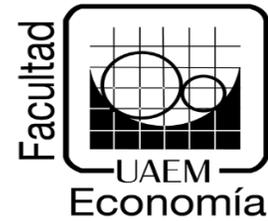




UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA



CONFIGURACIÓN DE UN ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN EN LA DENOMINACIÓN
DE ORIGEN DEL TEQUILA EN MÉXICO:
CASO DE ESTUDIO DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE AGAVE
EN EL ESTADO DE JALISCO, 2019

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES BILINGUE

PRESENTA:

ARANTZA HERNANDEZ FLORES

ASESOR:

DRA. EN C.E.A. ROSA AZALEA CANALES GARCÍA

REVISORES

DR. EN C.E.A. OSVALDO U. BECERRIL TORRES

M. EN. D.N. NOELLY KARLA SARRACINO JIMÉNEZ

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO

JULIO 2019

INDICE

Introducción.....	5
Capítulo 1	8
Innovación en las corrientes del pensamiento económico, Ecosistema de Innovación y Denominación de Origen.....	8
1.1 Innovación en el pensamiento económico neoclásico.....	9
1.2 Innovación en la teoría Schumpeteriana	13
1.3 Ecosistema de Innovación.....	16
1.4 Denominación de Origen.....	21
Capítulo 2.....	26
Industria del Tequila mexicano y Denominación de Origen	26
2.1. Denominación de Origen en México y en el mundo	26
2.2. Denominación de Origen del Tequila en México con respecto al mundo	29
2.3 Competencia en la Industria del Tequila	32
2.4 Problemáticas que enfrenta México ante el buen funcionamiento de la Denominación de Origen de Tequila	36
Capítulo 3.....	40
Propuesta metodológica para analizar cómo se configura la Denominación de Origen del Tequila dentro de los elementos de un Ecosistema de Innovación	41
3.1. Propósito, objetivos y preguntas de investigación	41
3.2. Selección e identidad de la unidad de análisis	43
3.3. Diseño de Instrumentos.....	44
3.4. Proceso de recolección de la evidencia	46
3.5 Análisis de la evidencia	50
Capítulo 4.....	53

Denominación de Origen del Tequila y Ecosistema de Innovación a partir del caso de la empresa A.....	53
4.1 Denominación de Origen del Tequila y Empresa A.....	54
4.1 Indicadores referentes a la Denominación de Origen del Tequila a través de la empresa A.....	56
4.2 Indicadores referentes a Denominación de Origen del Tequila de la Empresa A, a través del Ecosistema de Innovación.....	61
4.2.1 Gobierno.....	63
4.2.2 Empresas.....	64
4.2.3 Talento.....	65
4.2.4 Energía.....	65
4.2.5 Investigación y Desarrollo.....	67
4.2.6. Recursos Naturales.....	68
4.3 Configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación.....	69
Conclusiones.....	71
Referencias bibliografías.....	74
Anexos.....	79

Agradecimientos

Una vez más compruebo que a través del esfuerzo y disciplina es como se logran grandes resultados.

Agradezco a Dios por una vez más darme la dicha de cumplir un sueño.

A mi asesora de tesis la Dra. Rosa Azalea Canales García por orientarme y guiarme en este tema nuevo e interesante como lo es la Innovación.

A mi familia por estar presente.

Pero, sobre todo agradezco y dedico este trabajo a mi madre, la persona que estuvo conmigo a lo largo de mi carrera universitaria quien me apoyo en mi sueño de ser deportista y estudiante, y quien ocupa dos lugares en mi corazón, y en mi vida. Mamita querida, una vez más, gracias.

Introducción

El Ecosistema de Innovación y Denominación de Origen del Tequila representa una propuesta de mejora, así como el cuidado y resguardo de esta bebida mexicana a través, de un esquema configurado por seis elementos para que se logre innovar.

El concepto de este Ecosistema comprende todas las acciones que debe tomar el empresario tanto para concebir como para llevar a cabo una Innovación, una buena idea del producto, proceso o una nueva forma de pensar. En este sentido se toma la Denominación de Origen del Tequila como instrumento a emprender, ya que el sector tequilero se ha posicionado como la agroindustria más importante del país, se propone el Ecosistema de Innovación para que se someta a una forma diferente de comercialización y producción, ya que significaría un nuevo método de hacer negocios a través de la Innovación.

El objetivo del presente trabajo de tesis consiste en analizar la configuración del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la Industria Tequilera Mexicana, a partir del caso de estudio de una empresa mexicana dedicada a la producción de agave; con los siguientes objetivos específicos:

- Analizar los enfoques teóricos respecto a los Ecosistemas de Innovación y la Denominación de Origen.
- Examinar el contexto del desenvolvimiento de la industria tequilera en México
- Proponer un marco metodológico de carácter descriptivo con la finalidad de identificar los factores del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen.
- Analizar los elementos que inciden en la configuración del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la industria tequilera mexicana.

Por consiguiente, se parte de la hipótesis nula que señala: la inserción de la Denominación de Origen al Ecosistema de Innovación permite fortalecer la industria tequilera en México. Con lo anterior se pretende responder la pregunta de investigación: ¿Cómo se configuran el Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la Industria tequilera mexicana, a partir de un caso de estudio?

Para tal efecto, se propone la configuración de una metodología basada en un estudio de caso, puesto que el fenómeno objeto de estudio se analiza en su contexto real y sin alterar

ninguna variable. Al respecto, debido a que hay escasa información en relación a la Innovación y Denominación de Origen se llevan a cabo entrevistas con el dueño de una empresa tequilera dedicada al cultivo de agave, ubicada en el estado de Jalisco, México. Primeramente, se realiza una prueba piloto para conocer a grandes rasgos sobre la empresa, además de dar una breve introducción sobre la investigación que se está realizando, posteriormente se crea un cuestionario abarcando los temas del presente trabajo. Así, la información obtenida es directa ya que se obtiene de la fuente primera y documental con la finalidad de complementar los datos obtenidos.

Los hallazgos de la investigación apuntan que la Denominación de Origen del Tequila se explica a través del Ecosistema de Innovación mediante sus seis agentes principales; empresa, gobierno, recursos naturales, energía, investigación y desarrollo y talento, ya que, por medio de estos elementos, muestra cuál es su respectiva función para llevar a cabo la Innovación.

La importancia de insertar un Ecosistema de Innovación en la Denominación de Origen del Tequila versa en que de esta forma se permite llevar a cabo un mejor manejo y cuidado de la bebida, dado que enfrenta competencia desleal por parte de industrias mexicanas y extranjeras no autorizadas para producir Tequila, situación que significa un descuido del gobierno, puesto que determina la falta de práctica de las regulaciones impuestas por las instituciones como el Consejo Regulador del Tequila, y la Cámara Nacional de la industria tequilera.

Paralelamente, se plantea utilizar el Ecosistema de Innovación como herramienta analítica para reforzar la industria del Tequila mexicana debido a su notorio crecimiento en la década comprendida de 2008 a 2018. Al respecto, las exportaciones tequileras se acrecentaron 61.37%, al pasar de 138 millones de litros en 2008 a 222.7 millones al cierre de 2018, según las cifras de la Cámara Reguladora del Tequila (CRT). Este aumento obedece al consumo externo incremental de la bebida mexicana.

Bajo esta panorámica, de los 34.3 millones de cajas de nueve litros que se produjeron en 2018, 24.9 millones se exportaron y el resto se destinó al mercado nacional. El principal mercado exterior es Estados Unidos, que recibe 80% de las exportaciones, seguido por Alemania, España, Francia y Reino Unido. Países como Colombia y Sudáfrica han

comenzado a ser relevantes, (Sanchez, 2019). La popularidad en el exterior radica principalmente en una tendencia mundial por demandar bebidas artesanales y productos de alta calidad. Particularmente, en el año 2018 la industria tequilera rompió un récord de exportaciones, enviando 5.5% más que en el 2017.

Dentro del contexto de la Denominación de Origen del Tequila, existen problemáticas inherentes a la falta de protección de la producción a la bebida. Así, es factible identificar un grado de la competencia desleal. En la industria impacta de manera significativa debido a que el producto podría ofertarse por un precio menor hasta en cincuenta por ciento.

Por tal motivo, emergen controversias en los ámbitos nacional e internacional. Al exterior, los países que producen Tequila se excusan señalando que no poseen conocimiento acerca de la Denominación mexicana. Tal circunstancia provoca conflictos, por ejemplo, Sudamérica arguye el no reconocimiento del Tequila como bebida meramente mexicana.

Actualmente, 47 países cuentan con reconocimiento oficial lo que faculta, en parte, proteger al destilado de agave, fortalecer la normatividad y llevar a cabo las exportaciones legalmente (Forbes, 2014). Al mismo tiempo, exigir el reconocimiento posibilita la producción de Tequila ilegal o de baja calidad.

En el contexto nacional, durante los años 2017 y 2018 se obtuvo una cantidad histórica decomisada de Tequila adulterado y se concluyó con la destrucción de 1.2 millones de litros de Tequila que no incluían las normas oficiales. Para subsanar esta circunstancia, el Consejo Regulador del Tequila en colaboración con la Procuraduría Federal del Consumidor (2017), firmaron un acuerdo donde precisaron una herramienta jurídica denota acciones para reforzar la verificación de la información comprendida en las botellas y así, identificar a las que no cuenten con etiquetado comercial o difieran a las normas oficiales mexicanas.

Con la finalidad de cumplir el objetivo planteado y comprobar la hipótesis, la investigación se divide en cuatro capítulos. El primero, destaca la aportación de algunos de los argumentos teóricos referentes al pensamiento económico enfatizando sobre la Innovación. Posteriormente, se abordan las nociones Ecosistema de Innovación y

Denominación de Origen. Finalmente, se alude la Denominación de Origen, específicamente, sobre la industria tequilera.

El segundo, brinda un panorama general de la Industria del Tequila mexicano y la Denominación de Origen. Asimismo, se incluye la explicación del comportamiento de la Denominación de Origen en el mundo y de qué manera contribuye a su país de procedencia. Posteriormente, aborda las problemáticas que enfrenta México ante el funcionamiento de la Denominación de Origen de Tequila.

En el tercero, se plantea la metodología para analizar de manera conjunta los Ecosistemas de Innovación y la Denominación de Origen. Dada la inexistencia de una propuesta al respecto se utiliza un conjunto de variables retomadas de marco teórico y contextual que se pretende comprobar su pertinencia a través de un caso de estudio. El contenido de este penúltimo capítulo especifica sistemáticamente las fases desde el proceso que lleva a la construcción del instrumento de investigación hasta la etapa de cómo se realiza la recolección de información y su interpretación.

El cuarto, presenta los resultados del análisis del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen propuestos en las variables del esquema metodológico y examinados por el caso de estudio. El conjunto de estos resultados tiene por finalidad dar respuesta a los planteamientos presentados al inicio de la investigación.

Capítulo 1

Innovación en las corrientes del pensamiento económico, Ecosistema de Innovación y Denominación de Origen

En el presente capítulo se describen los fundamentos teóricos más importantes relacionados a Innovación. En el primer apartado se expone el pensamiento neoclásico donde aborda el tema de función de producción y presenta los conceptos más cercanos

a Innovación. En el segundo apartado menciona el surgimiento de la Innovación a través de la teoría Schumpeteriana, resalta la importancia del concepto en una empresa, así como exponer las tres fases interconectadas: invención, Innovación y difusión. De esta manera en el penúltimo apartado explica el cambio de Innovación a Ecosistema de Innovación, incluyendo los seis elementos que lo conforman. Por último, se aborda la Denominación de Origen, ya que es el tema en el cual se va a insertar en el Ecosistema de Innovación.

1.1 Innovación en el pensamiento económico neoclásico

El objetivo de este apartado introduce a la teoría del pensamiento económico neoclásico, haciendo un análisis de los cambios que ha sufrido respecto a la teoría clásica, y exclusivamente hace hincapié al concepto función de producción, examinando la manera en que se logran combinar los factores para la creación bienes o productos.

Dado que la teoría neoclásica abarca diversos temas como oferta y demanda, tasa de interés y salarios, entre otros, se centra particularmente, en la noción de función de producción puesto que es el concepto más cercano a la Innovación, que incluye elementos como capital y trabajo.

Bajo el marco neoclásico, la producción refiere a la elaboración de un producto mediante el trabajo utilizando diferentes recursos. Existen diversas aportaciones que abarcan el tema de la producción, tal es el caso León Walras quien critica la teoría clásica donde manifiesta que las fuerzas que determinan el precio dependen del costo de producción, ya que no en todos los casos aplica (Landreth y Colander 2006).

Dentro de la teoría neoclásica se encuentra los autores Walras y Marshall, quienes critican la visión clásica de la asignación de precios, pues definen que deben ser determinados siguiendo la función de producción (capital y trabajo). Los autores abren un nuevo panorama neoclásico, inicialmente argumentan si el valor final estaba dispuesto por los factores de producción, o si los bienes finales establecían los valores de cada factor de producción.

Como entrada a la nueva era neoclásica, se inició con el más importante, análisis marginal. William Stanley Jevons, Carl Menger y León Wallras, son los principales autores que parten de esta teoría, pues cuestionan si en realidad el valor del bien es determinado por el trabajo, como autores clásicos planteaban. Argumentan que no en todos los casos aplica esta teoría, pues depende del bien (Ekelund, Hébert, 1997).

Los elementos de producción no son indicadores del precio, sino indicados por el precio, en otras palabras, el análisis marginal hace referencia a lo que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien, es decir, los autores (Jevons, Menger, Wallras, 1969), plantean que dependiendo del ingreso que un individuo posee, va a ser el costo del factor de la producción que se va a emplear.

Asimismo, John. S. Mill menciona que los precios deben ser asignados de acuerdo con la oferta y la demanda, donde la oferta actúa de una manera fija inelástica y la demanda elástica, es decir, la oferta era el factor que determinaba el precio (costos de producción). Ambos autores tanto Jevons como Menger, no pudieron refutar esta teoría, no obstante, tampoco estuvieron de acuerdo en que la oferta era quien determinaba el precio.

El valor de producción fija la oferta, la oferta fija el nivel final de utilidad, el nivel final de utilidad fija el valor (Landreth y Colander 2006). En efecto, Menger expuso que el verdadero valor que tiene para los consumidores es aquel que se deriva de acuerdo con las necesidades o bien Jevons dice que el valor depende enteramente de la utilidad

A diferencia de la teoría clásica que concluye que el valor está determinado por la oferta, para Menger, Jevons y Walras estaba determinada por la demanda, ya que la utilidad marginal a través del consumidor establece lo que están dispuestos a pagar por el bien dependiendo su nivel de satisfacción.

Por su parte, Alfred Marshall, percata que una de las principales características de los economistas clásicos era el hecho que no aceptaban que la sociedad se mantiene en constantes cambios, pues dependen de los elementos que la rodean, interactuando de manera diferente.

Si bien analiza la oferta y la demanda, comenta que tomando en cuenta la teoría clásica, que determina que el precio está determinado por la oferta, también existen cambios de volúmenes de producción, métodos, procesos, y el costo en la mayoría de las situaciones

no se mantiene, en si para el autor establecer el valor se necesita una función flexible, que pueda cambiarse según sus factores de producción (Landreth y Colander 2006).

Uno de los elementos importantes para el autor, es el tiempo, ya que menciona que a través de este va a depender si el valor será constante o fijo. Si se analiza un periodo de mercado corto, el valor se mantendrá constante ya que no habrá cambios, a diferencia de un periodo de largo plazo, existen factores que hacen que haya un número mayor de constantes. Tomando la variación del tiempo, en la demanda puede influir un poco, pero interviene mucho más en la oferta.

De esta manera, explica la importancia de tiempo dentro de las variables económicas, de otro modo la controversia en si el costo de producción o la utilidad es el determinante del precio, no se resolvería.

Marshall crea una analogía para mostrar que el tema de oferta y demanda no es sencillo, en el cual desde diferentes posturas determinar cuál es la variable principal que determina el valor del bien, toma como ejemplo un caso simple, compara la incógnita de saber si es la oferta o la demanda en cuál de los dos lados de unas tijeras es el que corta el papel, algunos argumentaran que es el inferior, otras que el superior y algunas más concluirán que ambas partes intervienen (Ekelund, 1997).

En general es escasamente relevante discutir si es la demanda o es la oferta la que determina el precio, pensó a sus críticas, Marshall realizó dos análisis; uno para la oferta y uno más para la demanda, para explicar su relación con el tiempo.

El concepto de oferta crea un análisis configurando el tiempo a corto y largo plazo. El primero hace referencia a que los costos van a ser fijos pues en un corto periodo no existen cambios significativos que conlleven a un creciente o decreciente valor. Si bien, para el largo plazo existen demás factores que alteran el valor, puede ser por el aumento de producción o cambio de proceso, un nuevo recurso o alguna otra variable. Además, que depende el giro y nivel de la empresa. Con esto se refiere que están otros elementos como la tecnología que se va a utilizar. Así mismo inserta los conceptos de renta (como tierra), salarios e intereses pues establece que son determinantes del precio. De esta manera explica claramente de qué manera intervienen en el tiempo. Un ejemplo de ello

es que a corto plazo los salarios son determinados por el precio, pero a largo plazo los precios son determinados por los salarios.

