Guadalupe, Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) advierte que la recarga media anual es de 23.9 metros cúbicos, mientras que el volumen concesionado es de 43.4 metros cúbicos, por lo que se estima que de no tomar acciones para mejorar la captación de agua, en los próximos 10 años, este manto acuífero se reducirá en más del 85 por ciento (Foro

Nacional Vitivinícola, 2010). A este respecto, hasta el 2013, la realización de estudios detallados sobre los acuíferos de la región sigue siendo tema pendiente, tal como lo plantea Tomás Kretzschmar, investigador del departamento de geología del CICESE: *necesitamos conocer más sobre los procesos de infiltración de agua, que son lo que genera la recarga, saber cuáles son las áreas donde hay una mayor infiltración y que son las que tenemos que proteger...* (Kretzschmar, Tomás, entrevista para periódico El Vigía, viernes 15 de noviembre de 2013). De tal manera, la percepción de los entrevistados es que no se cuenta con la infraestructura necesaria para poder garantizar la sustentabilidad del acceso a agua, aspecto de alto riesgo para el sector, ya que pone en peligro la producción del principal insumo para la producción de vino (la uva); así, este componente tiene una puntuación total normalizada de -1, lo que nos indica que la dotación de infraestructura básica, específicamente en lo que a suministro de agua se refiere, es en estos momentos una debilidad en el sistema territorial.

Marco jurídico y regulatorio. En este punto, los entrevistados destacan que originalmente se tenían trámites engorrosos para la apertura de vinícolas y para la obtención de los permisos de venta de alcohol a nivel estatal, por lo que la situación inicial a este respecto se valora con un -2. A la acción de modificar el reglamento estatal de alcoholes para el otorgamiento de permisos especiales para locales que quieran vender y/o distribuir vino nacional se le otorgó una evaluación positiva. Sin embargo, los vacíos en el marco regulatorio municipal, referentes a la definición del uso de suelo y el reconocimiento oficial de la vocación vitivinícola y olivarera como actividad prioritaria en la zona del Valle de Guadalupe también pone en peligro esta actividad, tal como se expuso en el capítulo 4. Lo que hace que este punto esté valorado en -1, representando también una debilidad en el sistema.

Sistema fiscal favorable. Este aspecto fue subdividido en dos incisos para representar los hechos acontecidos a nivel estatal y federal. En un inicio el gravamen del Impuesto Especial a Productos y Servicios (IEPS) 25% *Ad Valorem* da una situación negativa para el sector de -2, aunado a esto, en los periodos subsecuentes el aumento del Impuesto al Valor agregado (IVA) de 11 al 16% por parte de la federación, así como la aplicación, por parte

del estado, del Impuesto a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico (IVFBCA) 4.5 % *Ad Valorem*, aplicado antes del IEPS y el IVA hacen que la valoración normalizada para 2013 sea -.63. El hecho de que el puntaje esté tan cercano a -1 significa que, al igual que los dos aspectos anteriores, este componente es considerado como un factor que inhibe significativamente el desarrollo, y que está muy cercano a convertirse en debilidad del sistema territorial.

Sistema de financiamiento y de acceso al crédito. El hecho de que en un principio no existieran esquemas de financiamiento a esta actividad se evaluó negativamente con una puntuación de -2. Sin embargo, posteriormente hubieron acciones positivas, relacionadas a programas en los cuales se llevó a cabo la asignación de recursos específicos para el sector vitivinícola a través del programa Alianza Para el Campo (Fondos Estatales con aportación Federal); créditos del Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO); y créditos otorgados a través de Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA); la promoción para el acceso de los productores vitivinícolas a recursos del Fondo de Garantías (FOGABAC) para acceso al crédito para el sector primario en general y la creación del Programa de Apoyo a la Industria Vitivinícola (PROVITI), logrando una calificación total normalizada al 2013 de 0.5. Este es el primer componente que tiene calificación positiva, sin embargo, no es suficientemente alta como para considerar al sistema de financiamiento y el acceso al crédito como un aspecto competitivo en el territorio.

Servicios de desarrollo empresarial. Las administraciones públicas locales deben concertar, como parte de sus funciones con los agentes socioeconómicos locales, la construcción de los entornos institucionales favorecedores del fomento productivo, asegurando el acceso a los servicios de desarrollo empresarial para las micro, pequeñas y medianas empresas locales, las cuales constituyen una parte muy relevante del tejido empresarial en cualquier país. Previo al año 2000, en este rubro, la percepción de los entrevistados era que no existían programas de apoyo para el desarrollo empresarial, por lo que la condición inicial es evaluada con -2. Posteriormente, a partir de acciones tales como la creación de una campaña estatal de consumo de productos regionales donde se incluye la promoción del vino, el “Programa Nacional Sistemas Producto” y la creación de programas del gobierno

estatal en SEFOA, SECTURE y SEDECO de apoyo al desarrollo empresarial, los encuestados dan como evaluación final una calificación normalizada al 2013 de 0.25. Este es el segundo y último componente evaluado con calificación positiva por los entrevistados, empero, tampoco se considera como una fortaleza para el sector.

Resultados Agregados

Analizando los resultados agregados de la tabla 5.2 se observa que en lo que se refiere al avance hacia el desarrollo económico (columna “Total (N) 2013”) después de sumar las acciones positivas y negativas al final de esta columna el valor es -0.38, lo cual nos indica que en este período, a pesar de haber acciones que representaron esfuerzos hacia el fortalecimiento de los componentes descritos, fueron más las acciones negativas. En lo que respecta a la columna titulada “Dif. 2000-2013”, de percibirse esfuerzos máximos (+2) en cada período, la valoración final sería equivalente a 6. Sin embargo, se obtuvo un valor total de -0.1, representando un esfuerzo negativo del -2 por ciento. De acuerdo con los entrevistados, son factores endógenos los que empeoraron la situación inicial del sector, en lo que a componentes para fomentar el desarrollo económico se refiere.

Ejercicio de evaluación de resultados: Desarrollo Económico

No.	DESARROLLO ECONÓMICO	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF		FACTOR		FACTOR	
				2013-2000	%	EXO	END	EXO %	END %
1	Dotación de infraestructuras básicas por el Gobierno Federal, Estatal y/o Municipal	-4.00	-1.00	-2.00	-33%	0.50	-2.50	-25%	125%
2	Marco jurídico y regulatorio	-4.00	-1.00	-2.00	-33%	0.00	-2.00	0%	100%
3	Sistema Fiscal Federal y Estatal favorable para las MPYMES en el sector vitivinícola	-2.50	-0.63	-1.50	-25%	-1.00	-0.50	67%	33%
4	Sistema nacional y estatal financiero y de acceso al crédito para el sector vitivinícola	2.00	0.50	3.00	50%	0.00	3.00	0%	100%
5	Servicios de desarrollo empresarial federales y estatales	1.00	0.25	2.00	33%	1.00	1.00	50%	50%
	TOTAL AGREGADO	-1.50	-0.38	-0.10	-2%	0.10	-0.20	-100%	200%

Tabla 5.2. Componentes relacionados a la generación de Desarrollo Económico. Fuente: *Elaboración propia.*

Si se toma en cuenta el aumento del consumo de vino per cápita en México, el cual ha aumentado a un ritmo promedio de 13 por ciento anual (ICEX, 2013; CMV, 2013), es

posible argumentar que el crecimiento de la producción durante el período bajo análisis pudo haber sido mayor, ya que existe un mercado interno que puede sostener dicho aumento. Asimismo, existe una capacidad instalada ociosa en el sector que en algunas empresas llega hasta el 50 por ciento (SEFOA, 2011). Sin embargo, como se presenta en la tabla 5.2, no existen condiciones estructurales de fomento para el crecimiento de la producción vitivinícola.

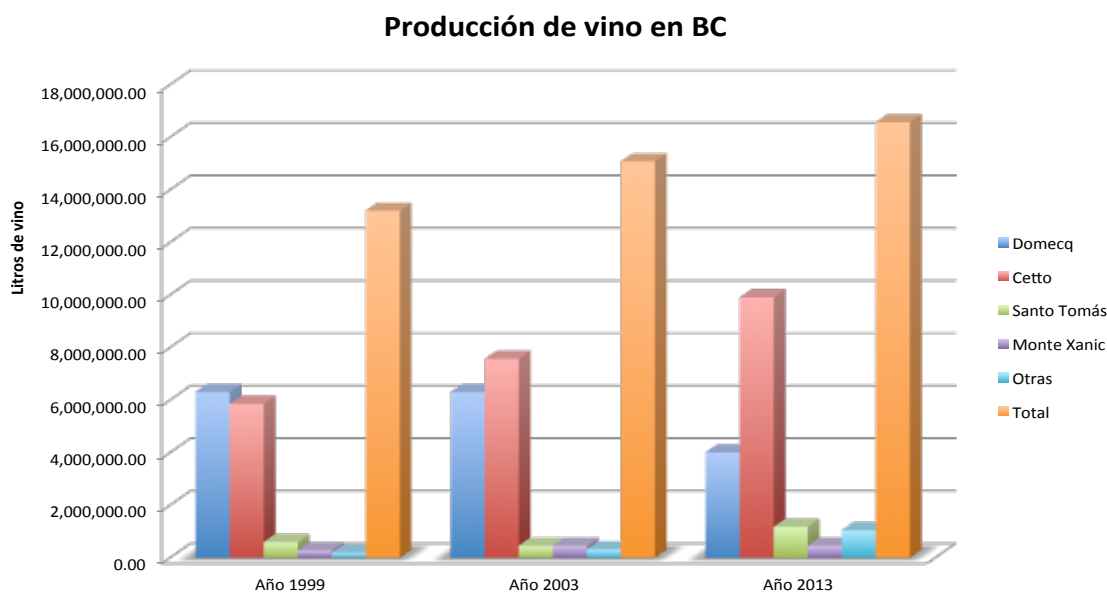


Figura 5.1. Crecimiento de la producción vinícola en Baja California (1999-2013). Fuente: *Elaboración propia, con datos del CMV 2013.*

De tal manera, se observa que a pesar de que en el período de 2000 a 2013, el número de empresas establecidas en Baja California pasa de una decena a más de 70, representando un aumento de 600 por ciento, la producción vinícola aumenta únicamente en 25 por ciento. Por lo que el crecimiento económico es mucho menor cuando se compara con el crecimiento en el número de empresas, el cual se debe principalmente a la redistribución del insumo principal: la uva. Esto significa que la estructura del sector cambia entre el año 2000 y 2013 (figura 5.2), existiendo un crecimiento total del sector que pasa de la producción de 13 millones de litros (MDL) en 1999 a 16.5 en 2013, el cual es atribuible principalmente a la empresa L.A. Cetto, la cual aumenta su producción en 4 MDL en este mismo período. El resto de las empresas aumentan su producción en casi 2 MDL, y a su vez, Domecq contrae su producción en poco más de 2.3 MDL. Los cambios porcentuales en producción total se representan en la tabla 5.3, donde, el dato más sobresaliente es el aumento de casi 500 por ciento en la producción vitivinícola de las pequeñas empresas.

Vinícola	Porcentaje de crecimiento entre 1999 y 2013
Domecq	-37%
Cetto	69%
Santo Tomás	98%
Monte Xanic	67%
Otras	459%
Total	25%

Tabla 5.3. Porcentaje de crecimiento en producción vinícola (1999 y 2013). Fuente: *Elaboración propia con datos del CMV.*

Por lo tanto, no se puede hablar de un fuerte crecimiento económico del sector vitivinícola, ya que la expansión en producción del 25 por ciento está por debajo del crecimiento nacional para el mismo período, cifrado en 31 por ciento (INEGI, 2014). A pesar de ello, los cambios en la dimensión económica no son menores, ya que resultan en una reestructuración de la base productiva, derivada de la desconcentración de la compra del insumo primario, que significó a su vez una redistribución de los beneficios monetarios generados por esta actividad.

De tal manera, puede hablarse de desarrollo económico, resultado de la capacidad del sistema de promover modificaciones cualitativas al sistema (Boisier, 2001). Estas modificaciones se reflejan en la mejora de la situación económica de varios de los grupos que conforman esa industria, así como en la inclusión de una variedad de nuevos actores, como se presentó en el capítulo 4. Es especialmente representativa la mejora económica en el caso de los viticultores, que en el año 2000 eran el grupo más vulnerable de este sector. A partir de la reestructuración del sistema se ven directamente favorecidos, en primer lugar por la mejora de las condiciones comerciales de su producto, el cual pasa de cotizarse en \$1,800.00 pesos en el año 2000 a \$7,000.00 - \$17,000.00 pesos en 2012 por tonelada de uva proveniente de cultivos de riego y de \$1,500.00 pesos en el año 2000 a \$8,000.00 -

\$11,000.00 pesos en 2012 por la tonelada de uva de temporal (OEIDRUS, 2014). Al convertir estos precios a precios constantes, el aumento del valor de la tonelada de uva es el siguiente: para uva de riego se da un incremento de entre 134 y 469 por ciento; para la uva de temporal el incremento en precios fluctúa entre 221 y 341 por ciento. Estos productores, a partir del incremento en sus ingresos, pueden empezar a industrializar parte de su producción. Así, la mayoría de los viticultores establecidos en Baja California antes del año 2000 son ahora también vinicultores (SPV, 2014).

Desarrollo Territorial

Lo sustantivo para el enfoque del desarrollo territorial es el análisis de la estructura económica y social interna al sistema y el grado de sus articulaciones para la generación o fortalecimiento de componentes que detonan este tipo de desarrollo, los cuales, de acuerdo con la propuesta teórica utilizada en el presente trabajo, son: 1. Cultura emprendedora local; 2. Mercado de trabajo local; y, 3. Sistema territorial de desarrollo, investigación e innovación.

Los componentes que detonan el desarrollo territorial deben orientarse a asegurar mejores condiciones de vida, no únicamente del empresariado que desde un inicio forma parte del sector productivo en cuestión, sino también de la población local. Debido a los alcances de esta tesis, no es posible realizar una investigación profunda sobre bienestar regional. Por lo tanto, se consideran variables alternas, que de acuerdo a la revisión teórica realizada en el presente trabajo, son factores que contribuyen a la mejora en los niveles de vida de la población local; dichas variables son la generación de nuevas empresas relacionadas directamente al sector, así como aquellos negocios conexos establecidos en las zonas vitivinícolas. Se destaca la importancia de la creación de puestos de trabajo vinculados al sector productivo que puedan ser cubiertos por la misma población local. Y

finalmente se enfatizan las acciones relacionadas a las actividades de innovación productiva y organizacional como fuente de competitividad en el sector vitivinícola.

Análisis de las acciones que incentivan o inhiben el desarrollo territorial

Cultura emprendedora local. La existencia de una cultura emprendedora local ha resultado en el establecimiento de nuevas empresas vitivinícolas (más de 60 en aproximadamente una década) y una diversidad de actividades económicas conexas al sector, vinculando de manera estrecha esta industria con otras actividades productivas primarias, tales como el sector acuícola, olivarero, y quesero; así como con empresas relacionadas al sector servicios, tales como el gastronómico, hotelero y de servicios turísticos y enológicos especializados. Por ejemplo, datos proporcionados por la SECTURE indican que en los valles vitivinícolas se han establecido entre 2000 y 2013 un total de 42 restaurantes, 27 hoteles, 5 tiendas de autoservicio, así como 6 operadoras turísticas constituidas en Baja California, cuya especialidad son los viajes enológicos. De tal manera, el sector vitivinícola pasa de la generación de 1,500 empleos directos y 4,500 empleos indirectos en el año 2000 (Villa, 2002) a 7,000 empleos directos (50 por ciento de los cuales son temporales) y 15,000 empleos indirectos en el año 2013 (CMV, 2013). Estos aspectos hacen que la valoración normalizada para 2013 sea +1.75, muy cercano a la máxima puntuación +2, por lo que en congruencia con la teoría de desarrollo endógeno se establece que la cultura emprendedora local ha sido un aspecto toral para la competitividad del sistema.

Mercado de trabajo local. Los cambios en el tejido productivo suscitados en el sistema territorial generaron, en un primer tiempo, una demanda de personal capacitado para abastecer los diferentes eslabones de la cadena de valor del vino y, en un segundo tiempo, una demanda de puestos de trabajo para firmas que se generaron en los sectores conexas. Como se muestra en la figura 5.3, las empresas instaladas han logrado encontrar a la mayor parte de sus trabajadores a nivel regional. A pesar de esto, puestos clave como: los enólogos, agrónomos y algunos puestos gerenciales de alto nivel, tienen que ser contratados fuera del estado e incluso del país. Por esta razón, debe de continuar el impulso a políticas complementarias de carácter territorial destinadas a identificar y fomentar las potencialidades productivas y de empleos existentes, tarea en la que los gobiernos municipal y estatal, pueden desempeñar un papel decisivo como promotores y facilitadores de la creación de las instituciones apropiadas para fomentar el desarrollo territorial.

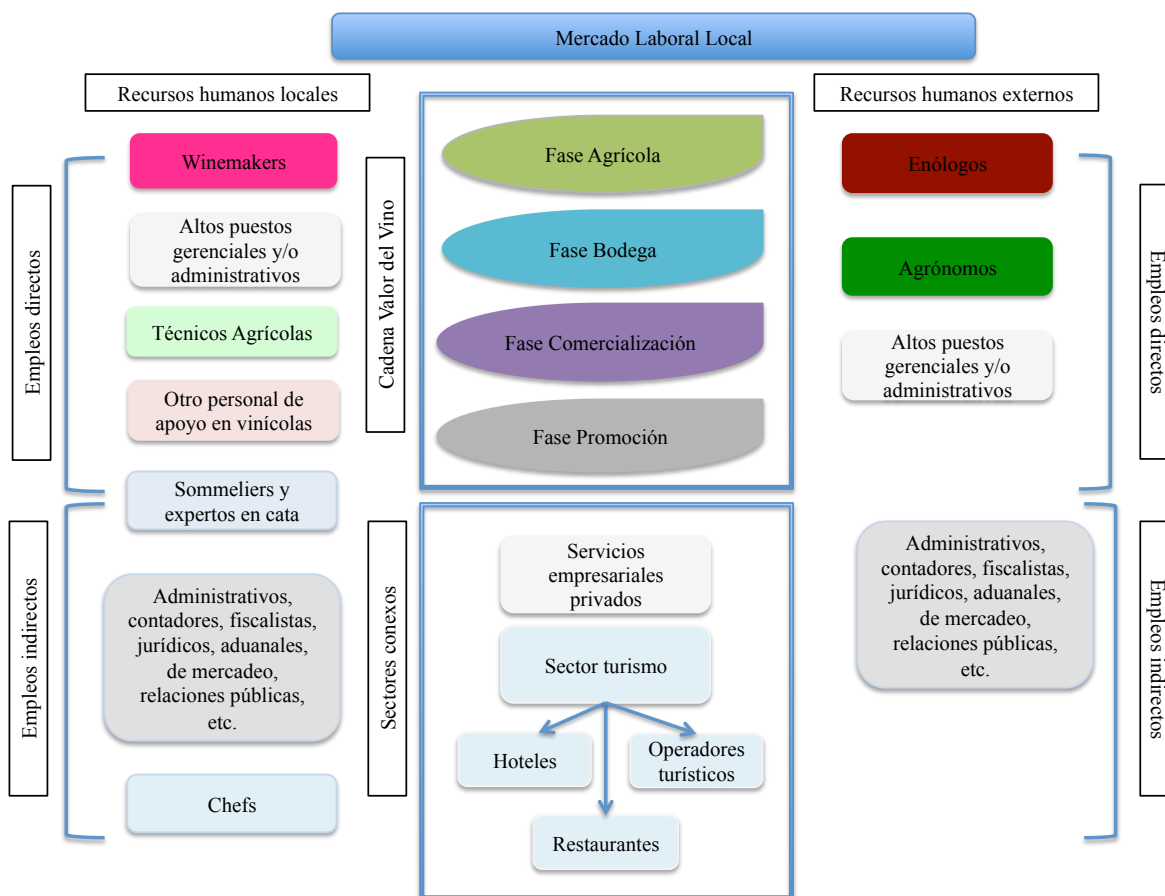


Figura 5.2. Mercado Laboral Local. Fuente: *Elaboración propia con datos obtenidos de la investigación de campo.*

A partir de estos resultados es posible afirmar que los actores involucrados han generado articulaciones y redes que han resultado en acuerdos para ofrecer respuesta a algunos de los retos y desafíos del desarrollo territorial. Así, este componente se construye y fortalece a partir de esfuerzos realizados por el empresariado local, respaldado primordialmente por actores del sector sociocultural, que derivan en la conformación de un mercado de trabajo local que actualmente da soporte a las actividades del sector en casi todos los eslabones de la cadena productiva.

El puntaje de este componente es de +0.75, lo que hace que el mercado laboral local esté a punto de convertirse en una ventaja competitiva en el sistema territorial. Sin embargo, el hecho de que algunos de los puestos clave del sector sigan sin poder cubrirse con recursos humanos locales indica una debilidad en el sistema, la cual podría aminorarse de concretar acuerdos entre el sector económico, el sector sociocultural y el

político/gubernamental para incentivar a las instituciones educativas a generar una oferta de licenciaturas y especialidades que cubran la necesidad de capacitar, a nivel local, a personas que puedan cubrir estos puestos.

Sistema territorial de investigación, desarrollo e innovación. El sector vitivinícola ha logrado vincularse con instituciones educativas y gubernamentales que promueven la investigación para el desarrollo e innovación del sector. De tal manera, existen numerosas investigaciones, tanto en ciencias sociales como en ciencias básicas, que se han enfocado en el análisis de aspectos relacionados directamente a la industria y el territorio vitivinícola, muchas de las cuales han sido utilizadas para la realización del presente estudio. Sin embargo, las mayores innovaciones en el sector no han sido tecnológicas o productivas, sino organizativas. Estas innovaciones llevaron al sector a poder reestructurarse en un período corto de tiempo, después de una crisis que pudo haber resultado en la disminución significativa de la producción vitivinícola. Así, se pasa de un modelo productivo donde prácticamente no existían los eslabonamientos verticales (Villa, 2002) a uno donde todas los eslabones de la cadena valor del vino pueden realizarse de manera independiente. En este mismo tenor, se crean redes de cooperación y redes empresariales erigidas para la comercialización y mercadeo del vino bajacaliforniano enfocado en posicionar la región a partir de medios alternativos de promoción, que impliquen una baja inversión en gastos publicitarios, pero que posicionen a Baja California, en su conjunto, como un territorio donde se producen vinos de calidad, tales como: concursos internacionales de vino, ferias y exposiciones especializadas, entre otros.

