

# ***LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS, LA GLOBALIZACIÓN Y EL DESARROLLO TERRITORIAL: EL CASO DEL TEQUILA***

**Bowen, Sarah<sup>1</sup>**

Recibido: 15-02-2012

Revisado: 25-03-2012

Aceptado: 01-04-2012

## **RESUMEN**

Debido a que las materias primas son producidas por actores locales en lugares (locales) específicos pero se comercializan globalmente, las IG son únicas en cuanto a su posibilidad de resolver la dicotomía entre lo local y lo global. En este artículo se analiza el caso de tequila para discutir los retos asociados con la implementación de las IG y su potencial para contribuir al desarrollo rural, particularmente en los países en desarrollo. Aunque el tequila es citado a menudo como una de las IG más exitosas en el Sur Global, la IG del tequila no ha logrado beneficiar a la población local o al entorno de la región de origen de la bebida. Se argumenta que tres factores inherentes del diseño de la IG ayudan a explicar el mal desempeño del mismo: 1) estándares de calidad exageradamente técnicos que no logran integrar criterios de calidad más amplios; 2) falta de atención al *terruño* (*terroir*) de la región; y, 3) una organización colectiva caracterizada por la fragmentación y por intereses encontrados. Adicionalmente, se muestra cómo la IG del tequila ha sido obstaculizada aún más por el contexto político e institucional en el que está incrustada. El gobierno mexicano no ha articulado objetivos más amplios que fundamenten su política de IG, más allá de proteger a los productos mexicanos de los sustitutos producidos en el extranjero. Por ende, se permitió que la IG del tequila se diseñara e implementara de una forma que excluye a los campesinos y no logra proteger los recursos locales.

**Palabras clave:** Indicaciones Geográficas, globalización, desarrollo territorial, tequila, México.

## **ABSTRACT**

Geographical indications (GIs) are unique, in that they provide a means of ensuring that control over production and sales of a product stays within a local area, but at the same time make use of extralocal markets. In this article, the author analyzes the case of tequila in order to discuss the challenges associated with the implementation of GIs and their potential to contribute to rural development, particularly in developing countries. Although tequila is often cited as one of the most successful GIs in the Global South, the GI for tequila has not benefitted the local population or environment in its region of origin. I argue that three factors help explain this: (1) quality standards that are overly technical and fail to integrate broader measures of quality, (2) a lack of attention to the *terroir* of the region, and (3) a collective organization characterized by fragmentation and conflicting interests. In addition, I show how the GI for tequila has been hindered by the political and institutional context in which it is embedded. The Mexican government has not established any objectives for GI policy beyond protecting Mexican products from foreign-produced imitations. This has allowed the GI for tequila to be designed and implemented in ways that exclude the small farmers and producers and fail to protect local resources.

**Key words:** Geographical Indications, globalization, regional development, tequila, Mexico

---

<sup>1</sup> B.S. in Agricultural and Biological Engineering (The Pennsylvania State, USA); M.Sc. in Rural Sociology (University of Wisconsin-Madison, USA); Ph.D. in Sociology (University of Wisconsin-Madison, USA). Assistant Professor at North Carolina State University. **Dirección postal:** Department of Sociology and Anthropology. Campus Box 8107. North Carolina State University. Raleigh, NC 27695-8107. USA. **Teléfono:** +1-919-5150452; **e-mail:** sarah\_bowen@ncsu.edu

## RÉSUMÉ

Vue que les matières premières sont produites par les acteurs locaux dans des lieux (local) spécifiques, mais sont commercialisés au niveau mondial, les IG sont uniques dans leur capacité à résoudre la dichotomie entre le local et le global. Dans cet article on analyse le cas de la tequila pour discuter des défis associés à la mise en œuvre des indications géographiques et leur potentiel pour contribuer au développement rural, en particulier dans les pays en développement. Bien que la tequila est souvent citée comme l'une des IG plus réussie dans les pays du Sud, l'IG tequila n'a pas réussi à bénéficier à la population locale ou aux environs de la région d'origine de la boisson. Il est soutenu que trois facteurs inhérents de la conception de IG aide à expliquer la mauvaise performance de la même: 1) les normes de qualité sont trop techniques ce qui ne parviennent pas à intégrer des critères de qualité plus larges, 2) le manque d'attention à la terre (terroir) dans la région et, 3) l'organisation collective caractérisée par la fragmentation et les d'intérêts communes. En outre, nous montrons comment l'IG tequila a été entravée par le contexte politique et institutionnel dans lequel il est incorporé. Le gouvernement mexicain n'a pas formulé des objectifs qui consolident ses politiques de l'IG, au-delà de la protection des produits mexicains des produits de substitution proviennent de l'étranger. Ainsi, il est permis que l'IG de la tequila soit conçus et mis en œuvre d'une manière qui exclut les agriculteurs et ne parvient pas à protéger les ressources locales.

**Mots-clés:** Indications Géographiques, globalisation, développement territorial, la tequila, le Mexique.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las IG se encuentran en el cruce de dos tendencias dominantes y enfrentadas en el sistema de los agroalimentos. Por un lado, el sistema moderno de alimentos se caracteriza por la «distancia y durabilidad» (Friedmann, 1992), una mayor demanda de alimentos procesados y empacados (Dolan, 2004) y la concentración y centralización del capital (Hefferman, 2000). Por otro lado, la mayor demanda de los consumidores de productos alimenticios locales y/o de calidad también está bien documentada. Las presiones ejercidas por la seguridad de los alimentos (por ejemplo, la enfermedad de las vacas locas, el brote de *E. coli* en las espinacas) y la desconfianza de los alimentos estandarizados producidos por la agricultura industrial han provocado una mayor reflexión de los consumidores y le han dado una prominencia adicional a la transparencia y a la calidad de las prácticas de producción agrícola (Goodman, 2004). Como resultado directo de este «giro hacia la calidad» en la preferencia de los consumidores (Goodman, 2004), el etiquetado basado en valores (por ejemplo, alimentos orgánicos, comercio justo) y las iniciativas alimentarias locales (por ejemplo, mercados de productores, Agricultura Apoyada por la Comunidad) han adquirido una impresionante importancia económica y cultural en años recientes.

Debido a que las materias primas son producidas por actores locales en lugares (locales) específicos pero se comercializan globalmente, las IG son únicas en cuanto a su posibilidad de resolver la dicotomía entre lo local y lo global. Por definición, las IG son productos colectivos administrados por un grupo de actores locales, y como tales, están ligadas a un código de prácticas diseñadas para proteger los recursos ambientales,

el conocimiento de los campesinos y las prácticas culturales que interactúan en la evolución de productos específicos. Las IG proporcionan un medio para garantizar que el control de la producción y la venta de un producto permanezca en el área local y también permiten que los actores tengan acceso a mercados extralocales. Las IG se conciben, por ende, como un medio mediante el que los actores locales aprovechan la globalización para proteger y preservar los recursos sociales, culturales y ambientales.

Aunque los países del Mediterráneo como Francia, Italia y España tienen el historial más antiguo de protección mediante indicaciones geográficas y los mercados más grandes para estos productos, el interés en las IG está aumentando de manera patente en los países del «Nuevo Mundo»<sup>2</sup>. Larson (2007) indica que el ma-

2 Como parte de su iniciativa sobre «Calidad vinculada al origen geográfico», la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) patrocinó estudios de casos sobre IG en los países en desarrollo, los cuales culminaron con seminarios regionales en Marruecos y Chile en 2007 y con una conferencia en Roma en 2008. En 2007, el café de Colombia se convirtió en el primer producto no europeo en recibir el estado de «Indicación Geográfica Protegida» (IGP) en la Unión Europea (UE). Además, el Programa Regional para la Protección de la Calidad del Café Vinculado a su Origen (PROMECAFÉ) es un proyecto de 2.000 millones de euros, financiado por el gobierno de España, que tiene por objeto ayudar a desarrollar IG para cafés de un origen determinado en Centroamérica (El Salvador, Honduras, Guatemala, Panamá, República Dominicana). Quizá la muestra más evidente del creciente interés en las IG fuera de Europa es el número de países, de Latinoamérica y Asia en particular, que han aprobado nuevas leyes que reconocen y protegen productos de un origen determinado. Brasil y Perú aprobaron leyes sobre IG en 1996, seguido s por Corea del Sur y la India en 1999, Colombia en 2000 y Chile en 2005, por mencionar sólo a algunos de ellos.

por uso de las IG en todo el mundo refleja no sólo que hay un mayor interés económico en el uso comercial de nombres vinculados al origen (Josling, 2006), sino también el hecho de que diferentes interesados perciben a las IG como una estrategia de desarrollo rural útil (van de Kop *et al.*, 2006).