En el concepto de demanda, Marshall formuló por primera vez la ley general de la demanda “la cantidad de demanda aumenta cuando baja el precio y disminuye cuando sube el precio”, así mismo, analiza la variable a corto y largo plazo.

Por lo anterior se examina los factores de producción del lado de la oferta y el lado de la demanda por parte de Marshall. Si bien se hizo mención del aporte de análisis marginal de Walras en el tema, el autor sigue contribuyendo de esta manera a la económica moderna, y precisamente el tema de equilibrio general.

La teoría del equilibrio general es un análisis de la economía en el que se examinan todos los sectores simultáneamente. Se consideran, pues, tanto los efectos directos de cualquier perturbación que afecte al sistema como los indirectos y los efectos entre unos mercados y otros simultáneamente con los efectos directos. Esta interrelación de los sectores de la economía es relativamente fácil de conceptualizar, pero es enormemente difícil de expresar formalmente (Landreth y Colander 2006).

En las distintas teorías que se mencionaron anteriormente, se plantea como los diferentes autores según la situación, determinaban cuáles serían los elementos que determinarían el precio, apuntaban que en la mayoría de los casos cambian las variables, la teoría del equilibrio general, aplicado en como determinar el valor de un bien, hace referencia a que se disminuya esta variación, no permite que varíen todos los elementos, por lo tanto que se mantengan constantes las que forman parte del ámbito de la economía.

En la teoría Wallrasiana, todos los valores se establecían mutuamente, los precios de los productos finales influyen y son influidos por los factores de producción. En el modelo de equilibrio general todos los elementos son relevantes y todos dependen de todos los demás.

Finalmente, se centra particularmente en función de producción puesto que es el concepto más cercano a Innovación. Asimismo, los autores neoclásicos concluyen que el mencionado concepto es una acumulación de factores, dando como resultado una función estática, por tal motivo se elabora un nuevo modelo específicamente para la

Innovación como una forma de abarcar algunos aspectos que deja como interrogantes la teoría neoclásica.

1.2 Innovación en la teoría Schumpeteriana

En este apartado se exponen los principales elementos de la teoría Schumpeteriana, se analiza la importancia de la Innovación como función dinámica, y no como función estática en contraposición a la teoría neoclásica criticada por Joseph Schumpeter.

Joseph Alois Schumpeter fue un destacado economista que enuncia una teoría del desarrollo económico divergente a las antecesoras. Esencialmente, omite la división del trabajo o en el cambio tecnológico estático como motores de impulso económico, por el contrario, otorga el papel central a una nueva figura, denominada emprendedor como principal elemento en un proceso de transformaciones continuas en la organización. (Alonso, Fracchia 2009)

La vertiente Schumpeteriana indaga la diferencia entre crecimiento y desarrollo económico. El primero hace referencia al incremento constante de producción con productos y procesos similares; en tanto, el desarrollo emerge de nuevas combinaciones con los mismos a partir de ideas innovadoras a cargo de empresarios-emprendedores.

En este entorno se presentan dos nuevos elementos para explicar una economía moderna: emprendedor y el desenvolvimiento (desarrollo) económico que son equiparables al avance de la sociedad y la adaptación de esta ante la Innovación constante. Por lo tanto, se entiende por desenvolvimiento los cambios de la vida económica que no hayan sido impuestos a ella desde el exterior, sino que ostenten un Origen interno (Schumpeter, 1957).

La adaptación, por su parte, hace referencia a que no existen más factores productivos, existen cambios que los llama Schumpeter adaptación. Por consiguiente, cuando se observan cambios es importante que se aprovechen para que se creen bienes nuevos, con los factores existentes, que de esta manera adopten o combinen procesos más eficientes, a lo que se le denomina innovaciones, y estas mismas las concibe el emprendedor.

La función de un emprendedor es mantener constantes cambios para bien en la organización. Schumpeter es el primer autor que menciona que no todo individuo que gestiona o es propietario de una empresa es un emprendedor, pues alude que el gerente actúa rutinariamente; mientras el emprendedor se comporta innovando, observa con facilidad la existencia de nuevas combinaciones de factores y las implementa (Schumpeter, 1957), por tal motivo concluye que los empresarios tradicionales, descritos por la teoría neoclásica, se guían únicamente por la maximización de ganancias, el emprendedor intenta ganar ante la competencia, buscar la satisfacción de crear algo nuevo. Así, la Innovación es un elemento de suma importancia para la teoría Schumpeteriana debido a que es una pieza clave en el emprendimiento.

Si bien, Schumpeter, define las innovaciones en general como el hallazgo de nuevas combinaciones, señala, en específico, cinco tipos de Innovación (Alonso, 2009):

- La creación de nuevos productos o cambios a productos existentes;
- La mejora de nuevos métodos de producción;
- El ingreso o apertura a nuevos mercados;
- La obtención de nuevas fuentes de materias primas o insumos; y
- La modificación de la estructura de mercado (la creación de un monopolio).

La Innovación se puede interpretar de distintas maneras, se asocia a la idea del progreso y mejora de nuevos métodos, basándose en los conocimientos y técnicas que le anteceden, con el objetivo de perfeccionar algo que ya existe, resolver un problema o hacer una actividad más sencilla.

Aunque Joseph Schumpeter es pionero en destacar la importancia de la Innovación, posteriormente diversos autores como Freeman, Lundvall y Nelson se interesaron en el tema, en la cual consideran la Innovación como el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente (Gee, 1981).

La corriente evolucionista y neoschumpeteriana, emergida durante la década los ochenta del siglo XX, retoman las ideas Schumpeterianas y complementan las definiciones con aspectos como la incertidumbre y la evolución de la Innovación a través del tiempo. La incertidumbre refiere a una peculiaridad del ambiente que el empresario-emprendedor

asume al realizar el conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y que conducen a la introducción exitosa de un producto innovador en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión. En 1982 Nelson, un autor representativo de la corriente evolucionista menciona que la Innovación es un cambio que requiere un considerable grado de imaginación y constituye una rotura relativamente profunda con la forma establecida de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad (Nelson, 1982).

Adicionalmente, la teoría Schumpeteriana establece la distinción entre tres fases interconectadas: invención, Innovación y difusión:

- Invención: producto o proceso que se genera en la esfera científico-técnica (descubrimiento).
- Innovación: socialización o comercialización de la invención. Es la etapa para que la invención se convierta en Innovación.
- Difusión: la ciencia debe incorporarse a productos, procesos y/ o métodos organizativos con el objetivo de difundirse en el tejido social. El empresario-emprendedor funge como nexo entre ciencia y mercado.

De esta forma, se subraya la trascendencia de incorporar la ciencia a procesos y/o métodos organizativos para propagarse en la sociedad a través de una conexión entre la ciencia y el mercado cuyo enlace central se halla en la figura del emprendedor.

El emprendedor es quien pone en práctica las etapas de invención, Innovación y difusión, además, actúa como agente propagador de nuevas invenciones que le permitirán a su vez obtener beneficios, y además promover la competencia, ya que esto significa despertar el interés de otros empresarios a cambiar o crear algo nuevo. Una vez difundida la Innovación, el ciclo vuelve a empezar, el empresario buscará nuevas innovaciones para aumentar su beneficio y prestigio personal.

El proceso de Innovación puede ser abordado de diversas formas, además de la corriente evolucionista, en la década de los noventa, el enfoque Sistemas de Innovación (SI) retoma aspectos Schumpeterianos para explicar a nivel nacionales, regionales y sectoriales o tecnológicos, las peculiaridades de la Innovación que implica la creación, difusión y el uso del conocimiento (Escobar, Cárdenas, Bedoya, 2017).

Desde la primera década del siglo XXI, la perspectiva Ecosistema de Innovación recobra especial importancia como esquema analítico donde concluyen las ideas de la vertiente Schumpeteriana y la visión sistemática de la Innovación. A partir de ello, se propone exponer los principales aspectos de Ecosistemas de Innovación y posteriormente, explicar la Denominación de Origen.

1.3 Ecosistema de Innovación

Para Schumpeter el proceso de Innovación consta de tres variables interdependientes: invención, Innovación y difusión, no obstante, el proceso puede ser abordado de diversas formas. La Innovación como un proceso de generación confrontación y selección de tecnologías, diseño y conocimiento (Nickles 2010). A través de la anterior analogía, menciona que la generalidad al no profundizar en cómo operan los mecanismos en generación, selección y retención sistemático por lo cual es necesario seguir un mecanismo establecido.

Considerar una unidad de análisis donde operen mecanismos puede facilitar entender el proceso de Innovación como un componente evolutivo. Asimismo, del contexto Schumpeteriano emergen los denominados Sistemas de Innovación (SI) que contienen dimensiones y limitaciones en los marcos nacionales, regionales y sectoriales o tecnológicos respecto a los agentes implicados en la Innovación (Escobar, Cárdenas, Bedoya 2017; Freeman y Lundvall ,1988).

En la década de los años ochenta del siglo veinte, se creó un acercamiento a la teoría Schumpeteriana dado el perfeccionamiento conceptual del SI. El Sistema Nacional de Innovación (SNI) surge como una forma de manejar la económica nacional y mundial a través del énfasis otorgado a los flujos de tecnología e información entre personas, empresas e instituciones que constituyen la clave para los procesos de Innovación (ODCE 1997), siendo representativos los trabajos de Freeman (1987), Lundvall (1992) y Nelson (1996).

Paralelamente, la panorámica sistémica se ha intentado explicar desde el enfoque de un Ecosistema que representa un contexto inclusivo de otros elementos en contraposición a los SI.

La perspectiva Ecosistema de Innovación es vista como un complemento de los SI exitosos. La “Ecología de la Innovación” depende parcialmente de la presencia de elementos como talento, las empresas, las instituciones y el capital; pero más aun de sus identidades, es decir, las capacidades de red, la cultura de la confianza y la cooperación pragmática (Jucevičius and Grumadaitė, 2014).

El Ecosistema de Innovación hace referencia a la interacción sistémica, así como al auto y la eco-organización para observar procesos dinámicos a partir de los cuales ocurren innovaciones en cualquiera de sus manifestaciones. Dentro de un Ecosistema de Innovación se requiere la actuación de los siguientes elementos (Seaton – More, 2016):

- Las Agencias de Gobierno promotoras de políticas públicas fomentadoras de la competitividad y la productividad nacional y regional.
- Las comunidades del talento en la que se incluye a las organizaciones educativas generadoras del capital humano clave para la producción de ideas y su transformación en innovaciones de diversas índoles.
- Las comunidades de empresas dentro de las cadenas de valor del tejido industrial aportador de materias primas y otros recursos naturales.
- Las comunidades integradas por las organizaciones de investigación y desarrollo generadoras de tecnologías, de patentes y de conocimientos claves para muchas de las acciones de apoyo a la Innovación empresarial.
- Las comunidades de empresas aportadoras de las diferentes fuentes de energía necesarias para soportar los procesos de transformación asociados a la generación de innovaciones en productos, procesos o servicios.

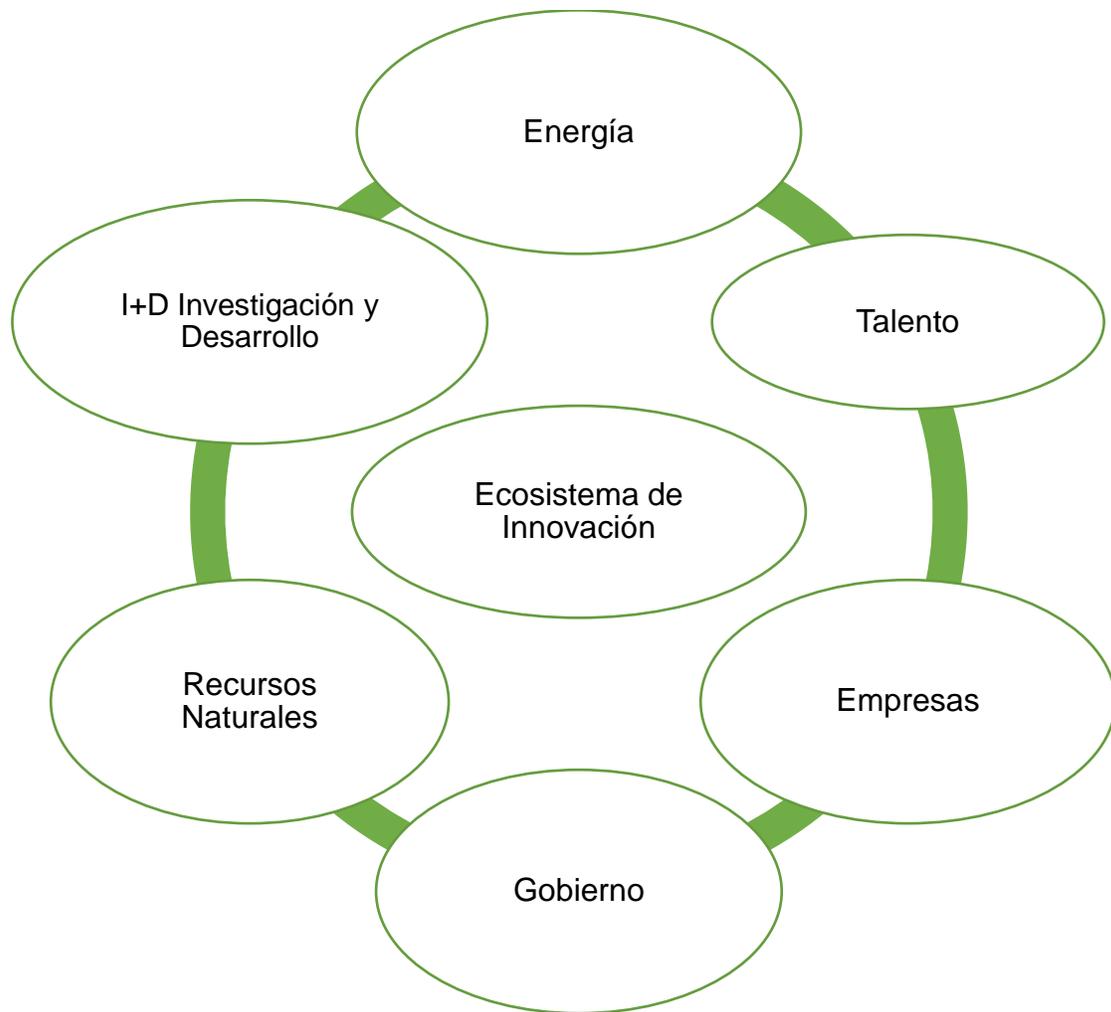
Con base a lo anterior se demuestra que existen elementos clave para que un Ecosistema de Innovación se cumpla. Las empresas, las instituciones públicas, talento, gobierno, el buen uso de los recursos naturales se relacionan entre sí, siendo organismos interdependientes para así crear un vínculo orientado al bien común.

El objetivo de un Ecosistema de Innovación es conservar el equilibrio, en el sentido de mantener el mercado trabajando, conservar las empresas competitivas y al día con los cambios tecnológicos, sociales y culturales, que se están viviendo como sociedad. Las dos importantes vertientes que conforman los Ecosistemas de Innovación son la

economía del conocimiento, que está basada en la investigación, y la economía comercial, dirigida por y para el mercado. El propósito de un Ecosistema es sumar los esfuerzos de estos dos elementos para brindar proyectos innovadores que tengan un impacto en el día a día de los consumidores, mejorando en definitiva los productos y servicios que se les ofrece (Jordá, 2015).

Se han establecido bases que respondan al concepto, incluso se han planteado elementos que lo conforman y se ha aludido la importancia que tiene actualmente respecto al ambiente en el que se vive. La tecnología, la alta competencia entre organización, los nuevos conocimientos hacen que nazca un Ecosistema de Innovación para enfrentar la nueva era, por tal motivo no existe un esquema como tal que represente la configuración de un Ecosistema de Innovación, a pesar de ello, se propone que cuente con los siguientes elementos, donde se puede analizar su interdependencia (figura 1.1).

Figura 1.1
Configuración del Ecosistema de Innovación



Fuente: elaboración propia a partir de Seaton (2016).

Con lo anterior se explica la interacción de un Ecosistema de Innovación. El talento, el conocimiento e ideas obtenido de las universidades, a través de las empresas va a dar el resultado de solución de problemas, así como la creación y mejora de nuevos productos, aprovechando los recursos naturales con los que cuenta cada región, con la ayuda de tecnología, sin dañar el medio ambiente. De esta manera la sociedad se beneficia, pues se ofertan mejores productos, además de lograr un crecimiento económico sostenido al estar sustentado en progresos en la productividad.

Para que se cumpla el Ecosistema de Innovación es necesario tener los elementos mencionados para que tanto el productor como el consumidor, las empresas, las

instituciones públicas y privadas, además el producto evolucione entre sí y exista un cambio.

Existen beneficios a favor del concepto de “Ecosistema de Innovación” basados en la idea de que la Innovación puede ser interpretada como un proceso evolutivo que toma lugar en un Ecosistema heterogéneo, compuesto por organizaciones e individuos en interacción (Carrillo, Contreras 2015), como un Ecosistema social, que opera de la misma manera que los biológicos (Bloom, Dees, 2008). Igualmente, puede ser visto en distintas posiciones, sin embargo, el objetivo es satisfacer las necesidades de adaptación a través de constantes cambios.

