vinetur

El secreto guanajuatense que Bruselas, Londres y Decanter ya no pueden ignorar

Guanajuato irrumpe en el mapa del vino mexicano con 82 proyectos y más de 600 hectáreas

jueves 17 de septiembre de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Jorge Solís, director de Viñedo San Miguel

Con 52 hectáreas de cultivo propio y más de 160 medallas internacionales, Viñedo San Miguel convirtió a Guanajuato -una región sin tradición vitivinícola hace apenas una década- en la última gran sorpresa del vino mexicano. Su director general, Jorge Solís, cuenta cómo pasaron de "pedir permiso" a competir de igual a igual con el mundo, y qué falta para que la región deje de depender de una sola bodega para contar su historia.

Hace poco más de diez años, Guanajuato no existía en el mapa del vino mexicano. Hoy, Viñedo San Miguel -la bodega más grande del estado, con 52 hectáreas y 115 mil vides de cultivo propio- fue nombrada "Bodega del Año" por la Asociación de Sommeliers Mexicanos y acumula reconocimientos en algunos de los concursos más exigentes del planeta: medallas en el Concurso Mundial de Bruselas, en los Decanter World Wine Awards y en el International Wine & Spirit Competition de Londres. Su Merlot 2022 quedó como el segundo vino mexicano mejor puntuado de toda la edición 2026 de Decanter, con 94 puntos, en una competencia que reunió cerca de 17 mil etiquetas de 58 países. Al frente de este proyecto está Jorge Solís, director general de la bodega, quien explica cómo una apuesta que empezó como un acto de amor por su tierra terminó posicionando a Guanajuato como protagonista -y no ya como curiosidad- del vino mexicano.

Cuando Viñedo San Miguel inicia como bodega en 2013-2014, Guanajuato no figuraba en el mapa del vino mexicano de la manera en que hoy lo hace. ¿Qué vieron en el terruño guanajuatense que otros no habían apostado a explotar a esa escala?

Más allá de las condiciones del suelo y del clima, vimos una oportunidad de hacer algo que representara nuestra esencia y nuestro amor por Guanajuato. Para Grupo Cuadra, este Estado no es solamente el lugar donde hemos desarrollado nuestros proyectos; es nuestra casa, forma parte de nuestra historia.

Decidimos apostar por este proyecto con los mismos valores con los que ha crecido el grupo: constancia, disciplina, trabajo en equipo y compromiso con nuestra tierra. Sabíamos que no era suficiente plantar vid y construir una bodega. Teníamos que aprender, formar un equipo y demostrar, cosecha tras cosecha, que Guanajuato podría producir vinos de gran calidad y con una identidad propia.



Hoy la bodega opera 52 hectáreas y 115 mil vides, todas de cultivo propio. ¿Qué tuvo que aprenderse "desde cero" sobre el comportamiento de la vid en esta región que no existía como conocimiento previo en México?

Tuvimos que aprender que una misma variedad puede crecer y madurar de forma distinta en diferentes zonas de nuestro viñedo, dependiendo del tipo de suelo, la exposición al sol, la humedad y las condiciones climáticas de cada parcela. Ese conocimiento lo fuimos construyendo sobre la marcha, observando y conociendo cada vez mejor nuestras plantas. También tuvimos que aprender a responder a los retos propios de la región, como las lluvias, el tipo de suelo y los cambios constantes del

clima. Cada año es diferente, por lo que seguimos aprendiendo y ajustando nuestro trabajo en el viñedo en cada cosecha.

En una década, Guanajuato pasó de ser una curiosidad vitivinícola a tener una bodega reconocida como "Bodega del Año" por la Asociación de Sommeliers Mexicanos y premiada en Bruselas, Decanter, Lyon e IWSC. ¿En qué momento sintieron que la región dejó de "pedir permiso" y empezó a competir de igual a igual?

No hubo un solo momento. Para nosotros, ha sido el resultado de años de trabajo en equipo y de una suma de reconocimientos nacionales e internacionales para distintas etiquetas, tanto de Viñedo San Miguel como de otras bodegas guanajuatenses. Eso confirmó que ya no se trataba de un caso aislado, sino de una región que estaba demostrando su calidad.

Ser nombrados Bodega del Año ha sido especialmente significativo porque no reconoció solamente a un vino o etiqueta, sino el esfuerzo diario de todas las personas, un gran equipo que integran Viñedo San Miguel. Detrás de cada botella están quienes trabajan en el campo, en la bodega, enoturismo y en cada área del proyecto.

Recibir ese premio nos llena de orgullo y confirma que la constancia, la disciplina y el compromiso de todo el equipo está dando resultados. También nos demostró que Guanajuato puede competir con los más altos estándares internacionales.