Hasta la fecha, la mayoría de las investigaciones sobre las IG no ha considerado las desigualdades en la distribución de costos y beneficios de la protección, ni las relaciones de poder dentro de las cadenas IG. En este artículo se analiza el caso de tequila para discutir los retos asociados con la implementación de las IG y su potencial a contribuir al desarrollo rural, particularmente en los países en desarrollo.

El tequila es citado a menudo como una de las IG más exitosas en el Sur Global, por diferentes razones. En primer lugar, el tequila -protegido por una «denominación de origen» desde 1974- es la IG más antigua fuera de Europa y, por ende, la más influyente. En segundo lugar, la reputación y la participación del mercado del tequila han aumentado sustancialmente en los últimos 20 años, desde la creación del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en 1993. En tercer lugar, el sistema mexicano de protección de IG es considerado como un modelo a seguir por muchos otros países, en particular en Latinoamérica, que están en vías de desarrollar o que acaban de implementar leyes sobre IG. México tiene actualmente trece IG<sup>3</sup> reconocidas y está en proceso de establecer Consejos Reguladores formales, modelados según el CRT (el cual tiene una fuerte influencia de los Consejos Reguladores de España), para todos ellos<sup>4</sup>. Sin embargo, a pesar de los evidentes éxitos del tequila, la IG para el tequila no ha logrado beneficiar a la población local o al entorno de la región de origen de la bebida.

Tres factores inherentes al diseño de la IG del tequila ayudan a explicar el mal desempeño del mismo: 1) estándares de calidad exageradamente técnicos que no logran integrar criterios de calidad más amplios; 2) falta de atención al *terroir* de la región; y, 3) una organiza-

ción colectiva caracterizada por la fragmentación y por intereses encontrados. Adicionalmente, se mostrará más adelante cómo la IG del tequila ha sido obstaculizada aún más por el contexto político e institucional en el que está incrustada. El gobierno mexicano no ha articulado objetivos más amplios que fundamenten su política de IG, más allá de proteger a los productos mexicanos de los sustitutos producidos en el extranjero. Por ende, se permitió que la IG del tequila se diseñara e implementara de una forma que excluye a los campesinos y no logra proteger los recursos locales.

## 2. ANTECEDENTES TEÓRICOS: LA GLOBALIZACIÓN, LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS LOCALIZADOS, Y EL CONCEPTO DE «EMBEDDEDNESS»

La literatura con frecuencia se basa en la idea de «*embeddedness*» (Polanyi, 1957) para vincular estos sistemas de alimentación alternativos a la sostenibilidad social y ambiental. Esta perspectiva sostiene que el mercado, en lugar de ser el elemento dominante de la economía, también se incrusta en los sistemas de normas sociales y las instituciones (Granovetter, 1985; Lie, 1997). Las cadenas productivas que son «*embedded*» o que incorporan valores no ofrecen la posibilidad de valorar mejor los recursos locales ni de internalizar los costos sociales y ambientales de la producción (Barham, 2003; van der Ploeg y Renting, 2004; Raynolds, 2000). Además, la literatura sobre los sistemas agroalimentarios locales añade una nueva dimensión al análisis de «*embeddedness*»: la territorialidad, que se define como «las relaciones ecológicas y culturales que un sistema agroalimentario tiene con su contexto territorial» (Sonnino, 2007: 63). De este modo, de acuerdo con Sonnino, esta literatura en gran medida supera una de las principales limitaciones de la literatura convencional sociológica sobre *Embeddedness*: su enfoque unidimensional en las relaciones sociales (por ejemplo, la confianza) y la falta de atención a la cultura y el poder.

Sin embargo, muchos estudios recientes han puesto en duda la manera acrítica en la que la literatura sobre los sistemas alimentarios alternativos utiliza el concepto de *embeddedness* para describir la relación entre la alimentación y el territorio (Goodman, 2004; Ilbery y Kneafsey, 2005; Sonnino, 2007; Sonnino y Marsden, 2006; Winter, 2003). La literatura sigue idealizando la noción de *embeddedness* y no presta atención adecuada al poder. Hinrichs (2000) señala que la asunción que las cadenas productivas locales se oponen a la desigualdad y la conducta explotadora «confunde las relaciones espaciales con las relaciones sociales». Winter (2003) enfatiza la importancia de identificar diferentes grados

3 México tiene trece denominaciones de origen protegidas: cinco para bebidas alcohólicas (tequila en 1974, mezcal en 1994, bacanora en 2000, sotol en 2002 y charanda en 2003); dos para café (café de Veracruz en 2000 y café de Chiapas en 2003); tres para otros productos alimenticios (mango ataulfo del Soconusco de Chiapas en 2003, chile habanero de Yucatán en 2008 y vainilla de Papantla en 2009); dos para artesanías (olinalá en 1994 y talavera en 1995); y una para una piedra semipreciosa (ámbar de Chiapas en 2000).

4 A pesar de que México está en proceso de establecer Consejos Reguladores formales para todas las denominaciones de origen reconocidas, sólo tres productos (el tequila, el mezcal y el café de Veracruz) tienen Consejos Reguladores en funcionamiento (entrevistas de la autora, 2009).

y cualidades de *embeddedness*, mientras que Goodman (2004) llama la atención sobre el aumento de las fuerzas «*disembedding*» (anti-incrustación) en las cadenas productivas locales.

Además, la producción «localizada» se incrusta en redes nacionales, regionales e internacionales. Al mismo tiempo, los productos locales como las IGs echan raíces en un determinado contexto territorial y también ofrecen la posibilidad de viajar a mercados lejanos. Kirwan (2004) dice que esta tendencia crea la posibilidad de la apropiación. Aunque la noción de «*embeddedness*» puede ser utilizada para crear sistemas que valorizan los aspectos sociales, ambientales y sanitarios de la producción de alimentos, los actores poderosos también pueden «apropiarse» de este concepto con el fin de maximizar sus beneficios económicos (Kirwan, 2004). El paso de los mercados locales a los extralocales introduce nuevos costos y beneficios, así como nuevas relaciones de poder en la cadena de suministro (Benkahla *et al.*, 2005). Dupuis y Goodman (2005) argumentan que la «localización», lejos de contribuir necesariamente a un sistema de producción más sostenible, puede sencillamente fortalecer a las élites locales a costa de otros actores; y, más aún, podría quedar abierta para ser usada en una lógica «glocal» neoliberal (es decir, la apropiación corporativa de los sistemas alimentarios locales).

En resumen, muchos estudios no han teorizado adecuadamente las dinámicas de poder que están asociadas a la creación y el mantenimiento de cadenas productivas que están «*embedded*» en sus territorios. Es necesario un análisis más crítico del concepto de *embeddedness* -uno que considera como los mercados se ponen *embedded*, y que reconoce las relaciones de poder que están debajo de estos dinámicos. El análisis de la cadena productiva de tequila que aquí se realiza permite hacer esto último.