Así como existen opiniones favorables, se encuentran algunas limitantes en la teoría. Los discernimientos contrarios apuntan el uso de la analogía de dichos sistemas con la biología dada la imprecisión entre los procesos de las ciencias sociales y la exactitud de los mecanismos de las ciencias naturales, ello puede conducir a problemas de funcionalismo (Jucevičius y Grumadaitė, 2014). Por otro lado, el concepto no está bien delimitado y no cuenta con un sólido sustento académico (Phillips, Park y Lee 2014). Además, rechazan el enfoque por su falta de experiencia empírica, por lo que carece de bases estructuradas y falta de confianza por parte de los empresarios.

A pesar de los argumentos, es preciso señalar que es común que la inexistencia de conocimiento sobre un tema nuevo como es el Ecosistema de Innovación, genere desconfianza en su aplicación. Al respecto, se plantea que una forma de proteger el conocimiento emanado de la Innovación es a través de la Denominación de Origen, ya que además de un tratado o acuerdo, existen otras maneras de obtener beneficios de los recursos con los que se cuenta y que al país le hace falta implementar, como la Denominación de Origen.

Visto desde el ángulo sistémico de la Innovación son escasos los estudios que agrupen Ecosistemas de Innovación y Denominación Origen. Es por ello por lo que se expondrá la importancia de implementar la Denominación de Origen en el Ecosistema de Innovación cumpliendo con los seis elementos mencionados anteriormente, de esta manera llevará a tener un buen manejo de esta tanto para productores como consumidores en la Industria Tequilera.

1.4 Denominación de Origen

Una forma de proteger el conocimiento emanado de la Innovación puede ser a través de la Denominación de Origen. La Denominación de Origen es una aplicación muy antigua, pues de esta manera se otorgaba un valor o característica especial, además de identificar cualidades particulares debidas a los rasgos naturales tradicionales, proceso y clima de la zona.

La primera Denominación de Origen tradicional que se considera verdaderamente protegida se dio en el siglo XVII, y se ubicó en Francia, el día 31 de agosto de 1666 designando por primera vez al vino dada la especial sensibilidad. De esta forma se sientan las bases jurídicas de lo que hoy en día es una Indicación Geográfica Protegida (nombre que se otorgó por medio del Convenio de Paris para designar a las indicaciones sobre el Origen o la procedencia geográfica de un producto), (Herrero, 1997).

De acuerdo con la Secretaría de Economía del gobierno Federal, una DO es: “El nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico. “(Secretaría de Economía, 2015,s/p)

Estas denominaciones actúan como una protección para productos especiales que permiten a las personas producir determinados bienes y recibir beneficios derivados de su utilización. Actualmente en México existen 15 Denominaciones de Origen oficiales que se encuentran protegidas por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), el cual es la autoridad administrativa en materia de propiedad industrial en el país. Esta Institución otorga las autorizaciones previo análisis de los productos y una vez otorgada, ya es viable comenzar a producir.

Entre los beneficios de las Denominaciones de Origen están: la existencia legal de un producto único y de calidad; la protección de actos de competencia desleal de productos iguales; el otorgamiento de garantías al consumidor; contar con sello de calidad; iniciar cadenas productivas y generar empleos; elevar la calidad de los productos mexicanos; y representar identidad nacional. Estas características no son completamente beneficios,

todos muy loables, pero más aspiracionales que reales lo que se deriva de los problemas de configuración de las condiciones de las Denominaciones de Origen.

A fin de que pueda ser apreciada una indicación como Denominación de Origen y ser preservada como tal debe de contar con los siguientes rasgos característicos (IMPI, 2017):

- La Denominación de Origen debe de estar compuesta por el nombre de un lugar o zona geográfica del país.
- Que a través de este nombre geográfico se determine un producto que provenga del mismo.
- Que el producto tenga rasgos y particularidades diferentes a los demás bienes de su mismo género, y que se deban a su zona geográfica, contando con los recursos naturales y factores humanos.

Si bien se habla de recursos naturales, se refiere meramente a las particularidades y estructura del suelo, el medio que lo rodea como temperatura, clima, altitud, flora y fauna. Por otro lado, los factores humanos, aquello que nace como tradiciones y costumbre, la especialización al elaborar un producto utilizando procesos específicos.

Por lo anterior, se determina si en alguna región geográfica se cuenta con las mencionadas características, entonces existe una Denominación de Origen. Por otro lado, si es de interés tener un registro ante el estado, se deben de presentar documentos y constancias que sirvan de respaldo para la solicitud, tales como (IMPI, 2017 s/p):

- El nombre, domicilio y la nacionalidad del solicitante, en el caso de persona moral, deberá señalarse la naturaleza y las actividades a que se dedica.
- Indicar y acreditar el interés jurídico del solicitante.
- Mencionar la Denominación de Origen objeto de la solicitud.
- Establecer una descripción detallada de los productos que pretenden protegerse con la Denominación de Origen, atendiendo a sus características y componentes; formas de extracción, procesos de elaboración y producción. Asimismo, deberán señalarse las normas oficiales a las que se sujeta el producto, así como los modos de empaque, embalaje o envasado.

- Determinar el lugar o los lugares de extracción, producción o elaboración del producto, delimitando el territorio de Origen conforme a los caracteres geográficos y atendiendo a las divisiones políticas.
- Mencionar y detallar los vínculos que existen entre la Denominación de Origen, el producto y el territorio.
- Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.

Las Denominaciones de Origen son registradas ante el IMPI, con el propósito de que esta pueda ser regulada y protegida, además que se le otorga exclusividad ya que después de su registro no se puede producir el mismo bien utilizando los mismos procesos con semejantes recursos, por otro lado, si alguna organización desea comercializar una Denominación de Origen registrada, se puede efectuar.

Una Denominación de Origen, puede ser utilizada por personas que elaboren o fabriquen los productos basados en ella, en el área geográfica determinada y efectuando con las condiciones establecidas para avalar las características propias del producto, para ello se debe cumplir con lo siguiente (SENAPI, p7).

- Cuando se trata de productos que se extraen del lugar en estado natural, es necesario que además de cumplir con las condiciones especiales exigidas para éstos, se extraigan o cultiven bajo las condiciones establecidas en el Reglamento. Por lo tanto, los productos provenientes del lugar geográfico que no cumplen con dichas condiciones no pueden aspirar a usar la Denominación de Origen.
- En el caso de los productos fabricados, además de que la fábrica o taller debe encontrarse en el lugar amparado por la Denominación de Origen, debe usar las materias primas provenientes de la región misma, así como valerse de los demás elementos que hacen que el producto sea especial y característico de esa región, en los términos que se establezca en el Reglamento de la Denominación de Origen.
- Cumplir con los procedimientos de elaboración, extracción, obtención, transformación e inclusive comercialización que son determinantes para que el producto tenga las calidades propias de los productos amparados por la

Denominación de Origen, en los términos que se establezca en el Reglamento de la Denominación de Origen.

Entre los beneficios de las Denominaciones de Origen están la existencia legal de un producto diferente y de calidad; la defensa de actos de competencia desleal de productos iguales; el otorgamiento de garantías al consumidor; contar con sello de calidad; iniciar cadenas productivas y generar empleos; aumentar la calidad de los productos y representar identidad nacional. Estas particularidades no son completamente beneficios, todos muy loables, pero más aspiracionales que reales lo que se deriva de los problemas de configuración de las condiciones de las DO.

La cuestión es que, a pesar de tener un producto o proceso registrado, la función de la Denominación de Origen no se cumple en todos los aspectos, pues a pesar de ello existen países y regiones que producen sin tener la autorización de hacerlo.

Insertar la Denominación de Origen en un Ecosistema de Innovación, es una propuesta para cambiar el mismo proceso que lleva la misma a la hora de comercializarse. Ya que se estaría configurando dentro de los algunos elementos tales como: empresa, universidades, centros de investigación, procesos, invención, Innovación y mercado. De esta manera no sólo las grandes empresas obtendrían beneficios, es decir, las empresas autorizadas para comercializar o producir creen un vínculo con las escuelas o investigadores para alcanzar un buen desarrollo y apto crecimiento para la industria, por ende, no sólo se aprovecharán los recursos si no también el nuevo conocimiento, actitudes y aptitudes de las nuevas generaciones.

Capítulo 2

Industria del Tequila mexicano y Denominación de Origen

Este apartado tiene por objetivo explicar el comportamiento de las Denominaciones de Origen en el plano internacional, para luego hablar específicamente de la Denominación de Origen de la industria del Tequila en México. Se resalta el incremento significativo en las exportaciones, los principales países que consumen la bebida, además se compara el nivel de producción de Tequila del último año 2018 con respecto a los años anteriores.

Por otro lado, se describe cual es la competencia existente y si representa una amenaza en la venta del Tequila, como influye a los consumidores, y por último los problemas en los que se enfrenta la industria donde se incluyen temas como competencia desleal y no reconocimiento por parte de algunos países de Suramérica, pues manifiestan que México no es el único que puede producir agave.

2.1. Denominación de Origen en México y en el mundo

La protección de las Denominaciones de Origen da lugar a la identificación de productos específicos que son famosos por sus características propias, que son conocidos por una calidad superior, las cuales provienen de la zona de donde proceden, tomando en cuenta los factores naturales presentes en el lugar, la utilización de técnicas o procedimientos de elaboración o extracción. Por tal motivo, es precisamente esta diferenciación constituida socialmente la que establece una relación entre el producto y una región geográfica.

Los beneficios que se encuentran en una Denominación de Origen parten desde el interés de los consumidores, ya que a través de ellos pueden identificar en el mercado productos de alta calidad, los productores que se pueden distinguir mediante un signo que expresa calidad que al mismo tiempo otorga facilidad al introducirse al mercado y obtener una mayor retribución en su comercialización. Por otro lado, existen beneficios que otorgan reconocimiento a la región de procedencia, al autorizar aprovechar los recursos locales, favoreciendo de esta manera tanto el desarrollo económico regional como el sostenimiento de elementos culturales ancestrales que constituyen la identidad de la localidad. (Arancibia, 2016)

Por lo anterior, las Denominaciones de Origen muestran una creciente importancia en su reconocimiento y protección, por otro lado, presentan derechos de propiedad industrial, en su papel como generadores de riqueza en la economía moderna. En este sentido, según la Dirección General de Comercio de la Comunidad Europea (2003), el tema del crecimiento económico a través de la Denominación de Origen presenta su importancia por el valor agregado que se le asignan a los productos. Un ejemplo de ello es el queso francés que cuenta con significativos beneficios al ser una Denominación de Origen, ya que se vende a un precio mayor de dos euros, lo que estimaba que estas indicaciones hacen vivir 138,000 explotaciones agrícolas en Francia y 300,000 personas en Italia, y estimaba su valor en cada uno de estos Estados en 19 y 12 millardos de euros, respectivamente.

Las Denominaciones de Origen son un elemento de desarrollo económico de los países, ya que en el plano internacional favorecen las exportaciones puesto que abastecen lugares de consumo que no cuentan con ese tipo de producción, otro claro ejemplo, son las bebidas espirituosas beneficiadas por la Denominación de Origen, ya que llegan hasta 3.5 millardos de euros dentro de los 5.4 de euros que manifiesta la Unión Europea de la exportación de esa clase de productos. Particularmente en el mercado europeo de consumo, la demanda de los productos típicos de calidad se acelera, (Le Goffic, 2010).

Por parte de México posee 15 Denominaciones de Origen, que representan gran importancia debido a que fortalecen la industria del turismo, que ha llegado a ser una fuente de crecimiento económico significativo en el país. Las Denominaciones de Origen impactan de manera positiva en los estados que producen cada bien, pues atraen más turistas, inversión en infraestructura, generan empleos y mejoran la calidad de vida de los ciudadanos que colaboran en su elaboración y cuidado. México ocupa el sexto lugar en la lista de países más visitados, gracias a la cadena de valor que ha generado la comida mexicana, los participantes en su preparación y venta han podido desarrollar al máximo atraer turistas que quieran probarla. (Gallardo, 2018)

El Tequila reconocido internacionalmente es una de las Denominaciones de Origen con las que cuenta México y este sujeto a la NOM-006-SCFI-2005. Es una bebida alcohólica regional obtenida por destilación de mostos, preparados directa y originalmente del

material extraído en las instalaciones de la fábrica del productor autorizado la cual debe ubicarse en territorio comprendido, derivados de las cabezas de agave Tequilana Weber variedad azul, previa posteriormente hidrolizados o cocidas y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptibles los mostos de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente en la formulación con otros azúcares hasta en una porción no mayor de 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa. El Tequila es un líquido que, de acuerdo a su clase, es incoloro o coloreado cuando es madurado o cuando es abocado sin madurarlo. El nombre Tequila se adoptó de la región que le dio Origen hace aproximadamente dos siglos. (D.O.F, 2006).

Por consiguiente, todos los productores son supervisados por distintos organismos oficiales y por el Consejo Regulador del Tequila. Este último auxiliado por el laboratorio de la industria del Tequila, ya que se encarga de supervisar y certificar la calidad de cada uno de los productos. Según la Norma Oficial Mexicana, existen dos clases de Tequila.

- 1) El Tequila mixto 50-49 que se produce a partir de 51 por ciento de azúcares obtenidos del agave Tequilana Weber, y el 49 por ciento restante de otros azúcares, este puede encontrarse en sus tipos blanco, joven abocado, reposado, y añejo.
- 2) El Tequila 100% agave, el cual se obtiene en su totalidad a partir de los azúcares de agave, este mismo se puede encontrar en blanco, reposado, y añejo

La industria del Tequila es una de las más importantes del país puesto que es un producto tradicional y representativo de la cultura mexicana en el plano internacional, la industria aporta una parte significativa al producto interno bruto de la entidad, y fuente de empleo en los estados donde se produce (Macías, 1997).

La explotación del Tequila puede ser abordada en distintas vertientes, debido a que se presentan diversas competencias y relaciones entre empresas, y entre estas últimas los proveedores más cercanos con los cultivadores de agave. El progreso de la industria se ha dado desde empresas grandes que cuentan con capital extranjero, y por otro lado el de la producción de tipo artesanal por mercados pequeños.

2.2. Denominación de Origen del Tequila en México con respecto al mundo

México se caracteriza por sus costumbres y tradiciones, si bien, el Tequila como bebida mexicana es la principal razón para que los mercados conozcan el país. El desarrollo es un estado marcado por un dinamismo, en el cual el crecimiento de la industria lo ha llevado a ser mundialmente competitivo. El posicionamiento en el mercado mundial es derivado del esfuerzo de productores industriales, y técnicos que ejercen los mejores procesos productivos y de comercialización, logrando así, el impacto económico en las áreas de producción y en el país.

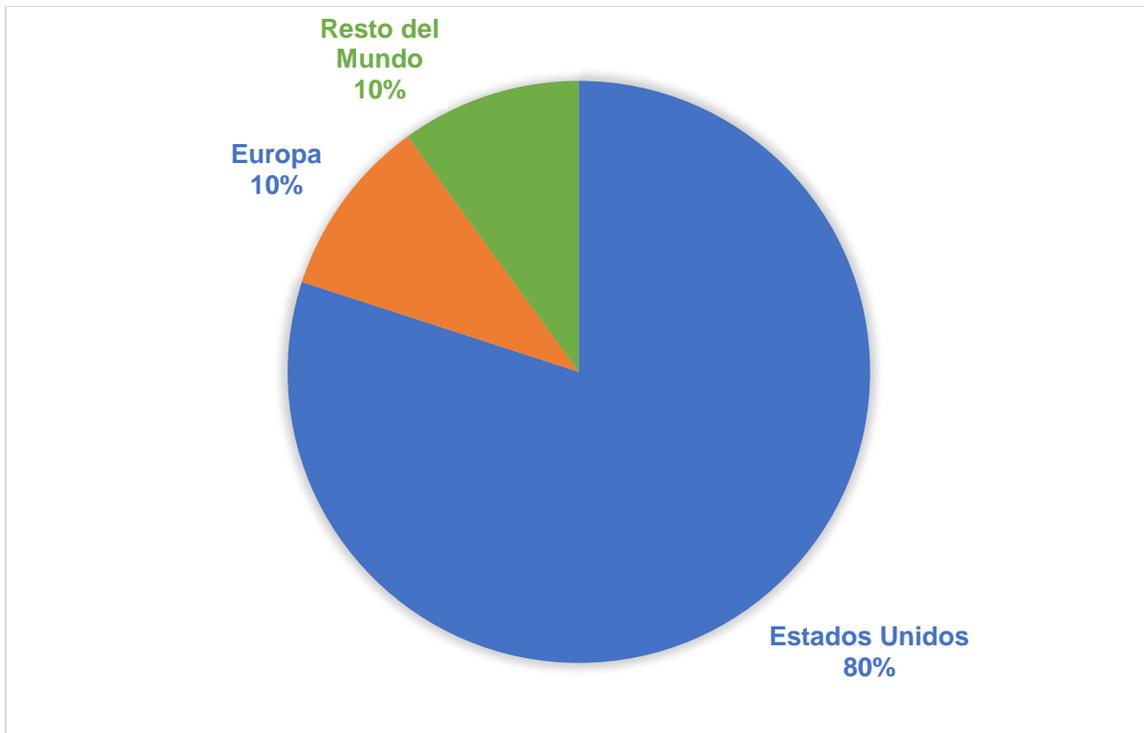
La industria tequilera contribuye con divisas por 1.3 billones de dólares, debido a las exportaciones que se realizan, por tal motivo el Tequila y su sector son aliados estratégicos importantes para el desarrollo y crecimiento económico del país.

