

CAPÍTULO SEGUNDO

La Ley General de Fomento a la Industria Vitivinícola

La producción vitivinícola en México se desarrolla actualmente con éxito y calidad en varios estados de la República, como Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Chihuahua, Guanajuato, Querétaro, Zacatecas y San Luis Potosí, inclusive se está vinificando también en la Ciudad de México. Según el Consejo Mexicano Vitivinícola,³⁸ el 70% de los vinos en México se elaboran de diez variedades de mayor consumo. Así, en tintas destacan:

Cabernet Sauvignon (20%)

Merlot (8%)

Syrah (5%)

Nebbiolo (5%)

Tempranillo (4%)

Zinfandel (4%)

Cabernet Franc (3%)

En variedades blancas:

Chardonnay (8%)

³⁸ Disponible en: <https://uvayvino.org.mx>.

Chenin Blanc (5%)

Sauvignon Blanc (4%)

Si bien hay que añadir otras variedades blancas, como Chasselas.

Según Corona Solórzano, en México existen más de 940 etiquetas y más de 170 casas vinícolas,³⁹ si bien se habla de 191 productores en 2016.⁴⁰ Según el Consejo Mexicano Vitivinícola, en 2018 había doscientas empresas que produjeron 2.144,725 cajas (12 bot 750ml./cajas). Éstas representan el 29.3% del mercado frente a los vinos importados, que tienen el 70.6%, con un volumen de 5.159,550 cajas. La meta es producir cinco millones de cajas anuales con una participación del 40% al 45% del mercado interno.⁴¹

En cuanto al consumo de vino en México, éste se ha venido incrementando de manera sostenida. Así, en 2017 se consumieron .960 lts. *per capita*, que casi cuadruplica al de 2002, que era de .250 lts. En 2009, el *per capita* fue de .450 lts y de .750 lts. en 2013. La meta es de 2 a 3 litros *per capita* para 2033. Para ciertos segmentos poblacionales se busca alcanzar de diez a quince litros *per capita*.⁴²

Entre 2006 y 2011 se incrementó en 37.5% la superficie de cultivo de *vitis vinifera*, al pasar de 2,577 a 3,545 hectáreas, con un aumento en la producción de 30.04%, al pasar de una producción de un millón quinientas mil cajas, a cerca de dos millones de cajas de 9 litros.⁴³

Actualmente la zona vitivinícola más importante del país se encuentra en Ensenada,

³⁹ Corona Solórzano, Raúl, *El vino de México y su historia*, 2a. ed., Mexicali, B. C., 2019, p. 6.

⁴⁰ Bodenstedt, Arturo, *Guía de vinos mexicanos*, 9a. ed., México, Artboden, 2016, p. 8.

⁴¹ Consejo Mexicano Vitivinícola, *Producción de vino en México. Noviembre 2018*, p. 12.

⁴² *Idem*.

⁴³ Gerschman, Rodolfo, *Guía catadores del vino mexicano 2013-2014*, México, Planeta, 2013, p. 8.

Baja California.⁴⁴ La región se divide en diferentes valles:⁴⁵

Valle de Guadalupe

Valle de Calafia

Valle de San Antonio de las Minas

Valle de las Palmas Tecate

Valle de San Vicente

Valle de Ojos Negros

Valle de Santo Tomás

Valle de La Grulla

Después de un largo proceso, el 20 de marzo de 2018 se aprobó en el Senado de la República y fue devuelto a la Cámara de Diputados, el Proyecto de Decreto por el que se Expide la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola. La Ley se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* del 23 de mayo de 2018. Ocho años antes, el 21 de julio de 2010, se había publicado en la *Gaceta* de la Comisión Permanente de la Cámara de Diputados la Iniciativa de Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola, a cargo de los diputados César Mancillas Amador y José Luis Ovando Patrón, y del senador Alejandro González Alcocer, del grupo parlamentario del PAN.⁴⁶

⁴⁴ Para una historia completa en Baja California véase Magoni, Camilo, *Historia de la vid y el vino en la península de Baja California*, Tijuana, Universidad Iberoamericana, 2018.

⁴⁵ Velázquez, Araceli, "Bodegas de Santo Tomás", *El Conocedor*, 17 de noviembre de 2017, disponible en: <http://revistaelconocedor.com/bodegas-santo-tomas/> (fecha de consulta: 17 de septiembre de 2018).