Finalmente, otra consecuencia de las innovaciones organizativas es la capacidad que han tenido los actores del sector económico de la industria del vino para generar procesos de gobernanza, a partir del apoyo social y gubernamental de esta actividad el cual se ha obtenido a partir del fortalecimiento de prácticas socioculturales desarrolladas en el período en cuestión, en torno a este sector productivo, muchas de las cuales se derivan del calendario anual de eventos del vino (ver listado en Anexo 9). Esta capacidad de gestión ha permitido la obtención de recursos públicos en beneficio del sector productivo. Sin embargo, algunas debilidades en la organización interna del sector, las cuales ya fueron

mencionadas en el capítulo 4, hacen que los temas torales para el desarrollo territorial del sector todavía sigan sin resolverse. De tal manera, se observa en la tabla 5.4 que el resultado de este componente es +0.25, representando un aspecto positivo para el desarrollo territorial, pero que todavía no puede considerarse como un factor de competitividad para el sistema.

Resultados Agregados

En lo que se refiere al avance hacia el desarrollo territorial, en este tema se observa en la columna “Total (N) 2013”, que después de sumar las acciones positivas y negativas al final de esta columna el valor es +0.92, lo cual nos indica que se marcha en dirección positiva y que en promedio, los componentes del desarrollo territorial son puntos que brindan competitividad al sistema. En la columna “Dif. 2000-2013”, de haberse realizado esfuerzos percibidos como máximos durante los 3 períodos considerados, la valoración final en esfuerzo sería equivalente a 6. En este caso, la valoración final es de 4, significando un esfuerzo de 72 por ciento. Vemos finalmente por los resultados de las últimas dos columnas, que los esfuerzos son percibidos como cien por ciento endógenos.

Ejercicio de evaluación de resultados: Desarrollo Territorial

No.	DESARROLLO TERRITORIAL	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR		FACTOR	
				2013-2000	%	EXO	END	EXO %	END %
1	Cultura emprendedora local	7	1.75	6	100%	0	6	0	100%
2	Mercado de trabajo local	3	0.75	4	67%	0	4	0	100%
3	Sistema territorial de I+D+i	1	0.25	3	50%	0	3	0	100%
	TOTAL	11	0.92	4.33	72%	0	13	0	100%

Tabla 5.4. Hechos relevantes relacionados a la generación de desarrollo territorial. Fuente: *Elaboración propia.*

Los resultados del desarrollo territorial se observan también en la expansión del territorio vitivinícola, tal como se muestra en el mapa 5.1. En primer lugar, se tiene que ahora en lugar de 4 valles, son 5 valles en los que se produce uva vinificable en Baja California; al 2013 en cada valle hay industrialización de la uva y un aumento del número de vinícolas establecidas en cada una de estas zonas productivas; finalmente, tenemos un aumento en las vinícolas que se establecen en los centros urbanos, pasando de tres a nueve firmas.

Mapa de las Zonas Productoras de Uva Vinificable en 2013



Mapa 3.2. Valles vitivinícolas en Baja California en 2013. Fuente: *Elaboración propia con datos SEFOA 2013.*

La zona del Valle de Guadalupe es, hasta 2013, la región del vino más importante en México, por ser el lugar donde se encuentran el mayor número de empresas vitivinícolas establecidas. De igual manera, es este valle el que más se ha beneficiado por la apertura de un importante número de negocios de sectores conexos (restaurantes y hoteles *boutique*), aumentando la cantidad en la oferta de servicios turísticos, así como la demanda de personal local para laborar en esta zona. Sin embargo, todavía no existe un análisis que determine la derrama económica de estos negocios en el territorio, ni el beneficio para la población que ahí reside.

Identidad Local

La capacidad de un sistema para conformar una identidad local es una condición para la endogeneidad del desarrollo (Boisier, 2001). Así, la identificación y similitudes en una sociedad, que se instituyen por diferentes patrones educativos y culturales que incluyen

la competencia para generar entendimiento y acuerdos son elementos claves para la construcción del territorio. La participación de los diferentes actores sociales en la construcción de la identidad local es imprescindible pues de esta manera el territorio adquiere la esencia de quienes la construyen. En este contexto, y de acuerdo con la propuesta teórico-metodológica presentada, los componentes que contribuyen a la conformación de identidad local son: 1. El sistema educativo y de formación de personal; 2. La generación de referentes identitarios, y 3. Acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de colaboración.

Hay que insistir en que la identidad regional no debe ser entendida como un activo preexistente en un territorio, resultado de una conjugación de factores geográficos o históricos anteriores, sino como un activo intangible que puede ser construido localmente, y que al igual que el sistema territorial, es dinámico y depende de los enlaces entre los actores que lo conforman. En este sentido, la participación de los diferentes actores sociales en la discusión de los problemas locales colabora a este proceso de construcción de identidad territorial compartida y, en suma, a la construcción social de una región o territorio. (Albuquerque y Dini, 2008:23)

Análisis de las acciones que incentivan o inhiben el desarrollo identitario

Sistema Educativo y de Formación de Personal. La capacitación de recursos humanos, según los requerimientos existentes en los sistemas productivos locales, incluye la modernización de las actividades productivas actuales, así como la incorporación de aquellas otras actividades que ofrecen posibilidades viables en el futuro inmediato. Por ello, la capacidad de poder complementar la demanda de los requerimientos reales y potenciales del tejido local de empresas y de las características del mercado de trabajo local, con una oferta de recursos humanos capacitados, es una de las principales actividades que pueden ser llevadas a cabo mediante la creación de instancias técnicas en cada territorio, de forma consensuada entre los diferentes actores locales (Albuquerque y Dini, 2008:24).

En el caso del sector vitivinícola bajacaliforniano, como ya se mencionó, en 2004 inician los cursos de producción de vino organizados por SAGARPA y SEFOA y este mismo año se inaugura “La Escuelita”. Posteriormente, la creciente demanda de personal capacitado para laborar en las vinícolas a lo largo de toda la cadena productiva da origen a la escuela de Enología y Gastronomía, la cual se funda en 2006 en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (Reglamento Escuela de Enología y Gastronomía, UABC, 2008). Esta es la primera escuela que incluye en su oferta escolar temas relacionados al sector vitivinícola. Este mismo año se abre en el *Culinary Art School* de Tijuana el diplomado en *Sommelier*, cuyo fin es la capacitación de especialistas en la cata de vino.

La evaluación hecha a estas actividades al 2013, da un resultado normalizado de +0.25, lo que indica que, aunque se ha avanzado, hay nichos de oportunidad en este renglón. Esto coincide con lo siguiente: en la figura 5.4 se representa la oferta educativa en Baja California, relacionada con la cadena valor del vino. Actualmente, sólo la Estación de Oficios y Artes Tradicionales del Porvenir (“La Escuelita”) ofrece temas directamente vinculados a la producción vitivinícola. La Escuela de Enología y Gastronomía de la UABC mostraba en su currículo una especialidad en enología, la cual se ha dejado de ofrecer en esta institución desde el año 2011. Por lo tanto, la oferta educativa en Baja California es limitada e insuficiente, haciendo que la mayor parte de los puestos para especialistas en temas de la vid y el vino se ofrezcan a personas que vienen de fuera del estado, o inclusive, fuera del país (Figura 5.4).

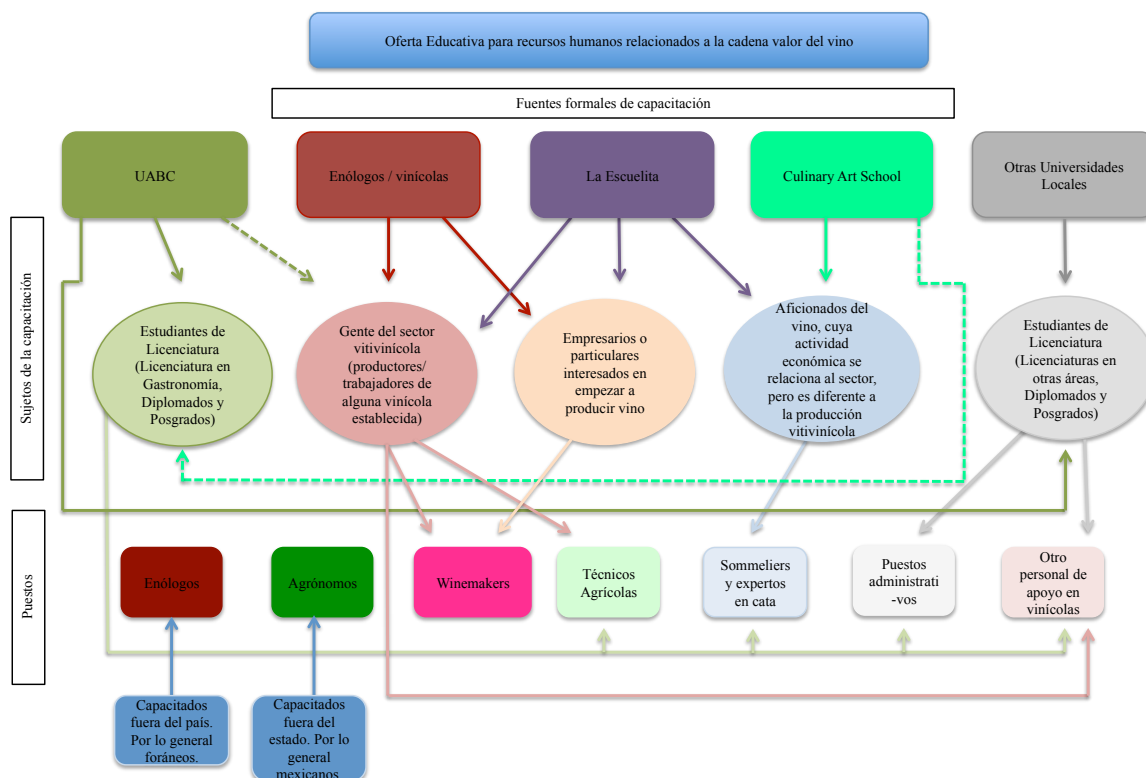


Figura 5.4. Oferta educativa: fuentes capacitación, sujetos de la capacitación, puestos. Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la investigación de campo

Por ejemplo, actualmente sólo existen tres enólogos bajacalifornianos, quienes hoy por hoy son los enólogos más jóvenes de México: Reynaldo Rodríguez (hijo), Hans Backoff (hijo) y Ludwig Hussong, todos ellos capacitados fuera del país. Asimismo, los especialistas en el manejo de los viñedos también son capacitados fuera del estado y/o del país. Sin embargo, la tendencia es que, así como se capacitan *winemakers* locales a partir de la asesoría directa con enólogos y/o a través de cursos, también se capaciten técnicos agrícolas directamente en las unidades productivas (vinícolas). De tal manera, los especialistas – ya sean enólogos, agrónomos, *winemakers* o técnicos agrícolas – tienen una posición de poder como prestadores de servicios especializados, en un territorio en el que existe muy poca competencia y no se cuenta aún con capacitación formal para cubrir las necesidades de recursos humanos en toda la cadena uva-vino en la región. Por lo tanto, las nuevas empresas tienen que capacitar a su propio personal o subcontratar a los trabajadores especializados de otras empresas. Caso contrario es el de los puestos administrativos, los cuales pueden cubrirse con la oferta de graduados de las diferentes universidades públicas y

privadas que ofrecen este tipo de licenciaturas. A pesar de esto, la percepción de los entrevistados es que se ha avanzado en este rubro.

Generación de referentes identitarios. Históricamente, en Baja California, y sobre todo en Ensenada, ha existido una asociación de la producción vitivinícola como parte de la identidad regional. Esto es resultado, en gran parte, de la promoción de una las primeras empresas vinícolas nacionales: Bodegas de Santo Tomás (Arriola, 1996). A finales del siglo pasado, derivado del desarrollo del sector vitivinícola, aunado a un creciente calendario anual de actividades socioculturales en torno al sector, esta identificación de la sociedad bajacaliforniana con la producción vitivinícola ha ido permeando no sólo a nivel regional, sino también a nivel nacional, acrecentándose la percepción de que Baja California es *la* zona del vino en México. De tal manera, la evaluación de acciones llevadas a cabo para detonar este indicador dan un valor normalizado para el 2013 de +1.5 aspecto que nos dice el importante avance en esta dirección, así como el hecho de que se pueda considerar a la generación de referentes identitarios como un aspecto que brinda competitividad al sistema.

Tal como se presentó en el capítulo 4, existen una serie de referentes identitarios concretos que evidencian la apropiación de la imagen de Baja California a nivel regional y nacional como un estado productor de vino. Un dato que no se presentó en ese apartado, pero que es interesante en cuanto a la identificación social de la población bajacaliforniana con la producción de vino, es el consumo per cápita de este producto dentro del mismo estado. Datos proporcionados por el Sistema Producto Vid indican que poco más del 40% del consumo total del vino bajacaliforniano se realizan en el propio estado, otro 40% en la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM) y el resto se destina a la comercialización en otras entidades federativas y a la exportación. De acuerdo con estos datos, podemos calcular que el consumo es de casi 1.9 litros per cápita de vino bajacaliforniano consumido en Baja California; contra 0.33 litros per cápita de vino bajacaliforniano consumido en la ZMVM. Esto se relaciona directamente a la identificación social con dicho producto, que lo considera ya un producto regional, el cual se complementa, además, con el movimiento gastronómico surgido de manera paralela al desarrollo del sector vitivinícola, en el cual se

ha buscado destacar en la cocina regional el consumo de productos locales, entre los cuales se encuentra por supuesto el vino (Plascencia, Javier, entrevista, 2013).

Acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de colaboración. La frecuencia de los contactos diarios entre las personas y la pertenencia a la misma localidad y al mismo sector, acentuando la comunión de valores y de intereses, facilita el intercambio de informaciones y de experiencias. Así, las organizaciones toman un papel central en el desarrollo a partir de la construcción de acuerdos y la colaboración, donde el punto crítico de esta situación es evitar la desorganización, lo cual no tan sólo causa ineficiencia sino que además es un factor que inhibe los procesos de aprendizaje y mejora (Dini, 2010).

De tal manera, vemos que la facultad de organización al interior del sector vitivinícola bajacaliforniano ha generado un ambiente que ha hecho posible la creación de agrupaciones que permiten influir en la sociedad y gobierno para la toma de decisiones favorables al sector y la generación de actividades para el crecimiento y apoyo interno del sistema. Acciones en esta dirección llevaron a la creación de organizaciones como: la asociación de vitivinicultores de Baja California (AVBC), las Cofradías del Vino de Ensenada, Tijuana y Mexicali, el Comité Provino, A.C, el Sistema Producto Vid. Asimismo, surgen diversos grupos de trabajo que se organizan para colaborar en diferentes aspectos de la cadena de valor del vino, así como importantes lazos de colaboración con otros sectores conexos. El resultado de la consulta a expertos sobre la percepción que tenían sobre el valor de estas actividades fue, igual que el punto anterior, de +1.5. Indicando que la organización del sector es también considerado como otra fuente importante de competitividad en el sistema.

Resultados Agregados

En la tabla 5.5 se presentan los resultados agregados que, de acuerdo con a la consulta a expertos, contribuyeron a la conformación de identidad local. De presentarse el máximo esfuerzo en cada rubro, la valoración final sería de +18. Sin embargo, la valoración

final es de +13, representando un esfuerzo del 72 por ciento, donde las acciones son únicamente endógenas.

Ejercicio de evaluación de resultados: Identidad Local

No.	DESARROLLO TERRITORIAL	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR		FACTOR	
				2013-2000	%	EXO	END	EXO %	END %
1	Sistema educativo y formación de personal	1.00	0.25	3	50%	0	3	0	100%
2	Generación de referentes identitarios en torno al sector productivo	6.00	1.50	5	83%	0	5	0	100%
3	Acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de participación	6.00	1.50	5	83%	0	5	0	100%
	TOTAL	13.00	3.25	4	72%	0	4	0	100%

Tabla 5.5. Componentes relacionados a la generación de identidad local. Fuente: *Elaboración propia.*

En la tabla precedente es posible observar que se requiere mejorar la oferta educativa y de formación de personal para convertir este rubro en una competitividad más del sistema. De esta manera, las políticas públicas municipales y estatales activas, que se han instaurado para la identificación de las potencialidades productivas territoriales, deben de complementarse con otras políticas que fomenten a las instituciones educativas públicas y privadas a generar oferta de capacitación a recursos humanos que puedan cubrir la demanda de recursos humanos para sectores con fuertes lazos con el territorio, tales como el de la producción de vino.

5.3. Ventajas y desventajas competitivas del sector

Estos resultados permiten observar cuáles son los aspectos que brindan competitividad al sistema, y qué factores actualmente inhiben el desarrollo generado en torno al sector vitivinícola bajacaliforniano. Dichos elementos pueden clasificarse como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del sistema (Porter, 1999). Una vez identificadas las fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades existentes en el 2013, es posible contrastar los resultados con el análisis FODA realizado por Villa (2002), para el sistema local productivo vitivinícola y, de tal manera, corroborar los avances sostenidos por el sector en lo que a la construcción de competitividad se refiere.

En el trabajo realizado por Villa (2002), la identificación de las fortalezas y debilidades del sistema productivo toma en cuenta la forma de organización de la producción, las redes de cooperación, los recursos internos, y aspectos socioculturales tales como: *historia, entornos de confianza – capital social-, sentimientos identitarios y conocimiento* (Villa, 2002:148). Para identificar las oportunidades y amenazas se toman en cuenta aspectos relacionados al entorno institucional y legal. Así, dado que el análisis realizado en el presente trabajo toma en cuenta los mismos aspectos, se propone que es posible realizar una comparación de ambos resultados.

Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades: un análisis comparativo entre el 2002 y el 2013

En 2002, una de las principales fortalezas identificadas era la estrategia de los empresarios de las vinícolas establecidas de funcionar como un sistema local productivo,⁵² *basado en las redes de cooperación interempresariales* con la finalidad *de producir vino de alta calidad* (Villa, 2002:149). De acuerdo con la autora, a partir de este sistema se construyen recursos intangibles tales como el conocimiento, la especialización regional y una atmósfera de confianza entre los empresarios de las diez empresas existentes en el territorio en aquella época. En la actualidad, el sistema local productivo se complejiza a partir de la introducción de nuevos actores y el aumento del número de empresas y su heterogeneidad.⁵³ Asimismo, el objetivo de funcionar como sistema no se limita a la producción de vino de calidad, por el contrario, se crea una agenda consensuada por los participantes económicos del sector,⁵⁴ en la que se plasman las prioridades tanto económicas, como socioculturales de la vitivinicultura como industria. Al igual que en el 2002, el entramado de relaciones establecidas entre los actores económicos continúa siendo una fortaleza en el sistema, pero, a diferencia de lo que sucedía en el 2002 donde

⁵² En el presente estudio, el sistema local productivo al que se refiere la autora está representado en la dimensión económica del sistema.

⁵³ En 2002, las 10 empresas eran en su mayoría proyectos complementarios de empresarios cuyas actividades económicas principales eran diferentes a la producción vitivinícola. Actualmente, el origen de los emprendedores vitivinícolas es diverso: viticultores, agricultores, doctores, abogados, entre otros, y en muchos casos la empresa vitivinícola es la actividad económica principal del propietario.

⁵⁴ Esta agenda se plasma en el Plan Rector del Sistema Producto Vid.

únicamente existían redes de colaboración horizontales, en el 2013 una de las fortalezas del sector reside en la capacidad que ha tenido el sistema para fortalecer las redes horizontales y generar redes verticales a lo largo de toda la cadena valor del vino.

Otra fortaleza actual del sector es la cultura emprendedora local, que tal como se vio en el apartado anterior, ha resultado en el establecimiento de nuevas empresas vitivinícolas y una diversidad de actividades económicas conexas a la industria del vino, vigorizando el desarrollo territorial. Asimismo, son fortalezas actuales la generación de referentes identitarios y los acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de colaboración, los cuales han ido modificándose para dar cabida al creciente número de actores que se relacionan directa o indirectamente con el sector vitivinícola, logrando mantener otra de las fortalezas identificadas en el 2002, que son la confianza y reciprocidad entre los actores económicos, lo que en este período analizado ha sido uno de los factores principales que ha facilitado la acción colectiva del sector.

En cuanto a las debilidades del sector, Villa (2002), identifica entre las principales la falta de personal calificado, los escasos encadenamientos verticales, la ausencia de institutos de educación especializados y las asimetrías en el sistema de cooperación. Al respecto, como ya se explicó en el apartado anterior, el mercado laboral local se ha transformado y actualmente está cubriendo casi todas las necesidades del sector productivo, con excepción de los puestos de enólogos y agrónomos. Esto es resultado de la socialización de la información sobre la producción de vino, el establecimiento de escuelas y especialidades relacionadas al sector y la capacitación del propio personal al interior de las empresas. Sobre las asimetrías en el sistema de cooperación, a decir de los entrevistados, éste es un tema que se ha logrado superar, derivado del aumento en el número de empresas vitivinícolas establecidas y a la creación de nuevas organizaciones en el sector que ofrecen una diversidad de oportunidades de representación y participación para la mayoría de los actores del sector.

Contrario a las debilidades, que son temas internos al sistema productivo, las amenazas son factores externos al sector, pero que lo afectan de manera directa. Los

principales factores identificados bajo este rubro en el 2002 son aún un tema sin resolver, entre los cuales se mencionan: la competencia de los vinos de importación derivada de los tratados de libre comercio, la indefinición oficial de la vocación del Valle de Guadalupe, la escasez de agua, las cargas impositivas, los bajos incentivos y la poca asistencia para la exportación.

En lo que respecta a las oportunidades identificadas para el sector en 2002, algunas se supieron aprovechar tales como el Programa Padrino⁵⁵ y la construcción de un corredor turístico en el Valle de Guadalupe, conocido actualmente como la “Ruta del Vino”. Ahora, en 2013, las oportunidades son otras, entre las cuales se puede mencionar la reactivación de la especialidad en enología de la UABC, una mayor vinculación con los centros de investigación superior para cubrir la demanda de proyectos necesarios para detonar la productividad del sector vitivinícola en toda la cadena productiva, la reactivación de la comisión especial para el desarrollo de la vitivinicultura y de la Ley Federal de Fomento a la Industria Vitivinícola, por mencionar algunas.