En los últimos datos obtenidos en el año 2018, según la Comisión Nacional de la Industria Tequilera, existen 120 países a los cuales se exporta Tequila, ya que ocho de cada 10 botellas de Tequila que se producen se destinan a la exportación, siendo Estados Unidos el principal mercado con más del 80% de la demanda, seguido por Alemania, España, Francia y Reino Unido que representa el 10% de exportaciones a Europa, entre otros (figura 2.1). El crecimiento de la industria tequilera ha permitido que hoy en día el consumidor pueda reconocer el Tequila y apreciar las cualidades de la espirituosa bebida mexicana que está presente en más de 120 países (CNIT, 2018).

Por lo anterior ha sido gran parte a las empresas que tienen marca registrada y cuentan con la autorización legal de producir una Denominación de Origen. Este comercio del Tequila beneficia principalmente a México que es el productor del agave que ha traído a su vez un impacto económico, por otro lado, el Tequila se comercializa en un mercado altamente competitivo, cuya demanda aumenta por la diversidad de marcas, de distintas cualidades y precios a las que el consumidor puede acceder.

Como se mencionó anteriormente las exportaciones de Tequila han incrementado con el paso de los años. La siguiente grafica muestra a que destinos se produce la mayor cantidad de Tequila, siendo Estados Unidos el principal consumidor.

Figura 2.1
Exportaciones mexicanas de Tequila



Fuente: elaboración propia a partir de Cámara Nacional de la Industria Tequilera (2018)

El Tequila, continúa aumentando su presencia en los mercados internacionales, incluyendo Estados Unidos. Según las estadísticas del Consejo Regulador del Tequila (CRT), en el primer trimestre del año 2018, se vendieron al exterior 55 millones de litros, número que supone un crecimiento de 10.2% en comparación con los 49.9 millones de litros comercializados en el mismo período del 2017.

Únicamente a Estados Unidos, de enero 2017 al año 2018, México exportó 4.8 millones de litros de Tequila adicionales a los 40.6 millones que se exportaron en el mismo período del 2017, lo que significa que las exportaciones tequileras al país americano crecieron 11.8% en el primer trimestre del año para alcanzar los 45.4 millones de litros. Con esas cifras, Estados Unidos se conserva como el primordial consumidor del destilado entre los 120 países a donde se exporta la primera Denominación de Origen mexicana, al realizar 82.5% del total de las ventas al exterior (Romo, 2018).

Como se menciona, existen dos clases de Tequila, 51% de agave y 49% de otros azúcares, y 100% agave, con respecto a la primera categoría durante el primer trimestre

del año 2018 fue la más exportada, mientras que la segunda categoría se vendió 26.0 millones de litros.

Pese a que, en comparación con el 2017, la exportación del Tequila 100% agave fue la que mayor aumento registró, los primeros tres meses del año 2017 se comercializaron 23.8 millones de litros; es decir, el incremento en el primer trimestre de este año en esa categoría fue de 13%, mientras el crecimiento en la exportación de la categoría Tequila fue de 8%.

Se encuentran algunas ventajas de exportar mayor cantidad de Tequila 100% agave, una de ellas se destaca, porque este tipo debe ser envasado de Origen, generando mayor valor agregado y un mayor beneficio económico a toda la cadena productiva.

Asimismo, el mercado chino es uno de los países en los que las exportaciones del Tequila aumentaron, a pesar de ello, el número no es tan significativo. Si bien, en el primer trimestre del año 2018, la exportación de la bebida al continente asiático creció 33% en comparación con el mismo período del 2017, en volumen dicho crecimiento representa apenas 50,600 litros adicionales. De acuerdo con las estadísticas del CRT (2018), entre enero y marzo del 2017 se exportaron a China 152,451 litros de la bebida, mientras en el mismo periodo, pero del año 2018 la cantidad aumentó a 203,129 litros.

De esta manera, las exportaciones que se realizan pueden ser a granel o en su caso embotelladas, a pesar de que México es el productor del agave, se manda al extranjero, para que el Tequila sea embotellado en las empresas y así finalmente se comercialice. Con datos obtenidos del año 2018, existen 1,722 marcas registradas autorizadas, de las cuales 1390 son embotelladoras nacionales y 332 son embotelladoras extranjeras (Consejo Regulador del Tequila, 2018), e igualmente, Estados Unidos es el principal país que embotella Tequila.

La marca registrada es un símbolo que hace diferenciar los bienes o productos de una empresa frente a otras organizaciones que operan en el mismo mercado, el principal objetivo es crear una diferenciación y competencia (Staton, 2000). Así como ha aumentado la demanda del Tequila, cada día se tiene un mayor número de registros de marcas comerciales, y más aún por el tema del Tequila al ser una Denominación de Origen, una persona moral lo puede comercializar cumpliendo con los estándares de

calidad y requisitos que se solicitan para otorgar la autorización, por este motivo, la marca registrada sirve para que el consumidor con base a sus necesidades pueda reconocer ante una gran variedad de Tequila, el que mayor lo satisfaga.

En efecto, la marca registrada ocupa un papel muy importante en la industria del Tequila, ya que no todos los productores de Tequila son quienes finalmente venden esta bebida proveniente del Estado de Jalisco. Parte de las marcas registradas existentes utilizan intermediarios que les proveen la planta (productores de agave) para que como empresa embotellen únicamente el Tequila, puede ser envasada en grupos ajenos a un productor autorizado, de ser así se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del Certificado de Aprobación de Envasadores (CAE) emitido por la Dirección de Normas (DGN)
- Original del convenio de Corresponsabilidad (convenio granel) para granel entre el productor autorizado y el envasador y copia simple de la autorización del convenio emitida por el IMPI.
- Un juego de etiqueta o proyecto de etiqueta.

Con el objetivo de llevar un mejor control y mantener la calidad de la bebida, se exigen los mencionados cumplimientos, que sirven para propiciar el sano desarrollo y brindar un producto meramente mexicano. No obstante, a pesar de que la declaración oficial general de la Denominación de Origen del Tequila fue publicada en el Diario Oficial de la federación el 9 de diciembre de 1974, en resumen, menciona, que nadie puede producirlo a excepción de México, particularmente los estados autorizados, a pesar de ello, se ha tenido competencia proveniente de otros países, principalmente China y por el lado de México a través de prácticas desleales.

2.3 Competencia en la Industria del Tequila

En los puntos anteriores, se analiza el comportamiento de la Denominación de Origen del Tequila como un factor que impulsa el desarrollo y crecimiento económico del país, ya que México es el único que puede producir agave, y solamente puede existir competencia entre marcas registradas puesto que nadie debe hacer uso de ella, a menos que se

cuenta con la autorización. No obstante, existen prácticas desleales que funcionan como competidores ante un mercado de calidad, en este caso países que han llegado a comercializar su propio Tequila sin tener autorización.

Una práctica desleal de comercio internacional se denomina como la importación de productos en estado de discriminación de precios o subsidiado en el país exportador, ya sea el del Origen o el de la procedencia, que produzcan daño a un sector de la producción nacional de mercancías idénticas o similares. Por consiguiente, prevalecen dos características de las prácticas desleales, es por Dumping, que es cuando las empresas desean introducir al territorio nacional mercancías originarias de otro país a un valor por debajo de su precio normal; y por último las subvenciones y se le da este nombre ya que es la forma en que el gobierno va a apoyar productores nacionales que exportan a precios muy altos que dañan a productores locales de bienes iguales o similares (García, 2011).

Además del dumping y subvenciones, existen otras maneras de alterar el comercio, como producir sin autorización, tal es el caso de China que ha sido famoso por vender un Tequila pirata pues no posee las mismas características tales como sabor, olor, textura y procesos de calidad, que un Tequila mexicano. Existen diversas empresas chinas que han copiado la bebida a fin de comercializarla, la más conocida es llamada *Jinchuang Suntine Winery*, y se denomina así por la cantidad de Tequila que ha logrado vender, por su precio y promoción. Por otro lado, China cuenta con las propiedades y características que necesita el agave al ser plantado, de esta manera el país asiático ha aprovechado para producir su propio Tequila (Santos, 2008).

Si bien China amenaza con lanzar su propio Tequila, Argentina también cuenta con marcas que presumen vender auténtico Tequila, algunas de ellas: *Sol Azteca, Águila Dorada, Conquistador de México, Tequilazo o Chamaco*. En este país se comercializa Tequila apócrifo, violando las reglas de Denominación de Origen. A pesar de la intervención de la Secretaría de Economía para hacer valer la Denominación del Tequila como un producto no genérico, el gobierno sudamericano argumenta que aún no se publica el reglamento donde se detalla la forma en cómo se ejecutará la ley de propiedad industrial (Velazco, 2017).

Por otro lado, el Consejo Regulador del Tequila reforzará sus acciones de protección, específicamente, en países asiáticos como Malasia, Filipinas e Indonesia. Es importante mencionar que en Malasia se identifican 18 destilados que se comercializan como Tequila sin serlo. (Romo, 2017). En estas naciones se produce una bebida elaborada por vegetales que no alcanza un olor ni un sabor equiparable al Tequila ya que, para ello, debe producirse en la zona de Denominación de Origen y contener al menos 51% de agave Azul Tequila Weber.

La comercialización del Tequila en Argentina y de los demás países, participan como una competencia desleal, puesto que, a la falta de propiedades y atributos, se comercializa hasta por debajo del 50% más barato que un Tequila producido en su lugar de Origen, por esta razón productores mexicanos alzan la voz a que se respete la Denominación de Origen.

Como se mencionó en el apartado 2.2, la producción del Tequila ha aumentado significativamente a pesar de que existen países como China, Argentina, Malasia, Filipinas e Indonesia (citados con anterioridad), que producen su propio Tequila sin tener conocimiento que México posee autorización de producirlo.

Si bien, el aumento de demanda ha incidido en el crecimiento del sector en el país, también representa una opción para la producción ilegal y prácticas desleales por parte de empresas mexicanas que exportan sin contar con el aval del Consejo Regulador del Tequila (CTR). En concordancia con la CRT, cada año se elaboran más de 273 millones de litros de Tequila ilegal, de los cuales más de 190 millones se exportan al resto del país.

La piratería se estima que podría alcanzar el 50% del Tequila que se comercializa a nivel mundial, especialmente en Estados Unidos, China y países de Europa, donde se brindan bebidas que por medio de químicos reemplazan su aroma, sabor, y engañan a los consumidores, principalmente a los adolescentes. Esta es una forma de competencia ilegal para el jarabe de agave que cumple cabalmente con las normas establecidas (Grupo Excelencia Tequilera de Jalisco, 2019).

Un caso muy claro de la competencia que representa el Tequila pirata, es que en el mercado Europeo, específicamente a Alemania en el año 2018 se estima que se realizaron más de 100 exportaciones de este tipo, el Servicio de Administración Tributaria

(SAT) con ayuda de las aduanas de Alemania, logró detectar una importación ilegal de un destilado de agave, la cantidad fue de 24 mil 700 litros de alcohol, que presumía de ser caña de azúcar que se intentaría vender en dos euros por litro, cuando en el mercado del Tequila su valor es de 14 hasta 60 euros por litro (Gonzales, 2018). Sin duda, este caso impacta de manera negativa al país debido a que no se están respetando los lineamientos de una Denominación de Origen y con ello, se genera desconfianza en los mercados internacionales y dudas sobre el destilado de agave original ya que el exportador apócrifo proveniente de Jalisco, estado donde el Tequila es originario.

En el ámbito nacional, son también observables prácticas desleales dado que se han detectado productores que no cuentan con el aval de la CRT, incluso se identifican oferentes en estados no autorizados para producir agave. Acorde con el CRT (2018), en 2017 se decomisaron 11 mil 340 litros de Tequila falso, mientras en 2018 fueron 251 mil 192 litros de bebida de base alcohol de caña a granel que no contaba con la normativa del Tequila, pero que pretendía venderse como tal. En el estado de Jalisco, en el municipio de Tlaquepaque, un porcentaje de esa cantidad fue encontrada, 200 mil litros detectados en una bodega, donde se ha encontrado documentación falsa, por tal motivo fueron destruidos en el mismo año. Mientras tanto, en Puebla se halla un almacenamiento de producción clandestina de Tequila. En total se han encontrado alrededor de mil 300 litros de agave de Tequila (Rivera, 2018).

En síntesis, las prácticas desleales de Tequila representan un importante competidor para México, pues el porcentaje de Tequila que se ha decomisado se comercializa de manera normal ante un mercado legal, sin sumar las empresas que siguen vendiendo de forma ilegal, sin cumplir con la normatividad. Estas prácticas se deben a la oportunidad que desarrollan las organizaciones como respuesta al incremento de demanda de la bebida, como una opción de crear una fábrica que sea rentable por la seguridad de vender Tequila.

2.4 Problemáticas que enfrenta México ante el buen funcionamiento de la Denominación de Origen de Tequila

La competencia desleal provoca un impacto en la industria del Tequila, ya que el apócrifo podría venderse hasta 50% menos de su precio, por tal motivo emergen controversias tanto a nivel nacional como en el exterior. En el contexto internacional, se continúa produciendo Tequila bajo el argumento de no tener conocimiento de la denominación que actualmente posee México, esto ha provocado fuertes conflictos entre países, por ejemplo, Argentina señala no reconocer el Tequila como bebida mexicana.

A partir del año 2014, ya son 47 países en los cuales el Tequila cuenta con reconocimiento oficial, lo que significa que de esta manera permita proteger al destilado de agave y fortalecer la normatividad que autoriza realizar las exportaciones de una mejor manera, así como, exigir el reconocimiento hará que se elimine la producción en otros países no autorizados (Forbes, 2014).

En 2017 y 2018 se obtuvo una cantidad histórica en decomiso de Tequila adulterado y se concluyó con la destrucción de 1.2 millones de litros de Tequila que no incluían las normas oficiales. El Consejo Regulador del Tequila, la Procuradora Federal del Consumidor (2017), firmaron un acuerdo de colaboración, donde precisaron una herramienta jurídica que denota acciones para reforzar la verificación de la información comprendida en las botellas y así, identificar a las que no cuenten con etiquetado comercial o difieran a las normas oficiales mexicanas.

A partir de la firma de dicho convenio se realizarán juntas de trabajo sobre el combate a la ilegalidad en la producción y comercialización de bebidas alcohólicas, además de que se brinda información para que el consumidor sepa tomar una decisión de compra consciente. Así mismo, se plantearán derechos del demandante de Tequila. Otro de las obligaciones y derechos de los fabricantes de Tequila y un tercero de las obligaciones del expendedor de bebidas alcohólicas. Como parte del acuerdo, la PROFECO capacitará a los agremiados del CRT sobre el respeto de la Ley Federal de Protección al Consumidor y en general sobre las normas oficiales mexicanas.

El Tequila enfrenta diversas problemáticas, tanto a nivel internacional como nacional, existen organismos que trabajan para la regulación, sana y legal competencia de esta

bebida, a través de estas organizaciones tanto empresario como consumidores encuentran información orientada al cumplimiento de normas para la comercialización, o bien para conocer en dónde comprar y distinguir uno de otro. No obstante, las dificultades, abarcan más que lo comercial o legal, el gran aumento de demanda está provocando que la producción masiva de Tequila sacrifique la calidad de la bebida, así como la preocupación de desabasto de Tequila en los próximos años (Dabdoub, 2013).

El método para cultivar el agave y elaborar Tequila es largo y costoso, se requieren entre 5 y 6 años para que la planta de agave madure, que posteriormente los agricultores cosechen los frutos. Desde 1990, los productores comenzaron a utilizar herbicidas y pesticidas, que no arrojaron buenos resultados, debido a que las generaciones de agave eran de baja calidad y se produjeron problemas de contaminación, como erosión y calidad del agua. A partir de lo anterior se ha planteado una diferenciación entre los productores que se desarrollan mediante tecnologías para aumentar la productividad sacrificando la calidad y los que siguen cultivando con procesos tradicionales, (Pulido, 2018).

El lento crecimiento del agave hace casi imposible un aumento de producción como el que exige la demanda. El sector tequilero prevé que este problema se agrave y se extienda hasta 2021, lo que provoca que algunos productores opten por utilizar plantas poco maduras de las que se extrae menos licor con baja calidad.

En medio de un auge internacional del Tequila, los costos del agave se han multiplicado por seis desde 2016, no sólo por la escasez del agave, sino también por el nacimiento de nuevas industrias que usan esta planta y, que han llevado al estado de Jalisco aumentar a partir del 2017 las penas por el robo de agave de 5 a 15 años, (Diaz, 2018).