Las IG ofrecen una manera ideal a través del cual analizar críticamente la construcción de los mercados *embedded*, por varias razones. En primer lugar, la protección de las indicaciones geográficas permite la *embeddedness* de los productos en diferentes niveles: social (a través del proceso colectivo), económico (a través de la creación de productos con valor agregado), cultural (a través de la creación de vínculos históricos y culturales) y ecológico (a través de la promoción de prácticas sostenibles). La noción de territorialidad, la relación entre la IG y su lugar de origen, unifica todas estas dimensiones (Sonnino, 2007). En segundo lugar, las IG son productos colectivos administrados por un grupo de actores diversos -locales e extralocales- que incluyen a los agricultores, los productores, funcionarios del

gobierno y distribuidores que participan en la «*embeddings*» de la cadena productiva dentro del territorio. En tercer lugar, porque las IG son frecuentemente gobernadas por los actores locales pero vendidas en los extralocales; así, las IG proporcionan un medio para ver cómo las cadenas productivas locales puede ser apropiadas por los actores extralocales y cuáles son los mecanismos que utilizan los actores locales para resistir a la apropiación.

### 3. MÉTODOS

La presente investigación responde a la declaración de Sonnino y Marsden (2006) de que «si se desea comprender cómo se construyen, moldean y reproducen las redes alimentarias alternativas a lo largo del tiempo y el espacio», se debe analizar el desarrollo de estas redes en dos niveles diferentes, aunque interrelacionados: 1) el nivel del contexto regulatorio, político e institucional en el que operan las redes alimentarias alternativas; y, 2) el nivel del contexto local y regional en el que toman forma estas redes alimentarias alternativas. Para lograrlo, se ha adoptado el enfoque de la cadena productiva, tomando como unidad de análisis a toda la cadena productiva del tequila.

Mucho más importante aún, los estudios sobre productos básicos intentan comprender la forma en que se organizan las industrias globales; buscan identificar cómo, cuándo y quién crea valor y lo distribuye por las cadenas productivas (Appelbaum y Gereffi, 1994). En respuesta a la cambiante organización espacial de la producción y del consumo debido a la globalización, los estudiosos han citado la necesidad de nuevos conceptos que cruzan las fronteras territoriales, que llegan «tanto por abajo como por arriba de la escala nacional» (Dicken, 2007; Collins, 2003; Robinson, 2003). La metodología de la cadena productiva permite hacer esto. Algunos críticos, sin embargo, han sugerido que muchos estudios sobre la cadena productiva tienden a subestimar la importancia del marco institucional y del contexto territorial en donde están incrustadas las cadenas de suministro. Bair (2005: 158), por ejemplo, cita la necesidad de comprender mejor la «forma en que se articulan las cadenas dentro y a través de los entornos político-económico y socio-cultural más amplios en los que operan». El presente análisis de la IG del tequila mantiene la atención de los estudios sobre la cadena productiva hacia la distribución del poder y las utilidades a lo largo de las cadenas de suministro, al tiempo que presta especial atención a la importancia de los contextos institucional y territorial en los que están situadas las cadenas productivas.

Este artículo se basa en los resultados de seis meses de trabajo de campo, realizado entre enero y junio de 2006. Se realizaron 68 entrevistas semi-estructuradas con actores de la cadena productiva tequilera, entre los que se incluían agaveros, propietarios y gerentes de las destilerías tequileras, miembros del CRT y de la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT), funcionarios del gobierno y líderes de asociaciones campesinas<sup>5</sup>. Los participantes fueron seleccionados para tener una muestra variada, atendiendo a los criterios de su posición dentro de la cadena de suministro del tequila, el grado relativo de poder e influencia, su orientación de mercado y sus perspectivas sobre ciertos temas relevantes para la industria. Las preguntas de la entrevista se centraron en la relación entre el entrevistado y otros actores de la cadena de suministro, en las percepciones que tenía el entrevistado de la organización de la cadena de suministro y de la distribución del poder, así como la opinión del entrevistado sobre los problemas primarios asociados con la cadena de suministro. También se les pidió a los entrevistados que identificaran los principales factores que contribuían a la calidad del tequila. Estas entrevistas permiten determinar las principales tensiones y conflictos que permean la industria, así como describir y analizar las perspectivas que tienen los actores sobre todos los aspectos de estos conflictos. Además de realizar las entrevistas, se recopilaron y analizaron datos y documentos secundarios, entre los que se incluyen las normas que regulan la industria y datos estadísticos sobre las tendencias de la producción y venta del tequila.

#### 4. TEQUILA: HISTORIA Y CONTEXTO

Considerado por muchos como la bebida nacional de México (Gaytán, 2008), el tequila se elabora al fermentar y destilar el cogollo asado del agave azul (*Agave tequilana* Weber). La producción del «licor de agave» (básicamente lo que es el tequila moderno) se originó en el valle de Amatitán-Tequila en Jalisco, México, a mediados del siglo XVI (Martínez Limón, 2000). El gobierno mexicano estableció la IG para el tequila en 1974 y es el propietario legal de la IG. Desde 1994 el CRT, una organización privada, es responsable de administrar la cadena de suministro. La IG define al tequila como elaborado con al menos el 51% de agave azul Weber<sup>6</sup> cultivado

dentro de los límites establecidos por el gobierno federal. La región IG incluye a todo el estado de Jalisco, además de algunas partes de Guanajuato, Michoacán, Nayarit y Tamaulipas. La IG protege dos tipos básicos de tequila: el tequila que se elabora con un 100% de agave azul y el que se elabora con un 51% de agave azul y 49% de alcohol de otros azúcares (generalmente de caña de azúcar), conocido como tequila mixto<sup>7</sup>. Asimismo, hay cuatro categorías de añejamiento para el tequila: *blanco o joven* (de menos de dos meses de añejamiento), *reposado* (con al menos dos meses de añejamiento), *añejo* (añejado durante al menos un año) y *extra añejo* (añejado durante al menos tres años).

Actualmente, tres grupos de actores principales constituyen la industria del tequila: los campesinos que cultivan agave, las destilerías de tequila y los embotelladores y distribuidores. Las compañías tequileras dependen cada vez más de acuerdos contractuales con los agaveros para garantizar el suministro de agave; algunas empresas han comenzado a rentar tierras de pequeños propietarios y a cultivar ellas mismas el agave. La CNIT estimó que, en 2007, 12.000 campesinos, 11.200 jornaleros y 470 trabajadores (empleados por las compañías tequileras) producían el agave (CNIT, 2007). Después de cosechar el agave, las destilerías asan y prensan el cogollo de la planta para extraer los jugos; estos son posteriormente fermentados y destilados para producir tequila. Hay 141 empresas registradas como productoras de tequila (CRT, 2011a, 2011b). El tercer grupo de actores, los embotelladores y distribuidores de tequila, se encuentran en México y en Estados Unidos (Estados Unidos representa el 78% de las exportaciones de tequila) (CNIT, 2010a).

Durante los últimos 15-20 años, el mercado del tequila ha crecido de manera sustancial. La producción de tequila casi se triplicó entre 1995 y 2008 y llegó a 312 millones de litros en 2008 (CNIT, 2008). La producción ha disminuido ligeramente desde 2008, al pa-

debía ser elaborado con 100% de agave azul Weber. Sin embargo, desde entonces, en tiempos en que el suministro de agave en la región IG ha sido insuficiente para cubrir la demanda para elaborar tequila, las compañías tequileras han apelado con éxito al gobierno mexicano para que cambie las normas que regulan la producción del tequila. En 1964, se implementó una norma que establecía que el tequila debía ser elaborado con un 70% de azúcares de agave azul como mínimo; en 1970, la proporción mínima de azúcares de agave requeridos para producir tequila se redujo a 51%.

<sup>7</sup> El tequila elaborado con un 100% de agave azul, que es el de mayor calidad y que se vende a precios más altos, debe ser embotellado -por ley- dentro de la región de IG. Sin embargo, el tequila mixto, que abarca la gran mayoría de las exportaciones de tequila hacia Estados Unidos, con frecuencia se vende a granel fuera de México, para ahorrar en el costo de transporte.

<sup>5</sup> Los agaveros fueron seleccionados al azar de un pueblo de la región de origen del tequila, el pueblo de Amatitán. Los otros entrevistados fueron seleccionados intencionalmente para obtener una amplia muestra representativa de los actores más importantes de la cadena de suministro agave-tequila.