5.4. Conclusiones del capítulo

En este capítulo se presentaron los resultados específicos de los enlaces entre actores económicos, político/gubernamentales y/o socioculturales, llevados a cabo durante el periodo establecido. Se analizaron dichos resultados en función de los cambios en las variables exógenas y endógenas presentadas en el capítulo anterior. Con base en este análisis se explica cómo es que a partir de las interacciones entre los participantes de cada arena se obtienen y/o fortalecen los componentes que conforman el sistema territorial competitivo demostrándose que sus dimensiones: económica, política/gubernamental y sociocultural, son interdependientes y sinérgicas. Se realiza posteriormente un análisis comparativo de las fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades existentes al principio y al final del periodo 2002-2013, donde se presenta que en la última etapa se logra un sistema local productivo complejo, una agenda definida y consensuada por los

⁵⁵ Programa sectorial impulsado por SEDECO a partir del 2002, en el que participaban varias dependencias con el fin de conformar “clusters” para consolidar el desarrollo de ciertos sectores en Baja California, entre los que se encontraba el vitivinícola.

participantes económicos del sector, con un entramado de relaciones igualmente complejo, fortalecido por redes horizontales y verticales a lo largo de la cadena de valor del vino, y aunque se tienen algunas debilidades y amenazas debidamente identificadas, se tiene un entorno propicio para salir adelante.

A partir de lo presentado en este capítulo se puede corroborar finalmente la hipótesis general de la tesis, que establece que la conformación del sistema territorial vitivinícola en Ensenada, entre 2000 y 2013, estuvo condicionada por la convergencia de intereses entre empresarios establecidos en la región y organismos gubernamentales, asociados a un grado de consensos y un número cada vez mayor de prácticas socioculturales relacionadas con esta actividad productiva. Se puede afirmar entonces que es la dimensión económica, es decir, el sector vitivinícola bajacaliforniano el que detona articulaciones que en el tiempo constituyen una unidad mayor, identificada como un sistema territorial, donde sus dimensiones: económica, política/gubernamental y sociocultural son interdependientes y sinérgicas y que dichas articulaciones se originan en la capacidad de coordinación y colaboración de los empresarios locales.

CAPÍTULO 6

Síntesis y Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue dar cuenta de cuáles fueron los elementos que determinaron la configuración actual del sistema territorial vitivinícola en Ensenada, Baja California, así como describir el papel que jugaron los principales actores locales en los procesos y mecanismos de interacción que permitieron la construcción del sistema territorial que resultó en el desarrollo de la industria del vino bajacaliforniano entre 2000 y 2013. El interés por estudiar este caso surgió una observación inicial: aparentemente, en un período relativamente corto de tiempo, acciones lideradas por empresarios locales lograron detonar mecanismos de desarrollo endógeno que resultaron en la generación de desarrollo económico y territorial, así como la generación de una identidad local en torno a esta actividad productiva. Asimismo, esta transformación estuvo acompañado de una rápida expansión de la gastronomía regional, el turismo y otras actividades que han fortalecido la identidad y la iniciativa empresarial bajacaliforniana.

Las primeras interrogantes a responder se relacionaban con el desarrollo reciente de otras regiones vitivinícolas en diferentes países, ya que era importante conocer si existen casos que se asemejen al de Baja California. Estos resultados se presentan en el capítulo 1, en el cual se resume la revisión realizada sobre investigaciones relacionadas al tema del desarrollo de zonas vitivinícolas a nivel mundial. En esta indagación se concluye en primer lugar que es difícil realizar un estudio comparativo de las condiciones del desarrollo de la vitivinicultura bajacaliforniana y la europea, dado que las condiciones históricas y la importancia de la elaboración y consumo de este producto entre ambos países es muy diferente. Por lo tanto, la orientación fue recuperar trabajos que abordan el crecimiento de zonas productoras cuyo éxito económico fuera reciente (menor a veinte años), así como la revisión trabajos sobre zonas vitivinícolas que no figuran como zonas importantes en la producción mundial, pero que han detonado procesos de desarrollo en las localidades donde se establecen.

Se destacó que en todos los casos de estudios empíricos revisados el análisis se enfoca en los procesos de interacción y generación de procesos de sinergia entre los empresarios, el sector público, las instituciones educativas y de investigación y la sociedad como determinantes para la modernización que llevó al desarrollo de esta industria en el mundo. Lo que estas experiencias de desarrollo hacen notar es que a diferencia de estos casos, donde las instituciones públicas juegan un papel central como promotoras de políticas nacionales y regionales en pro del desarrollo vitivinícola, en el caso de Baja California el actual éxito de esta actividad se da a pesar de que no existe un impulso de políticas nacionales que lo incentive. Esto reafirmó la noción de que era necesaria la perspectiva del desarrollo endógeno en tanto podía proporcionar los referentes teóricos y analíticos necesarios para entender el fenómeno a estudiar, dado que los principales promotores para la evolución de este sector estaban vinculados estrechamente al territorio y el liderazgo provenía de los empresarios locales, en lugar del sector público.

De tal manera, en el capítulo 2 se realiza una revisión de los antecedentes y los referentes teóricos del abordaje del desarrollo endógeno, así como de otras teorías que complementan aspectos que no son desarrollados en extenso por los autores de estas teorías, pero que coinciden en algunos términos relacionados a la visión de la endogeneidad y de los procesos de articulación que llevan al crecimiento y desarrollo de las regiones. A partir de esto, se plantea el esquema de operacionalización específico para el análisis de este caso empírico, explicado en el Anexo 1. Este esquema permite sistematizar la información obtenida en el trabajo de campo, mediante el cual se lleva a cabo la reconstrucción del entramado de articulaciones y redes a partir de la elaboración de arenas de acción construidas de acuerdo a las dimensiones: económica, política/gubernamental y sociocultural, acorde con los referentes teóricos propuestos en el capítulo 2 y la metodología ADI (Ostrom, 2005). De tal manera, se concluye que a partir de la complejización de los enlaces entre los actores locales en torno a un producto primario, que al procesarse se convierte en un producto con alto valor agregado, se puede llevar a cabo el recuento del proceso evolutivo del sector vitivinícola bajacaliforniano para el período establecido, contribuyendo a ilustrar las posibilidades, los alcances y los desafíos del desarrollo endógeno.

El análisis empírico inicia a partir del capítulo 3, en el cual se presenta información que demuestra que antes del año 2000 se sentaron las bases para el proceso de modernización del sector vitivinícola en Baja California. Sin embargo, el hecho de que existiera un sector productivo primario desvinculado del sector industrial, impulsado por un gran comprador derivaba en la vulnerabilidad de los productores vitícolas. En este panorama, el desequilibrio comercial del comprador monopsónico, llevó al desequilibrio de todo el sistema. Es a partir de este desequilibrio que se gestan interacciones entre los participantes de la arena de acción relacionada con la compra/venta de uva con el fin de encontrar un nuevo punto de equilibrio. Esto llevó a una etapa de transición delimitada en el presente trabajo entre el año 2000 y el 2002, dado que el equilibrio del sector se empezó a construir de manera más evidente a partir del 2003. En este capítulo se comprueba que la modificación de los elementos que estructuran un sistema detonan una serie acciones que en el tiempo lo transforman. Tal como se plantea en Ostrom (2005), en una arena de acción cuando los resultados obtenidos de interacciones específicas no son benéficos para todos los participantes, los actores que la conforman cambian sus estrategias para lograr obtener mayores beneficios.

De tal manera, este período de transición dio paso a la construcción de nuevos planos relacionales en los que los mismos participantes se desenvolvían e interactuaban. A partir de este momento se puede empezar a hablar de la construcción de un sistema territorial, basado en procesos y mecanismos de coordinación entre los actores locales, que incluyen no solo interacciones entre actores económicos, sino también interacciones entre actores del sector político/gubernamental y del sector sociocultural. Algunos de estos mecanismos de coordinación pueden ser definidos como procesos de gobernanza local, dado que uno de los resultados más relevantes fue la aplicación de una serie de políticas públicas consensuadas para el apoyo esta actividad productiva. De tal manera, lo que resulta es un esquema informal de colaboración entre el sector productivo, el sector público y la sociedad bajacaliforniana, que se continúa reproduciendo y fortaleciendo a partir de este período.

En el capítulo 4 se describe cómo estos esquemas de colaboración detonan un acelerado proceso de evolución en la industria del vino en Baja California. Este proceso evolutivo contribuye a cambios en las diferentes dimensiones que conforman el sistema. Algunos ejemplos relevantes son: el aumento de las actividades relacionadas a este sector en cada zona vitivinícola los cuales esbozan una tendencia hacia la especialización en el territorio; el hecho que entre el 2000 y 2013 se integrara un nuevo valle productivo a las zonas vitivinícolas bajacalifornianas – el valle de Ojos Negros; el que la etapa industrial de la cadena valor del vino se haya expandido a todos los valles productores de uva generado importantes multiplicadores de empleo en las regiones vitivinícolas (González y Fuentes, 2013); el fortalecimiento de las operaciones de los productores primarios, los cuales se enlazan formalmente al eslabón industrial; la flexibilidad en la organización de la producción, la cual constituye una importante fuente de competitividad del sector; la creación de articulaciones de colaboración entre el sector económico y el sector público, las cuales han detonado procesos de gobernanza a nivel local; el aumento de las prácticas socioculturales construidas en torno a este sector productivo, así como la apropiación y valoración simbólico-expresiva del territorio (Giménez, 2007), reflejada en la identificación social en torno a esta actividad productiva.

En el capítulo 5, se profundizó en hechos particulares de interacción entre las dimensiones económica, política/gubernamental y sociocultural que representaron momentos de articulación o de dislocación entre los actores y su papel en la generación de desarrollo económico, desarrollo territorial y una identidad local en torno a la actividad vitivinícola. Con base en este análisis se explicó cómo es que a partir de las interacciones entre los participantes de cada arena se obtuvieron y/o fortalecieron los componentes que conforman el sistema territorial competitivo demostrándose que sus dimensiones: económica, política/gubernamental y sociocultural, son interdependientes y sinérgicas. Se realizó posteriormente un análisis comparativo de las fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades existentes al principio y al final del período 2002-2013, donde se presentó que en la última etapa se logró un sistema local productivo complejo, una agenda definida y consensuada por los participantes económicos del sector, con un entramado de relaciones

igualmente complejo, fortalecido por redes horizontales y verticales a lo largo de la cadena de valor del vino.

Es a partir de lo presentado, que se puede corroborar finalmente la hipótesis general de la tesis, la cual establece que la conformación del sistema territorial vitivinícola en Ensenada, entre 2000 y 2013, estuvo condicionada por la convergencia de intereses entre empresarios establecidos en la región y organismos gubernamentales, asociados a un grado de consensos y un número cada vez mayor de prácticas socioculturales relacionadas con esta actividad productiva. Asimismo, se puede afirmar a partir de la información presentada que este caso de desarrollo, gestado en el entorno productivo vitivinícola, se origina en la capacidad de coordinación y colaboración de los empresarios locales.

Por lo tanto, recapitulando, en el presente trabajo se afirma que la evolución observada en el sector vitivinícola bajacaliforniano fue el resultado del surgimiento de nuevas articulaciones productivas y de colaboración, redes de cooperación y redes empresariales, sobre las cuales se sustenta el desarrollo de esta industria. Estamos definiendo a este fenómeno como la construcción de un sistema territorial competitivo, entendido como la generación o fortalecimiento de las condiciones de soporte, o componentes, que responden a las necesidades de las empresas localizadas en el territorio, mediante un entramado de relaciones entre los actores que conforman el sistema. Este entramado de articulaciones y redes se analizó construyendo arenas de acción a partir de las dimensiones propuestas por la perspectiva del desarrollo endógeno. Se demostró que este proceso generó externalidades en el territorio las cuales detonaron sinergias que permitieron obtener logros mayores a los que se hubiesen conseguido si los actores realizaran las acciones de manera aislada, y que a pesar de que no todos los componentes identificados por Albuquerque y Dini (2008) como necesarios para tener un entorno competitivo están presentes en el territorio, los actores económicos del sistema han construido competitividad a partir la organización productiva, su capacidad de innovación y, sobre todo, la velocidad de ajuste, por lo tanto estas articulaciones productivas y redes de colaboración detonaron la creación de factores competitivos dentro del sistema, así como una imagen externa y una representación interna, asociadas a un sentido de pertenencia e

identidad regional. Se concluye, por ende, que el estudio del desarrollo de la industria vitivinícola en Baja California, en el período de 2000 a 2013 comprueban que la construcción de un sistema territorial y su continuidad dependen de la existencia de enlaces dinámicos entre los actores y los componentes que lo integran.

6.1. Aspectos Teóricos y Metodológicos

Como ya se mencionó, en un primer acercamiento al caso del desarrollo de la industria vitivinícola bajacaliforniana fue evidente que los liderazgos locales tuvieron un papel principal en la evolución de este sector productivo. De tal manera, desde un inicio se planteó abordar este caso de estudio desde la perspectiva del desarrollo endógeno, dado que los referentes teóricos de este planteamiento destacan la centralidad de los factores locales como propulsores de procesos de desarrollo económico. De tal manera, para llevar a cabo el análisis de la evolución del sector vitivinícola en Baja California, en el período especificado, se realizó una revisión de trabajos empíricos y teóricos que pudieran aportar al planteamiento de investigación de la presente tesis. Debido a ciertas particularidades del caso de estudio, tales como el corto período de transformación del sector, el que todas las empresas que lo conforman sean de primera generación y el hecho de que existió la posibilidad de obtener información de fuentes directas, fue evidente que era necesario proponer un marco analítico específico que permitiese operacionalizar los referentes teóricos del desarrollo endógeno, pero dando centralidad a la recuperación de fuentes directas de la información sobre los procesos y mecanismos de convergencia entre sector empresarial, sector público y sector social, en torno a esta actividad productiva. Después de varias aproximaciones, se llega al marco metodológico para el Análisis y Desarrollo Institucional, formulado por Ostrom (2005), el cual permitió observar el fenómeno como un sistema que incluye diferentes dimensiones, mecanismos, procesos y temporalidades.

Para complementar este marco metodológico se utilizaron teorías intermedias, tales como la teoría de aglomeraciones productivas, sistemas territoriales, redes, competitividad y gobernanza. Es así como se construyó un marco analítico y una estrategia metodológica específica, apoyados en varias disciplinas sociales para describir y explicar el fenómeno en

cuestión. Esto implica en todo momento analizar un objeto dinámico, al mismo tiempo que se identifican y describen las etapas del proceso de su configuración. Como resultado se plantearon varios esquemas de sistematización de la información, a partir de los cuales se realizan también inferencias teóricas sobre los procesos de desarrollo endógeno.

El primero de estos esquemas es el presentado en la figura A.2., en el cual se plantea que un sistema territorial puede ser analizado clasificando los componentes y las interacciones observadas de manera empírica de acuerdo a las dimensiones provistas por el abordaje de desarrollo endógeno, esto es la dimensión: económica, político/gubernamental y sociocultural. Asimismo, en el esquema se destaca que dichas dimensiones son interdependientes y que la intersección entre estas resultados en fenómenos específicos, los cuales se clasificaron en el presente trabajo como: desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local.

Los componentes que conforman las intersecciones entre cada dimensión se obtienen de la propuesta de Albuquerque y Dini (2008) (figura 2.3) y se clasifican de acuerdo a las dimensiones que predominan en su generación y/o fortalecimiento, aun cuando todas las dimensiones influyen en alguna medida en cada uno de los componentes identificados como se presenta en la figura A.3. Con el fin de profundizar en el análisis de la obtención o fortalecimiento de dichos componentes se utilizó el método de consulta a expertos. Para tal efecto, se diseñó un cuestionario en el que se captó la percepción que tenían los encuestados sobre la importancia de cada una de las acciones destacadas en las entrevistas semiestructuradas como hechos clave en el desarrollo de la industria del vino en Baja California. Para facilitar la sistematización de la información se asignaron valores a los componentes analizados, concluyendo que existen, de acuerdo a estas valoraciones, aspectos que aportan o restan competitividad al sistema. Finalmente, estas valoraciones de competitividad se contrastaron a través de un análisis FODA (Porter, 1999) comparativo entre el año 2002 (Villa, 2002) y el año 2013, corroborando los resultados de la valoración realizada a partir de los cuestionarios aplicados.

Por lo tanto, se plantea que la metodología propuesta en este trabajo puede ser

utilizada para la operacionalización de las teorías de desarrollo endógeno, en las que se exige un acercamiento sistémico a la realidad, como resultado de la imposibilidad de establecer causalidades lineales entre las variables estudiadas. De tal manera, se considera que otros casos de aglomeraciones productivas con fuertes lazos al territorio, como es el caso de las aglomeraciones relacionadas al sector primario o agroindustrial, podrían ser analizados utilizando este marco, mediante el cual valdría ilustrar las especificidades particulares de su éxito o fracaso en la detonación de procesos y mecanismos de desarrollo en torno a diferentes actividades productivas concretas, ya que esta metodología permite observar la construcción de un sistema territorial, analizando las articulaciones entre actores y componentes que han derivado en el fenómeno observado.

6.2. Panorama futuro de la industria vitivinícola en Baja California

En la actualidad, al hacer referencia a México, existen numerosos elementos que hacen a su identidad, empero, a nivel mundial el vino todavía no figura entre ellos. Sin embargo, existe reconocimiento internacional de que este país tiene el potencial **para consolidarse como un importante polo de consumo (ICEX, 2013)**. A pesar de que México es un consumidor relativamente nuevo en el mercado del vino, la tendencia es que las compras de este producto en el mercado nacional van a la alza, aspecto que podría beneficiar a los productores nacionales en caso de promoverse los cambios necesarios para mejorar la competitividad de este sector, que permitan un crecimiento similar al del consumo, el cual – se predice – se triplicará en los próximos 6 años⁵⁶. De lo contrario, los vinos nacionales se verán desplazados por los productos importados que compiten en este mercado, tanto en calidad como en precio. Consecuentemente, es necesario fortalecer los componentes que permitan que el sector vitivinícola local y nacional se beneficie de estas tendencias.

En lo que a la vitivinicultura en Baja California respecta, los actores del sector vitivinícola deberán continuar trabajando de manera unida para que, a través de acciones

⁵⁶ Declaraciones de Ramón Velez, director del Consejo Mexicano de la Vitivinicultura, publicado e <http://www.manufactura.mx/industria/2013/07/09/crece-consumo-de-vino-en-mexico>. Consultado el 20 de junio de 2014.

consensuadas, se puedan eliminar o mitigar las debilidades y amenazas que actualmente aquejan al sector y que ponen en peligro el avance de su desarrollo. Los principales obstáculos a los que se enfrenta el sector en el futuro inmediato, y que deberán ser abordados por todos los actores que conforman el sistema (económicos, político/gubernamentales y socioculturales), son: la lucha por el agua, la vocación de la tierra y la creciente competencia internacional en el mercado local. De no encontrarse soluciones económicamente viables y ambientalmente sustentables para la resolución de estos temas, el futuro del sector vitivinícola en Baja California es incierto.

Al interior del sector, en el mediano plazo, los actores deben de tomar acciones para promover el acceso local de algunos de los insumos, tanto primarios como industriales, para la producción vitivinícola, es decir, promover los eslabonamientos productivos y comerciales. También se deben de implementar acciones dirigidas a la generación de economías de escala: en la adquisición de insumos, la comercialización y el mercadeo. En el mediano/largo plazo se debe considerar el establecimiento de un organismo privado, independiente, mediante el cual se puedan establecer y verificar la ejecución de estándares y protocolos de calidad en la producción, a lo largo de toda la cadena de valor. Esto podrá asegurar que la imagen externa del sector en conjunto no se vea perjudicada por las prácticas productivas de particulares. Asimismo, es necesario mejorar los procesos para la resolución de conflictos al interior del sistema productivo, los cuales perjudican el grado de organización y participación de los miembros de esta industria y potencialmente pueden ser causal de la pérdida del capital social y político ganado por este sector.

Al exterior del sector es importante promover una mayor vinculación con el medio académico, ya que como se observó en los estudios empíricos sobre el desarrollo de otras zonas vitivinícolas en el mundo, es sólo a partir de estudios científicos serios que puede ser posible adoptar estrategias y desarrollar políticas públicas que hagan frente a las amenazas existentes para la industria del vino. En este aspecto, además del problema de los recursos hídricos de los valles vitivinícolas, derivado del crecimiento poblacional, se tiene también el escenario del cambio climático. Esto se relaciona con la presencia de las tres enfermedades más comunes en los viñedos: la podredumbre gris, las cenicillas y la

uncinula necátor (Cavazos, 2012); otro aspecto a considerar, en cuanto a la relación de la industria con su entorno, es la necesidad de mejorar la integración de la población de los valles vitivinícolas a las actividades económicas derivadas de la industria del vino, el apoyo a la conformación de proyectos complementarios o conexos al sector vitivinícola y la conservación y respeto a los pobladores y territorios indígenas aledaños a las zonas vitícolas.

En resumen, el panorama futuro del sector vitivinícola depende de variables internas y externas al sistema productivo y territorial, empero, es importante reconocer que su desarrollo futuro está ligado, fundamentalmente, a la fuerza de los actores económicos. Estos deberán ser promotores y custodios del capital social que han ganado debiendo colaborar en forma directa o cercana con los actores del sector público, académico y en general con la sociedad local, para lograr que las condiciones de fortaleza actuales se mantengan. Así, aprovechando el hecho de que se ha logrado una interiorización del territorio vitivinícola, integrándose al sistema cultural de una parte significativa de los habitantes en Baja California, impulsar a todos los actores que lo conforman a potenciar su *momentum*, de tal manera que se pueda continuar con un crecimiento ordenado, que permita el desarrollo sustentable y sostenible de esta importante actividad productiva.

6.3. Futuras investigaciones

Debido a los alcances de esta tesis, no se ha podido profundizar en varios temas que considero permitirían mejorar el entendimiento sobre algunos de los procesos y mecanismos específicos mencionados en este trabajo. Entre estos se destacan los siguientes:

- Perfiles y roles de algunos líderes empresariales en el territorio vitivinícola;
- Procesos de coordinación entre el sector económico y sector público en la dirección y organización de las metas, objetivos, recursos, formas de distribución y regulación social en el territorio vitivinícola: hay permeabilidad entre el sector público y el privado? Qué procesos específicos pueden clasificarse como gobernanza?