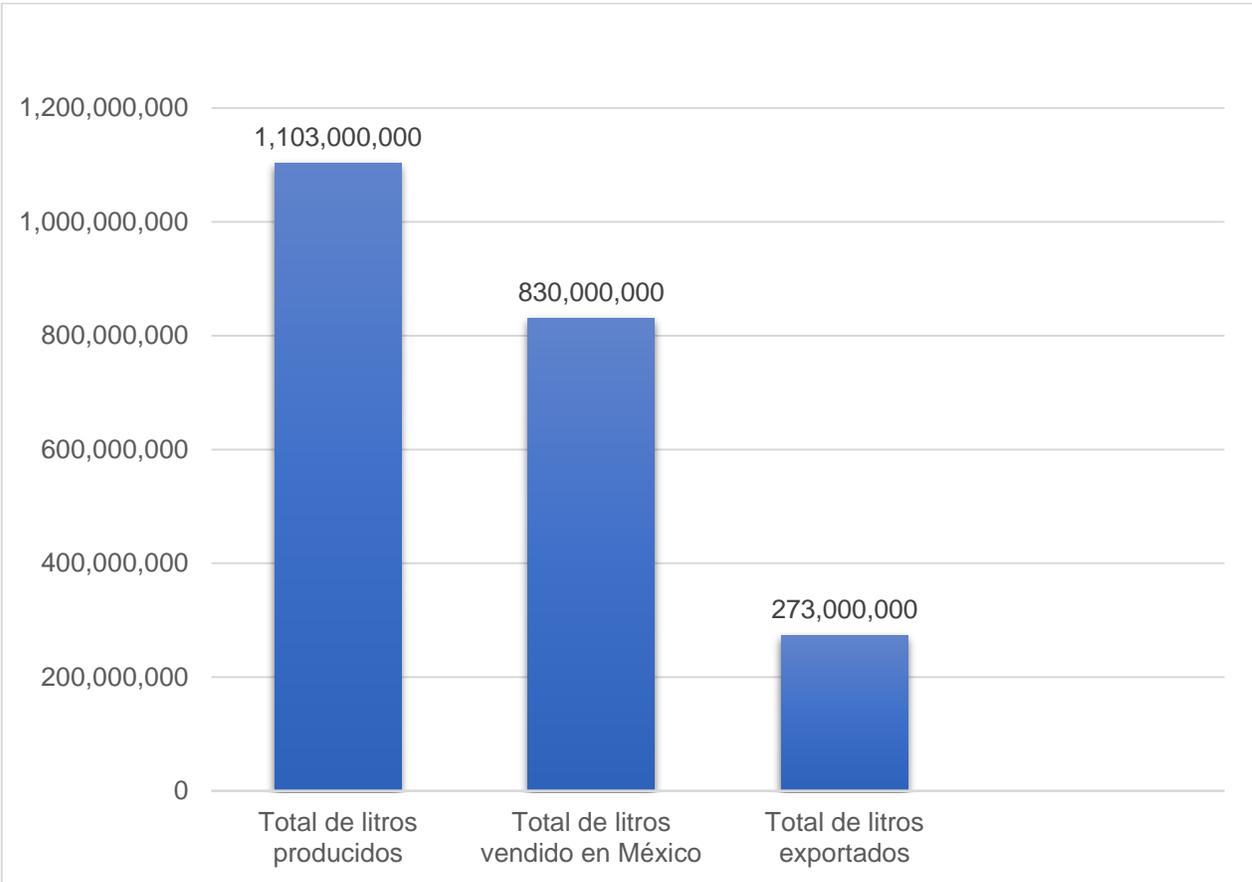
Por otro lado, no sólo es un problema de aumento de demanda, ni escasez, también el incremento de robos de esa planta está obligando a productores a salir del mercado, o bien disminuir su productividad. Acorde al CRT, en el año 2017 fueron robadas 15 mil plantas, identificando un aumento con los años pasados.

Se utilizan unos ocho millones de plantas al año, casi un 20 por ciento de las más de 42 millones de plantas que requerirá toda la industria tequilera en 2018. Debido al desabasto que se presenta primeramente por falta de cultivo y otro por robo, entre 2016 y enero de 2018, el precio de la planta creció casi seis veces: pasó de 3.85 pesos el kilo en promedio

hasta los 22 pesos actuales, lo cual preocupa a pequeños productores que asumen que no podrán mantenerse en el mercado a esos costos, (Díaz, 2018).

Sin duda alguna, la escasez de Tequila afecta directamente a pequeños productores, ya que este nicho de mercado comienza a preocuparse a no poder atender el consumo mundial que se prevé pasará de las 30.2 millones de cajas a casi 35 millones en 2021 (Drinks Market Analysis, 2019), y se hace hincapié en que las PyMES serán las afectadas, puesto que grandes firmas como *Patrón* y *Tequila Sauza* no han tenido problemas en cuanto a costos para pagar el agave, debido a que poseen sus propios campos. En la figura 2.2, se observa el comportamiento de la industria del Tequila con respecto a los litros producidos en el 2018, dividido en litros que se venden en México, contra los que fueron exportados.

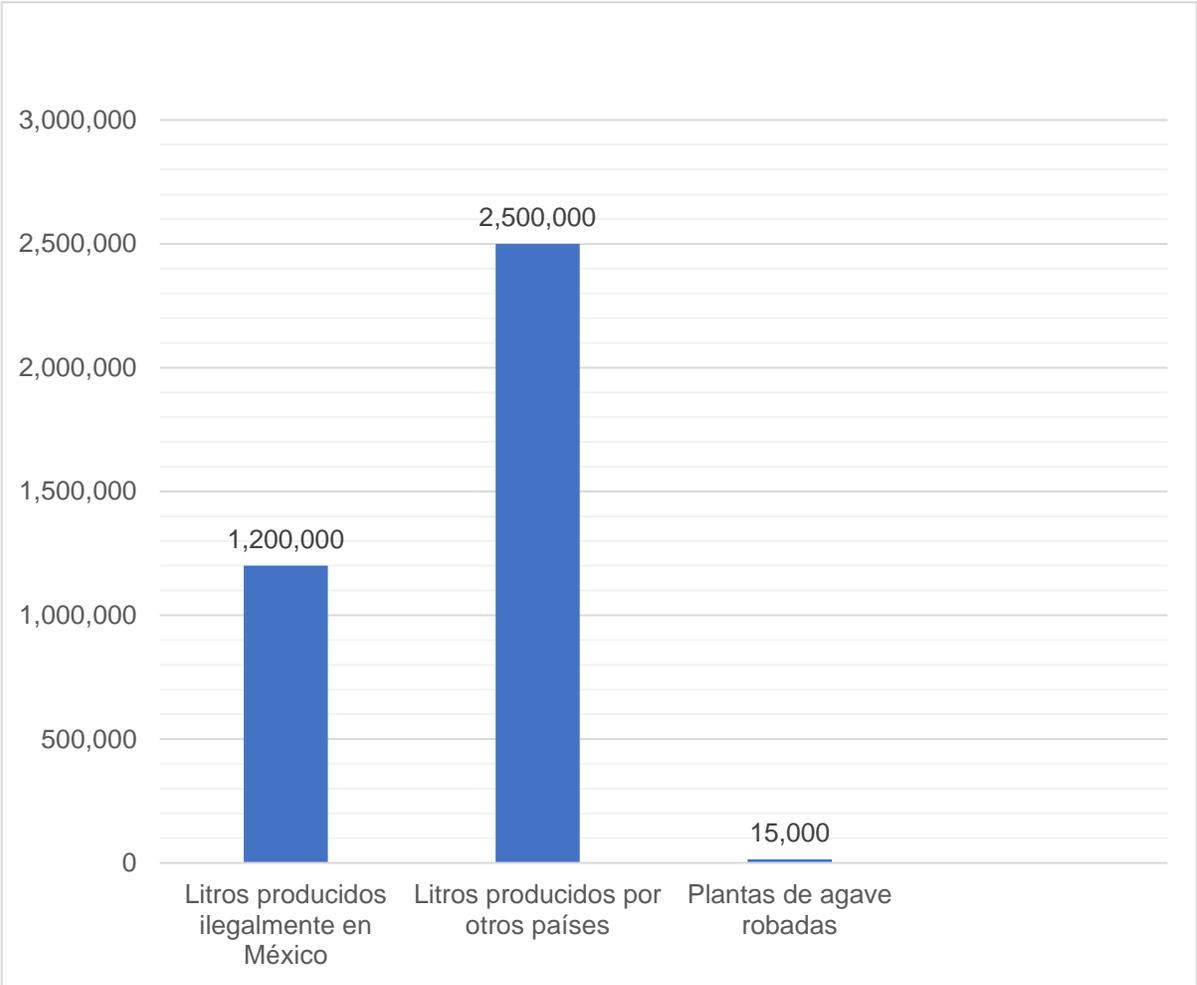
Figura 2.2
Comportamiento del Tequila



Fuente: elaboración propia a partir de Consejo Regulador del Tequila, (2019)

A pesar de que 1,103,00,000 es el total de litros producidos en México, siendo un volumen alto, existe un porcentaje que es resultado de las prácticas desleales, así como la falta de autorización para producirlo. En la Figura 2.3, se expone el total de litros producidos ilegalmente que representan una importante competencia para las empresas y el país.

Figura 2.3
Comportamiento del Tequila ilegal



Fuente: elaboración propia a partir de Consejo Regulador del Tequila, (2019)

Se analiza el comportamiento de la industria del Tequila, comparando la producción normal del país con respecto a la ilegal, aun cuando la competencia desleal es un número por debajo del 50% legal, es importante puesto que representa un obstáculo para los productores y marcas registradas que si cumplen con las regulaciones.

El problema central versa en que es preciso insertar la Denominación de Origen de la Industria del Tequila dentro de un Ecosistema de Innovación para impedir dos principales inconvenientes que se presentan. Primeramente, los mercados muestran problemas de información desigual, donde los consumidores desconocen la calidad de los productos, pues castigan a los buenos productores, que asumen costos más altos con el objetivo de comercializar un producto diferente, respecto a los malos, quienes aprovechan de aquellos productos existentes para copiarlos a bajos precios, dada la ausencia de información por parte de consumidor. Por último, la creación de una Denominación de Origen no asegura el buen funcionamiento de esta. Por tal motivo se sugiere insertar un Ecosistema de Innovación para el buen manejo de la Denominación de Origen.

En suma, la propuesta de insertar la Denominación de Origen en un Ecosistema de Innovación versa en tratar de modificar y hacer más inclusivo el proceso que conlleva la Denominación. Así, se agregaría dentro de los elementos: empresa, universidades, centros de investigación, procesos, invención, Innovación y mercado. De esta manera no sólo las grandes empresas obtendrían beneficios, sino todas las firmas tequileras autorizadas para comercializar o producir estarían en posibilidad de crear un vínculo con las escuelas o investigadores para alcanzar un buen desarrollo y adecuado crecimiento, por ende, no sólo se aprovecharán los recursos si no también el nuevo conocimiento, actitudes y aptitudes de los involucrados.

Capítulo 3

Propuesta metodológica para analizar cómo se configura la Denominación de Origen del Tequila dentro de los elementos de un Ecosistema de Innovación

La investigación respecto al estudio de la configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación se categoriza dentro de la designación estudio de caso al consistir en una búsqueda empírica que se interesa por un fenómeno contemporáneo en tu contexto real (Yin, 1989). De esta manera, la aplicación de esta herramienta analítica es confiable cuando la vertiente que se desea estudiar no puede ser entendido de forma independiente respecto a su contexto, a su ambiente natural cuando se deben de considerar un amplio número de elementos. Por tal motivo, es así como la metodología de estudio de caso, además de analizar el fenómeno objeto de estudio en el medio real, permite realizar múltiples fuentes de evidencia, cuantitativas y/o cualitativas simultáneamente (McCutcheon y Meredith, 1993).

Con fines de describir la metodología utilizada en la indagación de la configuración de la Denominación de Origen del Tequila dentro de los elementos de un Ecosistema de Innovación, se acude al planteamiento otorgado por Villareal y Landeta (2010). Es importante mencionar que la mencionada metodología puesta por los autores consta de ocho fases, no obstante, para efectos del presente capítulo, únicamente se toman las cinco primeras fases metodológicas para el caso de estudio ya que las dos restantes son para efectos del análisis de la evidencia, que será expuesto en el capítulo siguiente.

1. Propósitos, objetivos y preguntas de investigación;
2. Selección e identidad de la unidad de análisis;
3. Diseño de instrumentos y protocolos;
4. Registro y clasificación de datos; y
5. Análisis de la evidencia;

3.1. Propósito, objetivos y preguntas de investigación

El propósito de la investigación es proponer una metodología para analizar cómo se configura el Ecosistema de Innovación en la Denominación de Origen del Tequila, abarcando el proceso de producción, así como el de comercialización que es el estipulado

por las organizaciones reguladoras, que contribuye al crecimiento y desarrollo económico a través del mencionado esquema.

La aplicación de la metodología de caso de estudio consiente que mediante su uso sea factible abordar cuestiones como: (Yin, 1989).

- Explicar las relaciones causales a través de encuesta o experimento
- Descubrir el contexto real en el cual ha ocurrido un evento o una intervención
- Evaluar los resultados de una intervención, por lo tanto, la obtención empírica de datos mediante dicho método posibilita explorar, analizar y evaluar el conjunto de elementos que forman parte de las medidas relacionadas con el uso de una Denominación de Origen, así como los elementos que interfieren.

Para tal efecto, se plantea como objetivo general analizar el buen funcionamiento de la Denominación de Origen del Tequila, desde el punto de vista de un Ecosistema de Innovación, a partir del caso de estudio de una empresa dedicada a la producción del agave.

Asimismo, tiene como objetivos específicos los siguientes:

- a) Discutir los enfoques teóricos que argumentan la configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación
- b) Exponer los elementos de un Ecosistema de Innovación, la relación entre instituciones públicas, privadas, empresas, gobierno, talento, recursos naturales y energía.
- c) Exponer los puntos de la configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación a nivel nacional e internacional.
- d) Analizar la interacción de la industria del Tequila para detallar su estructura, procesos y transmisión de conocimiento dentro y fuera de las empresas.

Los objetivos anteriores pretenden comprobar la siguiente hipótesis:

- La inserción de la de la denominación de origen al ecosistema de innovación permite fortalecer la industria tequilera en México.

Asimismo, la investigación trata de responder la siguiente pregunta de investigación:

- ❖ ¿Cómo se configuran el Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la Industria tequilera mexicana?

El Origen del método de investigación es de tipo no experimental puesto que en el proceso de investigación no se manipulan variables, solo se observa y se analiza el fenómeno basados en conocimiento empírico. Asimismo, dado que la naturaleza transversal no se basa en estudios de tiempo sino en un momento determinado, por otro lado, existe naturaleza estática que permitirá explicar un fenómeno en particular en un momento específico y conocer los factores que influyen en la configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación.

A causa de la complejidad que implica el análisis de la Denominación de Origen del Tequila, el método de investigación otorga datos de manera precisa, verídica para poder obtener resultados referentes a la figura de la Denominación de Origen del Tequila, su complejidad y su Innovación; de igual manera, describirá el entorno en el cual se desarrolla, sus interacciones con el medio externo a la Industria del Tequila.

3.2. Selección e identidad de la unidad de análisis

La metodología del caso de estudio tiene como propósito identificar y seleccionar el tema susceptible de investigación, con la finalidad de concretar las fronteras de estudio. En este contexto para analizar si la Denominación de Origen cumple su papel a través de la configuración de un Ecosistema de Innovación, se apunta a la necesidad de considerar la muestra. Un importante aspecto de la planificación de cualquier estudio es la elección del número de miembros que debe tener la muestra (Newbold, 2013). Al ser una unidad de análisis, se determina el tamaño de la muestra de la presente investigación a una empresa dedicada al cultivo de agave, ubicada en Guadalajara, Jalisco.

Debido a que existen solo cinco estados de la República que cuentan con autorización para producir el agave: Jalisco, treinta municipios de Michoacán, siete de Guanajuato, ocho de Nayarit y once de Tamaulipas, únicamente se tomara un caso de estudio de la empresa A.

Dado que para explotar la Denominación de Origen del Tequila, debe de cumplir con las características del Consejo Regulador del Tequila, con la Cámara Nacional de la Industria Tequilera, incluir la NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-006-SCFI-2005, bebidas alcohólicas-Tequila especificaciones, es decir, siguiendo estas regulaciones, la aportación de todo agavero sería repetitiva, ya que están sujetos a normatividades que rigen su desarrollo y comportamiento, es por ello que únicamente se tiene un caso de estudio.

De esta manera, el objeto de estudio es únicamente una empresa tequilera donde el dueño compartió indicadores relevantes referentes a Innovación, todo ello debido a que la información es escasa por lo tanto no hay datos que presenten como tal a el Ecosistema de Innovación a través de una Denominación de Origen

3.3. Diseño de Instrumentos

La aplicación de instrumentos constituye un aspecto vinculado con el diseño de la investigación que refiere a la secuencia lógica orientada a relacionar los datos empíricos con el objetivo, las preguntas y las conclusiones del estudio (Villareal y Landeta, 2010). Con el fin de conectar y facilitar el uso de la información recolectada, existen diversos tipos de instrumentos que sirven de base para la sistematización de la información.

En este caso, para la investigación presentada se tomará como instrumento entrevistas a través de una serie de preguntas, ya que son un método de indagación y recolección de datos que consiste en 23 preguntas y otras indicaciones con el objetivo de obtener información. De igual manera están diseñados para crear análisis estadístico de las respuestas, aunque no en todos los casos aplica. (García, 1993)

Primeramente, previo a la aplicación del instrumento de análisis que arrojó los resultados finales, se realizaron pruebas de validación de información, donde se corroboró si la información implantada en la entrevista cumplía con los objetivos a alcanzar. De esta manera se llevaron a cabo modificaciones y mejoras a la propuesta establecida, de modo que se describe posteriormente:

La prueba inicialmente se compuso por 15 preguntas, una vez revisada la información se percató que dos de las preguntas carencia de relevancia así que estas mismas fueron eliminadas, por otro lado, se debía agregar información para que el cuestionario estuviera completo, donde se presentó información relevante.