<sup>6</sup> La proporción mínima de agave requerida para producir tequila ha disminuido a lo largo de los últimos 50 años. La primera norma oficial para el tequila se estableció en 1949. Ésta establecía que el tequila

sar a 258 millones de litros en 2010, si bien exhibe todavía un incremento enorme en relación con la cantidad de tequila que se producía hace diez años (CNIT, 2010a). Sin embargo, los actores de la cadena de suministro desafortunadamente no han logrado igualar con éxito el suministro del agave con la demanda de tequila. Los ciclos de sobreproducción y desabasto de agave han amenazado con socavar a la industria a lo largo de su historia. A partir de 2004, después del peor desabasto de agave de la historia reciente, el mercado del agave entró en un periodo de sobreproducción. A los campesinos independientes que cultivaban agave se les dificultó cada vez más vender su producto, y el precio cayó cerca o por debajo de los costos estimados de producción (Macías y Valenzuela, 2007). Más aún, la industria del tequila está muy concentrada. Según la Cámara Nacional de la Industria Tequila, las diez principales marcas de tequila representan el 87% del mercado (CNIT, 2010b). Además, las empresas que previamente eran propiedad de mexicanos están creando asociaciones con empresas de bebidas alcohólicas multinacionales (como Bacardí, Brown-Forman, Diageo) o están siendo adquiridas por ellas (Casas, 2006; Macías y Valenzuela, 2007). Esto significa que los intereses internacionales tienen cada vez más influencia en la política y en las normas de producción de la industria tequilera, a pesar de su reputación de ser únicamente representante de la historia y la cultura de México.

El caso del tequila proporciona un ejemplo de una IG que no está siendo administrada de una forma que promueva eficazmente el desarrollo territorial sostenible. La rápida expansión del mercado del tequila ha sido impulsada por un cambio del control y de la propiedad de las principales compañías tequileras hacia las compañías de bebidas alcohólicas multinacionales; este cambio ha sido acompañado por la concentración, industrialización y estandarización de la producción de tequila. Las grandes destilerías y las compañías multinacionales captan la mayor parte del valor asociado con la industria; el crecimiento del mercado del tequila no ha beneficiado significativamente a los agaveros o a la población rural<sup>8</sup>. Aunque la industria tequilera es una importante fuente de empleo e ingresos en su región de origen, las cambiantes relaciones de producción promueven la marginalización de los pequeños productores de agave. Las compañías tequileras producen con

mayor frecuencia su propio agave, sacando totalmente a los productores independientes de la cadena de suministro. Finalmente, la industria tequilera contribuye a la degradación ambiental de la región de origen del tequila (Valenzuela, 2005). En parte como respuesta a los requisitos establecidos por las compañías tequileras, las técnicas tradicionales para el cultivo del tequila están siendo reemplazadas por un sistema mecanizado de producción, que utiliza productos químicos y que a su vez contribuye a la contaminación de los acuíferos, a la erosión de la tierra y a la pérdida de biodiversidad (Valenzuela, 2005; Bowen y Valenzuela, 2009).

### 5. ANALIZANDO EL CASO DE TEQUILA: DEBILIDADES EN EL DISEÑO DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA

El tequila es esencial para la identidad y supervivencia económica de su región de origen y ha mostrado gran éxito en términos de crecimiento de mercado, en especial en tiempos recientes. Sin embargo, la cadena productiva tequilera no está evolucionando de una forma que afecte de manera positiva a los actores locales; de hecho, los actores extralocales han captado la mayoría de los beneficios de la protección de la indicación de origen. A continuación, analizo las tres principales debilidades del diseño de la IG del tequila.

#### 5.1. LA CREACIÓN DE CALIDAD: ETIQUETAS Y DEFINICIONES

Las IG pueden ser vistas como un tipo específico de etiqueta de calidad. Como muchos estudiosos han hecho notar, la creación y aplicación de estándares de calidad está muy politizada (Guthman, 2004, 2007; Renard, 2005), en el sentido de que el concepto de «calidad» ha sido construido socialmente por redes de actores que «tratan, por diversas razones, de interpretar, representar y regular la calidad de formas específicas» (Marsden y Arce, 1995; Ilbery y Kneafsy, 2000; Winter, 2003). La lucha por las definiciones moldean el acceso al mercado y la distribución de las utilidades, privilegiando a ciertos actores mientras excluye a otros (Renard, 2005; Guthman, 2007). Entre los tequileros, el CRT tiene una reputación de haber jugado un papel clave en el desarrollo de una «cultura de calidad» dentro de la industria, que enfatiza la seriedad, la trazabilidad, y la coherencia. El director de una destilería de tamaño mediano en Tequila declaró: «Me doy cuenta de que la industria del tequila fue sin dirección [antes]. La creación de la CRT fue un cambio trascendental en cuanto a la profesionalización de la industria» (Entrevistas del autor, 2006). Sin duda, los esfuerzos de la CRT para mejorar la reputación del tequila y ampliar el mercado del tequila han dado sus frutos. Gran parte del creci-

8 Un estudio realizado por el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECYTJAL) descubrió que del valor agregado total generado por la industria tequilera en 1999 (\$5,756 millones de pesos) solo el 8% llegó a los agaveros, mientras que el 63% está asociado a la producción y el 29% a la comercialización y distribución del tequila.

miento actual del mercado se atribuye a la gama alta de tequilas, en los últimos diez años, el crecimiento del segmento de gama más alta ha sido mucho más fuerte que el crecimiento en otros segmentos, especialmente en el mercado de exportación (Distilled Spirits Council, 2007, 2011).

Desde una perspectiva estrictamente basada en el mercado, la CRT, con el apoyo del Estado mexicano, ha tenido mucho éxito en la construcción (y mantener) de la «calidad» de tequila. Lo que esta perspectiva no tiene en cuenta, sin embargo, son los aspectos particulares de la calidad que esta definición prioriza y excluida. Los directores y gerentes técnicos de las compañías tequileras enmarcan sus discusiones sobre la calidad en términos muy técnicos, haciendo énfasis en parámetros de calidad medibles (por ejemplo, edad del agave, porcentaje azúcares que contiene, cantidad de etanol del tequila) y control de calidad (con el fin de garantizar que cada marca de tequila tenga un perfil característico e invariable de sabor). Por ejemplo, el propietario de una compañía tequilera mediana explicó,

*«los dos factores más importantes [que contribuyen a la calidad del tequila] son usar materias primas (agave) que estén en condiciones óptimas al momento de la cosecha y tener un proceso controlado de producción, que incluye el agna que se utiliza para elaborar el tequila»* (entrevistas de la autora, 2006).

El aspecto más interesante de esta narrativa es el énfasis en *controlar* el proceso de producción. Sin embargo, este estrecho enfoque evita una conceptualización más compleja de la calidad que podría incorporar el conocimiento de los campesinos, los métodos tradicionales y el vínculo con el *terroir*.

Aunque las normas de producción del tequila incluyen parámetros muy específicos para medir la calidad final del producto (es decir, niveles máximos de etanol y aldehídos, contenido de alcohol, ingredientes específicos que se pueden agregar o no) las normas que regulan el proceso de producción del tequila son sorprendentemente abiertas. Por lo tanto, la compleja idea de la calidad se reduce a principios que se pueden medir y certificar fácilmente y que sirven para proteger a los actores poderosos de la cadena de suministro. Las normas han evolucionado de forma que en realidad reducen la especificidad de tequila, por ejemplo, mediante la reducción de la proporción mínima exigida de agave (del 100% al 70% a 51%) y, a partir de 2006, lo que permite la adición de saborizantes artificiales tales como mango o limón. Además, debido a la falta de normas que protegen la especificidad del proceso y el producto final, la producción de tequila se pone cada vez más

industrializado. Por ejemplo, hoy en día el agave se cuece generalmente en hornos de acero, porque son más rápidos y eficientes, a pesar de que mucha gente cree que cocinar el agave en hornos tradicionales de leña tenía un efecto muy importante sobre el sabor.