⁴⁶ Disponible en: <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=cp&mn=4&id=25984> (fecha de consulta: 16 de julio de 2018).

En la Exposición de Motivos se hace referencia a los antecedentes históricos, a elementos de salud y a la situación en otras regiones productoras del mundo y de la producción de vino en México. Se le lleva hasta momentos previos a la conquista, en que los pueblos indígenas “utilizaban las vides salvajes para hacer una bebida a la que agregaban otras frutas y miel; hasta la fecha, en algunos lugares, se elabora el vino de acachul con uvas y frutas silvestres”,⁴⁷ si bien se aclara que la elaboración del vino tal como lo conocemos inició con el proceso de evangelización y la necesidad de contar con vino para consagrar y poder efectuar las celebraciones religiosas.

Se destaca en la Exposición de Motivos la labor de fray Junípero Sierra, quien estableció veintiún misiones en el norte del país, extendidas de San Diego a Sonora. En dichas misiones se plantaron vides en una variedad que adquirió la denominación “misión” o “criolla”.

Es interesante lo señalado en la Exposición de Motivos, en el sentido de que a pesar de la ancestral cultura del vino en México, poco o nada existe en la historia normativa de nuestro país en materia vinícola; ello, junto con otras causas han sumido en el rezago a nuestra industria vitivinícola, pese a lo cual ciertos vinos mexicanos han ganado premios a nivel mundial, a pesar de la desventaja comparativa que padecen los vitivinicultores en México frente a sus similares de España, Italia, Francia, Chile y Argentina, con regulaciones —hay que decirlo— más avanzadas que las nuestras.

Se señala que en los años previos a la adhesión de México al GATT, en la década de los ochenta, la producción de vinos en México observó un crecimiento importante, debido en gran parte al hecho de que en 1982 se cerraron las fronteras a la importación de vinos. En 1987, uno de los últimos buenos años para los productores nacionales que habrían de enfrentar en adelante la competencia internacional de vinos de diversas procedencias y calidades,

⁴⁷ Exposición de Motivos.

se vendieron en México dos millones de cajas de vino (veinticuatro millones de botellas de 750 mililitros). De esa cifra, se señala en la Exposición de motivos, el 98% fue de vino nacional.

Se hace patente la necesidad de apoyar al sector empresarial e industrial vitivinícola, a fin de aprovechar el incremento en el consumo de vino a nivel mundial.

Se determina que el fin de la ley es apoyar el desarrollo integral de la industria vitivinícola mediante la implementación de normas que faciliten, promuevan y estimulen el avance y crecimiento de la producción nacional de vino. Como acciones para ello destacan:

1. La exigencia de consumir preferentemente vino mexicano en las actividades que se realicen con cargo al erario por los gobiernos federal o de los estados de la República.
2. La obligación de cada una de las embajadas de realizar por lo menos una feria de cata de vino; lo anterior, con el fin de dar a conocer el producto a nivel internacional, convirtiendo así a nuestras representaciones en promotoras directas de los vinos mexicanos.
3. Obligar a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a elaborar un estudio para la exención en el pago del impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS) a la enajenación de los productos vitivinícolas nacionales.
4. Dotar de los mecanismos necesarios para apoyar el crecimiento de la industria vinícola.

El breve Proyecto de Ley se dividía en tres capítulos y dieciséis artículos. Como objeto de la Ley, sin perjuicio de lo ordenado en la Ley General de Salud; la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios y sus respectivos reglamentos, se establecía lo siguiente:

- I. Fomentar y promover al vino mexicano;

II. Promover la producción, distribución, exportación y calidad del vino mexicano, además de originar el consumo por parte de los diferentes órganos del gobierno mexicano.

III. Coordinar entre los Gobiernos Federal, Estatales, Municipales y del Distrito Federal las actividades relacionadas con la promoción del vino mexicano a apoyo mediante políticas públicas a la industria vitivinícola nacional.