- Los mecanismos internos de participación y representación en las organizaciones vitivinícolas.
- El costo del capital para los productores vitivinícolas.
- Información cuantitativa para la generación de estadística sobre las empresas vitivinícolas: 1) Tamaño de la empresa: empleados, perfiles y salario promedio; 2) Tipo de propiedad de la tierra (ejidal, propiedad privada, arrendamiento); 3) Proyecciones de crecimiento en producción vitivinícola en el corto, mediano y largo plazo; 4) Tipo de empresa por miembros de la asociación (familiar o de inversionistas); 5) Actividades por empresa (primaria, industrial y de servicios); 6) Tipo de producción vinícola (artesanal o tecnificada). 6) Encadenamientos productivos: proveedores de insumos primarios, proveedores industriales, equipamiento y construcción. 7) Montos totales de inversión privada en el sector.

BIBLIOGRAFÍA

ACIL, 2002, *Pathways to Profitability for Small and Medium Wineries*. Canberra: ACIL Consulting Pty. Ltd. Comisionado por el *Commonwealth Government*.

Aghón, Gabriel *et al.*, 2001, *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*, Santiago de Chile, Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Aguilar, Luis F., 2007, *El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza*. Publicado en la Revista del CLAD Reforma y Democracia. No. 39. (Oct. 2007). Caracas, Venezuela.

Albuquerque, Francisco y Dini, Marco, 2008, *Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial*, España, Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (Washington DC) e Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria, Universidad de Sevilla.

Anderson, K., 2000, *Export-Led Growth Lessons from Australia's Wine Industry*. Canberra: Rural Industries Research and Development Corporation.

Anderson, K., 2001, *The globalization and regionalization of wine*, Adelaide University Discussion Paper, 0125, sin pie de imprenta.

Anderson, K. *et al.*, 2003, *Globalisation of the World's Wine Markets*, The World Economy 26 (5), Pag. 659–687.

Anderson, K. y Norman, D., 2001, *Global Wine Production, Consumption and Trade, 1961 to 1999: A Statistical Compendium*. Adelaide: Centre for International Economic Studies. Sin pie de imprenta.

Arriola, Héctor, 1996, *Apuntes de un Cofrade*, Ensenada, B.C. Sin pie de imprenta.

ASOCAM, 2007, *Políticas públicas para la promoción del desarrollo económico territorial. Una aproximación desde la práctica*. Serie Reflexiones y Aprendizajes. Elaborado por: Artemio Pérez Pereyra a partir de las reflexiones del X Seminario Latinoamericano ASOCAM 2007.

Aubad, Rafael, 2005, *Competitividad territorial y gestión empresarial en apoyo al desarrollo territorial - Estudio de Caso – Perú*, [Versión electrónica] en <http://www.proantioquia.org.co/publico/File/competitividad.territorial.peru2005.doc>, Consultado el 10 de Julio de 2011.

Aydalot, Philippe, 1986, *Milieux innovators en Europe*. París, GREMI.
Becattini, Giacomo, 1979, *Del sector industrial al distrito industrial*, Revista de economía y política industrial nº1, Pag. 1-8.

Aylward, D.K., 2003, *A documentary of innovation support among new world wine industries*, Journal of Wine Research 14 (1), Pag. 31–43.

Becattini, Giacomo, 2004, *Del distrito industrial marshalliano a la “teoría del distrito” contemporánea. Una breve reconstrucción crítica*, Investigaciones Regionales 1. Sección Artículos.

Becattini, Giacomo y Rullani, Enzo, 1996, *Sistemas productivos locales y mercado global*, ICE Revista de Economía, nº 754.

BID, 2012, Estudio de Caso en Desarrollo Económico Local: *El sector vitivinícola de la Provincia de San Juan: diversificación, orientación exportadora y después*, Sin pie de imprenta.

Boisier, Sergio, 2001, *Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando?*, Rosario, Argentina, en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Editores. Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens.

Brunori, G. et al., 1990, *L'agricoltura in un comprensorio industriale e turistico*, Livorno: Provincia di Livorno, sin pie de imprenta.

Brunori, G. y Rossi, A., 2000, Synergy and Coherence through Collective Action: Some Insights from Wine Routes in Tuscany Sociologia Ruralis, Vol 40, Number 4, October 2000 Pag. 408-423, Blackwell Publishers.

Bustos Cara, Roberto, 2002, *Cambios en los Sistemas Territoriales. Actores y Sujetos Entre la Estructura y la Acción. Propuesta teórico-metodológica*, Bahía Blanca, en II Jornadas interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense.

CEPAL, 2000, *Desarrollo Económico Local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*, Santiago de Chile, Proyecto Regional de Desarrollo Económico Local y Descentralización.

CEPAL, 2001, *Una década de luces y sombras, América Latina y el Caribe en los años noventa*, Bogotá D.C., Alfaomega.

Cerutti, Mario y Rivas, Eva, 2012, *Especialización agrícola e innovación tecnológica en el norte de México. La comarca de La Laguna en vísperas de la reforma agraria (1920-1936)*, en *Anuario CEEED*, No 4 – Año 4, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, 2012. pp. 57 - 109.

Christaller, Walter, 1933, *Central Places in Southern Germany*, New Jersey, trans. C. W. Baskin (Englewood Cliffs, NJ, 1967). Primera publicación en 1933.

Corona Páez, Sergio Antonio, 2005, *La Comarca Lagunera. Economía y fe en la configuración de una mentalidad multicentennial*, Torreón, Universidad Iberoamericana.
Corona, Sergio, 2009, *El Valle de Parras y el desastre de la filoxera, 1870-1910. Génesis y*

consolidación de una empresa vitivinícola en tiempos de crisis Mundo Agrario, Vol. 9, n° 18, primer semestre de 2009. ISSN 1515-5994 Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro de Estudios Histórico Rurales.

Coase, Ronald H., 1937, *The nature of the firm*, Economica, New Series, Volumen 4, Ejemplar 16, Noviembre 1937: 386-405.

Cusmano, L *et al.*, 2009, *Catching up Trajectories in the Wine Sector: A comparative study of Chile, Italy and South Africa*, American Association of Wine Economists, no. 34, Marzo 2009.

Dawkins, Casey J., 2003, *Regional Development Theory: Conceptual Foundations, Classic Works, and Recent Developments*, Journal of Planning Literature, Noviembre 2003, 18(2):131-172.

Dini, Marco, 2010, *Competitividad, Redes de Empresas y Cooperación Empresarial*, Santiago de Chile, Serie gestión pública 72. CEPAL. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), octubre de 2010.

Dirven, Martine, 2006, *Acción Conjunta en los Clusters: entre la teoría y los estudios de caso*, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, CEPAL. A ser presentado en el Seminario Internacional "Territorios rurales en movimiento", Santiago, 23 a 26 de abril 2006.

Dixit, Avanish K., y Stiglitz, Joseph E., 1977, *Monopolistic competition and optimum product diversity*, American Economic Review 67, 3: 297-308.

Etzkowitz, Henry, 2003, *Innovation in innovation: The triple helix of university-industry-government relations*, Social Science Information, 42, Pag. 293-337, sin pie de imprenta.

Etzkowitz, Henry, 2008, *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. New York: Routledge.

Etzkowitz, Henry y Dzisah, James, 2008, *Rethinking development: Circulation in the Triple Helix*, *Technology Analysis and Strategic Management* 20:6, Pag. 653-666, sin pie de imprenta.

Faesler, Carla. y Cerón, Rocío, 2003, *El Vino Mexicano. Raíz, Sarmiento y Frutos*, México, D.F., Editorial Revimundo.

Farinós, Joaquín, 2006, *La estrategia territorial europea en el nuevo paradigma de territorialidad*, Barcelona, en Torroja y Camagni (Coordinadores), 2006. Una nueva cultura del territorio: criterios sociales y ambientales en las políticas de gobierno y del territorio. Colección Territorio y Gobiernos. Edición Diputació de Barcelona.

Font Playán, Isabel, *et al*, 2009, *La industria vinícola mexicana y las políticas agroindustriales: panorama general*, Revista RedPol 2, *Crisis internacional, su impacto en*

México. *Políticas públicas para enfrentarla*. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, sin pie de imprenta.

Friedmann, John y Weaver, Clyde, 1979, *Territory and function: The evolution of regional planning*, Berkeley, University of California Press.

Fujita, Masahisa, *et al.*, 1999, *The spatial economy: Cities, regions, and international trade*. Cambridge, MA, MIT Press.

Garófoli, Gioacchino, 1986, *Modelos Locales de Desarrollo*, en Estudios Territoriales, No. 22.

Garófoli, Gioacchino, 1995, *Desarrollo económico, organización de la producción y territorio*, Madrid, en A. Vázquez Barquero y G. Garófoli (editores). *Desarrollo Económico Local en Europa*, Colegio de Economistas de Madrid, Colección Economistas Libros.

Giménez, Gilberto, 2007, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México D.F., CONACULTA/Instituto Mexiquense de Cultura.

Giuliani, Elisa *et al.*, 2011, *Innovation and Technological Catch-Up: The Changing Geography of Wine Production*. Northampton, MA: Edward Elgar.

Heanue, Kevin y Jacobson, David, 2008, *Embeddedness and Innovation in Low and Medium Tech Rural Enterprises*, Irish Geography, Vol 41. No. 1, 113-137

Henderson, J. Vernon, 1974, *The Sizes and Types of Cities*, American Economic Review 64, 4: 640-56.

Hirschman, Albert, 1958, *The strategy of economic development*, New Haven, Yale University Press.

Hoover, Edgar M., y Fisher, Joseph L., 1949, *Research in Regional Economic Growth. In Problems in the Study of Economic Growth*, New York, National Bureau Committee on Economic Research.

Korten, David, C., 1990, *Getting to the 21st Century: Voluntary Action and the Global Agenda*, West Hartford, CT: Kumarian Press.

Krugman, Paul, 1991, *Geography and trade*, Cambridge, MA, MIT Press.

Lacoste, Pablo, 2006, *Viticultura y política internacional: el intento de reincorporar a Mendoza y San Juan a Chile (1820-1835)*, Instituto de Historia Pontificia Universidad Católica de Chile, Historia N° 39, Vol. I, enero-junio 2006: 155-176, ISSN 0073-2435

Lall, Sanjaya y Teubal, Morris, 1998, "Market-Stimulating" Technology Policies in Developing Countries: A framework with Example from East Asia, en *World Development* Vol.26, N° 8, pp. 1369-1385.

Lara, Giselle, 2013, [Tesis de Maestría] *The Argentine Wine Industry: Creating New Spaces for Coordination?*, Simon Fraser University, sin pie de imprenta.

Lastres, Helena y Cassiolato, José Eduardo, 2005, *Innovation systems and local productive arrangements: New strategies to promote the generation, acquisition and diffusion of knowledge*, Innovation, Management, Policy and Practice, Vol 7 (2/3).

Latella, Francesco, 1997, *The Government of Regional Policies in the presence of Complexities*, Messina University, Italia.

Lewis, Arthur, 1955, *The Theory of Economic Growth*. Londres, George Allen & Unwin.

Lorentzen, J., 2009, *The geography of innovation in South Africa: a first cut*, International Journal of Technological Learning, Innovation, and Development 2 (3), Pag. 210–229.

Lösch, August, 1954, *The Economics of Location*, New Haven, CT, 2da ed., trans. W. H. Woglom con el apoyo de W. F. Stolper, 1954. Primera publicación en 1940.

Loubere, L. A., 1990, *The Wine Revolution in France*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Magoni, Camilo, 2009, *Historia de la Vid y el Vino en la Península de Baja California*, Tijuana, B.C., Publicado por Universidad Iberoamericana.

Maillat, Denis, 1995, *Territorial Dynamic, Innovative Milieu and Regional Policy*. En Entrepreneurship & Regional Development, 7. Ed. Taylor & Francis. Ltd.

Marsh, I., y Shaw, B., 2000, *Australian Wine Industry: Collaboration and Learning as Causes of Competitive Success: Australian Wine Industry*, sin pie de imprenta.

Marshall, Alfred, 1938, *Principles of Economics*, Nueva York, Volumen I, 8va edición, Ed. MacMillan, primero publicado en 1890, Londres.

Martinez Pellegrini, Sarah, [tesis doctoral], 2006, *Sistemas productivos locales e integración económica: el caso de Baja California, México*, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, Sin pie de imprenta.

Matesanz Gómez, David, 2008, *II. La economía regional*, Técnicas Sociohumanísticas.Iº Ciclo de Formación Virtual. Bloque de Formación de Fundamento: Desarrollo Local, Eje Nº 1 Regionalismo y desarrollo, sin pie de imprenta.

McDermott, Gerald A., et al., 2009, *Public-Private Institutions as Catalysts of Upgrading in Emerging Market Societies*. Academy of Management Journal, 52, 6:1270-96.

Moncayo Jiménez, Edgar, 2002, *Nuevos enfoques teóricos, evolución de las políticas regionales e impacto territorial de la globalización*, Santiago de Chile, ILPES, Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional, Publicación de las Naciones Unidas.

Morgan, Peter, 2006, *The Concept of Capacity: Capacity, Change and Performance*, Maastricht, European Centre for Development and Policy Management, sin pie de imprenta.

Morrison, A. y Rabellotti, R., 2007, *The role of research in wine: the emergence of a regional research area in an Italian wine production system*, International Journal of Technology and Globalisation 3 (2/3), Pag. 155–178.

Murphy, Kevin *et al.*, 1989, *Industrialization and the Big Push*, Chicago, The Journal of Political Economy, Volume 97, Issue 5 (Oct., 1989), 1003-1026. University of Chicago.
Myrdal, Gunnar, 1959, *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*, México, Ed. FCE, pp. 7 – 92, 163 – 171.

North, Douglass C., 1991, *Institutions*, Journal of Economic Perspectives 5, 1: 97-112.

Observatorio de la Competitividad de Baja California, 2009, *Política de Competitividad de Baja California, 2008-2013. Sinergias de segunda generación*, Baja California, México, sin pie de imprenta.

Ocampo, José Antonio, 2004, *Structural dynamics and economic growth in developing countries*, en Ocampo, José Antonio (Ed), *Beyond reforms: structural dynamics and macroeconomic vulnerability*, Stanford University Press/CEPAL

Olson, Mancur, 1965, *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Olson, Patricia, *et al*, 2003, *The impact of the family and the business on family business sustainability*, Journal of business venturing, Volumen 18, Tomo 5, Septiembre de 2003, Pag. 639–666.

Orduna Allegrini, Gabriela, 2003, *Desarrollo local, educación e identidad cultural*. Revista ESE. Estudio sobre educación, 2003, (004):67-83.

Ostrom, Elinor, 1990, *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press.

Ostrom, Elinor, 2005, *Understanding Institutional Diversity*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

Pastore, R., 1997, *Un piccolo pezzo de civiltà. In Associazione Nazionale Città del Vino In Che strada siamo*, Torino, Associazine Nazionale Città del Vino, sin pie de imprenta.

Paul, H. W., 1996, *Science, Vine and Wine in Modern France*. Cambridge: Cambridge University Press.

Peet, Richard, 1999, *Theories of Development*, New Delhi, Rawat, Reprint, 2005.

Perloff, Harvey S. *et al.*, 1960, *Regions, resources, and economic growth*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Perroux, Francois, 1961, *L'Économie du XX siècle*, Paris, Presses Universitaires de France. Reimpresión en 1991 por Presses universitaires de Grenoble: Œuvres complètes, Vol 1.

Pieterse, Jan Nederveen, 2009, *Development Theory. Deconstructions/Reconstructions*, London, 4th Ed. Sage Publications Ltd., UK.

Piore, Michael J., y Sabel. Charles F., 1984, *The second industrial divide*. New York, Basic Books.

PNUD, 1997, *Desarrollo humano para erradicar la pobreza. Informe sobre desarrollo humano*, Madrid, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Mundiprensa Libros S.A., 1997.

PNUD, 2004, *Territorio, Desarrollo Territorial, Política Territorial: la perspectiva territorial como factor clave para el desarrollo territorial* en Documentos para el Desarrollo Territorial, Bogotá, Septiembre, 2004.

Porter, Michael, 1985, *Competitive Advantage*, New York, Ch. 1, pp 11-15. The Free Press.

Porter, Michael, 1990, *The Comparative Advantage of Nations*, New York, The Free Press.

Porter, Michael, 1998, *Clusters and the New Economics of Competition*, Massachusetts, Harvard Business Review, Nov/Dic 1998, Vol. 76, Ejemplar 6.

Porter, Michael, 1999, *Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. CESA. México.

Porter, Michael y Sölvell, Örjan, 1998, *The role of geography in the process of innovation and the sustainable competitive advantage of firms*, Oxford, en Chandler, J.A. D., Hagström, P., y Sölvell, O. Editores, *The Dynamic Firm The Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*, Oxford University Press.

Prebisch, Raúl, 1970, *Transformación y desarrollo: la gran tarea de América Latina*, Bogotá, en Prebisch, Raúl, 1983, *Obras escogidas*, pp. 371-429, Ed. Plaza y Janes.

Pred, Allan, 1977, *City systems in advanced economies*, Berkeley, University of California Press.

Putnam, Robert D., 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, New Jersey, Princeton University Press.

Putnam, Robert D., et al., 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, New Jersey, Princeton University Press.

Ray, C., 1999, *Towards a Meta-Framework of Endogenous Development: repertoires, paths, democracy and rights*, Sociología Ruralis 39 (4), Pag. 521-532, sin pie de imprenta.

Richard-Jorba, Rodolfo, 1998, *Poder, Economía y Espacio en Mendoza, 1850-1900*. Mendoza.

Rodrik, Dani, 1996, *Why Do More Open Economies Have Bigger Governments?*, NBER Working Papers 5537, National Bureau of Economic Research, Inc.

Romer, Paul M., 1986, *Increasing returns and long-run growth*, Journal of Political Economy 98, 5: 71-102.

Rozas, Patricio y Sánchez, Ricardo, 2004, *Desarrollo de infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual*, Serie 75, recursos naturales e infraestructura, CEPAL, División de recursos humanos, Santiago de Chile, octubre 2004.

Sánchez, Leandro, 2002, *Organización Productiva del Valle de Calafia, México*, Revista Comercio Exterior, Vol. 52. No. 8. Agosto 2002.

Sánchez, Cecilia y Moreno, Antonio, 2010, *Mercados de Trabajo Locales y Desarrollo Territorial Sostenible*, Trabajo 23 U. Huelva 2010 I.S.S.N. 1136-3819.

Sarmiento, Francisco Javier, [tesis de maestría], 2008, *La viticultura en Baja California*, Mexicali, B.C., Universidad Autónoma de Chapingo, sin pie de imprenta.

Sayrols, Raúl, et al., 2008, *Bodegas de Santo Tomás. 120 años de vino en Baja California*, Ed. Metrosexual, S.A. de C.V. México, D.F.

Schumpeter, Joseph, 1934. *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Scott, Allen, 1998, *The geographic foundations of industrial performance*. In Chandler, J. A. D., Hagström, P., y Sölvell, O., Editores, *The Dynamic Firm The Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*, capítulo 16. Oxford University Press.

Seers, Dudley, 1970, *The Meaning of Development*, Río de Janeiro, en Revista Brasileira de Economia, vol.24, N° 3, Fundação Getulio Vargas,.

Sen, Amartya, 2000, *Desarrollo y Libertad*, Buenos Aires, Trad. Esther Rabasco y Luis Toharia. Ed. Planeta.

Sforzi, Fabio, 1990, *The quantitative importance of Marshallian industrial districts in the Italian economy*, Ginebra, en Pyke, F, G, Becattini y W. Sengenberger (eds): Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy.

Stiglitz, Joseph, 1988, *Markets, Market Failures and Development*, The American Economic Review, 79, No 2, pp. 197-203, Mayo.

Stimson, Robert, *et al.*, 2009, *Leadership and Institutions in Regional Endogenous Development*, Cheltenham, UK, New Horizons in Regional Science collection, Ed. Edward Elgar.

Suzigan, Wilson, *et al.*, 2003, *Local Production Systems in Brazil: mapping, typology and policy suggestions*, Porto, Portugal, Presentado en XLIV Congreso Europeo de La Asociación de Ciencia Regional (ERSA 2003) "Regions and Fiscal Federalism" University of Porto, Portugal, 25-29, Agosto, 2004.

Thompson, Wilbur R., 1968, *A Preface to Urban Economics*, Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press.

Thünen, Johann Heinrich, von , 1966, *The Isolated State*", Oxford, primero publicado en 1826, C. traducción por Wanterberg, ed. P. Hall, Oxford: Pergamon Press.

Todaro, Michael y Stephen Smith, 2003, *Economic Development*, 8 Addison Wesley. ed., U.S.A.

Vázquez Barquero, Antonio, 1993, *Política Económica Local*. Ediciones Pirámide, Madrid.

Vázquez Barquero, Antonio, 1998, *Desarrollo Endógeno y Globalización*, Rosario, Argentina, en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Editores, *Transformaciones Globales, Instituciones y Políticas de Desarrollo Local*. Editorial Homo Sapiens.

Vázquez Barquero, Antonio, 1999: *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre Desarrollo Endógeno*, Ediciones Pirámide, Madrid.

Vázquez Barquero, Antonio, 2005, *Endogenous Development. Networking, innovation, institutions and cities*, New York, Ed. Routledge.

Vázquez Barquero, Antonio, 2006, *Desarrollo endógeno del territorio: interacción de las fuerzas que gobiernan los procesos de crecimiento económico*, Barcelona, en Torroja y Camagni (Coordinadores), 2006, *Una nueva cultura del territorio: criterios sociales y ambientales en las políticas de gobierno y del territorio*, Colección Territorio y Gobiernos. Edición Diputació de Barcelona.

Vázquez Barquero, Antonio, 2010, *The New Forces of Development, Territorial Policy for Endogenous Development*, Singapur, World Scientific Ed.

Villa, Sughei, [tesis de maestría], 2002, *La competitividad en el Sistema Productivo Local del Vino en el Valle de Guadalupe*, Tijuana, B.C., El Colegio de la Frontera Norte, sin pie de imprenta.

Villanueva, Emiliano, 2011, *World Wine Exports: What Determined the Success of 'New World' Wine Producers?*, Copia electrónica en: <http://ssrn.com/abstract=1911720>, sin pie de imprenta.

Weber, Alfred, 1929, *Theory of the Location of Industries*, Chicago, traducción de Carl J. Friedrich del libro de Weber originalmente publicado en 1909, The University of Chicago Press.