Es importante destacar que esta definición técnica de la calidad predomina no porque sea compartida por todos los participantes de la cadena de suministro, sino porque a los actores más poderosos (las destilerías de tequila y las compañías de bebidas alcohólicas) les parece estratégicamente útil. Al mismo tiempo, han ignorado casi completamente la perspectiva que tienen los agaveros de la calidad. Los agaveros muestran un detallado conocimiento de la forma en que ciertos factores, como las propiedades de del suerlo, las condiciones del clima, las prácticas de los campesinos, los insumos agrícolas y la planta en sí, influyen sobre la calidad del agave y del tequila. Un campesino y jornalero explicó:

*«[La calidad del tequila] depende de la calidad del agave. Un agave que se cultiva en tierra colorada - ésta es la tierra buena- es el que produce el mejor tequila, porque el agave es muy dulce, tiene mucho sabor. Además, el agave necesita estar maduro, porque cuando se utiliza agave tierno, no produce buen tequila... el tequila no es fragante ni tiene buen sabor»* (entrevistas de la autora, 2006).

Algunos de los campesinos con los que hablé han cultivado agave durante treinta años o más, y la mayoría de ellos proviene de varias generaciones de productores de agave. El conocimiento tradicional de estos campesinos es una parte importante de la cultura y la calidad del tequila. Sin embargo, dado que los directores de las compañías tequileras no atribuyen ninguna de las características distintivas del tequila a las prácticas tradicionales de cultivo del agave (por ejemplo, cultivar el agave con maíz o frijol, podarlo manualmente para evitar que se plague), no muestran gran interés en el cambio de control de los pequeños propietarios locales a las compañías tequileras. La principal preocupación de las empresas tequileras es garantizar un suministro más estable de agave, no garantizar la autenticidad del proceso de producción ni la calidad del agave. La industria del agave y del tequila y las normas que rigen su producción, por ende, han evolucionado en una dirección que no valora las aportaciones de los agaveros ni las prácticas tradicionales que han definido históricamente al tequila.

## 5.2. EL SABOR DEL LUGAR: EL «TERROIR»

El *terroir* está ligado a propiedades biofísicas únicas de ciertos lugares especies de plantas nativas y tipos de suelo, por ejemplo- y se pueden diseñar esquemas de

indicación geográfica que privilegian el *terroir* para proteger estos recursos, que son considerados una parte esencial de las características específicas del producto (Bérard y Marchenay, 2006; Bureau y Valveschini, 2003). No obstante, el *terroir* también está asociado con las prácticas culturales que han mantenido estos recursos biológicos a lo largo de varias generaciones (en algunos casos, durante cientos de años). Bérard *et al.* (2005) declaran que el *terroir* es un concepto espacial y ecológico que vincula a los actores, sus historias, su organización social, sus actividades y sus prácticas agrícolas. En otras palabras, aunque la palabra francesa *terroir* se traduciría literalmente como «terreno, suelo, tierra, sustrato, territorio», el concepto cultural de *terroir*, en cuanto al vino y los alimentos, se entiende como el producto de la interacción de factores humanos y naturales. Yo argumento que los esquemas de indicación geográfica más sostenibles y justos privilegian los aspectos culturales y biofísicos del *terroir*. Quizá lo más importante es que el *terroir* puede ser una fuente de poder para los campesinos, quienes, a través de sus prácticas, son responsables de mantener el vínculo entre las propiedades ecológicas de un lugar específico y el sabor o calidad de los productos agrícolas.

La legislación mexicana requiere, de manera explícita, que los productos con indicación geográfica demuestren un vínculo con el *terroir*, al proteger el nombre geográfico del lugar (país, región o localidad), *la calidad y las características del cual dependen exclusivamente del entorno geográfico, que incluye los factores naturales y humanos*. Sin embargo, en la práctica, la IG del tequila se limita únicamente a especificar los límites de producción. El gobierno federal y el CRT no han logrado hacer cumplir el vínculo entre la calidad del tequila y el *terroir* de su región de origen.

Debido a que no existe una palabra comuna en español<sup>9</sup> para *terroir*, me sorprendió mucho que los campesinos que cultivan el agave y los gerentes y directores de las destilerías de tequila mostraran una creencia en el vínculo que existe entre el *terroir* y la calidad del tequila. Muchas personas han explicado, por ejemplo, que el agave producido en Tequila tiene un sabor diferente (más dulce y sutil) que el que se produce en Los Altos (más especiado). La conceptualización del *terroir* que tienen los campesinos que cultivan el agave era particularmente compleja, ya que vinculaba los tipos de suelo, los microclimas y las pendientes con las diferencias en el tamaño y dulzura de su agave. Además,

aunque muestran poco interés en proteger el *terroir*, muchos de los directores o gerentes de las destilerías también han expresado aprecio por el *terroir*. Incluso el maestro de tequila de una de las grandes compañías tequileras comentó:

*«Dentro de la región IG, la calidad y el sabor [del agave] depende de la altitud, del suelo, del clima, del momento de la cosecha y de las técnicas de cultivo del agave. [Todos estos factores] producen diferentes calidades de agave: el nivel de calidad puede ser el mismo, pero el sabor es diferente.- Un tequila que se produce en Los Altos no tiene el mismo sabor que un tequila producido cerca de Tequila» (entrevistas de la autora, 2006).*

La noción de *terroir* no ha logrado predominar en las instituciones que regulan la industria tequilera, no debido a que los actores de la cadena de suministro no crean en ella, sino porque al proteger y mantener el vínculo con el *terroir* se desestabilizan las relaciones de poder existentes dentro de la industria. La razón principal por la que las principales compañías tequileras han obstaculizado las iniciativas para institucionalizar el vínculo con el *terroir* es porque creen que no está en sus intereses económicos hacerlo. Al hacer énfasis en otros atributos de calidad (es decir, el tipo de barricas usadas, el método de cocción del agave y al tiempo de añejamiento del tequila), las compañías tequileras han logrado mantener la flexibilidad en cuanto a los acuerdos de suministro de agave y reducir los costos. Por otra parte, los agaveros no cuentan con las herramientas discursivas ni con la capacidad organizativa para utilizar el concepto de *terroir* en un marco de calidad y autenticidad del tequila. Los agaveros no han logrado sostener, por ejemplo, que la mayor autosuficiencia de las compañías tequileras socava la conexión con el *terroir* o que las prácticas agrícolas tradicionales son una parte importante de la calidad del tequila.

En el caso del tequila, hay tres factores principales que debilitan el vínculo con el *terroir*. Primero, la región IG es demasiado grande (11.194.600 hectáreas y 181 municipios en 5 estados) e incluye regiones que no tienen las condiciones climáticas o de suelo adecuadas para cultivar agave.<sup>10</sup> La gran extensión de la región de

10 La gran mayoría de la región IG colinda con el centro histórico de producción del tequila, el valle de Amatitán-Tequila. Sin embargo, la región también incluye varios municipios del estado de Tamaulipas, que se encuentra en la costa este de México. Cuando se estableció originalmente la IG del tequila en diciembre de 1974, no incluía al estado de Tamaulipas; sin embargo, a finales de la década de 1960 se establecieron plantaciones de agave, y en 1977, se modificó la IG para incluir varios municipios de Tamaulipas (Valenzuela, 2003). La idea de que la decisión de incluir a Tamaulipas fue principalmente política es ampliamente aceptada.

9 La palabra francesa se traduce como «región» o «terruño», pero parte del significado cultural que tiene el término *terroir* en francés se pierde al traducirlo.



IG incrementa la variabilidad de la calidad del agave, y al hacerlo, socava el vínculo con el concepto de *terroir*. Además, la lucha política inherente a la definición de los límites de la IG desvirtúa el derecho legítimo de la industria tequilera a la protección de la indicación geográfica. Segundo, muchas compañías tequileras actualmente obtienen su agave de toda la región de IG. El simple tamaño de las cuencas de agave de estas empresas, aunado al hecho de que mezclan agave de muchas regiones diferentes para elaborar el tequila, disuelve el vínculo con el *terroir*. Cuando se mezcla agave de lugares tan distintos para producir tequila, es imposible que los consumidores identifiquen o perciban las características específicas asociadas con el *terroir* de una región en particular. Tercero, al permitir que los agaveros sean eliminados, en efecto, de la cadena de suministro y al no definir la calidad del agave, la especificación de IG no protege los «factores humanos» (el conocimiento y las prácticas agrícolas locales) que han contribuido a las características específicas y a la tradición del tequila.