IV. Coordinar y concertar a los sectores hotelero, restaurantero y vitivinícola en esta materia.

Se dedicaba el capítulo II a la promoción del vino mexicano, tarea que correspondería a la Secretaría de Economía, en coordinación con el Consejo Nacional de Fomento del Vino Mexicano. Ambas instituciones debían realizar el programa nacional de fomento al vino mexicano, a través de los siguientes medios:

- a) Recomendar el consumo moderado y responsable del vino.
- b) Informar y difundir los beneficios del vino como alimento dentro de la dieta diaria.
- c) Fomentar el desarrollo sostenible del cultivo de la vid, favoreciendo el respeto del medio ambiente, así como la fijación de la población en el medio rural.
- d) Destacar los aspectos históricos, tradicionales y culturales de los vinos mexicanos; en particular, las peculiaridades específicas de suelo y clima que influyen en ellos.
- e) Impulsar el conocimiento de los vinos mexicanos en las embajadas de México, con objeto de lograr su mayor presencia en el extranjero.
- f) Informar y difundir la calidad y los beneficios de los mostos y zumos de uva.

Correspondería a la Secretaría de Economía un papel esencial en la promoción del vino mexicano a través de diversas acciones:

- a. Promover una política de fomento de proyectos y programas de investigación y desarrollo en el sector vitivinícola, y junto con los gobiernos de los estados y municipios, cooperar de común acuerdo en la realización de campañas concertadas de información, difusión y promoción del viñedo, del vino y de los mostos de uva. Habrían de coordinarse para desarrollar campañas de publicidad y difusión del vino mexicano en los establecimientos de consumo y venta de vino.
- b. Propiciar la creación de becas, premios y estímulos a la investigación, producción y fomento del vino mexicano.
- c. En coordinación con la Secretaría de Turismo, promover la realización de exposiciones, ferias y festivales del vino mexicano; lo anterior, con el fin de promoverlo a nivel nacional e internacional.
- d. En coordinación y con la opinión de la Secretaría de Salud, la promoción del consumo moderado de vino dentro de la dieta diaria de los mexicanos.

Se señalaba que el gobierno federal, junto con los gobiernos de los estados y municipios, debían procurar el consumo del vino nacional en los eventos (*sic*) que se realicen con cargo al erario. Como se anunciaba en la Exposición de motivos de la iniciativa, correspondería a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público elaborar estudios sobre las repercusiones económicas de los impuestos que se pretendan aplicar a la producción y enajenación de los productos vitivinícolas nacionales, bajo el objetivo primordial de fomentar la producción y exportación de los vinos producidos en nuestro país.

En el capítulo III se creaba el Consejo Nacional de Fomento al Vino Mexicano, con carácter de órgano consultivo de la Secretaría de Economía, cuyo objeto sería fomentar el

desarrollo de la industria vitivinícola nacional y hacer de ésta una industria representativa de la economía mexicana.

El Consejo Nacional de Fomento al Vino Mexicano estaría integrado por:

- I. Un presidente, que sería el titular de la Secretaría de Economía, o quien éste designe;
- II. Un secretario ejecutivo, que sería el titular de la Secretaría de Hacienda, o quien éste designe,
- III. Un representante de las secretarías de Salud y de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación;
- IV. Hasta trece vocales invitados a participar por su presidente:
 - Los presidentes de las comisiones de Economía y Hacienda y Crédito Público de la Cámara de Diputados y de la Cámara de Senadores.
 - El representante de la Asociación Nacional de Vitivinicultores.
 - Dos representantes de las asociaciones de carácter nacional más representativas dedicadas a la venta y distribución del vino mexicano, y
 - Seis titulares de las secretarías de Economía de los gobiernos estatales y del Distrito Federal, que deberán ser elegidos cada año por el presidente del Consejo de entre los estados con mayor actividad vitivinícola, o con mayor consumo de vino.

Sus funciones serían:

- I. Contribuir en la elaboración, seguimiento, evaluación y actualización del programa nacional de difusión y fomento del vino mexicano.

- II. Apoyar todo tipo de actividades y eventos que promuevan y estimulen la exportación del vino mexicano.
- III. Promover la formación y actualización de profesionales enólogos en beneficio de la calidad del vino mexicano.
- IV. Apoyar la concertación de los intereses y esfuerzos del sector público con el sector privado para el desarrollo sostenido de la industria del vino mexicano.
- V. Promover el desarrollo de sistemas integrales de información sobre las Bodegas Nacionales y las características físicas de cada uno de los vinos que producen.
- VI. Apoyar las investigaciones que tengan como fin la mejorar el proceso vitivinícola.
- VII. Impulsar el incremento y mejora de la producción nacional de vino a fin de que dé respuesta a los requerimientos del consumo nacional e internacional en condiciones adecuadas de cantidad, calidad, precio y variedad.
- IX. Intervenir como instancia de consulta y conciliación en todos los asuntos concernientes al seguimiento, evaluación y actualización de la política integral de fomento a la industria vitivinícola nacional.