Una vez realizada la validación del instrumento después de haberse sometido la prueba piloto, como método de ensayo, posteriormente establecido el tamaño de muestras de la población, fue posible planear la aplicación de un solo cuestionario a un empresario dedicado al cultivo de agave.

Siendo el producto tan exclusivo, a fin de encontrar una persona que nos pudiera compartir información de la bebida fue complicado por el escaso contacto con la industria del Tequila. Se trabajo para al menos tener tres opciones de diferentes empresas para obtener información, no obstante, únicamente se pudo contactar con una empresa, las otras dos opciones por causas externas no pudieron tomar la entrevista.

Aunque el cuestionario únicamente fue aplicado a una empresa, al ser originaria de Jalisco, la encuesta permitió obtener información relevante referente a más empresas del mismo sector, donde se conoció el comportamiento y además la interacción entre empresas de la misma rama.

Particularmente, la elaboración y construcción del cuestionario intentar conocer y medir el comportamiento de las empresas dedicadas a la producción del Tequila, comprobar si se realiza el correcto procedimiento desde su extracción hasta su comercialización, si los agentes de gobierno realmente regulan el sector tequilero, y de esta manera entender cuáles de los elementos del Ecosistema de Innovación que sí se ponen en práctica.

Por lo anterior, el estudio metodológico propuesto destaca por ser abordado desde una perspectiva económica actual, la cual tiene por propósito evaluar los procesos de una Denominación de Origen, a fin que el país utilice sus recursos sin olvidar las regulaciones internas, utilizando los elementos que actualmente por temas de globalización se tiene, como la propuesta de implementar un Ecosistema de Innovación en el sector tequilera a fin de cuidar el mercado y al mismo tiempo generar proactividad con sus demás elementos.

3.4. Proceso de recolección de la evidencia

Ya que se tiene el instrumento de estudio validado, se procede a efectuar la entrevista por teléfono con el propietario de cultivos de agave. Posteriormente se continua la recolección y clasificación de la evidencia ya que se interesa en organizar, relacionar, sintetizar la información obtenida a través del instrumento elegido.

Esta etapa de la investigación debe garantizar la fiabilidad general de la información recogida, dado que el análisis de esta concluirá con el informe final (Villareal, 2010).

Primeramente, se programó una cita para que el empresario agendara un espacio para así poder atender la entrevista, una vez con los datos obtenidos se prosigue a la descripción del proceso de registro y clasificación de datos, es importante mencionar que se cubrió una muestra de un cuestionario que se aplicó a una empresa dedicada al cultivo de agave, ubicada en Jalisco.

El cuestionario se realizó con el propósito de responder principalmente temas de la economía actual referente a Innovación, particularmente Ecosistema de Innovación. Asimismo, se crearon preguntas que no se clasifican dentro de lo anterior, no obstante, presentar información general relevante para la investigación como es el caso de los retos que tuvo que enfrentar para poder tener autorización de producir una Denominación de Origen.

Para la investigación es muy importante resaltar la función del gobierno en temas de protección y legalidad hacia el producto, además de conocer qué elementos del Ecosistema de Innovación se ponen en práctica y de qué manera, y también se incluyeron preguntas referentes a servidores públicos a modo de conocer su cumplimiento desde la perspectiva de la industria del Tequila. En el cuadro 3.1, se presenta la sistematización de las preguntas con sus objetivos correspondientes.

Cuadro 3.1

**Sistematización de las preguntas de la entrevista aplicada a la empresa A,
ubicada en Guadalajara Jalisco**

Clasificación	Objetivos	Preguntas
Información general / Denominación de Origen	Nivel de conocimiento	1
Industria tequilera	Nivel de desarrollo	2
	Proceso para obtener la autorización de producir una Denominación de Origen	3
Elementos del Ecosistema de Innovación	Conocer cuáles son los elementos que utilizan y de qué forma	4,5
	Factores que intervienen	11, 12,13
	Cumplimiento por parte de gobierno	14,15,16
	Surgimiento de nuevas mejoras	17,18,19
Inconvenientes	Nivel de competencia desleal	6,7,8,9,10

Fuente: elaboración propia con base en los elementos de la Figura 1.1

Con el cuadro de sistematización de preguntas, se identifica de forma clara y concisa la categorización de cada una de las preguntas del cuestionario con respecto al propósito que persiguen. Primeramente, en el caso de la información general los resultados obtenidos permiten conocer el nivel de conocimiento que se tiene de una Denominación de Origen, desde la manera en la que se obtuvo la autorización para producir una Denominación de Origen, hasta el proceso de producción.

En la clasificación Industria Tequilera se cuestiona cuáles fueron las pautas para que el gobierno autorizara que es una empresa legalmente constituida, con superficie apto para producir por sus características propias y ubicación. Gracias a esta información es seguro obtener una sobrevista general de la situación de la aplicación de la Denominación de Origen del Tequila. Como puntos a resaltar están los siguientes:

- ✓ Conocer como una región que posee la Denominación de Origen fomenta que sus ciudadanos aprovechen sus recursos y se vuelvan productores del agave;
- ✓ La manera en la que fueron asesorados para ser un productor legalmente establecido;
- ✓ Los apoyos que el gobierno brinda, (ya que es un tema que el estado protege); y
- ✓ El financiamiento y las pautas que se tuvo que enfrentar para tener un lugar en el registro;

En el apartado Elementos del Ecosistema de Innovación se concentran en aquellas preguntas relacionadas específicamente al Ecosistema de Innovación y sus elementos, particularmente con la Industria del Tequila. Para esta clasificación, cabe mencionar algunos de los conceptos que fueron abordados en el capítulo primero, en donde se explica la definición de un Ecosistema de Innovación, la configuración y los elementos que lo conforman. El Ecosistema de Innovación hace referencia a la interacción sistémica, así como al auto y la eco-organización para observar procesos dinámicos a partir de los cuales ocurren innovaciones en cualquiera de sus manifestaciones (Seaton – More, 2016).

Dentro de un Ecosistema de Innovación se requiere la actuación de los siguientes elementos: energía, talento, empresas, gobierno, recursos naturales, investigación y desarrollo. Dados los casos del mal manejo de la Denominación de Origen, es preciso

implementar la propuesta de utilizar un Ecosistema de Innovación en el proceso tanto de producción como de comercialización, por tal motivo, se le cuestiono al empresario si implementa algún tipo de Innovación, referente a una nueva máquina, cambios en los procesos, capacitación de personal, así como la manera en la que se aprovechan los recursos para efectuar dicho proceso. Una de las preguntas que tuvo mucho que decir, fue el cumplimiento por parte del gobierno, el apoyo económico que se brinda a pequeñas empresas, y la protección que otorgan las empresas legales, a las informales. La unión empresa-gobierno-universidades, se plantea como un nuevo conocimiento para el reclutamiento de nuevos talentos, donde de esta manera se pueden rescatar nuevos procesos de mejora a través de la investigación.

Antes de establecer la propuesta de un Ecosistema de Innovación como fortalecimiento a la Denominación de Origen del Tequila, se debe de conocer cuáles son los elementos que sin ser forzosamente un Ecosistema ya los llevan a la práctica, identificar cuáles son los factores que los productores no utilizan, para determinar si se llegaran a desarrollar de qué manera impactaría. Para que pueda ser considerado un Ecosistema debe de contar con todos los elementos que lo componen.

Por último, en la clasificación de inconvenientes, se plantea debido a que como se mencionó en el capítulo segundo, actualmente debido a que la industria del Tequila se ha desarrollado y ha crecido no solo a nivel internacional sino también a nivel nacional, existen países que se aprovechan del impacto que tiene el Tequila para fabricar el propio y quitarle mercado al que le corresponde a México, países que cuentan con litros de Tequila listos para comercializar que desconocen que no pueden hacerlo o bien que no están dispuestos a reconocer la bebida como producto mexicano. Por otro lado, como se sabe el Tequila no está autorizado para producirse en todos los estados de la Republica, dado el gran aumento de demanda de la bebida, existen empresas ilegales en estados como Puebla que producen y que incluso ya han decomisado litros de Tequila, o bien el robo de agave es uno de los temas que está empezando a crecer.

Por lo anterior, se le cuestiona al empresario cual es la manera en la que enfrentan estos retos de competencia del leal y de qué manera les afecta. Por otro lado, conocer si ante estas situaciones el gobierno pone de su parte, e interfiere para que pare la producción

ilegal y no afecte a las empresas registras. Si bien se ha hablado del importante desarrollo y crecimiento que tiene México, además de la participación que tiene gracias a la Industria del Tequila, a futuro lo mencionado decaería ya que si desde este punto no se cuidan los recursos por los cuales el país es reconocido, más adelante puede tener repercusiones.

Para el buen manejo de una Denominación de Origen se formó el Consejo Regulador del Tequila que es la organización dedicada a verificar y certificar el cumplimiento con la Norma Oficial del Tequila, así como promover la calidad y la cultura y el prestigio de la bebida nacional, además de la Cámara Nacional de la Industria Tequilera que tiene por objetivo representar, promover y defender al Tequila y a su Industria a nivel global, orientando esfuerzos a la protección de la Denominación de Origen Tequila, apoyan los intereses de los afiliados a la industria, buscando su desarrollo como actores competitivos y socialmente responsables.

3.5 Análisis de la evidencia

Finalmente, ya que se tiene la información recabada, clasificada y ordenada del caso, como continuidad se tiene que crear una estrategia general de análisis que enfrente las bases teorías que llevaron a la propia realización del estudio con las evidencias disponibles, (Villareal, 2010).

Por motivos de la presente investigación, el análisis de la información reunida, tiene como panorama el esquema 1.1 Configuración del Ecosistema de Innovación descrita en el capítulo primero al igual que el cuadro 3.1 Sistematización de las preguntas del cuestionario aplicado a un productor de Tequila ubicado en Guadalajara, Jalisco, presentado en páginas previas. Los distintos esquemas muestran la relación que existe entre ambos, así como el inicio para el análisis que lleva al desarrollo de la investigación final.

De esta manera, una vez expuesta la metodología y el procedimiento que lleva a la obtención de información, el análisis de la evidencia es un apartado que no debe de faltar en el proceso de investigación, lo anterior debido a que esta última, surge después de tener la información recabada, relacionada a la base teórica permite realizar pronósticos

que llevan a la conclusión del caso de estudio, a pesar de ello, cabe recalcar, la importancia de tener claro cuál es el objetivo de cada vertiente en la investigación, por tal motivo el Cuadro 3.2 expone específicamente lo que la indagación intenta evaluar.

Cuadro 3.2.
Variables por evaluar

Área del conocimiento	Problemática	Instrumento (Variable)	Factores relevantes	Resultado (pregunta de investigación)
-----------------------	--------------	---------------------------	---------------------	--

Ecosistema de Innovación	Funcionamiento de la Denominación de Origen	Nuevas ideas y procedimientos	Mejora continua en el proceso productivo y comercial. Mantener la calidad, innovando	¿Cómo se configuran el Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la Industria tequilera mexicana?
Denominación de Origen		Buen manejo de la Denominación de Origen	El buen cumplimiento de tener la autorización de poseer una autorización de explotar la Denominación de Origen	

Fuente: elaboración propia

De esta manera, en el Cuadro 3.2. plantea el fenómeno de objeto de estudio y los elementos que lo conforman. La Denominación de Origen y Ecosistema de Innovación representan la base teoría del modelo de investigación. Además, constituye una propuesta distinta a las usuales, ya que sirve para evaluar los negocios de forma diferente desde el punto de vista del Ecosistema de Innovación aplicándolo en la Denominación

de Origen del Tequila. Dados los resultados de la entrevista realizada al dueño de la empresa A, se pretende conocer y evaluar los elementos que utiliza llamados Innovación.

Capítulo 4

Denominación de Origen del Tequila y Ecosistema de Innovación a partir del caso de la empresa A

En este último capítulo, se presenta el proceso analítico del caso de estudio. En el cual se realiza una confrontación sistémica crítica en cuanto las proposiciones teóricas estructuradas en el modelo teórico y las ganadas por parte de la entrevista aplicada. Cabe mencionar, que el proceso que sigue es el que se encuentra establecido y direccionado con el objetivo general que contiene la investigación.

4.1 Denominación de Origen del Tequila y Empresa A

La Denominación de Origen del Tequila es conocida como la bebida representativa de México, ya que es producido en territorio nacional, en cinco estados de la república, que son distinguidos por una calidad superior, las cuales provienen de la zona de donde proceden, tomando en cuenta los factores naturales presentes en el lugar, la utilización de técnicas o procedimientos de elaboración o extracción con características propias, que en términos generales llevan un procedimiento artesanal. Todo ello ha llevado al país a un acelerado desarrollo y crecimiento económico gracias al favoritismo que tienen en el exterior y a nivel nacional, pues la demanda ha incrementado, cada vez son más litros del Tequila que se exportan a diferentes países.

Al tener esta bebida un reconocimiento oficial existe regulaciones que se deben cumplir para que exista una sana producción y comercialización, no obstante, debido a que la forma de llevar los negocios no ha cambiado, se presentan problemáticas que significan un mal uso de la Denominación de Origen, y sobre todo una mala protección por parte de las instituciones.

En este sentido, el mal uso de la Denominación de Origen constituye una vertiente negativa, por lo tanto, una propuesta para reducir el efecto de esta en el uso de los elementos de un Ecosistema de Innovación:

Schumpeter (Alonso, 2009), define la Innovación como el hallazgo de nuevas combinaciones. Por su parte crea cinco tipos de Innovación

- La creación de nuevos productos o nuevos cambios a productos existentes;
- La mejora de nuevos métodos de producción;
- El ingreso o apertura a nuevos mercados;
- La obtención de nuevas fuentes de materias primas o insumos;

- La modificación de la estructura de mercado (la creación de un monopolio;

Por consiguiente, se toma la teoría de Schumpeter como punto de partida para implementar un proceso estructurado que contenga diferentes factores referentes a Innovación. El Ecosistema de Innovación hace referencia a la interacción sistémica, así como al auto y la eco-organización para observar procesos dinámicos a partir de los cuales ocurren innovaciones en cualquiera de sus manifestaciones (Seaton – More, 2016). De esta manera es posible diseñar un proceso eficaz y eficiente dirigido a la industria del Tequila.

Es por ello, que la problemática de los procedimientos de venta y producción del Tequila como Denominación de Origen se aborda desde una perspectiva de un Ecosistema, con la finalidad de saber cómo ayudaría a mejorar los procesos internos y externos.

El presente capítulo tiene como objetivo describir y analizar la manera en la que se comporta la Denominación de Origen del Tequila dentro de un enfoque de Innovación identificando qué elementos del Ecosistema de Innovación son los que hoy en día se utilizan, para después fijar la propuesta de implementar el Ecosistema de Innovación. Asimismo, se ofrece un análisis que permite conocer el proceso de producción del Tequila.

El análisis es de tipo descriptivo – cualitativo y se basa en una muestra de una empresa proveedora de agave, ubicada en Guadalajara, Jalisco. La empresa objeto de estudio fue seleccionada por dos motivos. El primero fue la disposición de la empresa, especialmente del dueño, que desinteresadamente brindó, por medio de entrevistas, fundamental información para crear el presente trabajo de investigación. La segunda razón fue lo interesante que resulta conocer el proceso por el que se somete el agave para convertirlo en Tequila. La empresa en cuestión demuestra diferentes tipos de relación. En primer lugar, la vinculación entre cliente– proveedor, desde el punto de vista, empresa productora de agave–empresa comercializadora con marca registrada, en segundo plano, empresa productora-fuerza laboral con conocimiento de cultivo de agave.

El trabajo de campo consistió en buscar una empresa que estuviera al alcance de obtener una entrevista, sin dejar a un lado que tenía que ser una firma registrada ante el Consejo

Regulador del Tequila. Por razones de confidencialidad, se omite el nombre de la empresa y del personal que proporciono la información correspondiente, por tal motivo, la empresa en cuestión recibe el siguiente seudónimo: Empresa A

Para explicar y evaluar el comportamiento de la industria del Tequila, se retoman las ideas de definición de Denominación de Origen, así como sus características, para que de esta manera se elabore una comparación con la teoría y la práctica.

El capítulo se divide en cinco apartados. El primero hace referencia a la descripción de la empresa objeto de estudio basándose específicamente en la Denominación de Origen; el segundo, explica y analiza qué elementos del Ecosistema de Innovación tales como (gobierno, empresas, recursos renovables, instituciones públicas y privadas, talento, energía), son los que el empresario toma para mejorar y cambiar sus procesos. El tercero da a conocer las problemáticas que tiene el sector tequilero debido a la escasa protección con la Denominación de Origen. Finalmente se presentan las conclusiones del presente capítulo.

4.1 Indicadores referentes a la Denominación de Origen del Tequila a través de la empresa A

Como se ha planteado a lo largo del trabajo, la Denominación de Origen se refiere al nombre de un área geográfica de un país en específico que sirve para designar un producto originario del mismo, los factores y condiciones de una Denominación de Origen consisten en (Secretaría de Economía, 2015):

- ❖ Un producto de características especiales que no diferencian entre los productos de su misma especie
- ❖ Características o calidad especial derivadas exclusivamente de factores naturales y humanos.
- ❖ El producto es identificado o designado con el nombre del lugar en el que se produce.