En general, la industria tequilera ha evolucionado de una forma que amenaza la conexión con el *terroir*. La institucionalización del *terroir* requeriría que las compañías tequileras reconozcan las aportaciones de los pequeños agaveros. Probablemente, los actores de la cadena de suministro continuarán degradando los recursos ambientales y culturales locales y el vínculo con el *terroir* a menos que el estado mexicano decida aplicar un vínculo demostrable con el *terroir* que esté implícito en la definición de las indicaciones geográficas.

### 5.3. ENTIDADES ORGANIZADORAS COLECTIVAS

Debido a que las etiquetas de IG son una propiedad compartida por los actores de la cadena de suministro, deben ser administradas de manera colectiva (Torre, 2006). Así, el principal problema es determinar «el contenido del acuerdo entre las diferentes partes y la forma en que éste acuerdo se mantiene y se cumple» (Torre, 2006: 59). En la mayoría de las IG, este papel lo cumple una entidad organizadora colectiva. Yo planteo que las organizaciones de la cadena de suministro de las IG más eficaces garantizan la calidad del producto al establecer e implementar reglas comunes, y fomentan la confianza y la cooperación al reducir la incertidumbre e integrar a los actores de la cadena de suministro. En teoría, el CRT, como la mayoría de las organizaciones colectivas de IG, integra a los diferentes actores del la industria del tequila. En realidad, sin embargo, la estructura organizacional del CRT y sus objetivos rectores excluyen en gran medida a los agaveros, lo cual es una importante barrera para el éxito y la sustentabilidad de la IG del tequila.

Como se expuso previamente, el CRT ha contribuido a una cultura de calidad dentro de la cadena de suministro del tequila y se han hecho importantes mejoras en la calidad técnica del tequila desde la creación de esta entidad. No obstante, el CRT, en general, no ha logrado tomar decisiones a favor del interés colectivo de todos los actores de la cadena de suministro. Por ejemplo, el CRT compiló recientemente un inventario de todo el agave sembrado en las regiones IG, pero no ha presentado información sobre los ciclos esperados de sobreproducción o desabasto ni ha emitido recomendaciones de cultivo para los agaveros. Adicionalmente, un examen minucioso de la estructura organizacional del CRT revela una falta de representatividad. El CRT está muy influenciado por las grandes destilerías y las compañías transnacionales de bebidas alcohólicas que las poseen. Incluyendo tanto a los representantes oficiales con derecho a voto el consejo de administración del CRT y los presidentes de los comités especiales que trabajan en temas específicos, nueve (45%) de los representantes (sin incluir a los miembros honorarios, que son funcionarios públicos) están asociados con una de estas tres compañías: Cuervo, Sauza o Herradura (CRT, 2011c). Estas destilerías a su vez están vinculadas con compañías multinacionales de bebidas alcohólicas: Diageo, Beam Global, Bacardí y Brown-Forman.

Teóricamente, el CRT, como la principal organización colectiva en la industria tequilera, integra todos los actores de la cadena de suministro, y el gobierno mexicano, que continúe definir las normas y estándares que regulan la calidad y la autenticidad, representan legado colectivo y el patrimonio de México. Sin embargo, debido a que la CRT no ha podido defender los derechos de los agaveros y destilerías pequeñas (y en gran parte es compuesto por representantes de las empresas transnacionales de bebidas alcohólicas), y dado el éxito de las grandes destilerías de presionar al gobierno federal, las normas de tequila han sido en forma de beneficiar a los grandes destilerías y las empresas transnacionales las, prácticamente sin rendición de cuentas. A falta de intervención del estado o del CRT, las compañías tequileras están consolidando su poder, en perjuicio de los agaveros. En lugar de tratar de negociar con las compañías tequileras o de cabildear con el gobierno, los agaveros recurren, cada vez más, a soluciones más drásticas, como forzar a las compañías tequileras a comprar agave de campesinos independientes bloqueando las entradas de las fábricas o evitando que éstas trabajen. La historia les ha enseñado que la confrontación es el único medio que tienen para mejorar su posición frente a las compañías tequileras.

## 6. ANÁLISIS DEL CONTEXTO POLÍTICO: LOS VACÍOS INSTITUCIONALES DEL CASO DEL TEQUILA

En la sección anterior, describí los tres factores decisivos que obstaculizan la capacidad de la IG del tequila para promover el desarrollo territorial: la forma en que se define la calidad, la falta de atención al *terroir* y la debilidad y fragmentación de la entidad organizadora colectiva. Sin embargo, también es importante reconocer la importancia del contexto en el que está incrustada la IG. Reconozco, al igual que Collins (2004: 24), que «en cada lugar en el que la producción global se asienta, se manifiesta de formas diferentes. Trabaja a través de las instituciones locales y establece la organización necesaria para lograr que el trabajo se realice».

Primero, la falta de una legislación sólida para las IG y la falta de participación estatal en las políticas de las indicaciones geográficas es una barrera para el desarrollo de esquemas de IG exitosos. Aunque la definición legal de las IG en México es similar a la que se utiliza en Europa, en la práctica, la política de IG mexicana carece de coherencia y aplicación. México no tiene una institución específica dedicada a las IG; la protección de las indicaciones geográficas se incluye dentro de la jurisdicción del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), que fue establecido, principalmente, para proteger y regular patentes y marcas registradas. El gobierno mexicano no ha establecido objetivos concretos para su política general sobre las IG (es decir, desarrollo rural, protección del medio ambiente) más allá de proteger a los productos mexicanos de las imitaciones producidas en el extranjero. Por ende, las IG se formularon principalmente como herramientas de protección comercial, en lugar de tener un alcance más amplio (en términos del efecto que podrían tener sobre el medio ambiente, el desarrollo local, la subsistencia de los campesinos, la calidad del producto, etc.). Además, no hay transparencia o estructura formal para el proceso de negociación de las normas. El proceso de negociación de las normas que regulan las etiquetas IG permanece oculto y continúa bajo el dominio de los actores poderosos de la cadena productiva, y aunque técnicamente el gobierno federal redacta las normas en colaboración con los actores de la cadena de suministro, no hay medios formales para garantizar que todos los interesados estén representados en este proceso.

En general, la falta de una legislación sólida para las IG desvirtúa considerablemente el potencial de las indicaciones geográficas para ayudar a los pequeños agricultores y contribuir al desarrollo rural. El caso de México ofrece una advertencia a otros países en desarrollo que están en el proceso de aplicación de la legislación IG. Larson (2007), hablando de las oportunida-

des y limitaciones que enfrentan los países en desarrollo, nota que:

*«Los desafíos para la instrumentar las IG en los países en desarrollo son mayores que en las economías desarrolladas porque el contexto institucional tiende a ser más débil o subdesarrollado en relación a la propiedad intelectual, la represión del fraude y la administración de los recursos biológicos y genéticos...El entorno institucional que posibilita el desarrollo de las IG tiene tanta importancia para su éxito como su reputación y sus logros de calidad».*

Segundo, de forma más general, hay que tomar en cuenta el papel del Estado en la política agrícola. Durante los últimos 20 años, como resultado de la crisis de la deuda y el TLCAN, el Estado mexicano ha reducido su participación y apoyo (subsidios y precios garantizados, por ejemplo) a la agricultura, abriendo los mercados internos a los bienes y capitales extranjeros, y forzado a los pequeños campesinos a «modernizarse». El apoyo total a la agricultura como porcentaje del PIB de México cayó de 2,8% en 1991-1993 a menos del 1% en 2004-2006 (OCDE, 2007), y los subsidios agrícolas se redujo en más de un tercio entre 1994 y 2002 (Wise, 2004). Entre los agaveros específicamente, el apoyo gubernamental es débil y poco frecuente. La mayoría de los agaveros que entrevisté en 2006 no recibió el apoyo del gobierno. Además, durante el crisis de sobreproducción de agave, que amenaza la subsistencia de miles de familias en Jalisco, el gobierno no intervino para apoyar a los agaveros hasta relativamente tarde, y muchos pensaban que no hizo lo suficiente.