En sesión celebrada en la Cámara de Diputados el 8 de noviembre de 2011, se dio cuenta al pleno de la iniciativa, que fue turnada a la Comisión de Economía, con opinión de la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública. Seis meses después, el dos de mayo de 2012, se publicó el dictamen de la Comisión de Economía, con proyecto de decreto que expide la Ley Federal de Fomento a la Industria Vitivinícola.⁴⁸

⁴⁸ Disponible en: <https://www.inforural.com.mx/dictamen-de-la-ley-federal-de-fomento-a-la-industria-vitivinicola/> (fecha de consulta: 16 de julio de 2018).

En el dictamen se reconoce que al sector vitivinícola, no obstante su alta importancia por sus más de cuatro millones de empleos directos que genera al año, sin contar los indirectos, no se le han brindado las condiciones necesarias para un mayor crecimiento, lo que ha retardado su desarrollo; por ello, los integrantes de la Comisión de Economía estimaron que la expedición de la ley dotaría de herramientas a los vitivinicultores para facilitarles la comercialización, distribución, promoción y difusión del vino mexicano, e iría acorde a lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), en el cual se establecía el deber de incrementar acciones que den certidumbre a las actividades de los sectores económicos.

La Comisión Especial para Impulsar el Desarrollo de la Industria Vitivinícola y Productos de la Vid realizó diversas reuniones de trabajo, reuniones ordinarias, así como foros para el impulso de la industria vitivinícola, donde participaron diputados federales y locales, senadores, funcionarios, catedráticos y presidentes de las asociaciones de productores vitivinícolas del país, para incorporar sus demandas principales a la iniciativa, modificándola sustancialmente. El texto resultante incluyó la creación de una Comisión Nacional Vitivinícola, con carácter de órgano desconcentrado, que vincule a la iniciativa privada y a los tres niveles de gobierno para orientar, coordinar, promover, fortalecer y fomentar el desarrollo de la industria vitivinícola. A su vez, contempla el fomento a la promoción y difusión del vino nacional desde los distintos ámbitos y órdenes de gobierno, e incentiva la certificación voluntaria del vino mexicano a fin de elevar la calidad del producto final.

La Comisión de Economía, por recomendación de la Comisión Especial para Impulsar el Desarrollo de la Industria Vitivinícola y Productores de la Vid, decidieron realizar los siguientes ajustes a la iniciativa:

1. Se sustituyó el concepto de “productor” por el de “vitivinicultor”, definiendo éste como “la persona dedicada a la producción, elaboración y transformación de la uva destinada a la industrialización del vino”, y se eliminaron las referencias

generales de productores de uva, sujetando a esta ley sólo a los productores de uva para vinificación, y no a todo el sector primario de producción y cultivo de uva.

2. Se eliminó la referencia “al sistema producto vid”, a fin de evitar posibles contradicciones con las disposiciones de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable.
3. Se corrigió la denominación del cargo de quien dirigirá la Comisión Nacional Vitivinícola, sustituyendo el término “presidente” por el de “director general”.
4. Se corrigió el término “niveles” de gobierno por “órdenes” de gobierno.

Como señalamos líneas arriba, la Ley se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* del 23 de mayo de 2018. Se divide en cuatro títulos y 35 artículos, con tres artículos transitorios. Duplica el articulado del proyecto inicial.

El objeto de la Ley es el de impulsar, fomentar, promover y difundir las actividades relacionadas con el sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano, para impulsar una mayor productividad y competitividad de la actividad, en concordancia con la Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad de la Economía Nacional, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, además de establecer las bases para el impulso y desarrollo de la industria vitivinícola mexicana.

Se señala que son sujetos de la Ley todos los actores involucrados, iniciando desde los procesos de plantación, siembra, cultivo, cosecha, fermentación, crianza, envasado y la comercialización del vino elaborado, así como los productores, las organizaciones, asociaciones, comités, consejos de carácter nacional, estatal, regional, distrital y municipal, las subcomisiones de las entidades federativas que se constituyan o estén constituidas de conformidad con los lineamientos y las normas vigentes en la materia y, en general, toda persona física o moral que de manera individual o colectiva realice actividades relacionadas dentro de la cadena productiva a la actividad vitivinícola en territorio mexicano.