Los productores que obtienen la Denominación de Origen se responsabilizan a mantener la calidad del producto y a seguir los métodos tradicionales de producción. De esta

manera la práctica de la Denominación de Origen garantiza al consumidor un alto nivel de calidad. Por otro lado, los productores reciben una protección legal contra la producción de productos similares en otras zonas.

El Tequila es una bebida que surge a partir de la destilación de mostos derivados de las cabezas de agave aquilina weber variedad azul, previa o posteriormente hidrolizados o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, siendo susceptibles los mostos de ser enriquecidos con otros azúcares hasta en una proporción no mayor al 49%, (Borboa, 2018).

A partir de los siguientes párrafos se analiza en funcionamiento de una Denominación de Origen a través de la empresa A, destacando como experiencia empírica como desarrollan una Denominación de Origen, las regulaciones a las que se tuvieron que someter, pros y contras y finalmente de describe un breve proceso de cultivo.

La entrevista aplicada al dueño de la empresa A, es una empresa productora de Tequila que fue fundada en 1999, lleva en el mercado poco más de 20 años dedicada al cultivo de agave. Es originaria de Guadalajara, Jalisco y es famosa por tener importantes clientes. Como se mencionó con anterioridad, esta empresa es únicamente productora de Tequila, es decir, vende la planta (los hijuelos) a marcas registradas para que se encarguen de la elaboración del Tequila. Por lo anterior, la empresa se ha desarrollado en este sector ya que cuenta con los estándares de calidad impuestos por el Consejo Regulador del Tequila, y más que ser conocido por el nombre de la empresa, se destaca por la posición del área de cultivo, debido a que aunque el estado tiene la autorización de producir Tequila, existen terrenos donde la cosecha se da mucho mejor que en otras fincas, ya que cuentan con mejores propiedades determinadas por ingenieros agrónomos contratados por los mismos dueños.

En este caso, al ser una empresa de cultivo, ante el estado existe un registro donde se manifiesta la ubicación de donde se cultiva, más no el nombre de la empresa, debido a que es de mayor importancia, en este caso, el lugar que el nombre. El destino de su producción es hacia mercado local y nacional, ya que se vende la cosecha a fábricas de Tequila, donde se somete a procesos distintos de elaboración de Tequila, dependiendo la tequilera. En el ámbito local surte a las fábricas de Estado de Jalisco.

El proceso de cosecha dura de cinco a seis años, dependiendo de la maduración de la planta. En las siguientes imágenes se muestra brevemente el proceso de cosecha, como se ve la planta del agave dependiendo el tiempo que lleva plantado de meses a años, y cuando ya está listo para ser jimado, figura 4.5.

Figura 4.1 Agave con 4 meses de cultivo



Fuente: Empresa A

Figura 4.2 Agave con 8 meses de cultivo



Fuente: Empresa A

Figura 4.3 Agave con año y medio de cultivo



Fuente: Empresa A

Figura 4.4 Agave con dos años y medio de cultivo



Fuente: Empresa A

Figura 4.5 Agave con cinco años y medio de cultivo, listo para ser jimado



Fuente: Empresa A

Figura 4.6 Jima del agave



Fuente: Empresa A

Dado el proceso de cosecha que lleva a cabo la Empresa A, da a conocer de esta manera el estándar de calidad que posee a través del tiempo que le otorga al agave para que madure, así como los instrumentos que utiliza para que se efectúe.

4.2 Indicadores referentes a Denominación de Origen del Tequila de la Empresa A, a través del Ecosistema de Innovación

En el presente apartado describe y analiza la configuración de la industria tequilera a través de un Ecosistema de Innovación como propuesta para un mejor manejo de la industria, y se basa en el capítulo 3 respecto a la propuesta metodológica del cuadro 3.2 variables a evaluar. La Innovación está dentro de las principales razones de tener un crecimiento económico, no obstante, para fortalecer y desarrollar los elementos del Ecosistema ese requiere la participación de agentes del sector público, privado y académico.

Un país con ventajas en el tema de la Innovación tiene alta capacidad para incrementar su productividad, no únicamente por el beneficio de generar Innovación, sino porque

estaría preparado para atender incertidumbres ocasionadas por el actual entorno de competencia global, y también para adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno.

Por consiguiente, la Innovación proporciona importantes beneficios para los factores involucrados (Contreras, 2014):

- Por parte de los consumidores, la Innovación es igual a mejores productos, servicios, en términos de calidad ciencia y eficiencia.
- Del lado de las empresas, la Innovación se traduce en una mayor rentabilidad derivada de la oportunidad de diseñar y producir nuevos o mejores bienes, así como de cambiar de técnicas productivas más eficientes que las de sus competidores. Asimismo, aquellas empresas que crean capacidades permanentes de innovar cuentan con el conocimiento necesario para dar respuesta rápida y eficaz a las oportunidades de la globalización, así como reconocer eficientemente a las amenazas competitivas de los competidores y del entorno. Lo anterior se traduce en la posibilidad de crecer sostenidamente.
- Para la sociedad, la Innovación forma un nuevo conocimiento y soluciones a problemas además de lograr un crecimiento económico sostenido al estar sustentado en mejoras en la productividad.

Por lo anterior, es beneficioso contar con un Ecosistema de Innovación que involucre lo siguiente (Seaton – More, 2016):

- Agencias de gobierno promotoras de políticas públicas fomentadoras de la competitividad y la productividad nacional y regional.
- Comunidades del talento en la que se incluye a las organizaciones educativas generadoras del capital humano clave para la producción de ideas y su transformación en innovaciones de diversa índole.
- Comunidades de empresas dentro de las cadenas de valor del tejido industrial aportador de materias primas y otros recursos naturales.
- Comunidades integradas por las organizaciones de investigación y desarrollo generadoras de tecnologías, de patentes y de conocimientos claves para muchas de las acciones de apoyo a la Innovación empresarial.

- Comunidades de empresas aportadoras de las diferentes fuentes de energía necesarias para soportar los procesos de transformación asociados a la generación de innovaciones en productos, procesos o servicios.

Como se menciona en el capítulo 1, los siguientes elementos son los que conforman un Ecosistema de Innovación, pero esta vez se explicará mediante el caso de estudio de la empresa A.

4.2.1 Gobierno

En el sentido de la Denominación de Origen, la participación del gobierno ante este tema es de suma importancia debido a las características que este representa. Por parte del Consejo Regulador del Tequila quien es la organización dedicada a verificar y certificar el cumplimiento de la Norma Oficial del Tequila, que significa promover la calidad, la cultura y el prestigio de la bebida nacional por excelencia, asimismo contar con la intervención de la Cámara Nacional de la Industria del Tequila (CNIT), ya que el objetivo es representar, promover, defender los intereses comunes de sus asociados, proponiendo y llevando a cabo las acciones que satisfagan sus necesidades y expectativas para enriquecer el prestigio e imagen de la industria tequilera.

En este sentido la empresa A, cuenta con la autorización del Consejo Regulador del Tequila, que, por ser productor del agave, el lugar de cosecha se encuentra registrado ante el nombrado organismo. Este registro le da la confianza a la empresa comercializadora, que el Tequila que va a producir ya cuenta con las características artesanales.

El apoyo del gobierno a pequeñas empresas que pretenden iniciar en el sector tequilero significa participar en el desarrollo del país, ya que el aprovechamiento de recursos en lo que México es bueno, incrementa la identidad del país.

Existen empresas de Tequila que por su tamaño y prestigio hacen que los consumidores las prefieran, asegurando el sabor y calidad de la bebida, por lo tanto, el propietario de la empresa A, comenta que el apoyo que se les brinda a las pequeñas empresas es poco rentable, ya que competir con grandes empresas que ya llevan años en el sector, es complicado.

4.2.2 Empresas

El sector tequilero se ha posicionado como la agroindustria más importante del país (Gonzales, 2019), es por ello por lo que hoy en día existen 1722 marcas registradas de las cuales 1390 son embotelladoras nacionales y 332 son embotelladoras extranjeras (CRT, 2018).

Una vez que el tiempo de vida del agave plantado fue de cinco a seis años, las marcas registradas son las que se encargan de llevar el proceso de elaboración del Tequila. Existen aquellas que lo venden embotellado, es decir, la empresa se encarga de la fermentación y destilado del agave, hasta que finalmente embotellarlo y venderlo. Existen otras empresas que lo venden a granel, en otras palabras se refiere a que lo venden por cantidades elevadas para que de esta manera solo lo embotellen y se acondiciona para la venta. A pesar de que el Tequila está ubicado dentro de la Denominación de Origen, puesto que de esta manera prevalecen las características propias de la bebida, la Innovación se puede aterrizar aun sin cambiar el proceso artesanal por el que debe pasar la planta antes de convertirse en Tequila.

Por parte de la empresa A, a través del cuestionario se logró obtener los datos siguientes tomados como Innovación: no cuentan con un proceso nuevo en cuanto al cultivo de Tequila, la cosecha es plenamente tradicional, sin embargo, el personal que está capacitado para ejecutar tareas de cultivo, así como de cuidado de la planta, que cada seis meses es reforzado con el objetivo de incentivar al grupo. Con la finalidad de proteger el agave, los productores (empresas) en los últimos años optaron por asesorarse a través de ingenieros agrónomos, quienes estudian la tierra para prevenir plagas que afecten la cosecha, cuando lo anterior sucede, la función del ingeniero agrónomo es proporcionar químicos que los “curen” de no ser desaparecidos por las plagas.

Un caso de Innovación basándose en lo anterior, la empresa A manifiesta que es importante el cambio del personal de ser necesario, ya que se tuvo la experiencia de contar con un mal agrónomo que, al mantenerlo en la empresa, a pesar de cuidar de la tierra, los resultados fueron fatales. Se desperdiciaron dos hectáreas de agave, debido a la mala supervisión de los agrónomos y falta de químicos para las plagas, el agave se intesto y fue imposible recuperar

Dados los cambios que presenta la empresa A, como el cambio de personal, implementación de nuevos químicos que ayuden al cuidado de la planta e introducir nuevas herramientas de apoyo, son vistos como Innovación, puesto que representa mejoras a la empresa, que permiten menos pérdidas.

4.2.3 Talento

Este elemento funge como un importante aportador de nuevo conocimiento al Ecosistema. Las universidades emanadas de talento, se destaca primeramente por el dominio en inglés, son creativos, se adaptan con facilidad, y cuentan con nuevas ideas de mejora relativas al ambiente en el que se desarrollan.

Anteriormente las compañías no contrataban estudiantes por falta de experiencia, hoy prefieren a las nuevas generaciones gracias al talento y su potencialidad, es decir, las empresas ya no esperan que los vacantes los busquen, las mismas firmas asisten a los campus a reclutar estudiantes que estén interesados. Entre más joven es el reclutado, su adaptación a la filosofía corporativa es mucho más rápida, (Mejores Empresas Mexicanas, 2014)

En 2014, según la encuesta del portal de empleo CareerBuilder, 57% de los empleadores planea contratar estudiantes recién graduados de la universidad, 13% más que en 2010. Actualmente, 15% de las contrataciones en las empresas son de recién egresados, casi el doble que hace dos años. Encontrar talento universitario es uno de los retos más grandes de las compañías. Además, los incentivos para captarlos van más allá de un salario jugoso.

Actualmente en la empresa A, no se cuenta con algún tipo de convenio con universidades que le permita encontrar talento, a pesar de ello la empresa estaría dispuesta a implementarlo, ya que está consciente que el entorno en el que se vive hoy en día, no es el mismo que hace 20 años que fue cuando inicio la empresa, por tal motivo saben que es necesario el nuevo conocimiento enriquecido de nuevas ideas a implementar, que contengan las nuevas tecnológicas y herramientas útiles para la industria, así como mejora de procesos y entrenamiento de los empleados a partir de una nueva enseñanza.

4.2.4 Energía

Las personas necesitan energía para cualquier función que desarrollen. Se necesita energía para el desarrollo de la industria y la agricultura. La energía es una propiedad de la materia que le confiere la capacidad de producir cambios en la materia y permite describir de una forma sencilla las transformaciones. Las fuentes de energía son los recursos existentes en la naturaleza de los que la humanidad puede obtener energía utilizable en sus actividades. El Origen de casi todas las fuentes de energía es el sol, que recarga los depósitos de energía. En un proceso industrial puede desarrollarse mediante el uso de diversas fuentes, las cuales son renovables y no renovables, es decir ilimitados y limitados, (Acosta y Gutiérrez, 2014).

La industria tequilera utiliza fuentes de energía para llevar a cabo el proceso de elaboración del Tequila, los más comunes son el combustible pesado (combustóleo y/o combustible alterno), ambos teniendo un contenido de azufre en sus emisiones a la atmosfera, que significa un contaminante ambiental y por lo tanto un mal uso de la energía.

La empresa tequilera Sauza (2016), implemento un proyecto “Ahorro de Energía en *Sauza*”, que se trata de aumentar la eficiencia de las calderas mediante el cambio al sistema de calderas de un solo paso. Estas calderas son suministradas por una empresa externa japonesa *MIURA*, con este cambio de tecnología la empresa *Sauza*, cuenta con una eficiencia en calderas del 92%, y alcanzan un ahorro energético del 13% en destilería.

Una caldera convencional demanda un calentamiento previo para la generación de vapor, esto implica un gasto de combustible antes de suministrar vapor a extracción, hidrólisis y destilación.

Las calderas crean vapor en 5 minutos, esto simboliza un ahorro significativo en el consumo de combustible, uno de los cambios para contribuir al medio ambiente es que Calderas *Miura* funcionan con Gas Natural, esto lleva a cambiar de combustible alterno al uso de Gas Natural.

Ventajas del uso de gas natural vs combustóleo, (Rosas, 2017).

- El gas natural es más limpio;

- No contiene azufre;
- Reduce costos de mantenimiento en calderas;
- Reduciremos 3,500 Ton / año de emisiones de CO₂; y
- Mantenimiento de las calderas;

Las calderas cuentan con un sistema de mantenimiento en línea, con esto el sistema registra una alarma o advertencia previa de que ocurra alguna falla, a fin de que pueda ser diagnosticada y/o corregida antes de que ocurra el problema.

Otro de los beneficios que se tiene de estas calderas es el manejo de cargas variantes de vapor, ya que las calderas son sistemas de instalación múltiple. Con esto se reduce el consumo de energía para satisfacer cambios en demanda de vapor, manteniendo estable la presión de vapor.

El resultado con la Innovación de esta nueva tecnología es reducir significativamente la energía y las emisiones a la atmósfera en condiciones de carga cambiantes, (Rosas, 2017).

Por lo anterior, se muestra que la industria del Tequila utiliza diferentes fuentes de energía con la finalidad de obtener Tequila. A través de este elemento se foguea el uso de energía renovable, y al mismo tiempo se promueve la reducción de energía no renovable como en el caso de la empresa *Sauza*, que cambian su método tradicional de combustóleo a gas natural con la finalidad de reducir su uso.

La empresa A actualmente no cuenta con una fuente de energía, debido a la falta de conocimiento sobre el funcionamiento y los beneficios. Por medio de la entrevista se logró analizar que el elemento del Ecosistema de Innovación en mención, no se desarrolla en la empresa.

4.2.5 Investigación y Desarrollo

El termino Investigación y desarrollo (I+D), hace hincapié a la inversión en investigación en conocimientos científicos y técnicos y al desarrollo de estos nuevos descubrimientos para obtener nuevos productos, materiales o procesos. Algunas de las características son las siguientes (López, 2008)

- Conocimiento de la tecnología generada;
- La empresa contaría con independencia tecnológica;
- Poner en práctica comercial las innovaciones; y
- Ventajas de inversión;

En cuanto a la empresa A, no realiza investigación y desarrollo como tal, ya que, para indagar en el tema de cultivo del agave, contratan a un ingeniero agrónomo quien se encarga de determinar el estado de la planta, es decir, los previene de plagas a través de químicos que protegen, por tanto, esta información es marginal.

4.2.6. Recursos Naturales

Los recursos naturales es el último elemento que posee el Ecosistema de Innovación, y se denominan recursos naturales a ciertos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo (materias primas, minerales, alimentos).

Como se mencionó con anterioridad, el país posee distintos recursos naturales, que dentro de ellos 15 son los que destacan puesto que poseen una Denominación de Origen. El recurso más importante que le pertenece a México es el agave, ya que a través de esta planta se obtiene una de las bebidas más famosas a nivel mundial gracias a su sabor sinigual característico mexicano.

La Denominación de Origen es una manera de aprovechar los recursos de los que México es bueno, de esta manera obtiene ventajas competitivas sobre los demás países, ya que significa una ventaja única y sostenible respecto a productos similares, lo cual le permite obtener mejores resultados y tener una posición competitiva superior al sector.

En este sentido, la empresa A afirmaba que el Estado de Jalisco, aprovecha sus recursos a través del agave, su clima, y sus propiedades, ya que la mayoría de los habitantes tienen vínculos con el sector, particularmente de trabajo. La clase baja, son las personas que tienen los conocimientos para el cultivo y que son contratadas por las empresas. La clase media y alta son los dueños de las empresas que se dedican a la comercialización.