¿Qué tuvo que pasar puertas adentro —en viñedo, bodega o equipo— para sostener ese salto de calidad de manera consistente, y no como un resultado aislado?

Lo más importante fue construir un equipo que entendiera que la calidad no depende de un solo vino o de una cosecha, sino del trabajo que hacemos todos los días, la cultura de nuestro grupo. Detrás de cada botella hay personas comprometidas que cuidan cada detalle, desde el viñedo hasta que el vino llega a la mesa.

Nuestros valores han sido fundamentales en ese proceso: respeto por la tierra, por el trabajo y por las personas; humildad para seguir aprendiendo y reconocer lo que podemos mejorar; honestidad para evaluar nuestros resultados; flexibilidad para adaptarnos a cada reto; y lealtad y trabajo en equipo para avanzar hacia un mismo objetivo.

La infraestructura y los procesos son importantes, pero la consistencia y el futuro viene de las personas. Cuando todo el equipo comparte la misma exigencia y el mismo compromiso, la calidad deja de ser un resultado aislado y se convierte en parte de nuestra cultura.

¿Cómo describirías el estilo de los vinos guanajuatenses frente a lo que ya conoce el consumidor de regiones como Valle de Guadalupe o Querétaro? ¿Qué los hace reconocibles como "de Guanajuato" y no de cualquier otro lado?

Cada región vitivinícola tiene condiciones propias que las distingue entre ellas, y naturalmente eso se refleja en sus vinos, es parte de lo bonito que existe en nuestra industria. Valle de Guadalupe, Querétaro y Guanajuato tienen distintos suelos, climas, altitudes y formas de trabajar la vid, por lo que cada uno desarrolla una identidad particular, los invito a que las descubran por ustedes mismos.

En el caso de Guanajuato, la altitud, la exposición solar y los cambios de temperatura entre el día y la noche favorecen vinos con buena frescura, expresión aromática, fruta definida y un equilibrio entre madurez y acidez. Son vinos con carácter, gastronómicos, pero también elegantes y equilibrados. Más que una sola nota o variedad, lo que los hace reconocibles como vinos de Guanajuato es la manera en que nuestras condiciones naturales se expresan en cada botella.



El Merlot 2022 quedó como el segundo vino mexicano mejor puntuado en los Decanter World Wine Awards 2026, compitiendo contra cerca de 17 mil vinos de 58 países. ¿Qué significa ese resultado puntual para el posicionamiento de Guanajuato como región, más allá de la etiqueta individual?

Los 94 puntos de nuestro Merlot 2022 y su posición entre los vinos mexicanos mejor evaluados envían una señal que va más allá de Viñedo San Miguel: confirman que Guanajuato tiene las condiciones para producir vinos con calidad reconocida internacionalmente. Este resultado no solo posiciona a nuestro Merlot, también genera interés por otras etiquetas y bodegas del estado, fortaleciendo a la región en conjunto. Y sin duda, reitero que es el resultado de un gran equipo de trabajo, profesional y comprometido.

Acumulan más de 160 medallas en concursos nacionales e internacionales. ¿Hay alguna que, sin ser la más mediática, te

haya importado más a nivel personal o de equipo?

La medalla de Oro en Decanter para nuestro Blend Reserva 2019, obtenida en 2025, tiene un significado muy especial para mí y para todo el equipo. Ese año fuimos la única bodega de México en recibir una medalla de Oro y nuestro vino se convirtió en el cuarto vino mexicano en la historia del concurso en alcanzar esta distinción.

Este reconocimiento refleja el gran potencial que tiene nuestro terruño, la calidad y el esfuerzo de todas las personas que participaron en su elaboración y la pasión, el cuidado y la excelencia que el equipo pone en cada proceso. Por eso lo recibimos con tanto orgullo.

Producen alrededor de 200 mil botellas al año. ¿Qué tan realista es hoy pensar en exportación sostenida sin sacrificar el compromiso de trabajar exclusivamente con uva propia?

Es realista si entendemos la exportación como un proceso selectivo y sostenido, no como una carrera por colocar volumen. Trabajar exclusivamente con uva propia es una decisión que protege nuestra identidad y calidad del vino. Producir alrededor de 200 mil botellas al año nos permite destinar ciertos vinos y añadas a mercados internacionales con cautela y selección. El límite de crecimiento lo marca el viñedo y la capacidad de mantener nuestra calidad, no la demanda de corto plazo. Preferimos construir relaciones con importadores que comprendan el proyecto, abrir plazas bien atendidas y garantizar continuidad antes que dispersarnos. Exportar de manera sana también implica cuidar el mercado nacional, donde todavía existe una gran oportunidad.