En el artículo 3o. se contiene una lista de definiciones para efectos de la propia ley, destacando las siguientes:

I. Añejamiento: Es el proceso de maduración al que se somete un producto alcohólico de por lo menos un año en recipientes de madera de roble blanco o encino u otras maderas que demuestren inocuidad, cuya capacidad no debe ser superior a 700 litros.

II. Enología: Ciencia, técnica y arte de producir vinos, mostos y otros derivados de la vid mediante la implantación de técnicas de cultivo de viñedo, el análisis de los productos elaborados y almacenaje, gestión y conservación de los mismos.

III. Productor: Persona dedicada al cultivo, producción, elaboración y transformación de la uva destinada a la elaboración de Vino.

IV. Vid: Planta que produce uva, fruto comestible y materia prima para la fabricación de Vino y otras bebidas alcohólicas.

V. Vinícolas: Adjetivo de la palabra "Vino" que hace referencia a los establecimientos relacionados con su elaboración y su comercio.

VI. Vino: Bebida alcohólica que se obtiene de la fermentación únicamente de los mostos de uva fresca con o sin orujo, o mezcla de mostos concentrados de uva y agua, su contenido de alcohol es de 8% Alc. Vol. a 16% Alc. Vol.⁴⁹

VII. Vino de Importación: Todo aquel Vino elaborado fuera del territorio mexicano, que ingresa legalmente a nuestro país ya envasado en diversas presentaciones por empresas distribuidoras o en forma líquida a granel y que podrá terminar los procesos de fermentación, clarificación, filtrado, añejamiento y envasado, por empresas legalmente establecidas con domicilio fiscal en nuestro país.

VIII. Vino Mexicano: Es el Vino producido con el 100% de uvas de origen mexicano y que además su contenido total es fermentado y envasado en territorio nacional.

⁴⁹ Definición que contrasta con el contenido en el artículo 12 de la Ley Vitivinícola de 1943, y fue tomada de la Norma Oficial Mexicana NOM-199-SCFI-2017, Bebidas alcohólicas-Denominación, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.

IX. Viñedos: Plantaciones de vides que son rigurosamente plantadas, cuidadas y mantenidas para la producción de Vino y otras bebidas alcohólicas en sus diferentes categorías, así como para la producción y venta de las uvas para consumo como frutas, pasas de uva y jugo de uva.

X. Viticultura: Cultivo sistemático de la Vid, o parra, para usar sus uvas en la producción de Vino.

Se incluye una declaración general en el sentido de que las autoridades, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán el desarrollo y participación del sector en el mercado, incluyendo la promoción de esquemas de participación de productores. Para ello, el Ejecutivo Federal, a través de sus dependencias y entidades, podrá suscribir convenios de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas, y de los municipios para el cumplimiento de los objetivos de la Ley.

Se fijan como líneas estratégicas de acción para el cumplimiento del objeto de la Ley:

- I. Fomentar el respeto del territorio considerado como apto para el cultivo de la Vid en territorio nacional;
- II. Estimular el crecimiento económico de la actividad vitivinícola en territorio nacional, generando las condiciones favorables para el impulso de inversión y acceso a fuentes de financiamiento y apoyos para la iniciativa privada;
- III. Fomentar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas y normas mexicanas aplicables al Sector, así como su evaluación de la conformidad para garantizar la disponibilidad y correcta información al consumidor sobre la calidad del Vino Mexicano y su correcta clasificación;
- IV. Fortalecer la competitividad de los vinos nacionales en el mercado fomentando el desarrollo de su producción y calidad de los mismos;
- V. Fomentar el uso y conocimiento en el público consumidor de distintivos relacionados con la calidad del Vino Mexicano, y

VI. Fomentar campañas y/o actividades de promoción nacional e internacional orientadas a aumentar un mayor conocimiento y consumo de Vino Mexicano.