4.3 Configuración de la Denominación de Origen del Tequila en un Ecosistema de Innovación

En este apartado se muestra el Ecosistema de Innovación con el que cuenta la empresa A con respecto al esquema propuesto en el capítulo 1 figura 1.1 Configuración del Ecosistema de Innovación

Figura 4.7

Ecosistema de Innovación correspondiente la empresa A



Fuente: elaboración propia a partir de Empresa A

Como se puede mostrar con anterioridad, de los seis elementos del Ecosistema de Innovación, la empresa A únicamente cuenta con cuatro, gobierno, empresa,

investigación desarrollo, y recursos naturales. El objetivo de la propuesta es mejorar y proteger el procedimiento de producción y comercialización de la bebida, aunque no se desarrollan en su mayoría los elementos y aun así la industria arroja buenos resultados, si poseyera todos los atributos, estaría un escalón más arriba.

En primera instancia, si se implementara el talento emanado de las universidades, donde se les permitiera, por ejemplo, realizar algún tipo de prácticas profesionales a alumnos en la empresa tequilera, no sólo el estudiante estaría aprendiendo procesos nuevos, sino que el fresco conocimiento podría ser aplicado, debido a la creación de nuevas ideas, todo ello con el objetivo de enfrentar la competencia y para evitar que la industria quiebre.

La energía, como se menciona en el 4.2.4, se necesita para el desarrollo de la industria y la agricultura. Al ser una Denominación de Origen, se deben usar procedimientos que cuiden su calidad y mantengan el proceso artesanal. Los diferentes tipos de energía son opciones que además de eficiente el proceso del Tequila, mantienen sus características, como se describió en el caso de la tequilera Sauza, que emplea fuente de energía para llegar a cabo la producción de la mencionada bebida.

La investigación y Desarrollo, es escasa, ya que únicamente se basan en contratar un ingeniero agrónomo, quien se encarga de prevenir plagas en contra de agave, administrar químicos que fortalezcan a la planta y estudiar la tierra. El dueño de la empresa A, argumenta que no es necesario profundizar en este elemento, ya que consideran que aun que es marginal la intervención del elemento, es suficiente. Por tanto, el único elemento “débil”, que encuentra la empresa A para la configuración del Ecosistema es este último elemento, los dos restantes les parecen importantes implementar, y no por falta de actitud no lo han puesto en práctica, sino por falta de conocimiento del concepto y lo que significaría.

Conclusiones

La investigación presentada destacó como objetivo analizar la configuración del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen de la Industria Tequilera Mexicana, a partir de la experiencia de una empresa dedicada al cultivo de agave ubicada

en Jalisco. Es importante mencionar que para el cabal cumplimiento del mencionado objetivo fue necesaria la elaboración de un marco metodológico en torno al Ecosistema de Innovación. Este planteamiento se basó en seis principales elementos: empresa, gobierno, recursos naturales, energía, investigación y desarrollo y talento, dando a conocer su papel dependiente uno del otro para el funcionamiento del tema en cuestión.

El objetivo general de la investigación se cumplió al analizar los elementos presentados con anterioridad. Para la cual, se recurrió a la metodología de casos de estudio con base a dos entrevistas y de esta manera se destacaron dos principales agentes, primeramente, el gobierno, ya que es necesaria la intervención de instituciones que regulen la explotación y producción de la bebida, además de lo que significa el financiamiento para pequeñas empresas. Asimismo, se destacó que, aunque existe un apoyo económico para impulsar el sector tequilero, las grandes empresas poseen el mercado, lo que provocaba que las PyMES duren muy poco en el mercado. En esta parte, si bien se mencionó que el gobierno es quien debe medir el comportamiento de empresas existentes, la ayuda es marginal para el crecimiento de las pequeñas empresas.

En este sentido, el talento que es obtenido de las universidades se determinó que este elemento contiene las nuevas ideas de mejora, debido al fresco conocimiento, es decir, los alumnos tendrán la oportunidad de aplicar lo que en su momento fue un proyecto o un experimento, y que en este caso la empresa A estaría dispuesta a impulsar ya que en ocasiones debido a entorno actual es difícil enfrentarlo con técnicas antiguas debido a que no existen nuevos procesos de negocios.

Partiendo del análisis precedente, se comprobó que la hipótesis la inserción de la Denominación de Origen al Ecosistema de Innovación permite fortalecer la industria tequilera en México, ya que, en efecto, es posible afirmar que existen ventajas al implementar los elementos del Ecosistema de Innovación en el sector tequilero, puesto que representa una reducción en el mal manejo de la Denominación de Origen del Tequila como la competencia desleal y falta de protección a la bebida, aunque es mínima, con base a la investigación se da a conocer que aumentará.

Por otro lado, existe información significativa de resaltar, y con el cual se da respuesta a la pregunta de investigación; ¿Cómo se configuran el Ecosistema de Innovación y la

Denominación de Origen de la Industria tequilera mexicana?, se configura a partir de los elementos; empresa, gobierno, recursos naturales, energía, investigación y desarrollo y talento, se obtuvo que existen cuestiones respecto a los estados que cuentan con la autorización de producir Tequila. A partir de lo anterior y conforme a la experiencia durante la entrevista, se argumentaba por parte de la empresa A, y basándonos en estadísticas reales como el acelerado crecimiento de demanda de la bebida, por qué son tan pocos los estados en los que se produce Tequila, y además que solo en Jalisco el estado completo puede producir el agave. A través de la entrevista se conoció que en el sector tequilero existe una especie de monopolio, empresas grandes que son las que tienen el control de la industria por la cantidad de Tequila que comercializan, de esta manera hacen desaparecer las empresas, pues provocan desconfianza al consumidor al no ser conocidas.

Por tal motivo se concluye que México cuenta con más estados que cuentan con las características para explotar sus recursos (agave), y desarrollarse en lo que realmente es bueno. Cabe mencionar que proponer nuevos sitios de cultivo no significa perder exclusividad con el producto, ya que, desde el punto de vista internacional, cuando piensan en Tequila piensan en todo México.

Una vez analizada la problemática que presenta la Denominación de Origen del Tequila y el comportamiento de las regulaciones por parte del gobierno, los siguientes puntos se concluye son vertientes que se deben de fortalecer:

- Combatir la competencia desleal por parte de empresas mexicanas y extranjeras;
- Protección gubernamental hacia la Denominación de Origen;
- Cumplir las regulaciones descritas en la NOM-006-SCFI, así como lo establecido en las instituciones correspondientes como la CRT, CNIT;

Por tal motivo, en el contexto en el que fue elaborada la investigación es de recalcar una recomendación hacia las instituciones gubernamentales encargadas de regular la protección para la bebida, establezcan medidas necesarias para vigilar la elaboración del Tequila, alinear visitas con los empresarios para confirmar que se está cumpliendo con los estándares, así como de implementar un castigo para aquellas personas que produzcan sin autorización, ya que como se mencionó la competencia desleal está por

debajo del 50% de la producción legal, no obstante dentro de este estadístico ha estado aumento, esta implementación llevara a erradicar el más uso de la Denominación, traerá consigo la idea de agregar más estados que produzcan Tequila.

Debido a que es escasa la información del Ecosistema de Innovación y la Denominación de Origen se tuvo que analizar una empresa tequilera a través de entrevistas, lo cual lo convierte en limitante puesto que tal vez no es igual a otra compañía, ya que las empresas trabajan con diferentes procesos, siguen metodologías distintas, en el sentido del Ecosistema de Innovación, es probable que entre empresas varíe el número de elementos que utiliza, esto porque no en todas funciona igual.

La investigación aporta un estudio novedoso para futuras líneas de investigación para el sector tequilero, ya que actualmente no existe una aportación similar, ya que el método de negociación siempre ha sido el mismo, no existen metodologías que engloben instituciones públicas, privadas, gobierno y recursos naturales

En este sentido al no conocerse estudios sobre Ecosistema de Innovación en la industria tequilera, sería conveniente estudiar otros Ecosistemas con otras brechas de investigación con respecto a otras áreas como política pública.

Referencias bibliográficas

Arancibia María José 2016. La importancia de las denominaciones de Origen e indicación geográficas para la identidad del país.

Alonso Cristian, Fracchia Eduardo Luis. El emprendedor Shumpeteriano. Aportes a la teoría económica moderna.

Borboa Carlos, 2018, Lo que necesitas saber de Tequila, disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/menu/lo-que-necesitas-conocer-sobre-el-Tequila>

Consejo Regulador del Tequila, 2018, disponible en: <https://www.crt.org.mx/index.php/es/>

David López Cobia, investigación y desarrollo, disponible en: <https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?El-Ecosistema-de-la-innovacion>

- Diaz Lizbeth, 2018, revista Reuters, Tequileras en México, disponible en:
<https://lta.reuters.com/articulo/bebidas-mexico-Tequila-idLTAKBN1FI2EM-OUHLT>
- Drinks Market Analysis, 2019, disponible en: <https://www.theiwsr.com/>
- El Tequila está en problemas, El Financiero, 2019, disponible en:
<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-Tequila-esta-en-problemas>
- Escobar, Cárdenas, Indy B. Bedoya 2017. De los sistemas a los Ecosistemas de Innovación, disponible en:
[file:///C:/Users/toshiba20/Downloads/paper%20Ecosistema%20de%20innovaci%C3%B3n%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/toshiba20/Downloads/paper%20Ecosistema%20de%20innovaci%C3%B3n%20(1).pdf)
- Fernandez C Sanchez F y Yanez I. Caminos a la empresa Innovativa 2001, disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=750509>
- García María Ester, 2011 Prácticas desleales de comercio exterior, disponible en:
<https://aduaenmexico.wordpress.com/2011/02/27/practicas-desleales-de-comercio-exterior/>
- García Ferrando, M. (1993). La Encuesta. En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (Comp.), El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.
- Grupo Excelencia Tequilera, “Pirata, la mitad del Tequila en el mundo”, disponible en:
<http://www.elhorizonte.mx/seccion/pirata-la-mitad-del-Tequila-en-el-mundo/1688733>
- GEE, S., 1981, Technology transfer, Innovation & International Competitiveness, disponible en: <https://www.iberlibro.com/9780471084686/Technology-Transfer-Innovation-International-Competitiveness-0471084689/plp>
- Herrero, Luis (Lima 1997). La protección de las Denominaciones de Origen en España. Seminario Nacional de la OMPI sobre la protección legal de las denominaciones de Origen. OMPI/AO/LIM/97/3. Disponible en:
http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=3170

Impulso Orgánico Mexicano, 2018, disponible en:
<https://impulsoorganicomexicano.com/Tequila-pieza-clave-del-desarrollo-economico-de-mexico/>

Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual, 2018, disponible en:
<https://www.gob.mx/impi>

Jaffé, William, 1969 “The Birth of Léon Walras’ Elements”, Historia de Política Comercial

Jordá Edgar, director general de ESADECREAPOLIS, 2015, Ecosistema de Innovación, disponible en:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/09/21/idearium/1442819700_144281.html

Landreth Harry, Colander David, 2006. Historia del Pensamiento Económico

Le Goffic, Caroline. La protección de las indicaciones geográficas, 2010. Francia, Unión Europea

Léon Walras, “Role in the Marginal Revolution of the 1870s”, Historia de Political Comercial, 1972.

Macías Alejandro, Organización de la industria del Tequila, 1997. Disponible en PDF en:
<http://www.cartaeconomicaregional.cucea.udg.mx/index.php/CER/article/view/7643>

Mejores Empresas Mexicanas, 2014, disponible en:
<http://www.mejoresempresasmexicanas.com/blog/?p=3024>

McCutcheon, D. y Meredith, J. (1993) Conducting case study research in operations management, Journal of Operations Management, Vol. 11, pp. 239-256.

México, Denominaciones de Origen. Mexicanísimo, SECTUR, secretaria de Economía, la Sagarpa, el Consejo Agropecuario Nacional, la Entidad Mexicana de Acreditación, Concanao, Disponible en: <http://www.mexicanisimo.com.mx/mexico-16-denominaciones-Origen/>

Moreno Luis, 2017 “Hayan 1.2 millones de Tequila pirata”, disponible en:
<https://www.milenio.com/negocios/hallan-1-2-millones-litros-Tequila-pirata>

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-006-SCFI-2005, BEBIDAS ALCOHÓLICAS-TEQUILAESPECIFICACIONES. Diario Oficial de la Federación, 2016. Disponible en: <https://www.crt.org.mx/images/Documentos/NOM-006-SCFI-2005.pdf>

NELSON, R.R., y WINTER, S., 1982, Evolutionary Theory of Economic Change, disponible en : http://inctped.ie.ufrj.br/spiderweb/pdf_2/Dosi_1_An_evolutionary-theory-of_economic_change..pdf

PAVON, J., y GOODMAN,R., 198. La planificación del desarrollo tecnológico.

Pulido Jorge Luis, 2018, El agave: Procesos para un cultivo excelente, disponible en: <https://www.casasauza.com/procesos-Tequila-sauza/-agave-procesos-para-cultivo-excelente>

Rivera Leticia, 2018. Detectan Tequila pirata que vendían como original en falsa documentación, disponible en: <https://www.am.com.mx/2018/09/13/mexico/taquepaque-jalisco-pgr-decomisas-de-200-mil-litros-de-Tequila-apocrifo-falso-pirata-que-planeaban-vender-como-original-para-celebrar-el-15-de-septiembre-dia-de-la-independencia-de-mexico-513250>

Robert B. Ekelund, Jr., Robert F. Hébert, 1997. Una Historia de Economía, Método y Teoría, disponible en: <https://www.casadellibro.com/libro-historia-de-la-teoria-economica-y-su-metodo/9789701054697/1611381>

Rosas Muñoz Jose Manuel, Optimización de energía en calderas de vapor en la industria tequilera, disponible en: <https://www.casasauza.com/procesos-Tequila-sauza/optimizacion-energ%C3%ADa-calderas-vapor-industria-tequilera>

Romo Patricia, Exportaciones tequileras crecen 10.2%, 2018. Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Exportaciones-tequileras-crecen-10.2-20180501-0110.html>

Stanton , William; Etzel , Michael; Walker , Bruce (2000): Fundamentos de Marketing

Santos Carlos, consejero comercial de la Embajada de México en China “empresas chinas venden Tequila pirata”, disponible en :

<https://expansion.mx/economia/2008/04/18/empresas-chinas-venden-Tequila-pirata>

Sergio A. Berumen, 2007. El Legado de Shumpeter al Estudio de la administración de empresas.

Sanchez Fermin Sheila, El Tequila gana más consumidores en el extranjero que en México, disponible en: <https://expansion.mx/empresas/2019/03/20/el-Tequila-gana-mas-consumidores-en-el-extranjero-que-en-mexico>

SCHUMPETER, JOSEPH A. 1967. "Teoría del desenvolvimiento económico", disponible en:

<http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/docencia/Schumpeter.-Capitulo-6.-El-ciclo-econ%C3%B3mico.pdf>

Secretaria de Economía, 2015, disponible en: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>

Tequila Pirata en Malasia y Argentina, Patricia Romo, disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Tequila-pirata-en-Malasia-y-Argentina-20150601-0133.html>

Villarreal, O. y Landeta, J. (2010) El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.

Yin, R. (1989). Investigación de Estudios de Caso: métodos y diseño. Londres: Sage Publications.

Anexos

Entrevista

Cuestionario

El objetivo del siguiente cuestionario es conocer el comportamiento de la Denominación de Origen del Tequila ante los factores que intervienen para su producción y comercialización. La información que se proporcione se utilizará con fines académicos y será estrictamente confidencial.

- 1.- ¿Sabe qué es una Denominación de Origen?

- 2.- ¿Qué retos enfrentó para obtener la autorización de utilizar una Denominación de Origen?

- 3.- ¿Podría explicar el proceso de producción del Tequila?

- 4.- El proceso a lo largo de los años, ¿se ha mantenido o ha cambiado?, ¿existe algún cambio a alguna mejora?

5.- ¿De qué manera comercializa el Tequila? (a granel o embotellado)

6.- ¿Cómo se comporta la competencia?

7.- ¿De qué forma enfrenta la competencia? Fortalezas y debilidades

8.- ¿Sabe que existen países que producen Tequila?, ¿de qué manera les afecta?

9.- Factores como la competencia desleal en el país, estados que no pueden producir Tequila, así como personas que no cuentan con la autorización, ¿son factores que dañan a la empresa?

10.- ¿Existen inconvenientes para cubrir la demanda?

11.- ¿Se ha implementado algún tipo de Innovación?

12.- ¿Cómo es la capacitación del personal desde los que cultivan el agave hasta los que obtienen el Tequila?

13.- ¿Se han adoptado nuevos procesos o cambios que beneficien a la empresa?

14.- ¿Cómo interviene el gobierno?

15.- ¿Existe algún apoyo del gobierno como económico o legal?

16.- ¿Cuáles son los obstáculos gubernamentales?

17.- ¿Considera que son una empresa socialmente responsable?, ¿de qué forma lo hacen?

18.- ¿De qué manera aprovecha los recursos naturales?

19.- ¿Qué tipo de empleados requiere?

20.- ¿Deben de tener conocimiento especializado?

21.- Existe algún tipo de convenio con Universidades que estén interesadas en el sector del Tequila

22.- En caso de que alguna institución pública tuviera interés en poner el practica un proyecto, ¿estaría dispuesto a probarlo?

23.- ¿Qué tan interesado está en conocer nuevas ideas de implementación?