En México, los campesinos han sido obligados a organizarse para ser más competitivos, pero el estado no ha logrado atender la falta de incentivos económicos, herramientas técnicas y capital humano que enfrentan los campesinos (McDonald, 1999; 2003). Asimismo, la desigualdad, la corrupción y la colusión entre los funcionarios del gobierno y las élites locales que caracteriza el México rural (y muchos países en desarrollo) impiden que los campesinos desarrollen y mantengan una capacidad organizativa. Será difícil, si no imposible, que las IG evolucionen de manera sostenible y equitativa si los campesinos no tienen representación y no se les proporcionan las herramientas institucionales y organizacionales que necesitan para organizarse de forma eficaz. El gobierno nacional necesita proporcionar, al menos, un nivel mínimo de información y recursos que ayude a los campesinos a organizarse. Por ejemplo, la cadena productiva tequilero se caracteriza por ciclos de sobreproducción y desabasto de agave, pero el estado ha hecho poco por resolver estos ciclos, pasándole la responsabilidad a los agaveros (sugiriendo que éstos nece-

sitan establecer contratos anticipados con las empresas tequileras, pero sin considerar el hecho de que las empresas tequileras son cada vez más autosuficientes en cuanto al abasto de agave), al tiempo que no brinda información sobre el suministro estimado de agave a los pequeños campesinos y asociaciones agrícolas.

En vez de proteger los diferentes intereses dentro de la cadena productiva, el estado Mexicano considera que su papel principal como la prevención del tráfico ilícito de tequila en otros países (Bowen and Gaytán, 2012). En este sentido, trabajando en colaboración con el CRT y otras organizaciones no gubernamentales (tales como los Estados Unidos y la Unión Europea), ha tenido mucho éxito. Sin embargo, objetivos más amplios, como la reducción de la pobreza en la región IG y la protección del medio ambiente local han sido sacrificadas en la búsqueda de una retórica «gastronomista» (ver DeSoucey, 2010) que describe el tequila como un símbolo de identidad nacional pero esconde evoluciones en la cadena que privilegian a ciertos grupos sobre otros (Bowen and Gaytán, 2012).

## 7. CONCLUSIONES

En este artículo, he explorado la dinámica del poder inherente a la creación y mantenimiento de la IG del tequila. La expansión geográfica del mercado y la entrada de actores extralocales a la cadena de suministro han provocado que sea más difícil que los actores locales conserven el control sobre la producción y la venta de su producto. Al analizar el caso de tequila, he identificado tres factores clave que podrían contribuir a crear indicaciones geográficas que son más (o menos) «*embedded*», y entonces a sistemas más sostenibles y justos. Primero, los estándares de calidad deben hacer énfasis en la interacción de la tradición, la autenticidad y el *terroir* en la creación de las IG. Los parámetros técnicos definen un nivel mínimo de calidad, pero no son suficientes para garantizar la especificidad local de los productos con indicación geográfica. Segundo, el vínculo entre el *terroir* de un territorio específico y el sabor y la calidad de los productos es fundamental. Una identidad basada en el *terroir* no sólo proporciona a los actores locales un marco discursivo para justificar el control local de la producción (al evitar la transferencia de la producción a otro lugar), también requiere que los recursos ambientales y las prácticas culturales que abarcan al *terroir* sean protegidos y valorados. Tercero, la organización colectiva que rige a la IG tiene un papel muy importante para mantener la cohesión dentro de la cadena de suministro. La organización colectiva garantiza la representación de todos los actores de la cadena de suministro y enmarca los intereses de los acto-

res de formas que son mutuamente beneficiosas, en lugar de competitivas y contradictorias.

Este estudio también ilustra la importancia de considerar y adaptar el contexto institucional y político más amplio en el que las cadenas de suministro tocan tierra. Las oportunidades y restricciones a las que se enfrentan los productores de los países en desarrollo pueden ser muy diferentes a las que experimentan los productores europeos, que se benefician de una historia de protección más larga y de gobiernos nacionales más participativos y solidarios. En el caso del tequila, la falta de participación del estado mexicano socava la capacidad de la industria de desarrollarse de una manera justa o sostenible. Es necesario hacer más investigaciones para evaluar de forma más integral la mejor manera para utilizar las IG con el fin de promover el desarrollo rural y proteger el entorno local y los recursos culturales de los países en desarrollo, y el papel que tiene el estado en este proceso. Esto es especialmente importante debido a la reciente atención que se le ha dado a la creación de IG en los países en desarrollo, tanto por los gobiernos locales como por las organizaciones internacionales como la FAO y el Banco Mundial, y a medida que los debates sobre la protección de las IG avanzan en la OMC. Es fundamental que los formuladores de políticas no caigan en la trampa de lo que Evans (2004) ha llamado el «monocultivo institucional» en el que las reglas desarrolladas durante varios siglos en los países desarrollados se injertan en diferentes sociedades y se espera que tengan los mismos resultados (también véase Portes, 2006).