Se consideran factores básicos para el impulso del sector:

I. Los procesos de plantación, siembra, cultivo, cosecha, fermentación, crianza, añejamiento, envasado y de la distribución y comercialización del Vino Mexicano elaborado, así como de los actores que participan en la cadena productiva entre los que se encuentran los productores, empresas, academia, las organizaciones, asociaciones, comités y consejos de carácter nacional, estatal, regional, distrital y municipal, que son la base fundamental para el fomento del Sector mediante la inversión directa, la generación de empleo y la promoción del Vino Mexicano a nivel nacional e internacional;

II. El estímulo del desarrollo de los productores de uva y de la industria del Vino a través del fomento de inversión en infraestructura y el mejoramiento de los servicios públicos, y

III. La tecnificación de los procesos de producción, así como el empleo de nuevas herramientas especializadas en la producción de Vino Mexicano.

El título II de la Ley se refiere a la creación de la Comisión Intersecretarial de Fomento a la Industria Vitivinícola, como órgano de consulta y coordinación de la administración pública federal, de conformidad con lo establecido en la propia Ley y demás disposiciones aplicables. La Comisión se integra por un presidente, un secretario ejecutivo y los representantes de la Secretaría de Gobernación, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Turismo, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y Secretaría de Salud. Se aclara que los servidores públicos que integran la Comisión deberán tener un nivel mínimo de director general; asimismo, podrán designar a sus suplentes quienes deberán tener un nivel mínimo de director de área.

Podrán ser invitados a las sesiones de dicha Comisión con voz, pero sin voto, los funcionarios de las secretarías de Estado, de los gobiernos de las entidades federativas, dipu-

tados federales y senadores de la República, así como los miembros o representantes de las diferentes cámaras empresariales, y los presidentes de los comités Nacional y estatales de los sistemas producto vid, las asociaciones, y los consejos constituidos, así como aquellos que la propia Comisión considere necesarios para el cumplimiento de sus funciones.⁵⁰

El objeto de la Comisión es el de orientar, promover, apoyar y proponer políticas públicas para el fomento de la industria vitivinícola nacional y para el cumplimiento de su objeto. Las instituciones y entes de la administración pública federal y estatal, en el ámbito de sus competencias, así como las asociaciones, consejos, comités y representaciones privadas, podrán apoyar a la Comisión en el ejercicio de sus atribuciones, bajo los principios de colaboración, coordinación e información interinstitucional.

La Comisión debe ser incluyente y representativa de las opiniones e intereses de los comités Nacional y estatales de los sistemas producto vid, productores, asociaciones civiles, académicos y demás organizaciones que tengan por objeto o se encuentren relacionados con la industria vitivinícola mexicana. Toda organización reconocida y acreditada por la Secretaría deberá poder nombrar un representante ante la Comisión Intersecretarial.

Asimismo, las entidades federativas que así lo requieran podrán crear subcomisiones relacionadas con la industria vitivinícola mexicana, a través de sus secretarías de desarrollo agropecuario para enriquecer los trabajos de la Comisión, de conformidad con las disposiciones del Reglamento.

La Comisión cuenta con las siguientes funciones:

- I. Proponer en congruencia con el sistema de planeación democrática del desarrollo nacional, las políticas generales y definir las estrategias de fomento a la industria vitivinícola nacional;

⁵⁰ La participación de los integrantes de la Comisión y de los invitados será de carácter honorífico, por lo que no pueden recibir percepción alguna.

- II. Fomentar la investigación acerca de las diferentes variedades y clasificaciones de uva para vinificación;
- III. Establecer la obligatoriedad de la adopción y uso de certificaciones y/o mecanismos de evaluación para dar cumplimiento con las normas oficiales mexicanas y en concordancia con la legislación federal aplicable, a efecto de impulsar el uso y promoción de un distintivo público acerca de la calidad y clasificación en la producción de vinos mexicanos;
- IV. Establecer las bases para la creación, el funcionamiento y regulación aplicable del *Registro Nacional de Productores Vitivinícolas*, incluyendo a los productores primarios relacionado a la producción de las variedades de Vid utilizadas para la elaboración de vinos mexicanos, mismo que deberá servir como base instrumento de consulta para beneficio de políticas públicas, programas, apoyos e incentivos de los diferentes ámbitos gubernamentales;
- V. Ser instancia de consulta y colaboración para la realización de estudios, planes, programas, proyectos y políticas públicas que se desarrollen en la materia;
- VI. Impulsar las políticas públicas relacionadas con el Sector, para su crecimiento y desarrollo integral del Sector;
- VII. Participar en foros nacionales e internacionales relacionados con el cumplimiento del objeto de la Comisión;
- VIII. Publicar un informe anual sobre el desempeño de sus funciones y los avances en la materia, y
- IX. Las demás que establezcan las disposiciones legales aplicables.