Williamson, Oliver E., 1975, *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*, New York, Free Press.

Williamson, Oliver, E., 1985, *The economic institutions of capitalism*, New York, Free Press.

Williamson, John, 1990, *What Washington Means by Policy Reform*, Washington, D.C., en Williamson, J. (ed.), *Latin American Adjustment: How much Has Happened?*, Washington D.C. Institute for International Economics, pp. 7-20.

Zapico, Eduardo, 2010, *Evaluación y gobernanza en la Unión Europea*, Gestión y Análisis de Políticas Públicas, núm. 4, julio-diciembre, 2010, pp. 9-19, Instituto Nacional de Administración Pública España.

Información Hemerográfica y Fuentes de Internet

Aristegui, Carmen, 2013, “En juego el futuro vitivinícola en Valle de Gpe. con el cambio uso de suelo: Hugo D’Acosta”, *Primera Emisión con Carmen Aristegui*, “Noticias MVS”, miércoles 13 de noviembre de 2013, en <http://www.noticiasmvs.com/#!/emisiones/primer-emision-con-carmen-aristegui/en-juego-el-futuro-vitivinicola-en-valle-de-gpe-con-el-cambio-uso-de-suelo-hugo-dacosta-63.html>, consultado el 3 de mayo de 2014.

Alarcón R., V., 2003, *Vendimia bajo protesta*, 2003, Periódico El Vigía. Página 9, Viernes 1 de agosto, Ensenada, B.C.

Alfaro, Nelly, 2013, “Revoca Cabildo Reglamento de los Valles Vinícolas”, *Rada Noticias, Indormación de Ensenada*, Sección “Generales”, miércoles 5 de febrero de 2014, en <http://radanoticias.info/?p=7294>, consultado el 3 de mayo de 2014.

Cave, Damien, 2013, “A Rustic Paradise, Open for Development”, *The New York Times*, “Sección World”, U.S. Edition, sábado 30 de noviembre, en http://www.nytimes.com/2013/12/01/world/americas/a-rustic-paradise-open-for-development.html?emc=eta1&_r=2&, consultado el 4 de mayo de 2014.

El Sol de Tijuana, 2012, “Entra en Vigor el Impuesto a las Bebidas Alcohólicas en Envase Cerrado, con Excepción del Vino y la Cerveza”, *El Sol de Tijuana*, Sección “Notas”, Tijuana, B.C. a 1 de febrero de 2012, en <http://www.oem.com.mx/elsoldetijuana/notas/n2408983.htm>, consultado el 10 de abril de 2014.

Ellig, C., 1985, “Mexicans and Americans joined in camaraderie to celebrate Ensenada’s Third Annual Fiesta de la Vendimia”. *Ensenada News & Views*. Agosto 1985. Ensenada, B.C.

Kretzschmar, Tomás [entrevista], “CICESE sugiere investigar mantos acuíferos: a disponibilidad de agua y desarrollo urbano es un reto para la vitivinicultura en Baja California, plantean investigadores”, *El Vigia*, Sección “General”, Ensenada, B.C. a viernes 15 de noviembre de 2013, en <http://www.elvigia.net/general/2013/11/15/cicese-sugiere-investigar-mantos-acuiferos-141349.html>

Madrigal, Nicté, 2013, “Cancelan Fiestas de la Vendimia”, *El Vigia*, en “General”, Ensenada, B.C., jueves 14 de noviembre de 2013, en <http://www.elvigia.net/general/2013/11/14/cancelan-fiestas-vendimia-141238.html>, consultado el 3 de mayo de 2014.

Nava, David, 2004, *Historia de los vinos mexicanos*. Gestiópolis en <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/emp/hisvinmex.htm> consultado el 12 de enero de 2012.

Olvera, Felipe, 2003, “Anomalías en el Permiso de Planta de Gas en Valle de Guadalupe”, *El Mexicano*, Sección “Noticias”, martes 15 de Julio de 2013, en <http://www.el-mexicano.com.mx/imprime-noticia/15148>, consultado el 19 de abril de 2013.

Periódico Oficial del Estado (POE), 2003, *Directrices Generales de Desarrollo para el Corredor San Antonio de las Minas – Valle de Guadalupe*. Baja California, Sin pie de imprenta.

Periódico Oficial del Estado (POE), 2006, *Programa Regional de Ordenamiento Ecológico del Corredor San Antonio de las Minas – Valle de Guadalupe*, (PROE-CDAM-CG). Baja California, Sin pie de imprenta.

Periódico Oficial del Estado (POE), 2011, *Impuesto a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico (IVFBCA)*, publicado el 30 de diciembre de 2011, Baja California, Sin pie de imprenta.

Vargas, Elizabeth, 2008, “Foro Legislativo Sobre Vitivinicultura”, *Ensenada.net*, Sección “Noticias”, 7 de agosto de 2008, en <http://www.ensenada.net/noticias/print.php?seccion=noticias&id=12849>, consultado el 10 de abril de 2014.

<http://www.zonalider.com/estatal/no-publicara-gobernador-kiko-vega-modificaciones-al-valle-guadalupe>, Publicado el 13 de noviembre de 2013, “No publicará gobernador Kiko Vega modificaciones al Valle de Guadalupe”, *Zonalider.com* Sección Redacción. Mexicali, Baja California. Consultado el 13 de Julio de 2014.

Informes especializados

Congreso del Estado de B.C., 2007, *Ley para la Venta, Almacenaje y Consumo Público de Bebidas Alcohólicas del Edo. De B.C.*, Mexicali, Baja California, primero de octubre de 2007, en <http://docs.mexico.justia.com/estatales/baja-california/ley-para-la-venta-almacenaje-y-consumo-publico-de-bebidas-alcoholicas-del-estado-de-baja-california.pdf>, consultado el 3 de mayo de 2014.

Diario Oficial de la Federación (DOF), 2013, “Criterios de Operación del Programa de Apoyo a la Industria Vitivinícola (PROVITI), en el Marco de los Lineamientos del Programa para Impulsar la Competitividad de los Sectores Industriales (PROIND), para el ejercicio fiscal 2012”, publicado el 20 de julio de 2012, en http://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/CRI5.pdf, consultado el 10 de abril de 2014.

ICEX, 2013, *El Mercado del Vino en México*, Estudio de Mercado, Oficina Económica y Comercial de España en México, sin pie de imprenta.

Explora – Investigación de Mercados, 2002, *Análisis para el establecimiento de una campaña de promoción de productos hechos en Baja California*. Mexicali, B.C. Sin pie de imprenta.

Explora – Investigación de Mercados, 2010, *Análisis de resultados de la campaña “Lo Mejor de B.C. Calidad Certificada”*. Mexicali, B.C. Sin pie de imprenta.

Fondo de Fomento Agropecuario del Estado de Baja California [FOFAEBC] (1997-2013). *Informes anuales sobre apoyos al sector primario*. Mexicali, B.C. Sin pie de imprenta.

IMERK, Opinion and Market Intelligenca, 2014, *Pulso ciudadano. El sentir de los bajacalifornianos*. Baja California a 16 de junio de 2014. Sin pie de imprenta.

Instituto Municipal de Investigación y Plantación (IMIP), 2006, *Plan Municipal de Desarrollo de la Región del Vino*, Ensenada, B.C. Sin pie de imprenta.

Instituto Municipal de Investigación y Plantación (IMIP), 2009, *Programa sectorial de desarrollo urbano – turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino)*, BC, Ensenada, B.C. Sin pie de imprenta.

Instituto Municipal de Investigación y Plantación (IMIP), 2013, Proyecto de Reglamento de Zonificación y Uso de Suelo para el Programa Sectorial. 2011-2012. Realizado por SIDUE-SECTURE-IMIP. Ensenada, B.C. Sin pie de imprenta.

Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS), *Censo productivo frutícola 1970 – 2012*, Mexicali, B.C., Secretaría de Fomento Agropecuario del Estado de Baja California.

Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), 2013, “El mercado del vino: evolución y tendencias”. Sin pie de imprenta.

Organización Mundial de Comercio (OMC), 2010, “Informe sobre el Comercio Mundial”. Sin pie de imprenta.

Secretaría de Desarrollo Económico, 2002, “Política de Desarrollo Empresarial” Gobierno del Estado de Baja California, Mexicali, B.C.

Sistema Producto Vid, A.C., 2009, *Propuesta para el desarrollo integral de la región vitivinícola de Baja California*, Ensenada, B.C., sin pie de imprenta.

Sistema Producto Vid, A.C., 2012, *Consulta de datos sobre el número de empresas vinícolas establecidas en Baja California*, Ensenada, B.C., sin pie de imprenta.

Vinícolas Integradas, S.A. de C.V. [disco compacto], 2009, *Enciclopedia del Vino de Baja California*. Ensenada, B.C.

Portales de internet

www.bajacalifornia.gob.mx

www.culinaryartschool.edu.mx

www.descubrebajacalifornia.com

www.economía.gob.mx

www.fonatur.gob.mx

www.inegi.gob.mx

www.oeidrus-bc.gob.mx

www.Provino.org

www.sagarpa.gob.mx

www.sectur.gob.mx

www.sefoa.gob.mx

www.uabc.mx

www.uvayvino.org

www.vidyvino.org

<http://www.sandiegored.com/noticias/30399/Baja-California-triunfa-en-los-Gourmet-Awards/>; <http://elgourmet.com/programa/alta-cocina-en-baja-california>;

http://www.nytimes.com/2011/03/09/dining/09tijuana.html?pagewanted=all&_r=0

ANEXO 1

Estrategia Teórico-Metodológica: el sistema territorial analizado por medio de las arenas de acción como herramienta para operacionalizar el abordaje del desarrollo endógeno

El argumento que se sostiene a lo largo de este trabajo de investigación es que la capacidad de articulación que ha tenido el empresariado local bajacaliforniano explica la rápida expansión de la industria vitivinícola en el estado entre el 2000 y 2013, por lo tanto, es un caso que puede estudiarse desde la perspectiva del desarrollo endógeno. La propuesta es que el utilizar teorías que complementan la visión de la endogeneidad en los procesos de desarrollo, tales como los sistemas territoriales, la competitividad, la teoría de redes y la gobernanza; permite plantear un esquema de operacionalización para el análisis de casos empíricos desde este enfoque.

El diseño particular de esta estrategia metodológica corresponde a los objetivos planteados en este trabajo de investigación. En primer lugar, se reconoce que en las propuestas teóricas del desarrollo los autores plantean un abordaje sistémico, dado que es difícil establecer una causalidad lineal entre las variables estudiadas. De tal manera, se toma como unidad de análisis el sistema territorial para entender las articulaciones entre componentes y acciones que han derivado en el fenómeno observado. En segundo lugar, se asume que se debe de construir el objeto de estudio (el sistema territorial) al mismo tiempo que se estudian sus partes y se identifican las peculiaridades que lo caracterizan, esto implica el analizar un objeto dinámico – en cuanto a su composición estructural y temporal – al tiempo que se analizan e identifican las etapas del proceso de su configuración. En tercer lugar, dado que una parte importante en el interés para realizar este trabajo de investigación es el discernir los procesos de articulación entre los actores locales que contribuyeron al desarrollo del sector vitivinícola en Baja California, se busca recuperar el rol de los empresarios locales en el surgimiento de esta industria y sus interacciones con el sector público y privado. Esto implicó diseñar una metodología donde el análisis de interacción entre los actores fuera central, al mismo tiempo que permitiera integrar la

dimensión del tiempo, necesaria para el estudio de un fenómeno dinámico, construido en diferentes etapas temporales.

Para tal efecto, se realizaron varias aproximaciones buscando una manera de sistematizar la información sobre los elementos de un sistema territorial, sus características iniciales y su cambio en el tiempo, a partir de los mecanismos y procesos liderados por los actores locales que llevaron al desarrollo del sector vitivinícola bajacaliforniano, en el período especificado. De tal manera, tras realizar una exploración sobre metodologías de investigación, se recuperó el marco metodológico utilizado para el Análisis y Desarrollo Institucional (ADI), propuesto por Elinor Ostrom en 2001 (en Ostrom, 2005), el cual se enfoca en recobrar y sistematizar información sobre procesos de acuerdos intersubjetivos, que además integran la dimensión temporal para analizar los cambios de una estructura institucional. Esta metodología, es utilizada para analizar arreglos institucionales, que suceden en múltiples niveles y en diferentes escalas temporales y empieza con la construcción de unidades analíticas identificadas como arenas de acción⁵⁷ compuestas por dos variables endógenas: participantes y una situación de acción; que interactúan estructurados por variables exógenas: reglas en uso, los aspectos biofísicos relacionados a los eventos estudiados y los atributos comunitarios. Estas variables exógenas estructuran la situación de acción ya que determinan los tipos de decisiones que los individuos pueden tomar, los beneficios y/o costos de sus elecciones, así como los resultados que se logran (Ostrom, 2005) (Figura A.1).

⁵⁷ Christopher Alexander (1964) conceptualiza todos los componentes de los arreglos sociales como unidades que tienen patrones. Estas unidades tienen subunidades y las unidades son a su vez parte de unidades más grandes que embonan como parte de un patrón. Koestler afirma que un todo jerárquicamente organizado no puede reducirse a sus partes elementales, pero en cambio se puede diseccionar en las ramas que lo constituyen en las cuales los holones representan los nodos del árbol y las líneas que los conectan son los canales de comunicación, control o transporte, según sea el caso (En Ostrom, 2005:11).

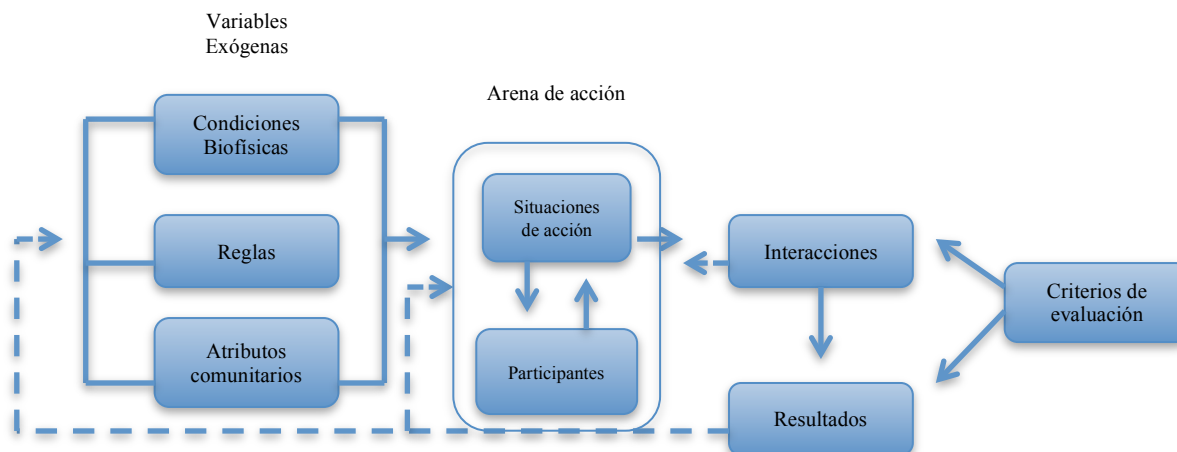


Figura A.1. Marco para el análisis institucional. Fuente: *Adaptado de Ostrom, 2005:15.*

En este marco analítico, los participantes son todos los actores que de manera directa o indirecta juegan un papel importante en la arena de acción estudiada. Es decir, son las entidades tomadoras de decisiones asignadas a una posición y capaces de seleccionar acciones a partir de un conjunto de alternativas que están a su disposición en nodos del proceso de toma de decisión.

Como se ha expuesto, esta metodología – que actualmente se utiliza para analizar el cambio institucional – permite analizar sistemas compuestos por varias dimensiones y destaca los procesos de interacción como un componente central de análisis, ya que toma en cuenta los conjuntos de acciones o funciones específicas que han generado resultados observados de manera empírica. Es en estos procesos de interacción entre participantes de los que se deriva la naturaleza particular de cada arena de acción. Por tal motivo, este marco metodológico se utilizará para sistematizar la información que permitirá reconstruir el sistema territorial vitivinícola, analizar sus dimensiones, interacciones y sus cambios en el período especificado.

Es importante no perder de vista que al utilizar el método de análisis de las arenas de acción en un inicio lo que se observa es una imagen de una situación en un tiempo determinado (T_1). En el momento en que existe una interacción, esta conducirá a un cambio, que puede reflejarse tanto en la arena como en las variables exógenas. En ese momento, el diagrama cambia, se modifica y el resultado puede representarse como una

nueva arena de acción (T₂).

Una arena de acción puede ser tan grande o tan pequeña como sea necesario para realizar un análisis particular. Esto es, a partir de esta metodología, puede estudiarse una sola acción, realizada por dos o más participantes que interactúan en un escenario estructurado; así también, puede analizarse un sistema, el conjunto de acciones que lo conforman, procesos y mecanismos que suceden en diferentes temporalidades, y/o las interacciones entre un número de participantes predeterminado, que modifican el sistema conforme estos interactúan, estructuradas por, y a su vez estructurando, las variables exógenas.

Conceptos teórico – metodológicos que guían el estudio

En la tabla 1.1 se agrupan los conceptos teórico-metodológicos en los que se sustenta el diseño de investigación del presente trabajo.

TABLA A.1. EL SISTEMA TERRITORIAL: ESTRATEGIA METODOLÓGICA

<i>Concepto</i>	<i>Unidades de análisis</i>	<i>Dimensiones de análisis</i>	<i>Fuentes de información</i>	<i>Métodos de recolección y análisis de observaciones</i>
1. Arenas de acción	1. Período de crisis del modelo de desarrollo vitivinícola inicial. 2. Período de configuración de nuevo modelo de desarrollo. 3. Período de consolidación del modelo de desarrollo	1. Variables exógenas: condiciones biofísicas, reglas, atributos comunitarios. 2. Variables endógenas: Participantes, Interacciones.	- Actores económicos del sector vitivinícola. - Actores de sectores conexos. - Funcionarios y exfuncionarios públicos - Portales de las escuelas y centros de investigación - Informes	- Fichas de trabajo - Descripción de entidades institucionales - Entrevistas (Anexo)

	vigente.		especializados - Portales institucionales - Informes gubernamentales - Investigación hemerográfica.	
2. Articulaciones	Vínculos entre actores	1. Identificación positiva, como grupo, de los participantes 2. Metas estratégicas comunes 3. Mecanismo para la toma de decisiones 4. Horizonte de planificación 5. Apropiabilidad de los resultados	- Actores económicos del sector vitivinícola. - Funcionarios y ex funcionarios públicos. - Actores de sectores conexos.	Entrevistas (Anexo)
3. Desarrollo Económico	Componentes y enlaces específicos entre dimensión económica y político/gubernamental	1. Infraestructuras básicas 2. Marco jurídico y regulatorio 3. Sistema fiscal favorable para las MPYMES 4. Sistema financiero y de acceso al crédito 5. Servicios de desarrollo empresarial	- Diario Oficial del Gobierno del Estado y Federal. - Portales institucionales - Informes gubernamentales	- Fichas de trabajo - Descripción de entidades institucionales - Entrevistas (Anexo)
4. Desarrollo territorial	Componentes y enlaces específicos entre dimensión económica y dimensión sociocultural	1. Mercado de trabajo 2. Sistema territorial de I&D+i	- Actores económicos del sector vitivinícola. - Portales de las escuelas y centros de investigación - Informes especializados	- Entrevistas (Anexo) - Análisis Estadístico

5. Identidad local	Componentes y enlaces específicos entre dimensión político/gubernamental y dimensión sociocultural.	1. Cultura emprendedora local 2. Sistema educativo y de formación de personal 3. Generación de referentes identitarios 4. Acuerdos particulares sobre redistribución y formas de participación	- Actores económicos del sector vitivinícola. - Portales de las escuelas y centros de investigación - Informes especializados - Portales institucionales - Informes gubernamentales - Investigación hemerográfica	- Entrevistas (Anexo) - Fichas de trabajo
6. Gobernanza	Enlaces entre todas las dimensiones	1. Programas públicos 2. Acciones públicas 3. Políticas públicas	- Actores económicos del sector vitivinícola. - Portales institucionales - Informes gubernamentales - Investigación hemerográfica	- Entrevistas (Anexo) - Fichas de trabajo

De acuerdo con la investigación teórica y empírica realizada, se determina que un sistema territorial se entiende a partir del territorio, sus componentes y los participantes en los que se sustentan las articulaciones que dan sentido al sistema. Es importante destacar que pueden preexistir ciertos componentes en un territorio, pero si no existen las articulaciones que los enlacen no puede hablarse de la existencia de un sistema específico.

Para el presente estudio, este sistema a su vez se analiza clasificando los componentes y las interacciones observadas de manera empírica de acuerdo a las dimensiones provistas por el abordaje de desarrollo endógeno. Por lo que se retoman las dimensiones: económica, político/gubernamental y sociocultural de acuerdo a lo expuesto en el capítulo 2, las cuales son interdependientes de acuerdo con la caracterización del sistema (Figura A.2).

Interdependencia de las dimensiones en el desarrollo endógeno

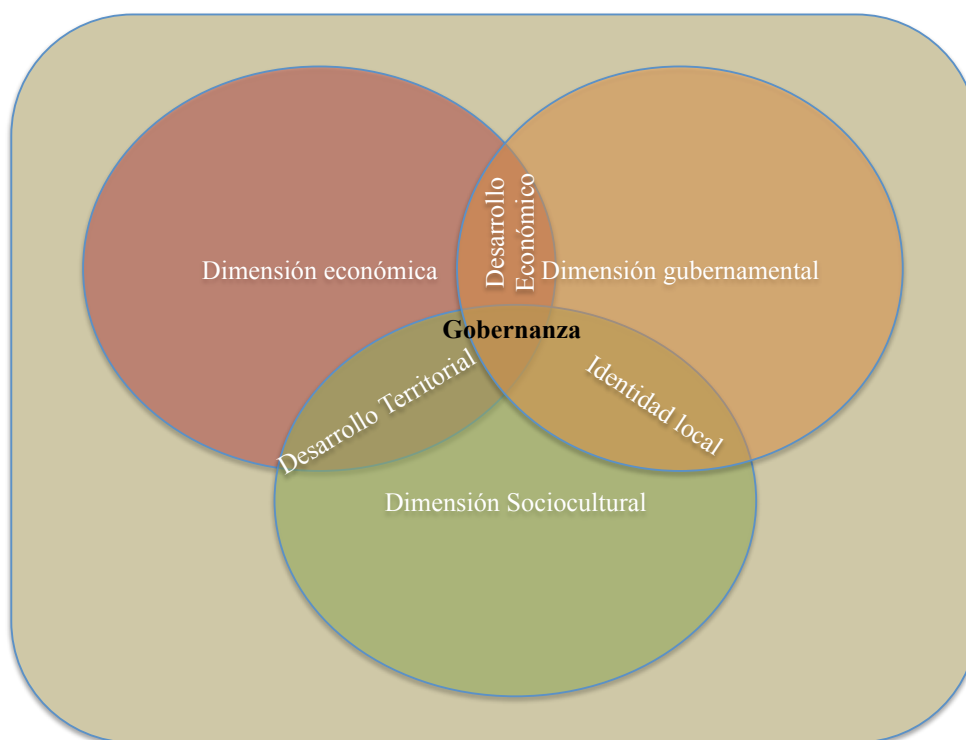


Figura A.2. Representación de la interdependencia de las dimensiones del desarrollo endógeno y sus resultados. Fuente: *Elaboración propia*.