La protección IG no es diferente. Los esquemas de indicaciones geográficas deben adaptarse a los recursos, objetivos y desafíos específicos de cada contexto. Las IG siguen siendo una estrategia alterna de desarrollo que podría ser viable, una que privilegie el carácter único y la tradición de los actores locales y de los lugares en donde mantienen su medio de vida. Sin embargo, una estrategia provisional para el desarrollo y la legislación de las IG -en la que simplemente se copia el sistema europeo y se instrumenta alrededor del mundo- probablemente será cooptada por los actores extralocales poderosos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APPELBAUM, Richard;  
GEREFFI, Gary. 1994. «Power and Profits in the Apparel Commodity Chain». En: E. Bonacich, L. Cheng, N. Chinchilla, N. Hamilton, y P. Ong (Eds.), *Global Production: The Apparel Industry in the Pacific Rim*, Philadelphia: Temple University Press, pp. 42-62.
- BAIR, Jennifer. 2005. «Global capitalism and commodity chains: Looking back, going forward». En: *Competition and Change*, 9: 153-180.
- BARHAM, Elizabeth. 2003. «Translating *terroir*: The global challenge of French AOC labelings». En: *Journal of Rural Studies*, 19 (1): 127-38.
- BENKAHLA, Amel;  
BOUONNET, Jean-Pierre;  
FORT, Fatiha. 2005. «Enjeux de la certification d'origine et stratégies d'acteurs». En: *Économies et Sociétés*, 27 (5): 877-894.
- BÉRARD, Laurence;  
MARCHENAY, Philippe. 2006. «Local products and geographical knowledge: Taking account of local knowledge and biodiversity». En: *International Social Science Journal*, 58 (187): 109-16.
- BÉRARD, Lawrence ;  
CEGARRA, Maria;  
DJAMA, Marcel;  
LOUAFI, Sélim;  
MARCHENAY, Philippe;  
ROUSSEL, Bernard;  
VERDEAUX, François. 2005. «Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux: L'originalité française». En: *Les Notes IDDRI*, N° 8, Paris: Institut du Développement Durable et des Relations Internationales.
- BOWEN, Sarah;  
GAYTÁN, Marie Sarita. 2012. «The paradox of protection: National identity, global commodity chains, and the tequila industry». En: *Social Problems*, 59 (1): 70-93.
- BOWEN, Sarah;  
VALENZUELA ZAPATA, Ana. 2009. «Geographical indications, *terroir*, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila». En: *Journal of Rural Studies*, 25: 108-119.
- BUREAU, Jean-Christophe;  
VALCESCHINI, Egizio. 2003. «The European food labeling policy: Successes and limitations». En: *Journal of Food Distribution Research*, 34 (3): 69-76.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA, CNIT. 2007. *Informe estadístico 2007*. En: [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1249400811.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1249400811.pdf); consulta: 11/08/2011.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA, CNIT. 2008. *Comportamiento de la industria 2008*. En: [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1249406690.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1249406690.pdf); consulta: 11/08/2011.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA, CNIT. 2010a. *Informe estadístico 2010*. En: [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1310142714.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1310142714.pdf); consulta: 11/08/2011.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA, CNIT. 2010b. *Tequila- top 10 brands worldwide*. En: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150188576754420&set=a.471878129419.257053.279932744419&type=1&theater>; consulta: 11/08/2011.
- CASAS, Rosalba. 2006. «Between traditions and modernity: Technological strategies at three tequila firms». En: *Technology in Society*, 28: 407-419.
- COLLINS, Jane. 2003. *Threads: Gender, labor, and power in the global apparel industry*. Chicago: University of Chicago Press.
- CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA, CRT. 2011a. *Consejo directiva*. En: [http://www.crt.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=188&Itemid=160&lang=es](http://www.crt.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=188&Itemid=160&lang=es); consulta: 11/08/2011.
- CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA, CRT. 2011b. *Marcas de envasado en el extranjero*. En: <http://www.crt.org.mx/images/Documentos/marcasenvasadasenel extranjero.xls>; consulta: 06/04/2011.
- CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA, CRT. 2011b. *Marcas de envasado nacional*. En: <http://www.crt.org.mx/images/Documentos/marcascertificadasvigentes.xls>; consulta: 06/04/2011.
- DESOUCEY, Michaela. 2010. «Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the European Union». En: *American Sociological Review*, 75 (3): 432-455.
- DICKEN, Peter. 2007. *Global shift: Mapping the changing contours of the world economy*. Fifth edition. New York: The Guilford Press.
- DISTILLED SPIRITS COUNCIL. 2007. *2007 industry review*. En: <http://www.discus.org>; consulta: 21/05/2008.
- DISTILLED SPIRITS COUNCIL. 2011. *U.S. tequila markets at a glance, 2010*. En: <http://www.discus.org/pdf/Tequila2010.pdf>; consulta: 11/08/2011.
- DOLAN, Catherine. 2004. «On farm and packhouse: Employment at the bottom of a global value chain». En: *Rural Sociology*, 69 (1): 99-126.
- DUPUIS, E. Melanie;  
GOODMAN, David. 2005. «Should we go 'home' to eat?: Toward a reflexive politics of localism». En: *Journal of Rural Studies*, 21: 359-371.
- EVANS, Peter. 2004. «Development as institutional change: The pitfalls of monocropping and the potentials of deliberation». En: *Studies in Comparative International Development*, 38 (4): 30-52.
- FRIEDMANN, Harriett. 1992. «Distance and durability: Shaky foundations of the world food economy». En: *Third World Quarterly*, 13(2): 371-83.
- GAYTÁN, Marie Sarita. 2008. *Fermented struggles and distilled identities: Tequila and the making of a national spirit*. Santa Cruz: University of California, Santa Cruz (tesis doctoral inédita).
- GOODMAN, David. 2004. «Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food Networks and paradigm changes». En: *Sociologia Ruralis*, 44 (1): 3-16.
- GRANOVETTER, Mark. 1985. «Economic action and social structure: The problem of embeddedness». En: *American Journal of Sociology*, 91 (3): 481-510.

- GUTHMAN, Julie. 2004. *Agrarian dreams? The paradox of organic farming in California*. Berkeley: University of California Press.
- GUTHMAN, Julie. 2007. «The Polanyian way? Voluntary food labels as neoliberal governance». En: *Antipode*, 39: 456-478.
- HEFFERNAN, William. 2000. «Concentration of ownership and control in agriculture». En: Fred Magdoff, Frederick Buttel y John Bellamy Foster (Eds.), *Hungry for profit: The agribusiness threat to farmers, food, and the environment*, New York: Monthly Review Press, pp. 61-76.
- HINRICHS, C. Clare. 2000. «Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural markets». En: *Journal of Rural Studies*, 16 (3): 295-303.
- ILBERY, Brian; KNEAFSEY, Moya. 2000. «Producer constructions of quality in regional specialty food production: A case study from southwest England». En: *Journal of Rural Studies*, 16 (2): 217-30.
- ILBERY, Brian; MAYE, Damian. 2005. «Alternative (shorter) food supply chains and specialist livestock products in the Scottish-English borders». En: *Environment and Planning A*, 37 (5): 823-844.
- JOSLING, Tim. 2006. «The war on terroir: Geographical indications as a transatlantic trade conflict». En: *Journal of Agricultural Economics*, 57 (3): 337-63.
- KIRWAN, James. 2004. «Alternative strategies in the UK agro-food system: Interrogating the alterity of farmers' markets». En: *Sociologia Ruralis*, 44 (4): 395-413.
- KOP, Petra van de; SAUTIER, Denis; GERZ, Astrid (Eds.). 2006. *Origin-based products: Lessons for pro-poor market development*. Amsterdam y Montpellier: Royal Tropical Institute (KIT) y French Agricultural Research Center for International Development (CIRAD).
- LARSON, Jorge. 2007. *Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources*. Rome: Global Facilitation Unit for Underutilized Species.
- LIE, John. 1997. «Sociology of markets». En: *Annual Review of Sociology*, 23 (1): 341-360.
- MACÍAS MACÍAS, Alejandro; VALENZUELA ZAPATA, Ana. 2009. «El tequila en tiempos de la mundialización». En: *Comercio Exterior*, 59 (6): 459-472.
- MARSDEN, Terry; ARCE, Alberto. 1995. «Constructing quality: Emerging food networks in the rural transition». En: *Environment and Planning A*, 27: 1.261-1.279.
- MARTÍNEZ LIMÓN, Enrique. 2000. *Tequila: The spirit of Mexico*. New York: Abbeville Press.
- McDONALD, James. 1999. «The neoliberal project and governmentality in rural Mexico: Emergent farmer organization in the Michoacán highlands». En: *Human Organization*, 58 (3): 274-84.
- McDONALD, James. 2003. «An exploration in the veiling of power: The politics of development in rural west Mexico». En: *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 19 (1): 161-85.
- PLOEG, Jan Douwe van der; RENTING, Henk. 2004. «Behind the 'redux': A rejoinder to David Goodman». En: *Sociologia Ruralis*, 44 (2): 233-242.
- POLANYI, Karl. 1957. «The economy as instituted process». En: K. Polanyi, C. Arensberg, y H. Pearson (Eds.), *Trade and market in the early empires*, New York: Free Press, pp. 243-270.
- PORTES, Alejandro. 2006. «Institutions and development: A conceptual reanalysis». En: *Population and Development Review*, 32 (2): 233-62.
- RAYNOLDS, Laura. 2000. «Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements». En: *Agriculture and Human Values*, 17 (3): 297-309.
- RENARD, Marie-Christine. 2005. «Quality certification, regulation, and power in fair trade». En: *Journal of Rural Studies*, 21: 419-431.
- ROBINSON, William. 2003. *Transnational conflicts: Central America, social change, and globalization*. New York: Verso.
- SONNINO, Roberta. 2007. «Embeddedness in action: Saffron and the making of the local in southern Tuscany». En: *Agriculture and Human Values*, 24: 61-74.
- SONNINO, Roberta; MARSDEN, Terry. 2006. «Beyond the divide: Rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe». En: *Journal of Economic Geography*, 6: 181-199.
- TORRE, Andre. 2006. «Collective action, governance structure, and organizational trust in localized systems of production: The case of the AOC organization of small producers». En: *Entrepreneurship and Regional Development*, 18: 55-72.
- VALENZUELA ZAPATA, Ana. 2003. *El agave tequilero: Cultivo e industria de México*. Ciudad de México: Ediciones Mundi-Prensa.
- VALENZUELA ZAPATA, Ana. 2005. *Indicaciones geográficas y sustentabilidad: El caso del tequila*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León (tesis doctoral inédita).
- WINTER, Michael. 2003. «Embeddedness, the new food economy, and defensive localism». En: *Journal of Rural Studies*, 19: 23-32.
- WISE, Timothy. 2004. *The paradox of agricultural subsidies: Measurement issues, agricultural dumping, and policy reform*. Meford: Tufts University.