El presidente y el secretario ejecutivo de la Comisión tienen las siguientes facultades:

- I. Formular y presentar a la Comisión el Programa Anual de Trabajo y los programas de acción;
- II. Formular opiniones y proponer a la Comisión las vías para la solución de conflictos relacionados con la industria vitivinícola;

- III. Proponer los asuntos a tratar en las sesiones de la Comisión;
- IV. Formular y presentar a la Comisión el calendario de encuentros relacionados con la industria vitivinícola, considerando la información que los propios productores y asociaciones relacionadas con la industria vitivinícola determinen;
- V. Representar a la Comisión en foros, y actividades nacionales e internacionales vinculados con el Sector;
- VI. Convocar a las reuniones ordinarias de la Comisión, y
- VII. Las demás que le sean conferidas en la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola y otros ordenamientos.

Los representantes de la Secretaría de Economía y de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación que asistan a la Comisión de manera directa tomarán los acuerdos y levantarán las minutas correspondientes a las sesiones de la misma, además de las funciones que le sean encomendadas por la propia Comisión.

Los artículos 20 a 28 de la Ley determinan las tareas y obligaciones de diversas secretarías de Estado respecto del sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano. Así:

I. La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, en coordinación con la Comisión, deberá apoyar al sector para:

- 1) Promover, evaluar y ejecutar una política nacional de fomento económico específica delineada a favor de la industria vitivinícola con la participación de los representantes de los comités Nacional y Estatales de los sistemas pro-

ducto vid, comités interinstitucionales, consejos, productores, asociaciones civiles y académicos que por objeto o interés estén vinculados a la industria vitivinícola.

- 2) Instrumentar el Registro Nacional de Productores Vitivinícolas, que deberá contener los datos completos del padrón de productores de uva destinada a la producción de vino, embotelladores, comercializadores, distribuidores, importadores y exportadores de vino; el cual será parte del Sistema Nacional de Información para el Desarrollo Rural Sustentable, establecido en la Ley de Desarrollo Rural Sustentable.
- 3) Asesorar a los productores para que en el desarrollo de cultivos destinados a la producción de insumos para la vitivinicultura se realicen de acuerdo con las mejores prácticas agrícolas aplicables en materia de sanidad vegetal y que las investigaciones científicas y tecnológicas aconsejen.
- 4) Promover programas específicos destinados al desarrollo del sector, sin importar los niveles de producción.
- 5) Implementar las acciones de capacitación y asistencia técnica para la producción de la uva destinada a la producción vitivinícola.
- 6) Realizar campañas de protección fitosanitaria y demás instrumentos en materia de sanidad vegetal en el marco de su competencia
- 7) Impulsar la integración de la cadena productiva.
- 8) La formación de los productores y demás agentes relacionados con la producción vitivinícola a través de mecanismos de capacitación, consultoría y concertación.

II. La Secretaría de Economía

Le corresponde a la Secretaría de Economía, en coordinación con la Comisión, apoyar al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano a:

- 1) Realizar campañas de promoción del vino mexicano, asegurándose de que las marcas participantes en estas campañas estén debidamente certificadas conforme lo establezcan las normas oficiales mexicanas aplicables al vino.
- 2) Difundir las normas oficiales mexicanas en donde se establezcan las características y especificaciones necesarias que deberán cumplir la elaboración de productos vitivinícolas para su comercialización.
- 3) Incentivar, en conjunto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la incorporación de los productores mexicanos al padrón nacional de exportadores, conforme a los lineamientos legales vigentes.
- 4). Difundir las políticas de exportación para potenciar la penetración del vino mexicano en otros mercados.
- 5) El acceso a los programas federales en relación a los apoyos vitivinícolas.

III La Secretaría de Hacienda y Crédito Público

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en coordinación con la Comisión, deberá apoyar al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano a actualizar la incorporación de los productores nacionales al padrón de exportadores. No se menciona nada respecto de estímulos fiscales al sector.

IV. La Secretaría de Educación Pública

A la Secretaría de Educación Pública, en coordinación con la Comisión, le corresponde, conforme a la Ley, apoyar al sector vitivinícola promoviendo e impulsando en la educación media superior y superior las áreas encaminadas al estudio de la enología y la viticultura.