Como se indicó en el capítulo 2, en el presente estudio la dimensión económica se observa a partir de una actividad económica predominante en el sistema territorial, la organización de la producción y la capacidad de apropiación y reinversión de los excedentes productivos (Boisier, 2001; Aghón, 2001). En este caso, la actividad económica es la vitivinicultura y se observará a partir de la organización de la producción: el tipo de empresas conformadas y los eslabonamientos productivos “hacia enfrente” y “hacia atrás”; la capacitación: los enlaces entre actores productivos para la producción vitivinícola; y, las fuentes de financiamiento: públicas y privadas de recursos para la cadena de valor del vino. En las fuentes privadas se incluye la reinversión de los excedentes productivos en la misma industria, como fuente de financiamiento para la expansión de las actividades vitivinícolas.

La dimensión político/gubernamental es el quehacer gubernamental en relación a dicha actividad productiva, la capacidad de decisión dentro del territorio para la

formulación y aplicación de políticas públicas, la participación de la sociedad en el proceso de la hechura de las políticas públicas y los procesos de gobernanza (Boisier, 2001; Vázquez Barquero, 2010). Se observará en el presente estudio a partir de las acciones, políticas y programas públicos y los enlaces que los originan.

La dimensión sociocultural son las instituciones locales y los valores que sirven de base al proceso de desarrollo, las organizaciones sociales con la capacidad de promover innovación que resulta en modificaciones cualitativas sobre el sistema y la identidad socioterritorial articuladora relacionada a la actividad económica en cuestión (Boisier, 2001; Aghón, 2001; Vázquez Barquero, 2010). Esto se observará a partir de la generación de asociaciones del sector y de la sociedad y la conformación de referentes identitarios relacionadas al sector vitivinícola.

Dado que las dimensiones son interdependientes, se propone – con base en los referentes teóricos utilizados para la presente investigación – que la interacción entre los actores y componentes de una dimensión particular con otra dan ciertos resultados. De tal manera que, de acuerdo a lo expuesto en el capítulo 2, la propuesta del presente trabajo es que el resultado de la interacción entre los componentes y actores de la dimensión económica y la dimensión político/gubernamental generan desarrollo económico, dado que se promueve la generación de crecimiento económico, con un enfoque de aumento del bienestar de la sociedad. La interacción entre la dimensión económica y sociocultural da como resultado procesos de desarrollo territorial, dado que la actividad económica principal puede funcionar como detonador en el desarrollo de sectores económicos conexos, derivado de enlaces comerciales y de servicios. Las interacciones entre el sector sociocultural y el gubernamental pueden dar como resultado la generación de una identidad local en torno a la actividad productiva en cuestión. Esto, a través de programas gubernamentales que adopten y apoyen la identificación social con dicha actividad productiva (puede ser desde el respaldo a través de las instituciones educativas públicas, a partir de la generación de programas de estudios que den soporte a la actividad productiva, hasta la adopción de imágenes de dicha actividad como representativas del estado), así como el respaldo social

en torno a la adopción de dichas actividades como un rasgo distintivo de la sociedad donde se desarrollan.

Finalmente, se propone que la interacción entre las tres dimensiones da como resultado la generación de procesos de gobernanza, entendida – como se plantea en el capítulo 2 – como la forma de organización entre gobierno y sociedad que es resultado de la *asociación entre el gobierno y las organizaciones privadas y sociales, en el que el gobierno y las organizaciones juegan roles cambiantes con acoplamientos recíprocos según la naturaleza de los problemas y las circunstancias sociales.* (Aguilar, 2007:8)

Las interacciones entre estas dimensiones generan competitividad (Porter, 1990). La idea central es que una vez definidos los componentes de un sistema territorial (Albuquerque y Dini, 2008), los procesos de coordinación entre los actores en dicho territorio promueven la generación o fortalecimiento de dichos componentes, que a su vez promueven el desarrollo endógeno, a partir de la creación de un sistema territorial competitivo. En la figura A.3 se propone una representación de estos enlaces, los cuales se afectan entre sí, facilitados – y en ocasiones obstruidos – por las articulaciones productivas y de colaboración, las redes de cooperación y las redes empresariales existentes. Estos elementos son dinámicos, y al articularse generan competitividad sistémica en el territorio

Para analizarlos tomamos las condiciones propuestas en Albuquerque y Dini (2008) (figura 2.2) y las adaptamos al esquema utilizado para estudiar el proceso de construcción del desarrollo competitivo del sector vitivinícola (figura A.2). Así, se representa el sistema territorial competitivo como se indica en la figura A.3. En esta figura, cada punta del triángulo representa una dimensión del desarrollo endógeno; los componentes de la competitividad territorial se clasifican de acuerdo al tipo de resultado que pueden generar: desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local, que en la figura A.2 son las intersecciones entre cada dimensión. Finalmente, se muestra que las articulaciones productivas y de colaboración, las redes de cooperación y las redes empresariales son centrales para la coordinación de esfuerzos públicos y privados.

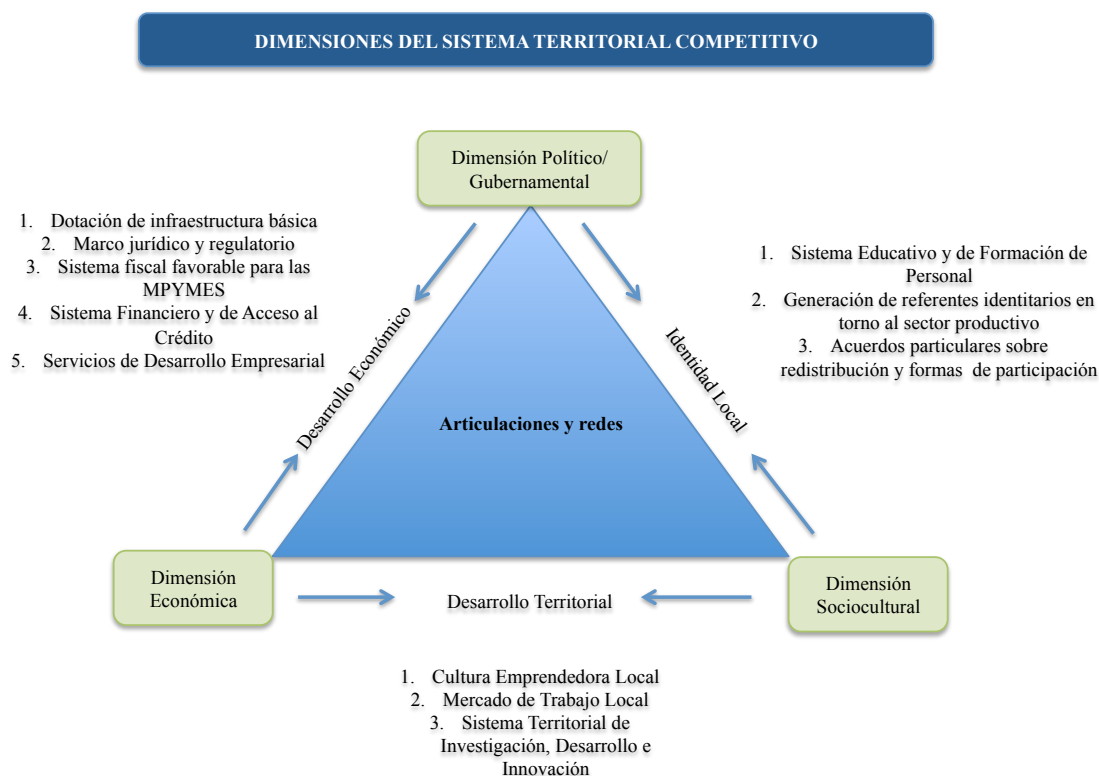


Figura A.3. Construcción del sistema territorial competitivo. Fuente: *Elaboración propia, adaptado de Alburquerque y Dini (2008).*

Instrumentos para la recolección de datos

Debido a que mucha de la información necesaria para entender los procesos y mecanismos que llevaron a la evolución del sector vitivinícola entre 2000 y 2013 no ha sido documentada, fue necesario realizar un análisis cualitativo para recuperar los aspectos intersubjetivos de estos procesos y mecanismos que en poco más de una década llevaron al desarrollo de este sector. De tal manera, para poder recuperar información sobre los procesos que han conformado la actualidad de este espacio social se *depende de la memoria histórica de sus habitantes* (Giménez 2007:134), por lo que una parte sustancial de este estudio se ha centrado en recuperar las opiniones y percepciones de los actores que formaron parte del proceso de evolución sostenido por el sector vitivinícola en el período de análisis.

1. Entrevistas semi-estructuradas: Selección de la muestra

Se entrevistaron 3 grupos de individuos: los relacionados directamente a la producción vitivinícola (empresarios, enólogos, viticultores, *winemakers*) antes del año 2000; los relacionados directamente a la producción vitivinícola (empresarios, enólogos, viticultores, *winemakers*) después del año 2000; los funcionarios y ex funcionarios públicos responsables de la toma de decisiones en lo que a la generación de planes, proyectos y aplicación de recursos públicos para el sector vitivinícola se refiere. Ninguno de los actores seleccionados se eligió de manera probabilística, ya que debido al tamaño del universo de productores y funcionarios y a las características cualitativas de la información requerida, un planteamiento probabilístico perjudicaría los resultados.

Se optó por entrevistar en primer lugar a aquellos empresarios que formaban parte del sector vitivinícola bajacaliforniano, en su papel de empresarios o enólogos, antes del inicio del período de análisis. Esto es, se entrevistó a representantes de las empresas que estaban establecidas de manera formal y funcionando como bodegas vitivinícolas antes del año 2000. Los entrevistados fueron:

1. Backoff-Escudero, Hans. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Socio/Propietario Vinícola Monte Xanic.
2. Badán, Natalia. *Winemaker* / Empresaria Vinícola. Propietaria Vinícola Mogor Badan.
3. Bibayoff, David. Viticultor / Empresario Vinícola. Presidente Comité Provino, A.C. (2009-2011). Presidente Sistema Producto Vid (2004-2006). Propietario Vinos Bibayoff.
4. Cossio, Santiago. Empresario Vinícola. Socio/propietario de Bodegas de Santo Tomás.
5. D'Acosta, Hugo. Enólogo / Empresario Vinícola. Presidente Asociación de Vitivinicultores de Baja California (Desde 2002). Propietario Casa de Piedra, Vinícola Paralelo, Escuela de Artes y Oficios "El Porvenir". Socio Encuentro Guadalupe. Socio/Propietario tiendas de vino especializadas "La Contra". Enólogo

asesor de: Vena Cava, Adobe Guadalupe, Las 3 Mujeres, entre otros. Enólogo en Bodegas de Santo Tomás (1989-1999).

6. Favela, Fernando. Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Château Camou. Presidente de la Asociación de Vitivinicultores de Baja California de 1999-2000.
7. Flores, Melchor. Asesor Vitivinícola. Gerente general Allied Domecq (1999-2004). Presidente de la Asociación de Vitivinicultores de Baja California 2000-2002.
8. Martain, Fernando. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Presidente Sistema Producto Vid (2006-2008). Socio/propietario Vinícola Cavas Valmar. Encargado de operaciones en Bodegas de Santo Tomás (1987-1990).
9. Rivera, Jesús. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Propietario Vinos de Jesús Rivera. *Winemaker* en: Vinícola Barón B'alché, Vinícola El Cielo. Encargado de operaciones en Vinícola Château Camou (1998-2004).
10. Torres-Alegre, Víctor. Enólogo / Empresario Vinícola. Propietario Vinícola Víctor Torres Alegre y Familia. Enólogo en Château Camou (1994-2012).

A partir de estas entrevistas se definieron otros actores del sector productivo que había que entrevistar para complementar la visión de los primeros actores. Por lo tanto, el segundo grupo de actores de la dimensión económica entrevistados son productores, enólogos, viticultores o *winemakers* que se establecen como actores relevantes a partir del año 2000, de acuerdo con la opinión de los primeros entrevistados. Estos personajes son:

11. Bravo, Juan Carlos. Viticultor / *winemaker* / Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola JC Bravo. Primera generación de egresados de “La Escuelita”.
12. Ceja, Alberta. Enóloga / Empresaria Vinícola. Presidente Sistema Producto Vid (2008- actual). Egresada de la primera generación de enólogos de la UABC. Socia/propietaria de la Vinícola Xecue. Ing. Bioquímica encargada de los sistemas de calidad en Allied Domecq de 1999 a 2004.
13. Couttolenc, Mario. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Sangre de Cortez. Encargado de ventas en Monte Xanic (1990-2000).

14. Durand, José Luis. Enólogo / Empresario Vinícola. Propietario Durand Viticultura. Enólogo de: Vinícola Norte 32, Vinícola Fraternidad. Enólogo en Allied Domecq (2000-2004).
15. Escalante, Antonio. *Winemaker*/ Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Roganto.
16. Félix, Julio. Viticultor / Empresario Vinícola. Propietario Vinícola Rincón de Guadalupe. Única empresa ubicada en el Ej. San Vicente Ferrer. Empieza a procesar su vino en 2007.
17. Garza, Amado. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Propietario Vinícola Viñas de Garza.
18. Hussong, Ludwig. Enólogo. Enólogo/Socio Vinícola Bodegas de San Rafael.
19. Márquez, Heriberto. Investigador Científico en el CICESE / Viticultor / Empresario Vinícola. Socio/propietario Cava Antigua Ruta del Vino. Socio/propietario Vinos San Vicente Ferrer.
20. Palafox, Jaime. Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Aldo César Palafox.
21. Prieto, Joaquín. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Propietario Vinícola Tres Valles. Encargado de operaciones en Bodegas de Santo Tomás (1988-2005).
22. Rangel, Raúl. Investigador científico en el CICESE / Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Vinart. Primera generación de egresados de “La Escuelita”.
23. Rodríguez, Reynaldo. Enólogo / Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Quinta de Monasterio. Enólogo de: Vinícola EMEVE y Hacienda La Lomita.
24. Segura, Víctor. *Winemaker* / Empresario Vinícola. Socio/propietario Vinícola Las Nubes. *Winemaker* en vinícola Madera 5.
25. Zamora, Laura. Enóloga. Gerente General de Bodegas de Santo Tomás (2013-actual). Enóloga de Bodegas de Santo Tomás (2004- actual).

Finalmente, se entrevistó a funcionarios y exfuncionarios públicos, quienes fueron elegidos por recomendaciones de los entrevistados del sector vitivinícola. Cabe decir que de acuerdo a los productores vitivinícolas ha sido con el Gobierno Estatal con quien se ha

trabajado más directamente en cuanto a la generación de programas, acciones y políticas públicas para el vino, salvo algunas contadas excepciones. Asimismo, fue con estos actores con los que se pudo tener un acercamiento directo y quienes estuvieron dispuestos a participar en las entrevistas. Por el contrario, no se pudieron conseguir entrevistas con funcionarios del orden municipal⁵⁸, ni con funcionarios del aparato legislativo. De tal manera, los personajes entrevistados fueron:

1. Amador, Rocío. Representante del Gobierno del Estado de Baja California ante la Unión Europea (2005-2013).
2. D'Garay, Jorge. Consultor para temas de la vid y el vino de Gobierno del Estado de Baja California (2005-2007).
3. Hernández, Juan Pablo. Secretario de Fomento Agropecuario (SEFOA) en el Gobierno del Estado de Baja California (2001/2007). Director de Comercialización en la SEFOA (2000-2001). Director de Agricultura en la SEFOA (1997-2000).
4. Elorduy, Eugenio. Gobernador del Estado de Baja California (2001-2007).
5. Moreno, Alejandro. Secretario de Turismo (SECTURE) en el Gobierno del Estado de Baja California (2001-2007).
6. Moreno, Pedro. Director de Inversión en la SECTURE (2001-2007).
7. Orozco, Carlos. Director de Agricultura en la SEFOA (2009-actual). Subsecretario de la Secretaría de Fomento Agropecuario (SEFOA) en el Gobierno del Estado de Baja California (2001-2007).
8. Sarmiento, Javier. Subsecretario de la Secretaría de Fomento Agropecuario (SEFOA) en el Gobierno del Estado de Baja California (2009 - actual). Director de Agricultura en la SEFOA (2001-2007)
9. Tintos, Juan. Secretario de Turismo (SECTURE) en el Gobierno del Estado de Baja California (1992-2001)/ (2010-2013)

2. Consulta a expertos: selección de la muestra

⁵⁸ En 2013, momento en que se realizó el trabajo de campo para esta tesis, funcionarios del municipio de Ensenada (alcalde y cabildo) estaban siendo sujetos de escrutinio público a través de medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales, derivado de la publicación de un plan de ordenamiento territorial que contravenía los intereses del sector vitivinícola (ver capítulo 4).

Una vez realizadas las entrevistas, así como la revisión documental, estadística y hemerográfica correspondiente, se aplicaron cuestionarios a 10 actores representativos del sector vitivinícola, 5 funcionarios y ex funcionarios públicos, los cuales fueron parte de las personas a las que se realizó la entrevista semiestructurada en un inicio; asimismo, se entrevistaron a cinco líderes de opinión de sectores conexos (representantes hoteleros y restauranteros), los cuales fueron mencionados en algunas entrevistas de los actores del sector vitivinícola como personas que participan en actividades relacionadas con el vino, o bien, que han contribuido de manera directa al desarrollo de la actividad vitivinícola, a pesar de no ser productores. El objetivo de esta consulta a expertos fue el profundizar en el análisis de las acciones que fueron destacadas a partir de la investigación de campo y documental como hechos clave u obstáculos en el desarrollo del sector, las cuales, de acuerdo a los resultados positivos o negativos, se agruparon en los temas de: desarrollo económico, desarrollo territorial e identidad local. Esta consulta a expertos se realizó con los siguientes personajes:

Sector vitivinícola

1. Bravo, Juan Carlos.
2. Ceja, Alberta.
3. D'Acosta, Hugo.
4. Flores, Melchor.
5. Martain, Fernando.
6. Rivera, Jesús.
7. Rodríguez, Reynaldo.
8. Torres-Alegre, Víctor.
9. Segura, Víctor.
10. Zamora, Laura.

Sector público

1. Amador, Rocío.

2. D'Garay, Jorge.
3. Hernández, Juan Pablo.
4. Sarmiento, Javier.
5. Tintos, Juan.

Líderes de opinión de sectores conexos

1. Plascencia, Javier. Empresario restaurantero. Misión 19, Grupo Plascencia: (Saverio's, Giuseppe's, Finca Altozano, Romesco).
2. Salinas, Gilberto. Comercializador de vinos. Propietario de la tienda GSalinas.
3. Cortez, Iván. Operador turístico. Propietario de empresa especializada en tours enológicos: Vino Sobre Ruedas.
4. Villarino, Dora. Operadora turística. Propietaria de empresa especializada en tours enológicos: Baja Wine Tours. Gerente General Mexi-coach (2000-2007).
5. Martínez, Armando. Empresario hotelero. Grupo Lutteroth (Hotel Coral y Marina).

Con el fin de profundizar en el análisis de las respuestas dadas a los cuestionarios se propuso una escala ordinal con valores que van de -2 a $+2$. Los valores negativos se atribuyen a acciones que tuvieron efectos negativos en el sector, los valores positivos se atribuyen a acciones que tuvieron efectos positivos y el cero es valor neutro. De tal forma, $+1$ y -1 corresponden a Poco Positivo y Poco Negativo; $+2$ y -2 corresponden a Muy Positivo y Muy Negativo, respectivamente. Asimismo, se define cada hecho como factor endógeno o exógeno dependiendo de si existe la percepción de que hubo actores locales involucrados en la realización de dicha acción.

Con el fin de contar con una referencia para cada hecho, primeramente se pidió la percepción del entrevistado respecto al estado o condición inicial de algunas de las componentes de un sistema territorial competitivo. El valor atribuido a cada estado original tendría el mismo significado que las acciones positivas o negativas de la escala definida en el párrafo anterior, de tal suerte que a un estado inicial Muy Negativo se le asigna el valor de -2 ; de la misma manera que a un estado inicial Muy Positivo le correspondería una

valoración de +2. Así, si los encuestados identifican la situación inicial como “muy negativa”, una acción positiva durante el periodo de análisis (2000 – 2013) mitiga el estado original y de ahí en adelante se puede avanzar hacia fortalecer o construir el componente o capacidad en cuestión, para fomentar el desarrollo endógeno. El período de análisis que va del año 2000 al 2013 se divide en tres etapas y se presenta, para facilitar su visualización en las tablas: 5.1 correspondiente a desarrollo económico; 5.2 desarrollo territorial y; 5.3 identidad local.

En estas tablas, las últimas cuatro columnas se utilizan para presentar: a) Total 2013: la suma de los valores correspondientes al estado original y a los tres periodos siguientes: 2000-2004, 2004-2008, 2008-2013. Este valor nos habla del avance hacia la constitución del territorio y de sus fuerzas y debilidades. Si los valores correspondientes a las cuatro columnas fueran “muy positivo” (+2), la suma sería +8 b) Total (N) 2013) es el valor normalizado el cual, de ser todo “muy positivo” correspondería a +2, que sería el valor ideal; c) Dif. 2013-2000: representa la suma de los tres periodos analizados en este trabajo y nos habla del esfuerzo de los diferentes actores en la construcción del desarrollo competitivo que se refleja en el estado actual del sistema; d) Dif. %: es el valor porcentual que indica la percepción de esfuerzo realizado en el período analizado. e) Factor: EXO/END nos expresa si las acciones, o cambios, se deben a acciones realizadas por un agente exógeno (EXO) o endógeno (END). El criterio para identificar una acción como exógena o endógena se sustenta en la participación de los actores del sistema. Es endógena si la acción es el resultado de articulaciones productivas y de colaboración, redes de cooperación o redes empresariales, o si se realiza a través de procesos de gobernanza; es exógena en el caso contrario. Finalmente, f) Factor: EXO/END representa el porcentaje de esfuerzo atribuido a cada tipo de acción (exógena o endógena, respectivamente).