¿Cuáles son, en la práctica, los mercados donde ves mayor oportunidad para el vino guanajuatense en el corto plazo, y qué te hace pensar que están listos para recibirlo?

En el corto plazo veo dos niveles de oportunidad. Dentro de México, ciudades con consumo gastronómico y turismo de alto valor, como Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, el Bajío y destinos como Los Cabos o la Riviera Maya, siguen siendo

fundamentales para consolidar la categoría, el mercado mexicano cada vez está más interesado en el vino mexicano. En exportación, Estados Unidos es el mercado más natural por cercanía, logística, comunidad mexicana y una escena gastronómica que hoy presenta a México con mayor profundidad. Lo que nos indica que estos mercados están listos es la combinación del interés por el vino mexicano, su creciente prestigio internacional y el posicionamiento de nuestra gastronomía, que ha abierto nuevas oportunidades para presentar las etiquetas guanajuatenses en otras ciudades y países.

¿Qué obstáculo pesa más al intentar posicionar un vino guanajuatense afuera: el desconocimiento de la región, la percepción general sobre el vino mexicano, o algo distinto?

Creo que el principal obstáculo es que todavía pocas personas conocen a Guanajuato como región vitivinícola, también que la competencia en el vino es con el mundo, la cantidad de vinos disponibles del mundo hoy es impresionante. El vino mexicano cada vez tiene mayor reconocimiento, pero aún falta que más personas descubran lo que estamos haciendo en nuestro estado. Y considero que una vez que la gente prueba los vinos, la calidad y la expresión de identidad de nuestro terruño están presentes.

Cuando compites en concursos como Bruselas o Londres, ¿el jurado internacional evalúa el vino "a secas" o el origen mexicano/guanajuatense todavía juega en contra al momento de la cata a ciegas?

En ese momento el vino tiene que hablar por sí mismo, en primer lugar y lo más importante es que no tenga defectos, de ahí parte hacia equilibrio, limpieza, complejidad, tipicidad y potencial. Nuestros resultados demuestran que el origen mexicano o guanajuatense no impide obtener una gran evaluación. Por eso las catas a ciegas son tan importantes: permiten que la calidad sea el principal criterio de evaluación y brindan un respaldo objetivo al presentar nuestros vinos.

VSM es la bodega más grande del estado, pero ¿cómo describirías el ecosistema vitivinícola guanajuatense en su conjunto: cuántos

proyectos serios hay detrás, y qué tan coordinados están entre sí?

Hoy el ecosistema es mucho más amplio de lo que suele percibirse desde fuera. Las cifras estatales hablan de 82 proyectos vitivinícolas, más de 600 hectáreas plantadas y 27 proyectos que ya ofrecen experiencias turísticas. Cada uno tiene una propuesta diferente, pero todos suman y son importantes para construir la identidad del vino guanajuatense.

Por citar un ejemplo actual, los 52 reconocimientos obtenidos por el estado en el Concurso Mundial de Bruselas 2026 reflejan la calidad y el potencial de nuestro terruño. Además, existe una buena coordinación a través de la Asociación de Uva y Vino de Guanajuato, que nos permite colaborar, unir esfuerzos y promover a la región. Al final, mientras más fuerte sea cada proyecto, más fuerte será Guanajuato.

¿Qué necesita Guanajuato -a nivel de política pública, promoción turística o cooperación entre productores- para consolidarse como región y no depender de que una sola bodega "cargue" la narrativa?

Guanajuato necesita que el gobierno, las bodegas y el sector turístico sigamos trabajando con una visión y sinergia en común, un gran trabajo en equipo, mismo se ha venido realizando fuertemente. Es importante siempre mantener el apoyo a la promoción y al enoturismo, así como mantenernos unidos como productores. Si cada proyecto crece, mantiene la calidad y aporta su propia identidad, la región se fortalece y la responsabilidad no recae en una sola bodega.

Si tuvieras que definir en una frase qué significaría "ganar" este reto de internacionalización, ¿cuál sería?

Llevar el nombre de Guanajuato al mundo y que sus vinos sean reconocidos por su calidad, origen e identidad.

¿Cómo te gustaría que se hablara de Guanajuato en la conversación global del vino dentro de cinco años?

Me gustaría que Guanajuato fuera reconocido en el mundo como una región con vinos de gran calidad e identidad propia, y que al hablar de ellos también se valoraran nuestra tierra, nuestra historia y el trabajo de todas las personas y bodegas que han impulsado el vino en el estado.