V. La Secretaría de Salud

La Secretaría de Salud, en coordinación con la Comisión, deberá apoyar al sector vitivinícola a través de sus programas, para la prevención contra las adicciones, promoviendo el consumo moderado del vino, en coordinación con el Consejo Nacional contra las Adicciones.

VI. La Secretaría de Turismo

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Comisión, deberá brindar su apoyo al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano a:

- 1) Promocionar las rutas de vino y de turismo enológico.
- 2) Impulsar al vino mexicano como producto representativo nacional.
- 3) Fomentar y dar cumplimiento a lo establecido en la política de fomento a la gastronomía mexicana.

VII. La Secretaría de Relaciones Exteriores

A la Secretaría de Relaciones Exteriores, en coordinación con la Comisión, le corresponde apoyar al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano promocionando al vino mexicano

a través de todas sus representaciones, embajadas y consulados, dentro y fuera del territorio nacional, promoviendo la oferta y calidad del vino mexicano en el extranjero.

VIII. La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de la Comisión Nacional del Agua y las entidades federativas, a través de sus comisiones estatales u organismos operadores de agua, deberán proporcionar en el ámbito de sus respectivas competencias, con cargo a los productores en términos de las disposiciones aplicables, el abastecimiento y acceso al agua en las regiones productoras de vid.

IX. La Secretaría de Energía

La Secretaría de Energía, en coordinación con la Comisión, deberá brindar su apoyo al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano a:

- 1) Fomentar y promover una mayor integración nacional de equipos y componentes para el aprovechamiento de las energías renovables en los diferentes procesos de producción del vino mexicano.
- 2) Promover las energías renovables utilizadas en la vitivinicultura, en apego a la Ley de Transición Energética.

Respecto a la normatividad aplicable, los productores y envasadores de vino deben cumplir con los sistemas de control de calidad, especificaciones fisicoquímicas, envase, embalaje e información comercial establecidas en las disposiciones sanitarias y normas oficiales mexicanas del sector que le sean aplicables. Se especifica que la evaluación de la conformi-

dad del vino debe llevarse a cabo conforme lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento y en las normas oficiales mexicanas de la calidad y clasificación del vino mexicano aplicables al sector, a fin de corroborar la autenticidad de la calidad y clasificación del vino mexicano.

El título IV de la Ley se refiere a la promoción del vino mexicano, tarea que corresponde a la Comisión la promoción junto con la difusión de los productos vitivinícolas. Para ello, la Comisión podrá:

- 1) Elaborar material de promoción para dar a conocer el vino mexicano.
- 2) Impulsar el diseño de políticas públicas a fin de propiciar la definición de programas específicos o conceptos de apoyo dentro de aquellas políticas existentes en los tres órdenes de gobierno, y
- 3) Las demás que establezcan las disposiciones jurídicas aplicables.

Es importante destacar que conforme a la Ley, la Comisión deberá tener acceso a espacios y tiempos oficiales para la divulgación de sus funciones y para la correcta promoción de la cultura del consumo del vino mexicano en los términos de las leyes respectivas. En su caso, los criterios orientadores que se deberán seguir en las campañas financiadas con fondos públicos serán los siguientes:

- 1) Recomendar el consumo moderado y responsable del vino.
- 2) Informar y difundir los beneficios del vino, en materia de salud pública y los riesgos para la salud cuando se consume en exceso.
- 3) Fomentar el desarrollo sostenible del cultivo de la vid, favoreciendo el respeto del medio ambiente.
- 4) Destacar los aspectos históricos y tradicionales de los vinos mexicanos, en particular las peculiaridades específicas de la diversidad de las regiones, como

son las características del suelo, altitud, aire, clima, entre otros que influyen en ellos.

- 5) Informar y difundir la calidad, los beneficios, propiedades, cualidades y la composición del vino, a efecto de tener información completa sobre el producto.

Se señala además que los organismos de productores y empresariales relacionados con la industria podrán realizar campañas nacionales de promoción y difusión del vino mexicano, con la participación de la Comisión, los productores y los tres órdenes de gobierno.

Conforme al artículo segundo transitorio, el Ejecutivo Federal debió haber expedido el Reglamento dentro de los 180 días siguientes a la entrada en vigor de la Ley y establecer las adecuaciones de carácter orgánico, estructural y funcional para su debido cumplimiento. Hasta octubre de 2019 el Reglamento no había sido expedido.