Finalmente, es importante aclarar que para considerar que un componente es una fortaleza para el sector vitivinícola, es decir, aporta competitividad para el desarrollo, se toma una valoración de +1 a +2; así, una debilidad, es decir un componente que resta competitividad al sector, es aquel valorado entre -1 o -2.

Temática	Unidad de análisis	Indicadores
Desarrollo económico	- Empresas instaladas en la región antes y después del año 2000. - Hectáreas establecidas de uva, antes y después del año 2000. - Enólogos establecidos en el estado.	- Crecimiento en el número de empresas. - Tipo de empresas de acuerdo a los socios inversionistas. - Crecimiento en la producción vinícola. - Aumento en los precios de la uva.
Desarrollo territorial	- Dependencias gubernamentales (los tres niveles de gobierno) que participan directamente en la promoción del sector. - Viticultores que se convirtieron en vinicultores.	- Esquemas y montos de inversión gubernamental. - Programas y rubros de apoyo. - Encadenamientos productivos.
Identidad Local	- Organizaciones socioculturales en torno al sector vitivinícola. - Instituciones de apoyo al desarrollo del sector.	- Referentes identitarios en torno al sector vitivinícola

Tabla A.2. Resultados de las interacciones entre dimensiones. Fuente: *Elaboración propia*

Investigación de fuentes secundarias

La información obtenida de las entrevistas se complementó con la información recuperada a través de investigación documental, hemerográfica y de internet, la cual se procesó por medio de fichas de trabajo, así como por técnicas estadísticas tradicionales. A partir de esta información se tiene una perspectiva sobre la configuración de la industria vitivinícola.

ANEXO 2

Historia del vino en México

Primer Período: La Colonia

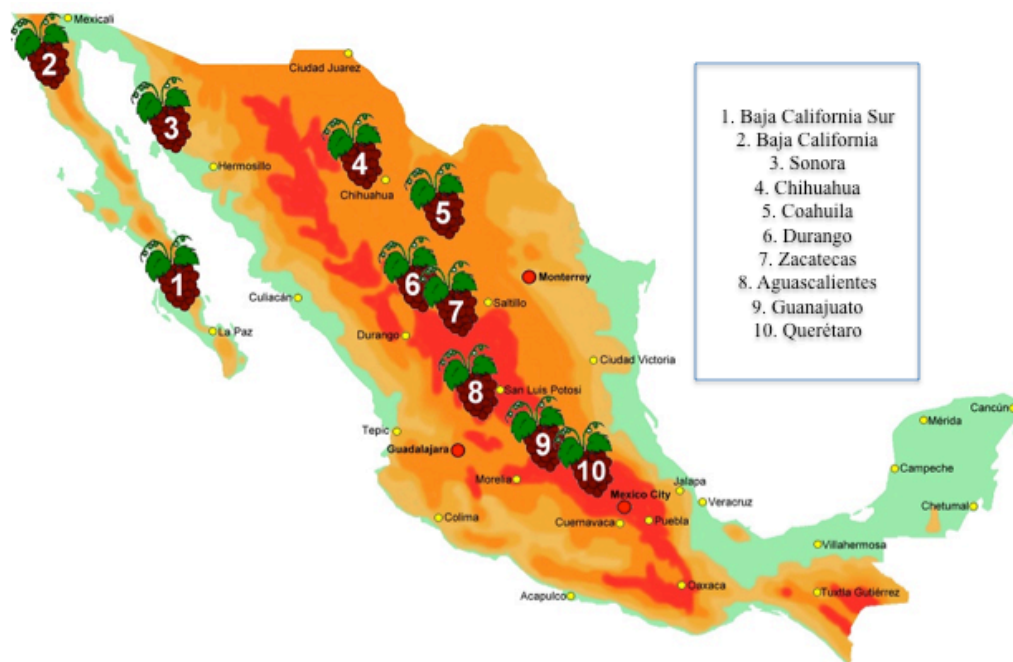
Durante la campaña de Cortés contra los aztecas, se enviaron cantidades considerables de vino español a México, buena parte del cual procedía de la región de Jerez (García, 2004). Cuando los españoles se asentaron en lo que es hoy la Ciudad de México, se percataron de que la uva silvestre que se daba en la campiña no se podía vinificar, por lo que los colonizadores europeos tenían que importar vino de España. Al aumentar la demanda se dieron a la encomienda de traer parras y se comenzaron a establecer los primeros viñedos alrededor de la Ciudad de México. Con el avance de la evangelización se incrementó la producción, y el tipo uva más extendida y usada en esa época fue la llamada Misión, nombre con el que se le conoció a esa cepa (Ibarra, 2009). De tal manera, la práctica de la vitivinicultura en este país se remonta a 1531, cuando el rey Carlos I de España ordena que todos los navíos que se dirigían a la Nueva España llevaran viñas y olivos para ser plantados en estas tierras (Faesler y Cerón 2003:17).

Los viñedos se expandieron a todos los lugares donde se empezaron a trasladar los misioneros: Puebla, Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí, Michoacán, Dolores, Celaya, Guerrero, el Valle de Parras y Sonora, (Ibarra, 2009). Específicamente, es hasta 1697 cuando se funda la primer misión en Baja California y empiezan las plantaciones de *vitis vinífera* – la variedad de viña de la cual se produce hoy en día casi todo el vino del mundo (Sayrols, *et al* 2008:12). Existen registros que indican que existían especies endémicas de vid en este territorio. En el libro “*Apuntes de un Cofrade*”, se recupera el testimonio escrito por el Padre Miguel del Barco, quien a mediados del siglo XVIII describe lo siguiente:

[Existen] en primer lugar las parras silvestres o cimarronas. Estas se hallan en aquellos parajes de los arroyos, donde hay cerca un manantial. Tienen el tronco delgado y enredado entre otros arbustos que las sostienen. Sus sarmientos, hojas, racimos y uvas son, en lo

exterior, sumamente semejantes a los de las parras europeas pero todo mucho menor que lo que producen estas últimas. Las uvas son menudas y nunca maduran, de suerte que queden dulces; antes bien siempre son agrias, y como mas pudieran servir, si se recogiera cantidad, para hacer vinagre (en Arriola, H. 1996:27).

Los primeros viñedos que se establecen en las diferentes entidades del país (ver mapa 1.1), tienen como propósito la producción de vino para la celebración de las misas católicas. Posteriormente, se convierte en parte del esfuerzo de los pobladores europeos para conservar sus tradiciones (Faesler y Cerón, 2003). Los libros⁵⁹ que relatan la historia sobre la vitivinicultura en México, señalan que cuando el vino producido en este país empieza a desplazar a la producción española, se establecieron leyes que prohibían la plantación de viñedos en la Nueva España. En el siglo XIX se anulan dichas leyes, sin embargo, la vitivinicultura había perdido su auge y la mayoría de los viñedos en México habían sido destruidos.⁶⁰



Mapa 1.1. Estados productores de vino. Fuente: www.turiguideMexico.com

⁵⁹Ver Arriola, H., 1996. “Apuntes de un Cofrade” Ensenada, B.C. Sin editorial; Faesler, C. y Cerón, R., 2003, “El Vino Mexicano. Raíz, Sarmiento y Frutos”. Ed. Revimundo México.; Magoni, C., 2009, “Historia de la Vid y el Vino en la Península de Baja California”, Tijuana, B.C., Publicado por Universidad Iberoamericana.; Vinícolas Integradas, S.A. de C.V. [disco compacto], 2009, *Enciclopedia del Vino de Baja California*. Ensenada, B.C..

⁶⁰Sayrols, R. *et al.* 2008. “Bodegas de Santo Tomás. 120 años de vino en Baja California”. Ed. Metrosexual, S.A. de C.V. México, D.F.

Segundo Período: los siglos XVIII y XIX

Algunos hechos interesantes que nos ayudan a entender la distribución actual de las áreas de producción vinícola y los varietales existentes son los siguientes: en 1791, el fraile dominico José Lorient funda la misión de Santo Tomás al sur de Ensenada, en lo que ahora es Baja California, plantando los primeros sarmientos en ese valle. Pasó el tiempo y llegó la guerra de Independencia en 1810, tras la cual el gobierno mexicano decidió secularizar algunas propiedades religiosas, entre ellas la misión de Santo Tomás, que desde 1833 pasó por las manos de varios propietarios. En Parras, Coahuila, en 1870 Evaristo Madero adquiere Hacienda de San Lorenzo, ahora Casa Madero y catorce años después viaja a Francia para adquirir cepas de aquel país e importarlas a México. Por su parte, en 1888 el italiano Francisco Andonegui y el español Miguel Ormart fundan Bodegas de Santo Tomás, introduciendo a México nuevos varietales: Palomino, Moscatel, Rosa del Perú y Tempranillo (Ibarra, 2009). Después de casi dos siglos, en 1889, Porfirio Díaz autoriza la importación masiva de vides para su cultivo en México (Sayrols *et al*, 2008). Sin embargo, a finales del siglo XIX el virus de la filoxera⁶¹ destruye gran parte de los viñedos americanos y europeos, de tal manera que para 1900 una gran parte de los viñedos mexicanos desaparecieron a causa de esta enfermedad, aunado **esto** a los problemas políticos de la época, **condujo al desplome** de la producción vitivinícola por segunda ocasión.

Tercer Período: de la política de sustitución de importaciones al GATT

En la década de los años 40, derivado de la implementación de la política de sustitución de importaciones, se genera un resurgimiento de la vitivinicultura en México. En esta época llega desde Italia el viticultor y enólogo Vittorio Giaginto Bortoluz Perencin, contratado por la compañía "Productos Vinícolas de Delicias" quien hasta finales de 1951 se dedicó a desarrollar vides para los territorios de Chihuahua y Coahuila. Casa Pedro

⁶¹ *Phylloxera Vitifoliae* es el nombre científico del insecto áfido semejante a un pulgón, que habitaba el sur de los Estados Unidos.

Domecq⁶² llega a México, en 1948, con el propósito de comercializar brandis españoles. Sin embargo, como resultado de la política de sustitución de importaciones, en 1953 empieza a producir destilados de uva. Esta empresa establece en 1970 una firma subsidiaria en Baja California: Vides de Guadalupe Domecq, cuyas operaciones incluían la vinificación y el desarrollo de viñedos propios para la producción de uva y la habilitación de terceros productores para el establecimiento de nuevas extensiones de este cultivo. Con el apoyo del gobierno del estado, se denomina a la ubicación de esta empresa como el Valle de Calafía (Sayrols *et al*, 2008).

Entre 1970 y 1980 la producción se triplicó, lo que implicó un ritmo de duplicación de las áreas cultivadas cada tres años, junto con un fuerte crecimiento de las inversiones en equipos, promoción y comercialización. Este ritmo de crecimiento estaba fuertemente motivado por el proteccionismo gubernamental que prohibía la importación de vinos. Es en estos años que México presenta el mayor período de crecimiento en la producción de vino, llegándose a producir hasta 24 millones de cajas de vino a nivel nacional (Nava, 2004).⁶³

En asociación con Luis Cetto, y bajo la tutela del enólogo Camilo Magoni, Vides de Guadalupe Domecq desarrolla de nuevo la vitivinicultura en Baja California, a través acuerdos de proveeduría con corporaciones subcontratadas, convirtiéndose en el comprador de uva más importante del estado, representando en la práctica un monopsonio para el mercado de uva. Por su parte, Bodegas de Santo Tomás – empresa que había continuado produciendo vino desde 1888 a muy baja escala – es vendida por el General Abelardo L. Rodríguez al empresario Elías Pando, quien aumenta también su producción a partir de esos años. En 1983, uno de los socios de Vides de Guadalupe lanza al mercado un vino bajo su propia marca: L.A. Cetto. Esta empresa trabaja también a través de contratos de proveeduría, sin embargo, contrario a Domecq, L.A. Cetto desarrolla sus propios cultivos, dependiendo muy poco de la producción de uva de terceros productores (Sayrols *et al*, 2008).

⁶² Empresa española fundada en Jerez en 1822.

⁶³ Actualmente se producen únicamente 1 millón de cajas de vino (CMV, 2013).

Cuando, en 1986, México es aceptado en el GATT (*General Agreement of Tariffs and Trade*), se abren las puertas a la importación de todo tipo de bienes, incluido el vino. Derivado de la competencia a la que se enfrentó la industria vitivinícola, la mayor parte de las empresas existentes en México quiebran, quedando solo una decena de ellas en funcionamiento (Sánchez, 2002; Consejo Mexicano Vitivinícola [CMV] 2011). Esta situación se ilustra con la opinión de Hugo D'Acosta, quien vivió esta experiencia dentro del sector vitivinícola y que actualmente es uno de los enólogos más reconocidos de México.

“...cuando el GATT entra a México hay una ruptura importante de la base productiva... México llegó a tener 60 mil hectáreas de viñedos, en esa época Zacatecas, Aguascalientes, Querétaro eran productores importantes y todas estas zonas, hablando de vinos, se colapsan y Baja California queda, de forma natural, como el único lugar que sigue latente...” (D'Acosta, Hugo, entrevista, 2013)

En el caso de Baja California, en la década de los años 80, sobreviven 5 casas productoras: Bodegas de Santo Tomás, Casa Pedro Domecq, L.A. Cetto, Cavas Valmar y Formex Ybarra (Martain, Fernando, entrevista, 2011), de las cuales en la actualidad únicamente continúan en operación las primeras cuatro.

ANEXO 3

Cadena de Valor del Vino

1. FASE AGRÍCOLA	Preparación del terreno Plantación del viñedo Laboreo y mantenimiento del terreno Riego Fertilización Poda de invierno Aplicación de productos fitosanitarios Poda en verde Vendimia
2. COMERCIALIZACIÓN UVA	Compra Venta
3. BODEGA	Selección de uvas Despalillado y estrujado Fermentación alcohólica Descube Prensado Fermentación maloláctica Crianza Embotellado Envejecimiento Estabilización y filtrado Etiquetado y encapsulado
4. COMERCIALIZACIÓN PRODUCTO TERMINADO	Envase Embalaje Transporte Mercadeo
5. PROMOCIÓN DE LA BODEGA	Branding Eventos

Fuente: *Elaboración propia con base en el estudio de campo.*

ANEXO 4

Variables exógenas

Arena de acción 2000-2002: La comercialización de la uva en Baja California

Reglas en Uso

Mercado del vino en México:

1. Libre competencia en la comercialización de vino en México: el vino mexicano competía con los vinos internacionales derivado de la entrada de México al GATT y de la firma de otros tratados comerciales celebrados por México⁶⁴.
2. Calidad de los vinos en el mercado: el éxito comercial de los vinos importados dado por la relación precio/calidad, así como el establecimiento de nuevas empresas en Baja California que inician la producción de vinos *premium o boutique* empiezan a modificar la estrategia de producción y comercialización de vino de mesa.
3. Producción de vino en Baja California:
 - El sector primario es impulsado por un gran comprador.
 - El sector primario y el industrial están prácticamente desvinculados.
 - El establecimiento de nuevas empresas, comercialmente exitosas, con producciones en volúmenes pequeños de vino y altos niveles de calidad, prueba la viabilidad económica de un nuevo modelo productivo; referente importante para la constitución posterior de nuevas empresas.

Mercado de uva vinificable en Baja California:

1. Un gran comprador de uva (Domecq) y varios pequeños compradores⁶⁵.

⁶⁴ Por tratados celebrados por México, debe entenderse cualquier "acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional, ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular" (artículo 2, inciso a), de la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados de 1969), así como aquellos celebrados entre México y organizaciones internacionales. Secretaría de Relaciones Exteriores. Disponible en: <<http://www.sre.gob.mx/tratados/>> Consultado el 20 de Octubre de 2013.

2. Oferta superior a la demanda de uva.
3. Precios de uva fijados por el gran comprador.
4. Los compradores pequeños sólo tenían acceso al producto que no comprara Domecq.
5. Contratos: la empresa Domecq manejaba contratos de comercialización, generalmente con los productores grandes de uva. Estos productores, tales como la familia Cetto, estaban asociados con algunos de los propietarios de Domecq México en la parte de producción de uva únicamente. Los productores pequeños por lo general no tenían contratos formales de comercialización con ningún comprador.
6. Calidad de las uvas: no existían estándares de calidad en la producción de uva vinificable, por lo que la calidad entregada variaba de un productor a otro.
7. Incentivos para la calidad: al no existir estándares de calidad, ni premios o castigos en cuanto a precios, no había incentivos para que los productores aplicaran buenas prácticas en la producción de uva vinificable.
8. La producción de uva entre los viticultores era fija, es decir, no había inversión para aumentar la extensión de viñas plantadas en Baja California – excepto por las nuevas empresas vinicultoras que plantaban para el autoconsumo .

Atributos de la comunidad

1. A decir de algunos de los entrevistados, la viticultura en Baja California estaba completamente desvinculada de su tierra; *la viticultura era de 2 o 3 personajes monopólicos, y la comunidad [bajacaliforniana] no tenía, a excepción de un recuerdo histórico de Santo Tomás, ninguna liga con el valle, ni sus pobladores.*” (D’Acosta, Hugo, entrevista, 2013)
2. Santo Tomás, históricamente representa un lazo entre la comunidad bajacaliforniana y el sector vitivinícola.

Aspectos biofísicos

⁶⁵ Los pequeños compradores representaban menos del 10% del consumo de uva en Baja California, por lo que la compra de uva en la práctica se daba en condiciones monopsónicas.

1. Los temas del agua y la vocación del uso de la tierra todavía no eran temas importantes en la agenda del sector productivo.
2. Los problemas más importantes del sector vitivinícola se relacionaban al control de plagas, específicamente la enfermedad de Pierce.

ANEXO 5

Variables exógenas

Arena de acción 2002-2013: La construcción del sistema territorial vitivinícola

Reglas en Uso

Mercado del vino en México:

1. Continúa la libre competencia en la comercialización de vino en México.
2. Comercialización de los vinos en el mercado mexicano: El éxito comercial de los vinos mexicanos e importados depende de la relación precio/calidad.
3. Producción de vino en Baja California: Existen pocos casos de éxito en el que se producen volúmenes más pequeños de vino con altos niveles de calidad, que son a su vez económicamente viables.
4. No existe información socializada sobre la producción vitivinícola, por lo tanto, hay poco conocimiento sobre todo el proceso de producción vitícola y vinícola.
5. Se requiere de inversiones cuantiosas para abrir una vinícola formalmente constituida.
6. Las leyes para venta de vino en Baja California son un impedimento para la comercialización de los productos directamente en las vinícolas productoras y para la venta de vino en restaurantes y hoteles.
7. En 2002 se publica en el Diario Oficial de la Federación la "Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios" (IEPS), misma que establece las nuevas tasas impositivas para las bebidas alcohólicas, en la cual el vino de mesa queda gravado con el 25% de impuesto sobre el precio *ad valorem*.

Mercado de uva vinificable en Baja California:

1. Las empresas vinícolas establecidas, así como otros nuevos compradores, complementan las compras de Domecq, rompiendo el monopsonio en la comercialización de la uva.
2. La comercialización de uva se empieza a dar de acuerdo a las reglas del libre mercado. De tal forma, al aumentar la demanda aumentan los precios de este producto.
3. Los compradores pequeños tienen acceso a productos de calidad.
4. Se implementan estándares de calidad en la producción de uva vinificable.
5. Los productores se ven obligados a producir uva de calidad para poder comercializarla. Hay diferencias en precios dependiendo de la calidad de la uva, conforme a características físicas y químicas evaluadas por los enólogos. Se paga un precio más alto por la uva de mayor calidad.
6. El papel de los enólogos se fortalece: Los enólogos trabajan directamente con los productores vitícolas para mejorar la calidad de la uva. Deciden qué uvas se compran. Además, asesoran tanto a las empresas existentes, como a todos los nuevos productores de vino a través de relaciones formales e informales.

Atributos de la comunidad

1. Derivado de la coyuntura de la comercialización de la uva vinificable, se gesta un movimiento con base en la población de clase media y alta, que, en búsqueda de actividades recreativas exclusivas: consume vino, crea asociaciones sociales en torno al tema del consumo y apreciación del vino y en algunos casos empieza a producirlo de manera artesanal, a baja escala, con el apoyo de los enólogos establecidos en la región.
2. No existe una identificación social generalizada en la zonas vitivinícolas, en la ciudad de Ensenada y en el estado de Baja California con la producción y consumo de vino.

3. No hay relaciones institucionalizadas sector vitivinícola – gobierno (a ningún nivel).
4. El principal interlocutor entre el sector productivo y el gobierno es la AVBC.

Aspectos biofísicos

El tema del agua se convierte en tema toral de la agenda del sector productivo.

ANEXO 6

EMPRESAS VITIVINÍCOLAS Y VINÍCOLAS CENSADAS

Año de constitución	Nombre comercial de la vinícola	Socios actuales	Arraigo	Enólogo/Winemaker	Asesorados por	Origen	Negocios Conexos	Cadena de valor Integrada	Producción en cajas de 12 botellas de 750 ml					
									500 - 1000	1000 - 5000	5000 - 10000	10000-50000	100000-500000	Más de 1 millón
1888	Bodegas de Santo Tomas	Familiar	NO	Laura Zamora/E		Grupo empresarial		SI					x	
1937	LA Cetto	Familiar	SI	Camilo Magoni/E		Empresario		SI						x
1973	Domecq	Pernod-Ricard	NO	Sebastian Suárez/E		Grupo empresarial		NO					x	
1983	Calvas Valmar	Familiar	SI	Fernando Martain/W		Profesionista		NO			x			
1986	Mogor Badan	Familiar	SI	Alberto Rubio/W	Hugo D'Acosta	Profesionista		NO		x				
1988	Monte Xanic	Socios	SI	Hans Backoff/E		Empresarios		SI				x		
1993	Viñas de Liceaga	Familiar	SI	Enrique Ferro/E		Profesionista		SI			x			
1994	Chateau Camou	Familiar	SI	Héctor Villaseñor/E		Empresario		SI			x			
1997	Adobe Guadalupe	Familiar	SI	Daniel Lonngberg/E		Empresario	Hotel	SI			x			
1997	Barón Balché	Familiar	SI	Jesús Rivera/W	Victor Torres-Alegre	Empresario		SI			x			
1997	Casa de Piedra	Familiar	SI	Hugo D'Acosta/E		Enólogo		SI			x			
1997	Lafarga	Familiar	SI	Roberto Lafarga/W		Profesionista (A)		NO		x				
1998	Vinícola Bibayoff	Familiar	SI	Victor Torres-Alegre/E		Viticultor		SI		x				
2000	Aborigen	Familiar	SI	Hugo D'Acosta/E		Enólogo		NO		x				
2000	Vinos Pijaoan	Familiar	SI	Pao Pijaoan/W	Hugo D'Acosta	Profesionista (A)		NO		x				
2000	Bodegas San Rafael	Familiar	SI	Ludwig Hussong/E	Fernando Martain	Empresario		SI		x				
2000	Shimul	Familiar	SI	Alvaro Ptacnik/W	Hugo D'Acosta	Profesionista (A)		NO		x				
2000	Tanama	Familiar	SI	Fernando Martain/W		Empresario		SI		x				
2000	Tres Valles	Socios	SI	Joaquín Prieto/W	Hugo D'Acosta	Profesionista		NO		x				
2000	Vinisterra	Socios	SI	Christoph Waegner/E		Empresario/Enólogo		NO			x			
2000	Vinos Fuentes	Familiar	SI	Miguel Fuentes/W		Viticultor	Restaurante	NO		x				
2000	Viñedos Malagón	Familiar	SI	José Luis Malagón/W		Viticultor	Hotel	NO	x					
2001	JC Bravo	Familiar	SI	Juan Carlos Bravo/W	Hugo D'Acosta	Viticultor		NO		x				
2001	Vides y Vinos Californianos	Socios	SI	Antonio Escalante/W	Fernando Martain	Profesionista (A)		NO			x			
2002	Tintos del Norte 32	Familiar	SI	José Luis Durand/E		Profesionista		NO		x				
2003	Viñedos Aldo César Palafox	Familiar	SI	Reynaldo Rodríguez/E		Profesionista		NO		x				
2003	Vena Cava	Familiar	SI	Phil Gregory	Hugo D'Acosta	Empresario	Hotel/Restaurante	NO	x					
2003	Viñas de Garza	Familiar	SI	Amado Garza/W	Hugo D'Acosta	Empresario (A)		SI			x			
2004	Paralelo	Socios	NO	Thomas Egly/E	Hugo D'Acosta/E	Holding		NO		x				
2004	Vinícola EMEVE	Familiar	SI	Reynaldo Rodríguez/E		Empresario		NO			x			
2004	Vinícola Relieve	Familiar	SI	Wenceslao Martínez		Profesionista (A)		NO		x				
2005	Durand Vitivinicultura	Familiar	SI	José Luis Durand/E		Enólogo		NO	x					
2005	Tres Mujeres	Socios	SI	Hugo D'Acosta/E		Profesionistas (A)		NO	x					
2005	Xecue	Familiar	SI	Alberta Ceja/E		Profesionista	Laboratorio	NO		x				
2005	Villas Montefiori	Familiar	SI	Paolo Paoloni/E		Enólogo		NO		x				
2006	Vinos Sueños	Familiar	SI	José Ochoa/W		Profesionista (A)		NO	x					
2006	Viñas Tierra Santa	Familiar	SI	Alberto Nomura/W		Profesionista (A)		NO	x					
2006	Vinart	Socios	SI	Jesús Ibarra Villaseñor/W	Hugo D'Acosta	Profesionista (A)		NO	x					
2006	Rincón de Guadalupe	Familiar	SI	Julio Félix/W	Laura Zamora	Viticultor		NO	x					
2007	Santa Ursula	Familiar	SI	Griselda López/W		Viticultor		NO	x					
2007	Torres Alegre y familia	Familiar	SI	Victor Torres-Alegre/E		Enólogo		NO		x				
2007	Rancho La viñata/ Viñedos Villarino	Familiar	SI	Luis Villarino/W	Laura Zamora	Viticultor		NO	x					
2007	Cava Aragón	Familiar	SI	Victor Segura/W		Empresarios		NO	x					
2007	Quinta Monasterio	Familiar	SI	Reynaldo Rodríguez/E		Viticultores		SI	x					
2007	Vinícola Zapien	Familiar	SI	Rafael Zapien/W	Hugo D'Acosta	Viticultor		NO	x					
2008	Vinícola MD	Familiar	SI	Laura Zamora/E		Empresario		NO	x					
2008	Viñedos Las Nubes	Socios	NO	Victor Segura/W		Empresarios		NO		x				
2009	Vinícola Fraternidad	Socios	NO	José Luis Durand/E		Empresarios		NO		x				
2009	Fratelli Pasini	Familiar	SI	Alejandro Cabello Pasini/W		Viticultores		NO		x				
2009	Hacienda La Lomita	Familiar	SI	Reynaldo Rodríguez/E		Empresario		NO		x				
2010	Pasion Biba	Familiar	SI	Abel Bibayoff/W	Victor Torres-Alegre	Viticultor		NO	x					
2010	Alximia	Socios	NO	Alvaro Alvarez/W		Empresarios		NO	x					
2010	Cuatro Cuatros	Socios	NO	Victor Torres-Alegre/E		Empresarios	Desarrollo inmobiliario/Hotel	NO	x					
2010	Vinícola Velasco	Familiar	SI	Raúl Velasco/W	Victor Torres-Alegre	Viticultor	Producción de Olivo	NO	x					
2012	Encuentro Guadalupe	Socios	NO	Hugo D'Acosta/E		Empresarios	Desarrollo inmobiliario/Hotel	NO	x					
2013	Vinícola La Carrodilla	Familiar	SI	Reynaldo Rodríguez/E		Empresario		NO	x					

E= Enólogo
W= Winemaker

(A) Inicia como productor artesanal

ANEXO 7

DOCUMENTOS ESPECIALIZADOS SOBRE LA DEFINICIÓN DE LA VOCACIÓN PRODUCTIVA PARA LA ZONA VITIVINÍCOLA DEL VALLE DE GUADALUPE

- 1) Vocación de uso de suelo en el corredor vitivinícola: San Antonio de las Minas-Valle de Guadalupe, Ensenada, B.C. 1995.
- 2) Programa Sectorial de Ordenamiento Territorial del Valle de Guadalupe, Ensenada, B.C. 2001
- 3) Plan Estratégico del Clúster Vitivinícola. 2003. Publicado por la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado (SEDECO).
- 4) Planeación Turística Integral: Estrategia de Desarrollo para el Valle de Guadalupe, Ensenada, B.C. 2003
- 5) Directrices Generales de Desarrollo para el Corredor San Antonio de las Minas – Valle de Guadalupe. 2003. Publicado en el Periódico Oficial del Estado.
- 6) Plan Municipal de Desarrollo de la Región del Vino. 2006. Publicado por el Instituto Municipal para la Investigación y Planeación (IMIP).
- 7) Programa Regional de Ordenamiento Ecológico del Corredor San Antonio de las Minas – Valle de Guadalupe, (PROE-CDAM-CG). 2006. Publicado en el Periódico Oficial del Estado (POE).
- 8) Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada. 2010. Publicado en el Periódico Oficial del Estado de Baja California.
- 9) Proyecto de Reglamento de Zonificación y Uso de Suelo para el Programa Sectorial. 2011-2012. Realizado por SIDUE-SECTURE-IMIP y enviado al XX Ayuntamiento del Municipio de Ensenada (IMIP, 2013).

ANEXO 8

Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Desarrollo Económico

No.	DESARROLLO ECONÓMICO	ANTES 2000	VALOR	2000-2004	VALOR	2004-2008	VALOR	2008-2013	VALOR	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR	
												2013-2000	%	EXO	END
1	Dotación de infraestructuras básicas por el Gobierno Federal, Estatal y/o Municipal		-2		-0.5		-1		-0.5	-4	-1	-2	-33%	0.5	-2.5
1.1	Dotación de infraestructuras básicas por la federación	En el Valle de Guadalupe y San Antonio de las Minas no se contaba con accesos pavimentados y las vías de comunicación estaban limitadas. Los mismos pobladores daban mantenimiento a los caminos vecinales. Los servicios de luz eléctrica y agua son limitados.	-2	Sin cambios	0	Sin cambios	0	Construcción de una carretera de alta velocidad con 4 carriles desde el Sauzal, hasta el Valle de Guadalupe.	1	-1	-0.25	1	17%	1	0
1.2	Dotación de infraestructuras básicas por el Gobierno Estatal y/o Municipal		-2	Mantenimiento de los caminos vecinales con apoyo municipal y/o estatal. El abastecimiento de agua se convierte en un problema importante para el sector.	-1	Mantenimiento de los caminos vecinales con apoyo municipal y/o estatal. El abastecimiento de agua se convierte en un problema crítico para el sector.	-2	Siguen sin existir soluciones para mitigar el problema de aseguramiento de agua de calidad para los cultivos vitivinícolas	-2	-7	-1.75	-5	-83%	0	-5
2	Marco jurídico y regulatorio	Trámites engorrosos para la apertura de vinícolas y para los permisos de alcohol a nivel estatal	-2	Modificación del reglamento estatal de alcoholes para el otorgamiento de permisos especiales para locales que quieran vender y/o distribuir vino nacional (únicamente). Se evidencia la necesidad del ordenamiento territorial vitivinícola.	1	Vacío en el marco regulatorio para el ordenamiento territorial de los valles vitivinícolas	-1	Publicación del Plan de Ordenamiento para el Valle de Guadalupe	-2	-4	-1	-2	-33%	0	-2
3	Sistema Fiscal Federal y Estatal favorable para las MPYMES en el sector vitivinícola		-1		0		0		-1.5	-2.5	-0.625	-1.5	-25%	-1	-0.5
3.1	Sistema Fiscal Federal favorable para las MPYMES en el sector vitivinícola	Aplicación del Impuesto Especial a Productos y Servicios (IEPS) 25% Ad Valorem	-2	Sin Cambios	0	Sin cambios	0	Aumento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) de 10 a 16%	-2	-4	-1	-2	-33%	-2	0
3.2	Sistema Fiscal Estatal favorable para las MPYMES en el sector vitivinícola	Sin cambios	0	Sin Cambios	0	Sin cambios	0	Aplicación del Impuesto a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico (IVFBCA) 4.5 % Ad Valorem. Aplicado antes del IEPS e IVA.	-1	-1	-0.25	-1	-17%	0	-1

Anexo 8.1 Hechos relevantes relacionados a la generación de Desarrollo Económico. Fuente: Elaboración propia. CONTINÚA SIGUIENTE PÁGINA

No.	DESARROLLO ECONÓMICO	ANTES 2000	VALOR	2000-2004	VALOR	2004-2008	VALOR	2008-2013	VALOR	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR	
4	Sistema nacional y estatal financiero y de acceso al crédito para el sector vitivinícola		-1		0.5		1.5		1	2	0.5	3	50%	0	3
4.1	Sistema nacional financiero y de acceso al crédito para el sector vitivinícola	No existía	-2	Sin cambios	0	Promoción de créditos a través del Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO) / Promoción de créditos a través de Fideicomisos Instituidos n Relación con la Agricultura (FIRA)	2	Creación del Programa de Apoyo a la Industria Vitivinícola (PROVITI)	2	2	0.5	4	67%	0	4
4.2	Sistema estatal financiero y de acceso al crédito para el sector vitivinícola	Acceso limitado a recursos estatales para el sector primario.	0	Asignación de recursos específicos para el sector vitivinícola a través de Alianza Para el Campo (Fondos Estatales con aportación Federal)	1	Promoción para el acceso de los productores vitivinícolas a recursos del Fondo de Garantías para acceso al crédito para el sector primario en general (FOGABAC).	1	Sin cambios	0	2	0.5	2	33%	0	2
5	Servicios de desarrollo empresarial federales y estatales		-1		1		1		0	1	0.25	2	33%	1	1
5.1	Servicios de desarrollo empresarial federales	No existían	-1	Sin cambios	1	Programa Nacional Sistemas Producto	1	Sin cambios	0	1	0.25	2	33%	2	0
5.2	Servicios de desarrollo empresarial estatales	No existían	-1	Creación de una campaña estatal de consumo de productos regionales donde se incluye el vino.	1	Creación de programas del gobierno estatal: SEFOA, SECTURE y SEDECO de apoyo al desarrollo empresarial.	1	Sin cambios	0	1	0.25	2	33%	0	2
	TOTAL AGREGADO		-1.4		0.4		0.1		-0.6	-1.5	-0.375	-0.1	-2%	0.1	-0.2

Anexo 8.1 Hechos relevantes relacionados a la generación de Desarrollo Económico. Fuente: *Elaboración propia.*

Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Desarrollo Territorial

No.	DESARROLLO TERRITORIAL	ANTES 2000	VALOR	2000-2004	VALOR	2004-2008	VALOR	2008-2013	VALOR	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR	
												2013-2000	%	EXO	END
1	Cultura emprendedora local	10 empresas vitivinícolas / 4 restaurantes en la Ruta del Vino	1	Establecimiento de 14 nuevos proyectos vitivinícolas / 2 hoteles boutique en la Ruta del Vino / 1 tienda especializada en vinos regionales en Tijuana	2	Establecimiento de 18 nuevos proyectos vitivinícolas / 2 hoteles boutique y 2 restaurantes nuevos en la Ruta del Vino / 1 tienda especializada en vinos regionales en Ensenada	2	Establecimiento de más de 30 nuevos proyectos vitivinícolas / 4 hoteles y 12 restaurantes nuevos en la Ruta del Vino, 12 tiendas especializadas en venta de vino regional establecidas en Tijuana, Ensenada, Playas de Rosarito y Mexcali / Creación de 6 empresas tour operadoras especializadas en viajes enológicos / Extensión de la Ruta del Vino hacia el sur de Ensenada, establecimiento de 1 restaurante y 4 nuevas vinícolas en la zona Sur	2	7	1.75	6	100%	0	6
2	Mercado de trabajo local	No existía. Los especialistas se contrataban de otros estados o países. Los trabajos para el campo eran temporales, por lo que no había un mercado de trabajo local estable en este sector.	-1	Los especialistas se siguen contratando de fuera.	0	Se desarrollan especialistas empíricos en la región.	2	Al crearse más empresas surge una mayor necesidad de tener gente capacitada en los diversos aspectos de la cadena valor del vino.	2	3	0.75	4	67%	0	4
3	Sistema territorial de I+D+i	No existía	-2	Vinculación con centros de educación superior (CICESE y COLEF) para el estudio en temas diversos, relacionados al sector vitivinícola.	1	Estudios relacionados a la producción vitivinícola	1	Estudios relacionados a la producción vitivinícola	1	1	0.25	3	50%	0	3
	TOTAL		-2		3		5		5	11	0.9166666 67	4.3333333 33	72%	0	13

Anexo 8.2. Hechos relevantes relacionados a la generación de desarrollo territorial. Fuente: *Elaboración propia*.

Hechos Relevantes Relacionados a la Generación de Identidad Local

No.	IDENTIDAD LOCAL	ANTES 2000	VALOR	2000-2004	VALOR	2004-2008	VALOR	2008-2013	VALOR	TOTAL 2013	TOTAL (N) 2013	DIF	DIF	FACTOR	
												2013-2000	%	EXO	END
1	Sistema educativo y formación de personal	No existía	-2	Cursos y Talleres prácticos "Como hacer un buen Vino" dirigidos a los viticultores.	2	Creación de la Estación de Oficios y Artes Tradicionales del Porvenir / Creación de la Escuela de Enología y Gastronomía en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) / Diplomado en Sommelier del Culinary Art School.	2	Cursos y diplomados en escuelas privadas. Desaparece la especialidad en enología de la UABC	-1	1.00	0.25	3	50%	0	3
2	Generación de referentes identitarios en torno al sector productivo	Las Fiestas de la Vendimia se formalizan como un evento regional reconocido por la sociedad bajacaliforniana.	1	Realización de más de 10 eventos anuales relacionados al sector vitivinícola	1	Realización de más de 30 eventos anuales relacionados al sector vitivinícola	2	Realización de más de 80 eventos anuales relacionados al sector vitivinícola	2	6.00	1.50	5	83%	0	5
3	Acuerdos particulares sobre la redistribución y formas de participación	Asociación de vitivinicultores de Baja California (AVBC) / Cofradía del Vino de Ensenada	1	Fortalecimiento de la AVBC / Redes de colaboración y trabajo entre sector productivo y el gobierno estatal. / Se crea la cofradía del vino de Tijuana	1	De la AVBC surge Comité ProVino, A.C./ Se crea el Sistema Producto Vid / Se crea el grupo de producción de Pioneros del Vino / Se crea la Cofradía del Vino de Mexicali	2	Surgen grupos de trabajo que se organizan para colaborar en diversos aspectos de la cadena de valor del vino, sobre todo la parte de comercialización / Se fortalecen los lazos con otros sectores/ Todos los valles vitivinícolas están representados en los diferentes organismos y tienen poder de voto sobre las acciones para el desarrollo del sector	2	6.00	1.50	5	83%	0	5
	TOTAL		3		4		6		6	13.00	3.25	4	72%	0	4

Anexo 8.3. Hechos relevantes relacionados a la generación de identidad local. Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 9

Calendario de Eventos del Vino 2013

EVENTOS 2013	ORGANIZA	LUGAR
Noche de máscaras en Carnaval	Comité Provino A.C.	Ensenada
Festival de las Conchas y el Vino	Comité Provino A.C. Y Sistema producto ostión	Ensenada
Vinomía con Amanda Miguel y Diego Verdaguer	Bodegas de Santo Tomás y APM Producciones	Mexicali
Fistas del Viñedo en Flor	Comité Provino A.C.	Valle de Guadalupe
Concierto en LA Cetto (Pandora)	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Vino + Chocolate con Lupita D'Alessio	Bodegas de Santo Tomás y APM Producciones	San Antonio de las Minas
Concierto en LA Cetto (Mariachi Vargas)	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Concierto 125 años de Santo Tomás con Joan Sebastian	Bodegas de Santo Tomás y APM Producciones	Valle de Guadalupe
Valle Sunset	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Muestra del Vino	Comité Provino A.C.	Ensenada
Box	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Visitas enológicas I	Comité Provino A.C.	Valle de Guadalupe
Cena de Gala	Adobe Guadalupe	Valle de Guadalupe
Vino y Música en Las Nubes	Viñedo Las Nubes	Valle de Guadalupe
Concierto del Crepúsculo	Monte Xanic	Valle de Guadalupe
Mar y Vino Concierto en Estero Beach	L.A. Cetto y Estero Beach	Ensenada
Festivali del Queso, el Pan y el Vino	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Comida Campestre	Viña de Liceaga	San Antonio de las Minas
Una Noche en Casa de Piedra	Casa de Piedra	San Antonio de las Minas
Muestra del Vino en Tijuana	Cofradía del Noble Vino de Tijuana	Tijuana
Cena maridaje de vinícola La Trinidad en Laja	Vinícola la Trinidad	San Antonio de las Minas
Expresiones Gastronómicas de Baja California	D'Poncelis y Hacienda Guadalupe	Valle de Guadalupe
6ta. Fiesta Callejera: Evento multidisciplinario	ICBC y CEARTE	Ensenada
Día sagrado	Hacienda La Lomita	Valle de Guadalupe
Al Son de Vinisterra	Vinícola Vinisterra	San Antonio de las Minas
Cena Pausada y Memorable	Viñas Pijoan	Valle de Guadalupe
Jazz en el Mogor	Cavas del Mogor	Valle de Guadalupe
Fiesta Colores de la Vendimia	LA Cetto	Valle de Guadalupe

Paralelo solo para ti	Paralelo	Valle de Guadalupe
Visitas enológicas II	Comité Provino A.C.	Valle de Guadalupe
En Armonía con Emevé	Viñedos Emevé	Valle de Guadalupe
Día Sagrado	Hacienda La Lomita	Valle de Guadalupe
Puesta de Sol	Viñas Pijoan	Ensenada
Vinalia Rústica 2013	Viñedos Lafarga y Vitivinícola Tres Valles	San Antonio de las Minas
La Verbena de Santo Tomás	Bodegas de Santo Tomás	Ensenada
Paralelo solo para ti	Paralelo	Valle de Guadalupe
Pokar – Run en Bicicletas	Vinos Bibayoff	Valle de Guadalupe
Ingrediente Guadalupe en Laja	Moebius	San Antonio de las Minas
“Noche Gitana” Suerte, Amor y Vino	Viña de Liceaga	San Antonio de las Minas
Inauguración	Vinícola Finca La Carrodilla	Valle de Guadalupe
Noche de Cofradía	Cofradía del vino de Ensenada	Ensenada
Fiesta en el Valle	Comité Provino A.C.	Valle de Guadalupe
Velada en Casa Torres Alegre	Vinícola Torres Alegre y Familia	Valle de Guadalupe
Cena Maridaje, Presentación de Nuevas Etiquetas y Añadas	Viñas de Garza	Valle de Guadalupe
Del Huerto y el Viñedo a tu Mesa	Norte 32, G Salinas Vitivinicultores y Javier Plascencia.	
Noche Pagana	Hacienda La Lomita	Valle de Guadalupe
Noche Mexicana en Valmar	Cavas Valmar	Ensenada
Fiestas de la Vendimia en Mexicali, Noche de Cabaret, XVII Muestra del Vino	Cofradía del vino de Mexicali	Mexicali
Fiesta de la Vendimia Vena Cava	Vena Cava	Valle de Guadalupe
Visitas enológicas III	Comité Provino A.C.	Valle de Guadalupe
Fiesta de la Vendimia Vena Cava	Vena Cava	Valle de Guadalupe
Atardecer Romántico	Chateau Camou	Valle de Guadalupe
Cena en La Antigua Ruta del Vino	Viñedos Aldo César Palafox y MD Vinos	Ejido Uruapan
Concurso de Paellas Ramón García Ocejo	Comité Provino A.C.	San Antonio de las Minas
Festival de la Paella y el Vino	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Bienal LA Cetto, Arte contemporáneo	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Concierto en LA Cetto (Emanuel)	LA Cetto	Valle de Guadalupe
Anexo 4. Calendario de eventos del vino 2013. Fuente: <i>Elaboración propia</i> .		